

Charte Graphique

Sommaire

01. A propos	3
Description	4
Inspiration	5
Persona	6
02. Oeil	7
Construction	8
Zone d'exclusion	9
Taille	10
Utilisation en fonction du fond	11
Règles d'usage / Interdits	12
03. Couleurs	13
Palette de couleurs	14
Accessibilité	15
04. Typographie	16
Big Brother	17
Utilisation	18
Exo 2	19
Utilisation	20
05. Elements visuels	21
Icônes	22
Illustrations	23
Personnalités publiques	24
Photographies	25
Vidéos	26
06. Mise en situation	27
Site web	28
Jeu interactif	29
Affiches	30
Réseaux Sociaux	31



MULTIMÉDIA

01. A PROPOS

Description

Nos données personnelles sont constamment observées. Quand nous sommes sur le web, les sites récupèrent nos données via les cookies. Une fois récupérées, les data brokers analysent nos informations et créent un profil utilisateur pour chaque personne. Nos données peuvent ensuite être vendues à des entreprises privées pour faire de la publicité ciblée. Ce marché est estimé à 400 milliards d'euros en Europe. Nos données peuvent également être utilisées à des fins politiques en influençant nos décisions via des post ciblés sur les réseaux sociaux par exemple.

Pour sensibiliser les étudiants aux conséquences du bouton "Accepter les cookies" et de ce que cela signifie pour leurs données personnelles, j'ai imaginé une campagne de communication choc. Cette dernière est réalisée par une association privée lanceuse d'alerte que j'ai créée. La principale inspiration pour cette campagne est le roman "1984" de George Orwell qui décrit une société constamment observée par le gouvernement via les différents appareils technologiques du quotidien. Le style graphique est quant à lui inspiré de l'affiche du célèbre film "Metropolis" avec des photos en noir & blanc et un ou deux éléments mis en avant via une couleur rouge.



Inspiration



Persona



JULIETTE PARISOT

Juliette PARISOT est une jeune étudiante à l'Université de Franche-Comté. Elle utilise régulièrement son ordinateur pour travailler et poster ses photos sur les réseaux sociaux. Elle maîtrise assez bien le numérique mais elle n'est pas sensibilisée à la cybersécurité et aux risques de la fuite de ses données personnelles. Quand elle consulte des sites elle ne fait jamais attention aux cookies, elle clique toujours sur "Accepter".

 19 ans	 Etudiante
 Etupes	 Seule
Personnalité	
 Curieuse	 Dynamique
 Extravertie	 Sociable

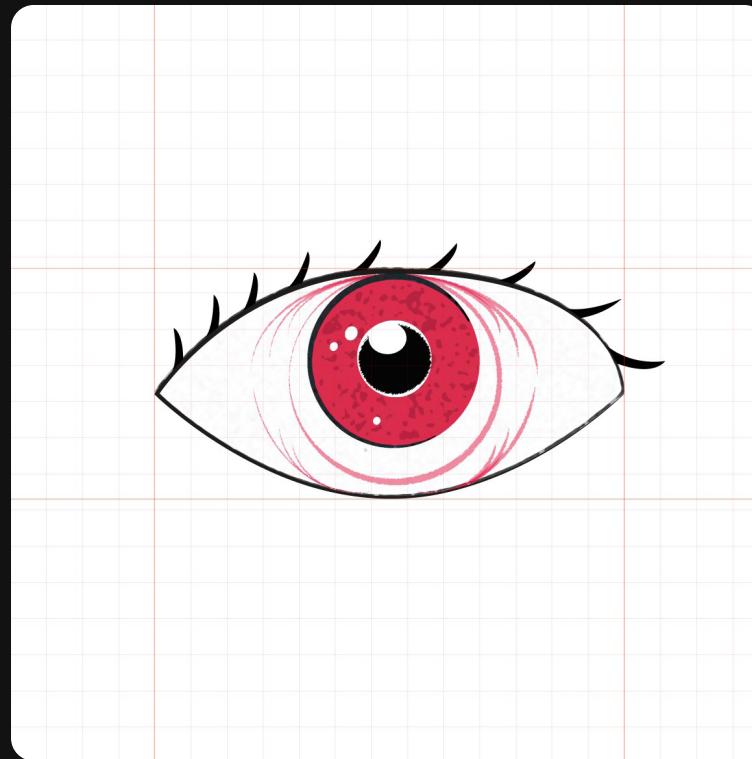
Objectifs	Médias favoris
<ul style="list-style-type: none">Protéger ses données personnellesSavoir où partent ses données personnelles	   
Freins	Centres d'intérêt
<ul style="list-style-type: none">Manque de tempsNe pas pouvoir accéder aux sites qu'elle souhaite	 Photographie  Lecture  Voyage  Numérique



