

CHARTRE GRAPHIQUE DE VOTRE OUTILS COLLABORATIF

Autour d'un exercice pratique (mettre en forme une cyberlettre), nous aborderons des notions techniques (CSS et squelettes HTML), de graphisme et d'ergonomie pour personnaliser vos mailing, vos sites Internet collaboratifs.

OBJECTIFS

- comprendre les enjeux d'une charte graphique
- mettre en oeuvre (conception, HTML, CSS, squelette/template)
- adapter une charte graphique dans un objectif de participation

PROGRAMME

- introduction
- recueil des représentations (newsletter, charte graphique)
- charte graphique : notions, définitions et quelques règles à partir d'exemples
- réponse aux questions techniques (newsletter et intégration du graphisme)
- travail pratique pour la réalisation d'une newsletter à partir d'un Wikini pré-configuré
- d'autres outils et techniques de réalisation de Newsletter : avec spip, avec un formulaire...

FORMATEURS

- **Florian Schmitt** : informaticien, webmaster :
- **Jessica Deschamps** : chargée de communication, graphiste : jessicadeschamps@yahoo.fr
- **Mathilde Guiné** : animatrice de réseaux, conceptrice multimédias : mathilde@tela-botanica.org

LIENS

Les cours en ligne :

<http://outils-reseaux.org/wikini/stagescours/wakka.php?wiki=CharteGraphique161107>

Liste newsletter-stage@outils-reseaux.org

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

CHARTRE GRAPHIQUE INTERNET

La charte graphique est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité visuelle d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise.

BUT ET INTÉRÊTS DE LA CHARTRE GRAPHIQUE

Le but de la charte graphique est de **conserver une cohérence** dans les réalisations d'une même organisation, projet ou entreprise.

L'intérêt de réaliser une charte graphique est double :

- L'**identité graphique** reste intacte quelles que soient les réalisations graphiques, afin que l'organisation, le projet ou l'entreprise - qui sont **une somme d'individualités** - parle « **d'une seule voix** ».
- La charte graphique permet au **récepteur d'identifier facilement l'émetteur** et, par habitude si la cohérence est respectée, de se repérer visuellement dans les différentes réalisations graphiques, et au sein d'un même support graphique (ce qui facilite la lecture).

N.B. : Une charte graphique bien conçue doit laisser suffisamment de liberté en constituant des règles souples, c'est-à-dire en évitant les interdictions, et en envisageant le maximum de contextes où ces règles doivent s'appliquer pour l'utilisation des signes graphiques.

I- LE CONTENU D'UNE CHARTRE GRAPHIQUE PAPIER

Il ne s'agit pas d'appliquer les codes dans leur intégralité mais d'en sélectionner quelques-uns afin que tout nouveau document émis par la structure participe à la construction de son image.

La charte graphique s'applique à définir :

- 1) Le **logotype** : ses couleurs, sa position dans la page sur tous les supports (papier à en-tête, documents officiels, plaquettes, dossiers et chemises, véhicule, etc.), ses déclinaisons.
- 2) Les **polices de caractères** utilisées dans les documents afin de permettre de créer différents niveaux de textes et d'apporter un bon confort de lecture.
- 3) Les jeux de **couleurs** déclinables sur les différents supports : on crée une palette de 5 couleurs de base par exemple.
- 4) L'utilisation des **éléments graphiques** tels que les filigranes, courbes et traits spécifiques à l'entreprise...
- 5) Les principes du choix des **images** et des **illustrations**.

N.B. : Parmi les problèmes que doit prendre en considération la charte graphique, citons la photocopie et la télécopie : les documents doivent résister à ces traitements en restant lisibles et identifiables.

II- LE CONTENU D'UNE CHARTRE GRAPHIQUE INTERNET/INTRANET

La charte graphique d'un site permet de **définir la position des différents éléments** qui constituent les principales

pages d'un site avant la programmation de celles-ci. Le but, en plus des éléments de la charte papier, est de valider les fondations de votre site internet :

accessibilité, lisibilité, ergonomie

1) UNE CHARTE GRAPHIQUE SE CONSTRUIT SUR DES RÉGLES

a) Accessibilité

choix du nom de domaine, compatibilité des navigateurs, choix des applications, **standards** W3C (ensemble des standards web dans lequel on retrouve, entre autres, le WAI qui est le standard d'accessibilité au public handicapé)...

