



INFOGRAPHIE MATRICIELLE

Élaborer une charte graphique

Comment élaborer une charte graphique ?

Document de formation

(Largement inspiré de l'excellent tutoriel de Yannick Piauxt (sp0z) sur le Site du Zéro)

Une charte graphique ? Késako ?

L'élaboration de la **charte graphique** (ou **design**) est une **étape très importante** dans la conception d'un site Web. Il s'agit de concevoir la **maquette** qui va définir **l'aspect global du site**. En gros, on détermine le style, les éléments graphiques et leur positionnement (images, bannières, logo, etc.), les couleurs, les formes et les polices de caractère du site Web.

À la fin de cette étape, réalisée grâce à un logiciel comme Photoshop, **on obtient une image au format JPG** qui sera donc **la charte graphique du site** et qui représentera le visuel final.

À quoi ça sert ?

Une charte graphique, ça sert en gros à ce que le client sache qui vous êtes en un seul coup d'œil. Une charte graphique sert donc à **créer une identité visuelle** pour une entreprise, une marque, un produit ou encore un site Web.

Cette identité visuelle est en réalité une **identité graphique**, car elle est générée par des **couleurs**, des **polices de caractère** spécifiques, un **logo** ou encore un agencement de tout ce qui précède.

Voici quelques exemples de logos qui créent une identité visuelle pour une entreprise ou un produit (personnage célèbre, film, marque de commerce, etc.).

Identité graphique créée par une police de caractère spécifique



Identité graphique créée par un logo



Identité graphique créée par des couleurs.



La police utilisée pour ces logos ressemble à une police classique (*arial narrow* pour Youtube et *Arial Black* pour IKEA par exemple), mais c'est l'**association des couleurs** qui fait penser à la marque. D'ailleurs, vous pouvez faire un test simple : remplacez le nom de la marque par n'importe quel autre texte et l'association des couleurs vous fera malgré tout penser à la marque d'origine.

Tiens ! Je vous aide à tenter l'expérience, rien que pour le plaisir de faire un clin d'œil à notre conseillère pédagogique qui se plaint toujours que j'utilise trop d'anglicismes...



Et voici le dernier cas de figure, c'est-à-dire l'identité graphique créée par un **agencement de plusieurs critères** (association couleur/police ou couleur/logo par exemple)



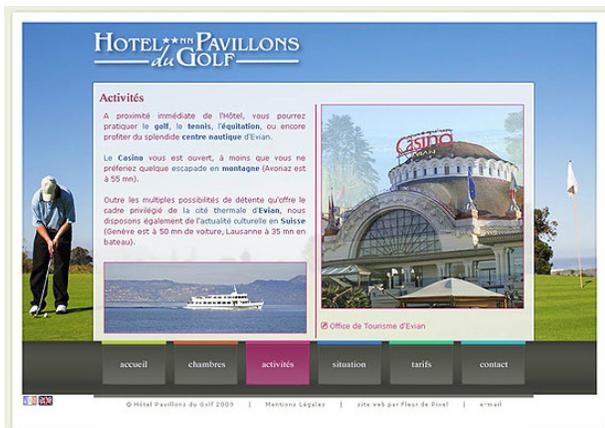
Évidemment, dans le cas qui nous intéresse (la conception de la charte graphique d'un site Web, oui, oui, l'aviez-vous déjà oublié ?), il ne faut pas juste se concentrer sur la création du logo.

Dans le cas d'un site internet, il s'agit de créer une **homogénéité visuelle** (composée d'images, de couleurs, de formes et... bien sûr d'un logo) qui se retrouvera de page en page et qui permettra aux consommateurs de répondre d'un seul coup d'œil aux questions suivantes :

- À qui appartient ce site ? À qui ai-je affaire ?
- De quoi traite ce site ? De quoi ça parle ?
- Quelles informations me donne ce site ? Pourquoi suis-je là ?

Donc, concrètement, il va falloir créer le logo, certes, mais aussi choisir les couleurs du site, les polices utilisées, la forme des menus.

Voici quelques exemples de chartes graphiques pour un site internet.



Alors comment fait-on ?

Il n'y a pas de règle précise pour élaborer une charte graphique, car aucune ne se ressemble ! Et pour cause, tous les sites internet sont différents les uns des autres ! En revanche, il y a quelques principes fondamentaux à respecter.

Avant tout, une charte graphique doit être cohérente et donner une certaine **homogénéité**. Si vous voulez que le client se souvienne de vous, pas question de changer les couleurs et les logos à chaque page du site. **Vous devez donner une identité au site**, c'est-à-dire lui créer un caractère permanent et stable.

Le choix du thème

Et c'est là que la tempête d'idées que vous avez préalablement réalisée va vous être utile.