02. OEIL

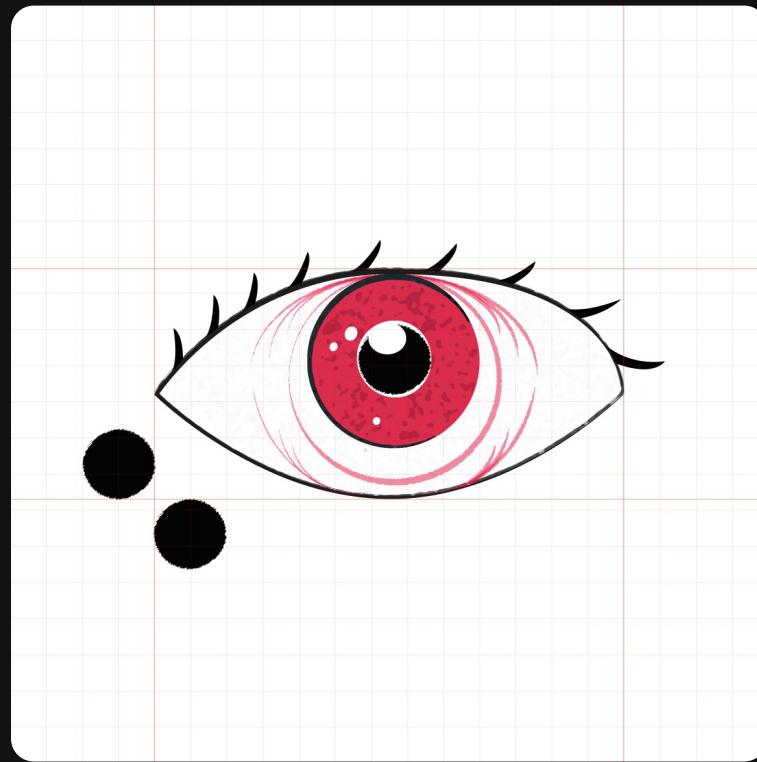
Construction

L'élément principal de ma campagne de communication est un oeil. Ce dernier, inspiré du personnage de « Big Brother », représente toutes les personnes qui peuvent nous regarder au quotidien via nos données personnelles et via les cookies. C'est un symbole fort, qui attire tout de suite le regard et qui permet de se sentir concerné immédiatement. Il est construit de la même façon qu'un oeil classique sauf que l'iris est rouge pour rester cohérente avec le reste de l'identité visuelle et pour rendre le regard encore plus terifiant.



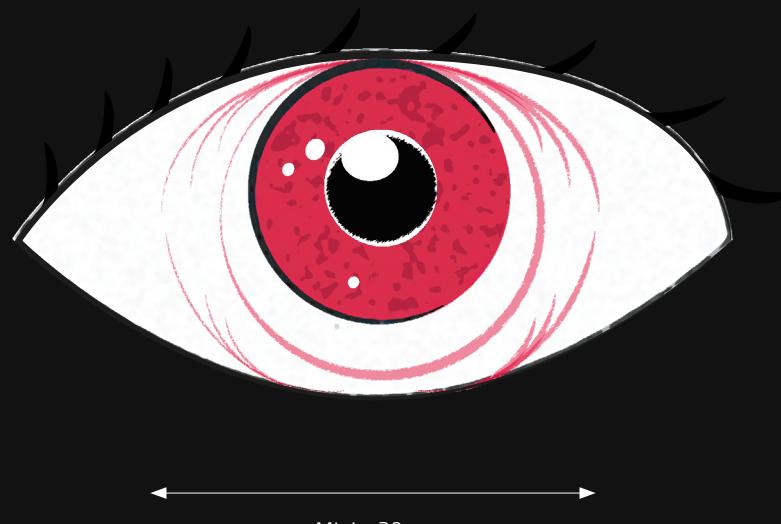
Zone d'exclusion

Afin de rester attractif, l'oeil doit garder une certaine distance avec les éléments environnents. Pour cela, j'ai défini une zone d'exclusion à respecter quelle que soit la taille de l'oeil. Cette zone prend pour base la pupille.