Au départ de votre projet, se posent 3 questions qui vont construire les bases de votre site :

- "A quoi sert le site ?"
- "Quels sont les contenus proposés?"
- "**Comment faire en sorte qu'ils soient accessibles à tous ?**"

Le simple fait de se poser ces questions conduit à analyser et à hiérarchiser les contenus, à les trier, à soigner leur expression et leur compréhension.

Cette réflexion conduit le plus souvent à **rationaliser les contenus** au profit de tous et induit une **séparation du fond et de la forme** qui permet d'harmoniser les modes de navigation sur l'ensemble du site, même si ses contenus sont divers, procurant ainsi un net gain ergonomique.

Ces processus sont bénéfiques des deux côtés :

- un visiteur, handicapé ou non, verra s'afficher des contenus mieux structurés, dans une interface plus intuitive et moins contraignante.
- les administrateurs, pour leur part, bénéficieront d'une structure de contenu rigoureuse, plus facile à maintenir, dans une interface plus évolutive.

b) Lisibilité

Votre nom, votre logo et l'objet de votre site,

Taille du site : actuellement le standard est de 960 px de largeur,

Taille des caractères de police et largeur des paragraphes : le conseil est de 100 caractères par ligne (espaces compris)

Choix des couleurs de fond et des textes...

Exemple : <http://www.onem-france.org>

> Densité des paragraphes : largeur, absence d'ancres ; lisibilité des titres sur fond bleu.

c) Ergonomie = facilité d'utilisation

Une arborescence logique adaptée à un internaute non-averti,

Le menu : rapidement repérable, mot clairs et concis,

Facilité de navigation d'une page à l'autre, possibilité de revenir sur une page précédente, possibilité de revenir au haut de page...

Exemple : <http://www.lesverts34.org>

Conseil : l'internaute doit trouver en 3 clics l'information qu'il cherche.

Association **TÉLA BOTANICA**

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

2) LA CRÉATION DE LA MATRICE GRAPHIQUE

Charte graphique internet = règles (accessibilité, lisibilité, ergonomie) + identité graphique

L'identité graphique

L'identité graphique doit prendre en considération :

- la **sémantique des couleurs** : le blanc qui symbolise la pureté pour les occidentaux, évoque le deuil pour les asiatiques.
- le **vécu collectif**, les références historiques.
- l'**imaginaire populaire** lié à la culture d'appartenance : en occident, l'araignée peut porter malheur ; en Inde, elle est un symbole de liberté car elle peut descendre, mais surtout s'élever le long de son fil.

A) LE GABARIT

Très important car c'est le **format de votre site** et notamment sa largeur qu'il sera difficile de le changer ultérieurement sans avoir à modifier de nombreux autres éléments qui en découlent : la largeur du bandeau, la largeur de vos contenus textes, la taille des icônes...

Conseil : actuellement, le **standard est de 960px de largeur** car la majorité de nos écrans sont des 21 pouces soit 1024 px de large.

Pour vous aider, prenez une feuille papier et disposez les différents éléments de votre site en ayant en tête que vous fonctionnez comme si c'était un tableau dans lequel on remplit des cellules.

Conseil : le téléchargement de vos pages doit s'effectuer rapidement pour ne pas perdre les internautes. Essayez de respecter le poids de **60ko / page**.

B) LES COULEURS

Plaire est une affaire de goût, et votre site internet ne pourra pas plaire à tout le monde. L'important est de vous assurer que votre **choix colorimétrique est lisible**, pour cela, vous pouvez consulter des sites spécialisés de la couleur et accords chromatiques :

- > www.morecrayons.com/palettes/webSmart/colorcube.php : palette couleurs...
- > www.pourpre.com : perception des couleurs, nuanciers...

Conseil : Les couleurs doivent être au service de la lisibilité et de la convivialité.

Exemple : <http://www.civam.org>

- > Univers convivial, apaisant mais au détriment de la lisibilité du contenu.

C) LE BANDEAU

Il comportera votre **logo, votre nom et l'objet de votre site**.

On peut aussi y trouver les menus rapides (Aide, Plan, contact...)

Conseil : un bandeau trop chargé ou comportant trop d'animations fait fuir l'internaute.
Une image trop lourde ralentit l'ouverture des pages.