Pardon ? Ah... Non ? Vous ne l'avez pas faite ? Alors... Où sont vos mots clés ? Vos associations d'idées ? Eh bien voilà ! Vous venez de tomber dans le premier piège !

Prenons deux exemples très pertinents, tirés du Site du Zéro (encore lui !) :

- a. Supposons que vous devez réaliser un site internet dont le thème serait la forêt. Qu'est-ce qui caractérise la forêt selon vous ? Comment peut-on **graphiquement** recréer cet univers pour que, d'un seul coup d'œil, le visiteur sache de quoi parle le site ? On peut penser au bois, à la texture boisée, à la couleur verte, à la mousse au pied des arbres, aux feuilles, à l'eau, à la terre... Et si le site parle plus précisément de la transformation du bois, on rajoutera des images de planches sciées ou de copeaux, de produits transformés, etc. Les voilà nos fameux mots clés et nos fameuses couleurs que nous avons définis dans notre tempête d'idées !
- b. Vous devez à présent réaliser un site internet qui parle des anges... On ne sait pas encore quelles couleurs vont être utilisées, mais on imagine déjà que ce seront des tons clairs ou pastels (blanc, rosé, bleuté, etc.). Il va aussi falloir prévoir sans doute des nuages, des ailes ou des plumes, des robes blanches, des étoiles, des auréoles, ou n'importe quoi qui peut se rapporter à ce thème.

C'est pour cela que bien souvent, il est utile d'aller visiter des sites internet qui parlent du même thème, pour vous donner de l'inspiration.

Le choix des couleurs

Voici trois règles importantes à respecter concernant le choix des couleurs :

- Elles doivent se rapporter au thème
- Elles doivent bien s'agencer entre elles
- Elles doivent être agréables à l'œil, du point de vue de la **visibilité** (ni trop lumineuses, ni trop foncées) et de la **lisibilité** (du texte blanc sur un fond gris pâle, vous avez déjà essayé de lire ça ? Hum ?)

La bonne nouvelle c'est que des spécialistes se sont déjà occupés de la situation et qu'ils vous ont facilité le travail ! Allez voir sur <https://kuler.adobe.com/> et choisissez la palette qui correspond le mieux à vos attentes. Lorsque votre palette de couleurs sera choisie, n'oubliez pas de **noter les codes hexadécimaux** des couleurs (par exemple : #E67E30)

Il suffira ensuite de déterminer les **couleurs principales** (celles qui sautent aux yeux en premier lorsque le site s'affiche) et les **couleurs secondaires** (couleur de la police, des titres, etc.)

Définir la typographie (la police de caractère)

La typographie est très importante, car elle donne d'emblée une certaine image du produit.

RAM LE CAMION QUI DURE POUR LES VRAIS DURS...

RAM le camion qui dure pour les vrais durs...

Alors ? Quelle phrase paraît indestructible ?

La couleur aussi est importante !

RAM le camion qui dure pour les vrais durs...

RAM le camion qui dure pour les vrais durs...

Intéressant, non ?

Alors associez les deux d'une manière malencontreuse et vous êtes sûr de couler le produit !

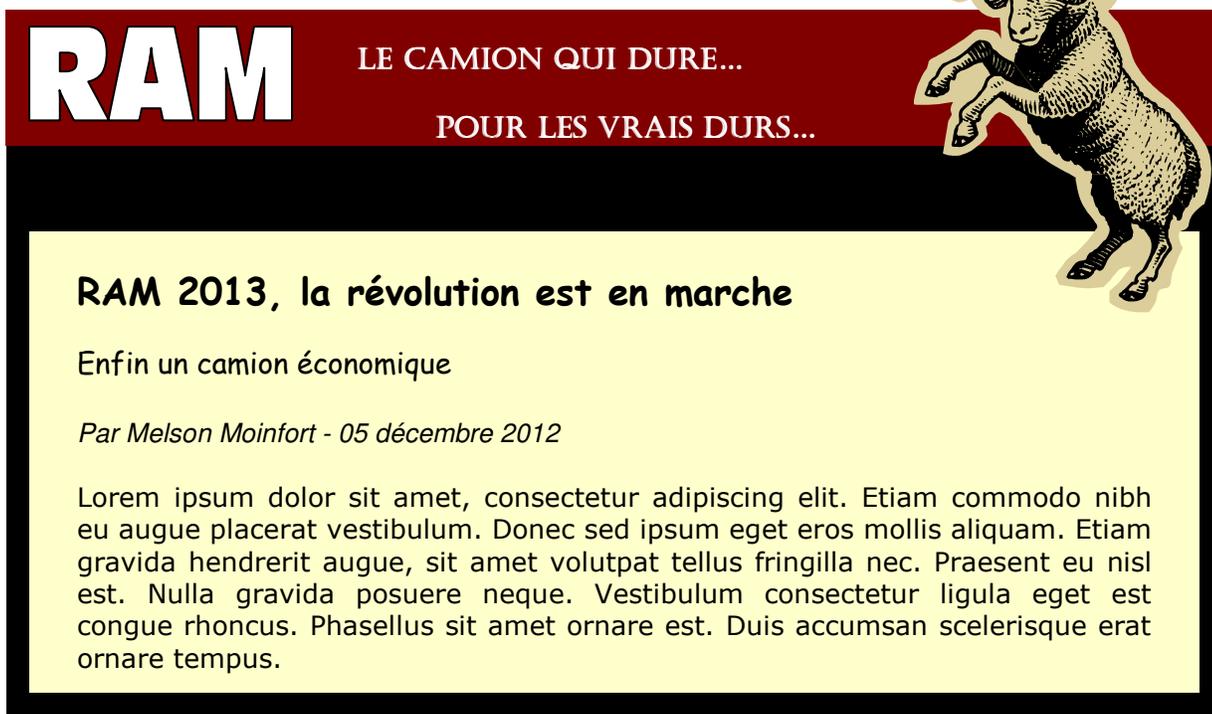
RAM LE CAMION QUI DURE POUR LES VRAIS DURS...