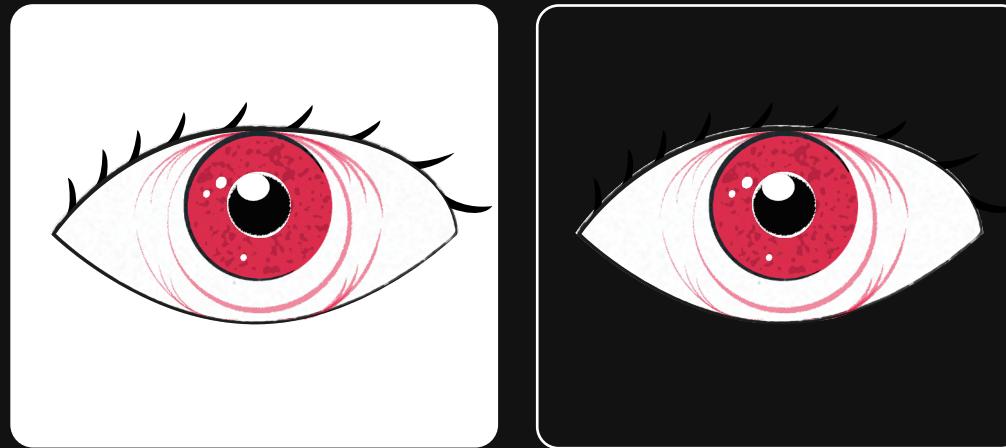
Taille

L'oeil doit seulement avoir une taille minimale de 30px. En dessous de cette taille, il est trop petit pour être clairement lisible.



Utilisation en fonction du fond

L'oeil peut être utilisé avec n'importe quel fond. Néanmoins il est principalement destiné à une utilisation sur fond noir ou blanc.



Règles d'usage / Interdits

L'oeil ne doit en aucun cas être modifié, il doit rester tel que défini dans cette charte graphique. Il peut néanmoins être légèrement coupé sur le côté pour certaines utilisations comme une photo de profil sur les réseaux sociaux par exemple.



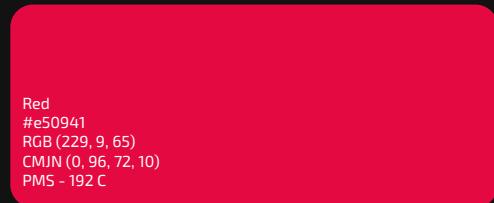
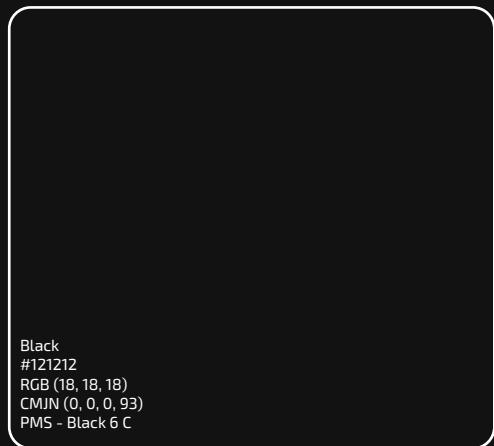
03. COULEURS



Palette de couleurs

Afin de garder un style sobre, je n'ai choisi que deux couleurs principales et deux couleurs secondaires. Afin de se rapprocher du style de l'affiche Metropolis, j'ai centré ma communication sur une base de noir & blanc avec seulement une couleur rouge pour mettre en avant le texte ou d'autres éléments importants. La dernière couleur n'est utilisée que dans le jeu interactif afin de créer une nuance par rapport au noir principal.

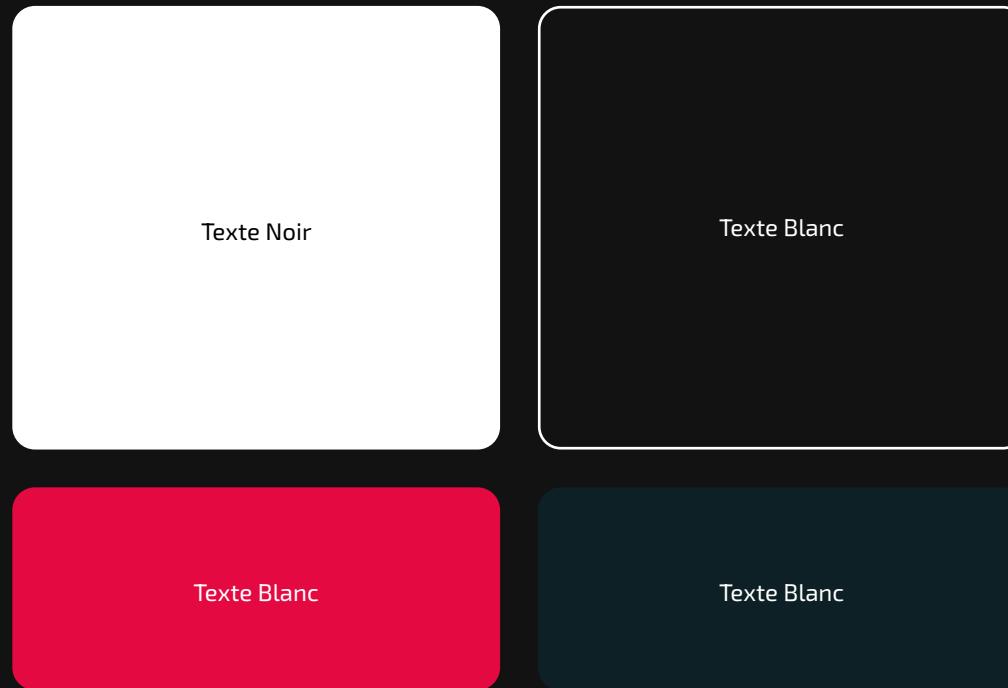
Pour les supports print, les codes couleurs à utiliser sont le CMJN et le PMS. Les autres codes servent aux supports hors print comme le site web.