Exemple : <http://www.graine-pdl.org>

> Qui est l'entité de ce site ? Quel est son nom, son logo ?

D) LES MENUS

Les menus communs se placent généralement en **haut à gauche** car c'est le seul endroit toujours visible peut importe la résolution de votre écran.

La **clarté des mots** et l'**espacement** entre les rubriques est un point essentiel à l'ergonomie de la navigation.

Conseil : un sous-menu maximum pour chaque rubrique.

Attention au choix du déroulement des sous-menus, ils sont parfois mal gérés par certains navigateurs.

Exemple : <http://www.vecam.org>

> menus lisibles et hiérarchisés mais que ce passe-t-il sous IE lorsque l'on clique sur la rubrique "partager, se relier..."

E) LES MENUS RAPIDES

Entre 3 et 5 maximum, au-delà ils n'ont plus d'intérêt et entraînent une confusion.

Des pictos peuvent être utilisés mais soyez prudent quant à leur compréhension.

Conseil : placer les "menus rapides" dans le **bandeau**, si le fond le permet, ou en **haut à droite** de votre page.

Exemple : où se trouve le menu rapide "contact" :

http://www.univ-montp2.fr/index.php?nivo0_id=1

F) LA PAGE CONTENU

Il est important de faire des **pages concises** qui évitent de longues barres de défilement.

Conseil : Une **introduction** améliore la compréhension et la mémorisation.

Exemple : <http://www.graine-pdl.org>

- Contenu

Ligne = 100 caractères

Paragraphes = 3000 caractères

Cependant, si vous voulez des textes plus longs, entre 3 000 et 10 000 caractères, pensez à faire des renvois réguliers vers le haut de page grâce aux ancres.

- **Polices** : quelques polices de caractère compatibles aux différents navigateurs : Times New Roman, Arial, Courier, Helvetica, Georgia, Verdana ...

Conseil : privilégiez une **police bâton**.

Pour une police fantaisie dans les titres, créez une **image**.

- **Titres** : pour une personne qui ne dispose pas d'une vision d'ensemble de la page, le fait qu'un texte soit plus grand ou plus petit qu'un autre, centré sur la page ou de couleur différente, ne l'aide malheureusement pas à comprendre sa fonction réelle dans le contenu.

Seule une vision d'ensemble, après une reconstruction mentale de toutes ces informations, permet de dégager l'idée de l'agencement global du site. La personne navigue donc avec une logique qui va du particulier au général où chaque élément prend une signification.

Conseil : trop de textes ou trop de mots colorisés annulent l'objectif du départ, à savoir permettre de **mettre en**

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

évidence la hiérarchisation du contenu ou l'importance de certains passages.

Exemple : <http://www.tela-botanica.org/actu>

> Des Titres et sous titres clairement hiérarchisés mais une abondance d'articles qui noie l'information. Taille police de la zone Actu rss trop petite.

- **Images** : elles doivent être clairement **séparées du texte** et avoir préalablement été enregistrées en **format web**.

Conseil : image enregistrée en basse résolution 72 dpi, en format rvb ou indexé, et à leur taille d'affichage réelle sur la page internet.

- **Les liens** : utilisez une **couleur** pour les faire ressortir.

Conseil : au survol, privilégiez le changement de couleur ou le soulignement.

G) LE PIED DE PAGE

Les mention légales, technologies utilisées (licences libres Creative commons, standard w3C...)

EN CONCLUSION

N'oubliez pas que la charte graphique, c'est l'art et la manière de rendre votre site internet ergonomique, facile et agréable à consulter.

BONUS PRATIQUES : EN VRAC

> Le design de votre site est une clé déterminante dans le rapport de confiance et de professionnalisme que vous aurez avec vos interlocuteurs. Une mise en page mauvaise, une mauvaise impression, trop de textes... rebuteront vos internautes plus que de les aider.

> Une bonne mise en page n'augmente pas les performances mais contribue largement à la satisfaction de l'internaute.

> Un lien colorisé est plus cliqué qu'un lien noir car il est plus facilement repérable.

> Il est important de prendre en compte la catégorie de vos utilisateurs dans le choix de mettre une icône, un lien ou les deux. Les liens sous format texte sont plus souvent cliqués car compris plus rapidement.