RAM le camion qui dure pour les vrais durs...

Entre vous et moi, lequel achèteriez-vous pour aller jouer dans la boue ?

Il faut aussi conserver une certaine homogénéité dans vos choix de police ; une police pour les titres, une pour les sous-titres, une pour le texte des articles... Et c'est tout ! Éventuellement, votre logo pourra lui aussi avoir sa propre police ou être composé d'une association de deux polices différentes. Bref, si vous avez eu le réflexe de compter, vous verrez qu'une charte graphique de site internet doit contenir entre 2 et 5 polices... Pas plus.

Exemple :



The banner consists of a dark red header bar with the word "RAM" in large white letters on the left and the text "LE CAMION QUI DURE... POUR LES VRAIS DURS..." in white on the right. To the right of the text is a black and white illustration of a ram. Below the header is a yellow rectangular area containing the text "RAM 2013, la révolution est en marche", "Enfin un camion économique", "Par Melson Moinfort - 05 décembre 2012", and a paragraph of Lorem Ipsum text.

Dans cet exemple, 5 polices ont été utilisées et elles seront conservées à l'identique sur chaque page du site et pour chaque article écrit.

Bannière : *Incised901 Nd BT et Castellar*. Titre et sous-titre : *Comic Sans MS*.

Auteur et date de parution : *Times New Roman*. Corps du texte : *Verdana*.

Le logo

On va souvent commencer par réaliser le logo avant de travailler sur le reste de la charte graphique.

Alors pourquoi diable ce chapitre arrive-t-il presque en dernier ?

Et bien parce que pour réaliser un logo, il va falloir que vous vous serviez de tous les enseignements qui vous ont été dispensés ci-dessus !

Une fois que votre logo sera réalisé, vous pourrez vous appuyer sur son concept et sur ses couleurs pour décliner votre charte graphique au complet.

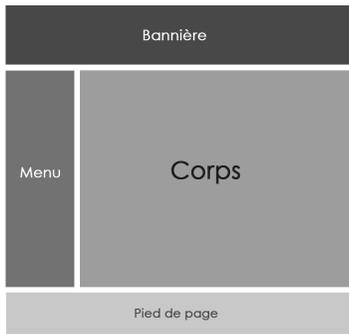
Le logo est un élément majeur d'une charte graphique. Le résultat final est bien souvent à la hauteur de la créativité de son auteur. Si vous êtes, comme moi, dépourvu de tout talent dans ce domaine, reprenez seulement deux mots : SIMPLICITÉ et EFFICACITÉ.

La disposition des éléments graphiques

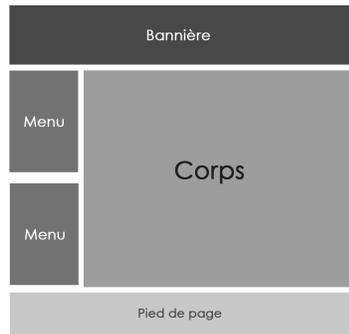
Il s'agit maintenant de décider de l'agencement des différents composants du site. Dans les cas les plus classiques, les sites internet sont composés de quatre parties principales :

- **La bannière** (aussi appelée « en-tête » ou « header »). C'est le cœur graphique de notre design. C'est elle qui donne le ton, c'est elle qui joue le premier rôle en terme d'esthétisme. Elle est l'emblème de la charte graphique.
- **Le menu**. Le menu va permettre de choisir le contenu à afficher. Par exemple, on va pouvoir y mettre différentes sections du site en leur donnant des noms évocateurs comme "Page d'accueil", "Contact" ou encore "Qui sommes-nous ?".
- **Le corps**. Dans le corps, on affiche tout le contenu de la page. Si j'ai cliqué, par exemple, sur le bouton "Contact" du menu, le corps va afficher des coordonnées, une carte, un plan, un formulaire de contact, etc.
- **Le pied de page (aussi appelé « footer »)**. On utilise le pied de page pour afficher des choses de manière moins apparentes. Souvent, on peut lire dans les pieds de page les "copyrights" des auteurs du site, leurs noms, les mentions légales de l'entreprise éditrice du site, etc.