Accessibilité

Pour assurer un design inclusif, l'accessibilité des couleurs doit être prise en compte. Voici quelques exemples de contrastes à respecter entre le texte et le fond.

Pour vérifier si le contraste est correct, tester en ligne via le site suivant :
<https://atmos.style/contrast-checker>





04. TYPOGRAPHIE

Big Brother

Au-delà de porter le nom du personnage ayant inspiré ma campagne de communication, la typographie Big Brother apporte un côté fort et moderne à mon identité graphique. Elle permet de mettre en avant des textes percutants en attirant l'attention de l'utilisateur.

AA

ABCDEFGHIJKLMNØPQRSTUWXYZ
1234567890

Big Brother
Weight: 400

Utilisation

h1
Big Brother
150 px

SHOW MANGLED

h2
Big Brother
48 px

GRUMPY WIZARDS MAKE A TOXIC BREW

Exo 2

La typographie Exo 2 complète l'identité graphique en gardant un côté moderne et épuré. Sans empattement, elle reste sobre tout en offrant une lisibilité optimale.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,;?!\$&*)

Exo 2
Weight : 300

Aa

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,;?!\$&*)

Exo 2
Weight : 400

Aa

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,;?!\$&*)

Exo 2
Weight : 700

Aa

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(.,;?!\$&*)