> Un bon principe pour les icônes : les faire les plus grandes possible, les mettre dans une zone permanente et les disposer horizontalement.

> L'acceptation et l'impact d'une animation sont augmentés lorsque l'utilisateur est prévenu et invité à lancer son démarrage quand il le souhaite.

> L'utilisation d'espaces blancs entre les paragraphes et pour les marges gauche et droite augmente la compréhension de 20 %.

> De façon générale, une page dense avec beaucoup de liens met plus de temps à être assimilée ; néanmoins, un alignement répétitif n'augmente pas la compréhension.

> Les avertissements conduisent, le plus souvent, à une acceptation et incitent l'internaute à poursuivre sa recherche.

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

- > La multiplication des menus entraîne l'internaute à parcourir votre site plus que ça ne l'aide à trouver une information.
- > Les internautes sont plus patients lorsque le contenu est de qualité.
- > Une page d'accueil trop agressive et chargée ne donne pas envie à l'internaute de naviguer plus loin.
- > Le rendu final d'une page Web n'est pas le produit figé des règles de présentation fixée par son auteur : il résulte de la combinaison des 3 sources de styles : l'auteur, l'agent utilisateur et de l'utilisateur lui-même.

RESSOURCES

<http://openweb.eu.org/> <http://openweb.eu.org> : une multitude d'articles pour vous aider à construire un site accessible et répondant aux standards W3C et WAI.

<http://validator.w3.org/> <http://validator.w3.org> : validation du code html de votre site

<http://jigsaw.w3.org/css-validator> : validation du css de votre site

<http://www.yoyodesign.org/doc/w3c/css2/cover.html>, <http://www.yoyodesign.org/doc/w3c/css2/cover.html> : traduction française des recommandations du css2 pour le standard W3C

<http://www.la-grange.net/w3c/wcag1/wai-pageauth.html>, <http://www.la-grange.net/w3c/wcag1/wai-pageauth.html> : directives pour l'accessibilité de votre site aux personnes handicapées

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

SQUELETTES HTML ET FEUILLES DE STYLE EN CSS

Dans les sites dynamiques, sont séparés :

- le fonds (le contenu texte est stocké et classé dans des bases de données)
- la forme : on associe un squelette html à une feuille de style en css

LE SQUELETTE HTML

En informatique, le squelette d'un site web désigne l'ossature d'un site web, c'est-à-dire le modèle de mise en forme d'une page destinée à être chargée dans un navigateur internet.

Lors de la conception d'un site internet, il peut être utile de concevoir une page unique, un modèle qui sera utilisé par toutes les autres pages du site internet.

La conception de ce modèle unique :

- Facilite les mise à jour ultérieures du site,
- Facilite la navigation des visiteurs,
- Assure une cohérence structurelle sur toutes les pages du site --> [dans SPIP](#), on décide une fois pour toutes du gabarit suivant lequel s'affichent les articles

Cette page unique, est parfois appelée squelette du site web, ou kit graphique, ou template.

LES FEUILLES DE STYLE EN CSS

Le même squelette peut être "habillé" avec différents styles.

-> cf. [Css Zen Garden](#)

Le langage informatique CSS (Cascading Style Sheets : feuilles de style en cascade) est utilisé pour décrire la présentation d'un document structuré écrit en HTML.

HTML ne décrit que l'architecture interne, tandis que CSS décrit tous les aspects de la présentation (couleur, taille, police des textes, emplacement, taille, couleur ou image de fonds des blocs).

Cette séparation fournit un certain nombre de bénéfices :

- améliorer l'accessibilité,
- changer plus facilement de structure et de présentation,
- réduire la complexité de l'architecture d'un document.

RESSOURCES

Codes couleurs

<http://www.espace2001.com/espace/couleurs.php>

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : 91-34-05694-34

Personnaliser le graphisme d'un Wikini

<http://www.wikini.net/wakka.php?wiki=CommentPersonnaliserGraphiquementWikiNiEn10Minutes>

Techniques CSS

<http://pompage.net/pompe/cssdezero-1/>

Association TÉLA BOTANICA

Institut de botanique - 163, rue Auguste Broussonnet - 3 4 0 9 0 M o n t p e l l i e r

mel : accueil@outils-reseaux.org

Association Loi 1901 – Siret 428 898 951 00028 - n° prestataire de formation : **91-34-05694-34**