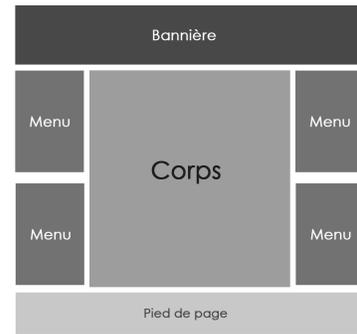
Rien n'empêche ensuite de prendre ces quatre composantes principales et de décliner la présentation du site sous plusieurs formes. À vous de choisir !



1 menu à gauche



2 menus séparés à gauche



2 menus à gauche et 2 menus à droite

On récapitule

Les étapes gagnantes :

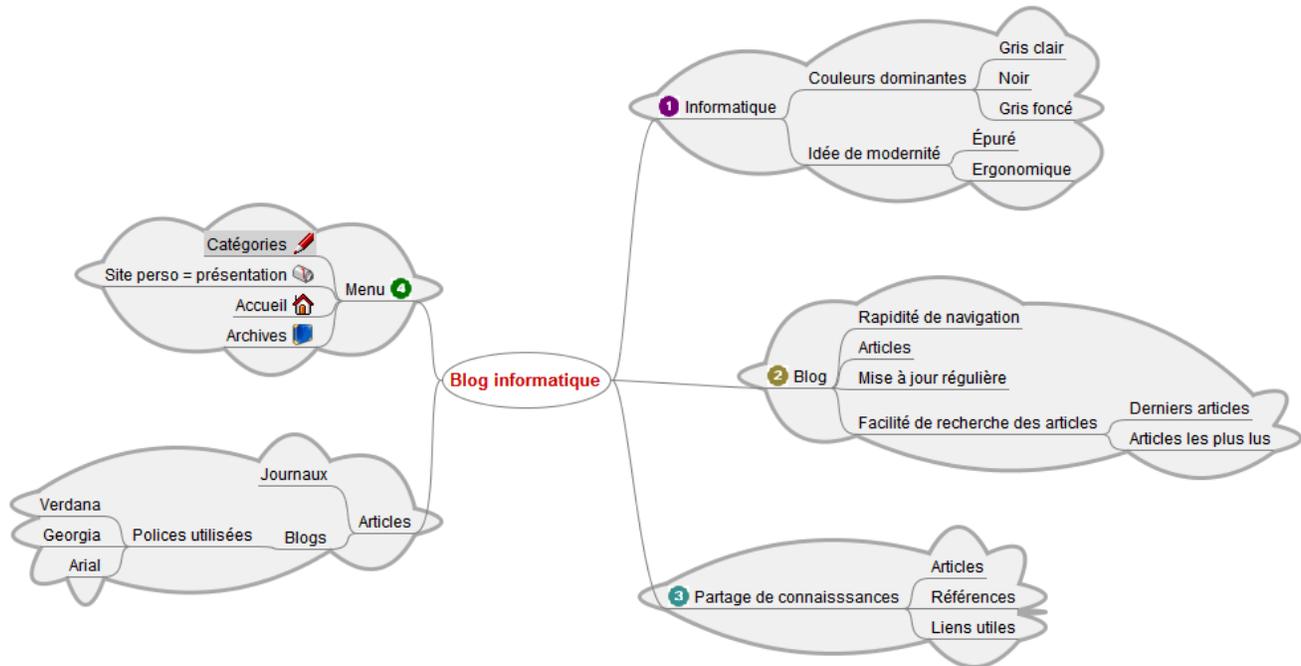
1. Une tempête d'idées qui permettra de bien cerner le thème du site internet.
2. La création du logo.
3. La disposition des éléments graphiques (maquette papier).
4. Le choix des couleurs du site (entre 3 et 5).
5. Le choix des polices du site.
6. La réalisation de la maquette sur Photoshop (assemblage des différents éléments).
 - La création de la bannière (qui en général contient le logo).
 - La création des menus.
 - La simulation d'un contenu.
 - La création d'un pied de page.

Exemple de création d'une charte graphique, étape par étape

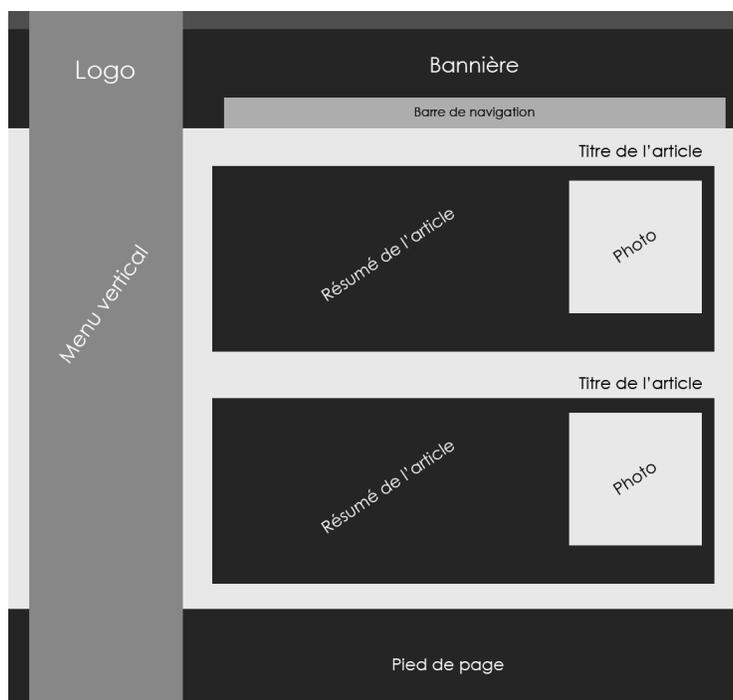
Le défi : vous êtes passionné d'informatique et souhaitez partager vos connaissances en installant sur la toile un site internet type "blog".

La tempête d'idées

La tempête d'idées va nous servir à définir le thème du site internet. On peut la modéliser grâce à une carte heuristique (ou carte conceptuelle). On note les mots et les idées en les regroupant par sous-thème. Par exemple, la carte a été réalisée avec FreeMind, un petit gratuiciel que vous pouvez facilement télécharger sur Internet.



Le design du site



Un exemple parmi tant d'autres ! Mais vous remarquerez que beaucoup de blogues sont conçus sur ce modèle. Nous avons donc choisi un classique du genre. Idéalement, cette maquette doit être réalisée avec un papier et un crayon...

Il faut à présent habiller cette maquette et on commence traditionnellement par le haut.

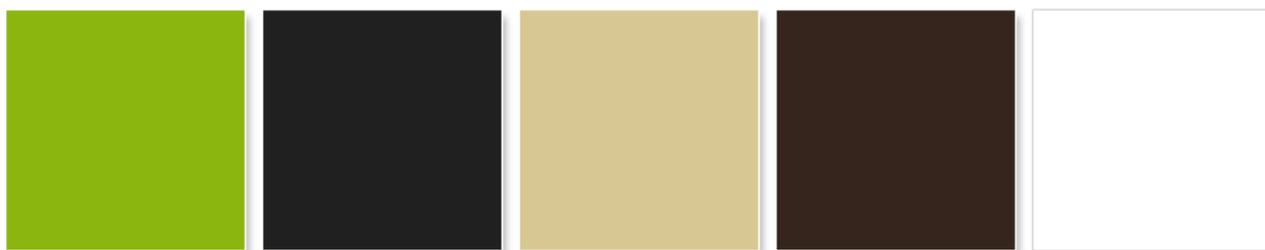
Le logo et la bannière

Dans ce cas précis, nous allons traiter les deux ensemble, car le logo va s'intégrer à la bannière. Rassurez-vous, point de graphisme compliqué. Épuré, simple et efficace, voici les trois qualités principales d'un bon logo, surtout pour un sujet comme l'informatique. Rappelez-vous, il faut rester dans le thème (voir la carte conceptuelle réalisée suite à la tempête d'idées) et il faut donner une idée de modernité.

Notre logo sera donc composé d'une simple phrase accrocheuse avec une typographie relativement classique. On rajoutera cependant une lettrine pour insérer un élément graphique intéressant. On va aussi attirer l'œil du lecteur avec un joli et lumineux vert pomme (simple goût personnel). Cette « folie » sera la seule que nous allons nous permettre, car il ne s'agit pas de faire fuir l'internaute avec un amalgame de couleurs trop fluorescentes. Le reste du site sera donc un modèle de sobriété.



Le choix des couleurs



Couleurs majoritaires : noir et beige (sobre et moderne).

Couleurs secondaires : vert, marron et blanc (le blanc sera utilisé pour écrire sur le noir, le marron pourra être utilisé pour écrire sur le beige par exemple)

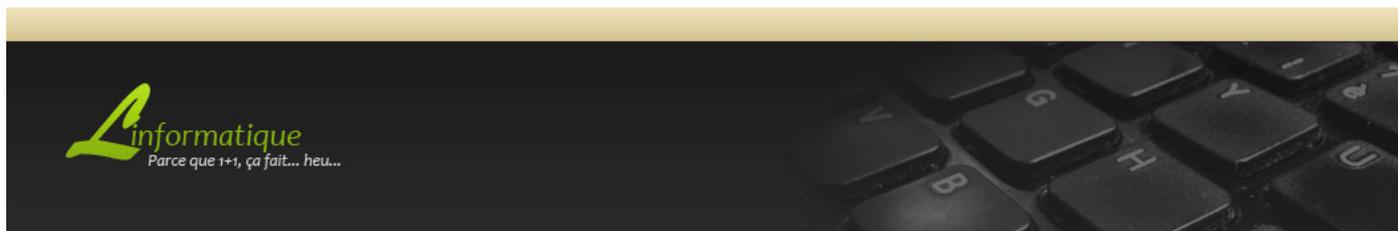
La bannière

Tout d'abord, il va falloir définir sa taille.

Mettez-vous dans la peau de vos internautes. Beaucoup d'écrans sont encore en résolution 1024px X 768px. Vous ne pouvez pas ignorer ce fait.

Si votre bannière est plus large que 1024px, les visiteurs ne la verront pas en entier, ils devront utiliser les barres de navigation pour aller d'un bout à l'autre. Vu que vous avez mis le paquet sur le *design*, ce serait vraiment triste de tout gâcher ainsi... N'est-ce pas ?

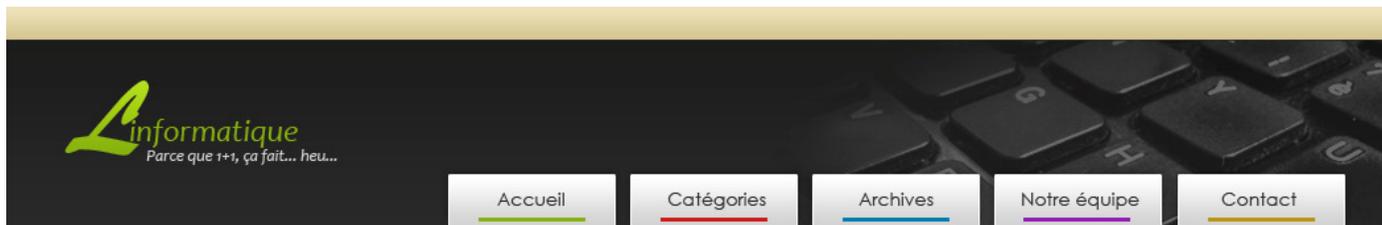
Allons-y donc pour une taille de 950px de large et... 150px de haut.



- Nouveau fichier de 950x150 (résolution de 72 ppp).
- Outil pot de peinture pour colorier en noir (ou bien outil dégradé pour passer du noir au gris très foncé).
- Agrandissement de la zone de travail de 20px vers le haut.
- Outil pot de peinture pour remplir la zone avec la couleur beige.
- Intégration du logo à gauche. Ajustement de la taille et de la position du calque.
- Intégration d'une photo de clavier d'ordinateur. Ajustement de la taille et de la position du calque. Mode de fusion luminosité. Découpage d'une partie du calque avec l'outil rectangle de sélection (contour progressif de 30px). Nouveau calque par copier (on masque ensuite l'ancien calque). Opacité du calque réglée à 30%.

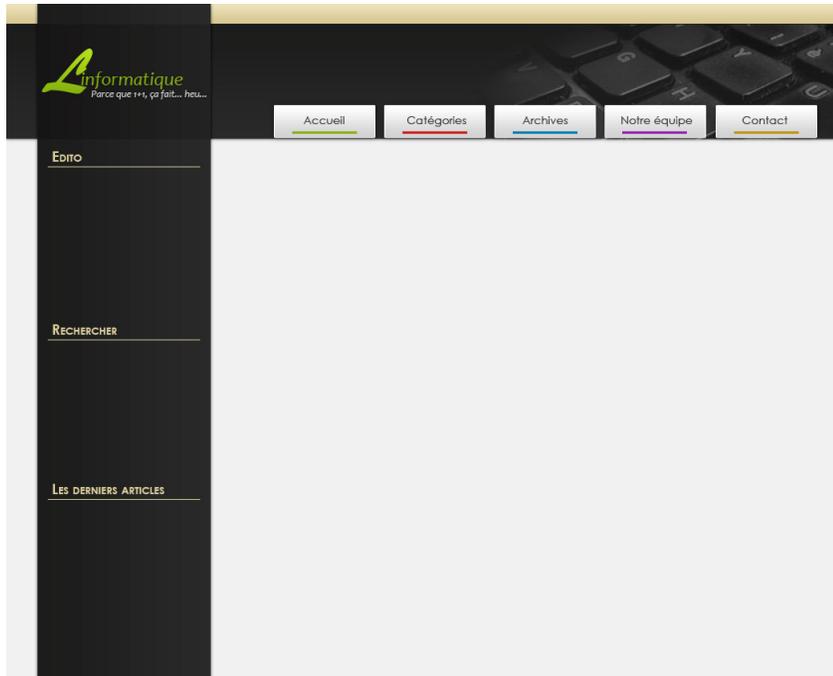
Bref, vous avez appris tout ça dans votre cours, il suffit de savoir transposer les apprentissages.

Ajout de la barre de navigation

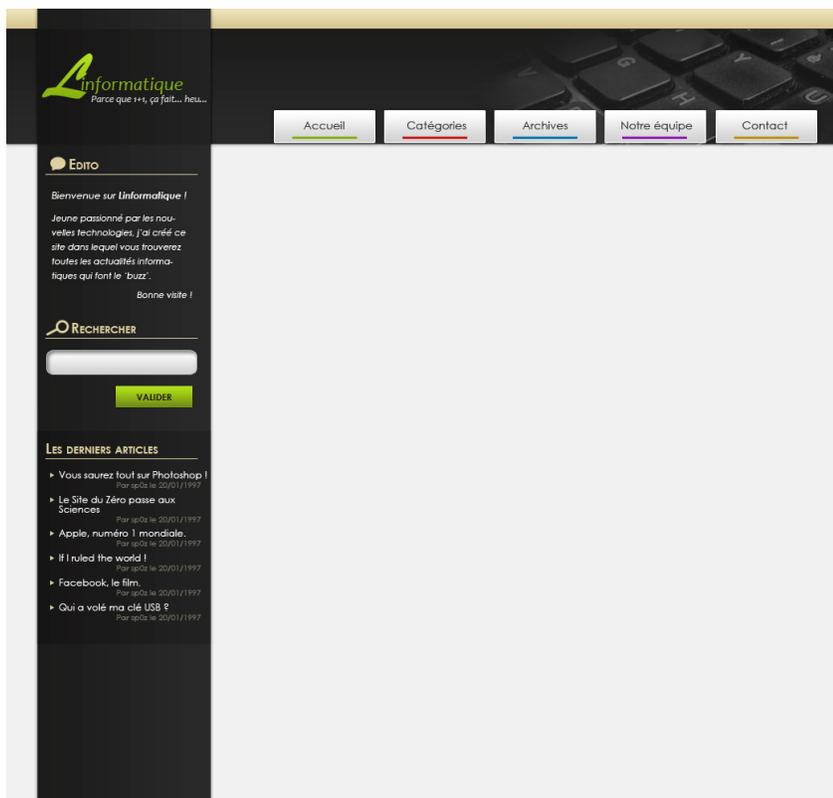


- Outil rectangle. Couleur blanche. Effet sur le calque (incrustation en dégradé du blanc au gris clair). Duplication du calque.
- Outil trait. Duplication du calque pour garder la même taille. Changer la couleur de chaque trait par la suite.
- Ajout des calques de texte. Police Verdana (voir carte conceptuelle).

Le menu vertical

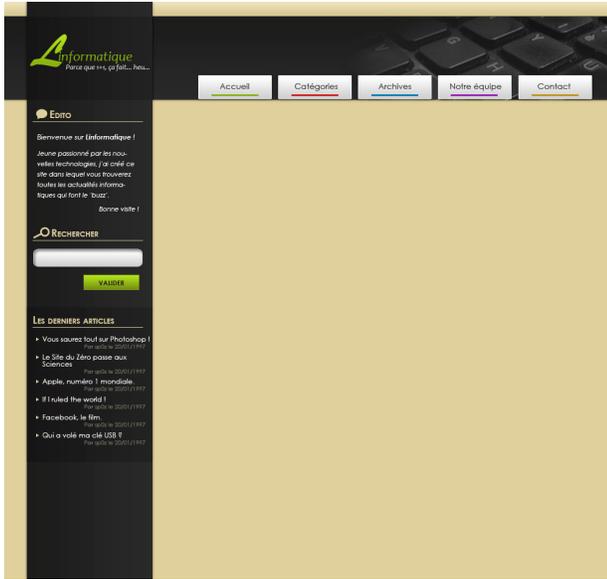


- Agrandissement de la zone de travail par le bas.
- Ajout d'un rectangle de couleur (noir, gris foncé, ou dégradé d'une couleur vers l'autre, comme pour la bannière).
- Outil trait pour la séparation des rubriques + outil texte pour les titres.

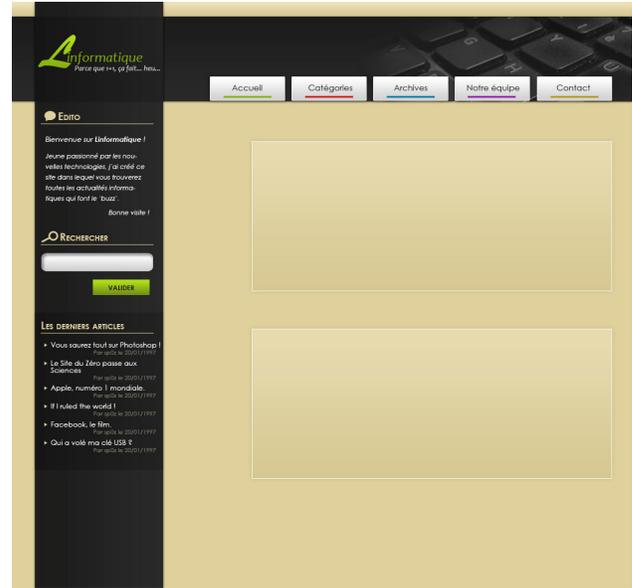


- Simulation du contenu de la rubrique « édito » grâce à l'outil texte.
- Simulation de la rubrique « rechercher » grâce à l'outil rectangle et rectangle arrondi. Des effets sont appliqués sur les calques (incrustation de dégradés, ombre interne, biseautage et estampage, etc.)
- Simulation de la section des derniers articles grâce à l'outil texte. Application d'un rectangle un peu plus foncé en arrière du texte pour faire ressortir la rubrique.

Le corps



- Définition d'une couleur de fond pour le corps du site. Outil pot de peinture avec la couleur beige (appliqué sur le calque d'arrière-plan).



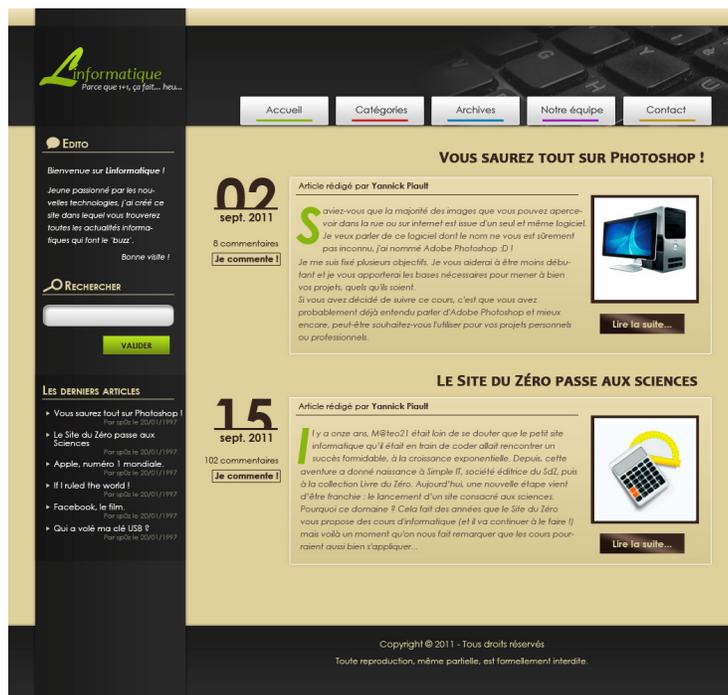
- Création de blocs pour faire ressortir les différents articles. Outil rectangle. Effet sur le calque (incrustation de dégradés, ombres, contour, etc.). Duplication du calque autant de fois qu'il y a de blocs différents.



- Dans les blocs : ajout des images avec un style de calque approprié, ajout des boutons « lire la suite » avec l'outil rectangle, ajout du texte avec l'outil texte...
- Etc.

Le pied de page

Dernière étape de notre charte graphique ! Déjà !



- Ajout d'un rectangle de couleur (le même que celui de la bannière !). On le fait passer derrière le rectangle du menu vertical, ça donne du style !
- Ajout d'une zone de texte pour le contenu du pied de page.

Et voilà... c'est FINI ! Merci Yannick Piauxt pour tous tes bons conseils.

À vous de jouer maintenant !

Références

Article sur la typographie :

http://photographistes.canalblog.com/archives/les_supports/index.html

Police Facebook :

<http://www.fontshop.com/search/?q=klavika+bold>

Logos francisés :

<http://logonews.fr/de-celebres-logos-devenus-frenchy/>

Exemples de chartes graphiques :

<http://www.fleurdepixel.fr/>

Et bien sûr, l'incontournable, l'inénarrable...

<http://www.siteduzero.com>