Exo 2
Weight : 900

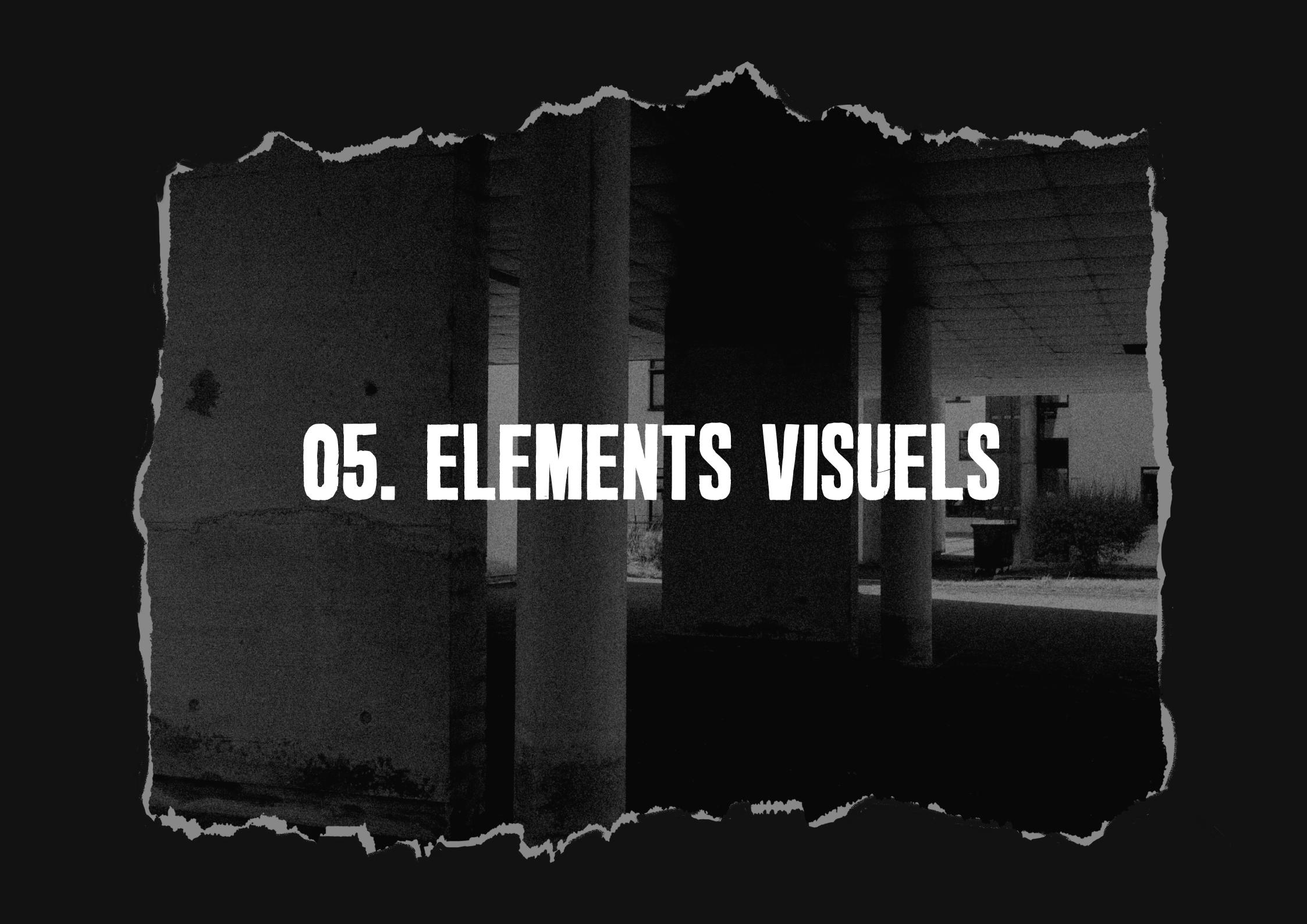
Utilisation

body
Exo 2
18 px

Quick fox jumps nightly above wizard

button
Exo 2
18 px

Heavy boxes perform quick waltzes and jigs

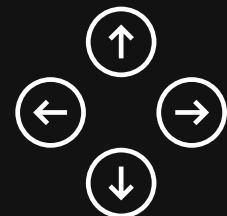


05. ELEMENTS VISUELS

Icônes

L'identité graphique ne comporte que très peu d'icônes pour rester sobre. Les quelques icônes utilisées possèdent un cercle autour afin de rappeler la forme de l'oeil principal.

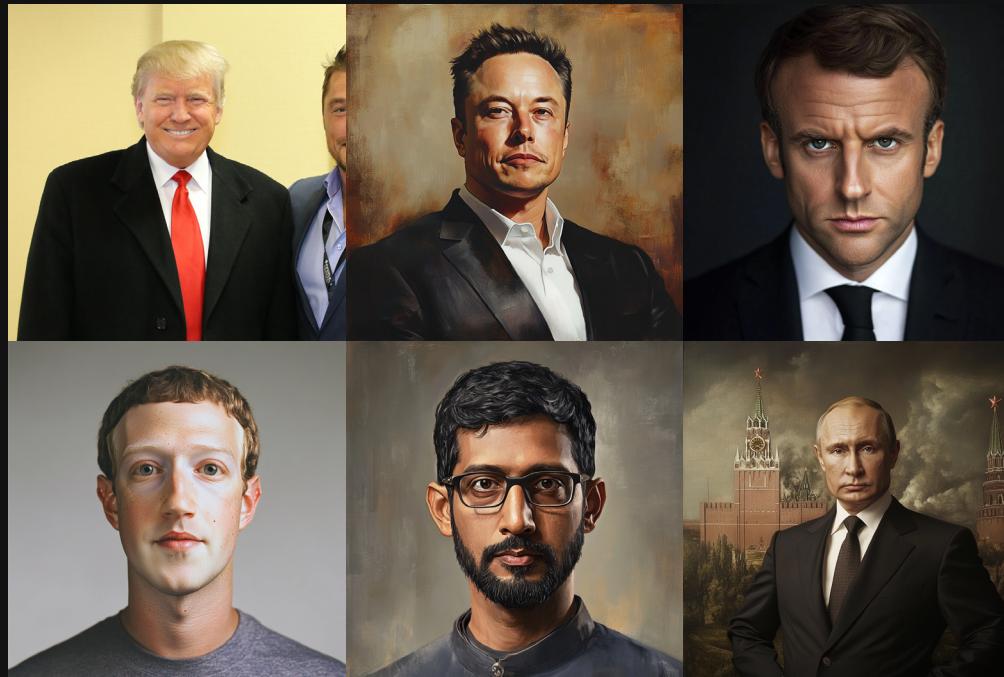
Arrow



Illustrations



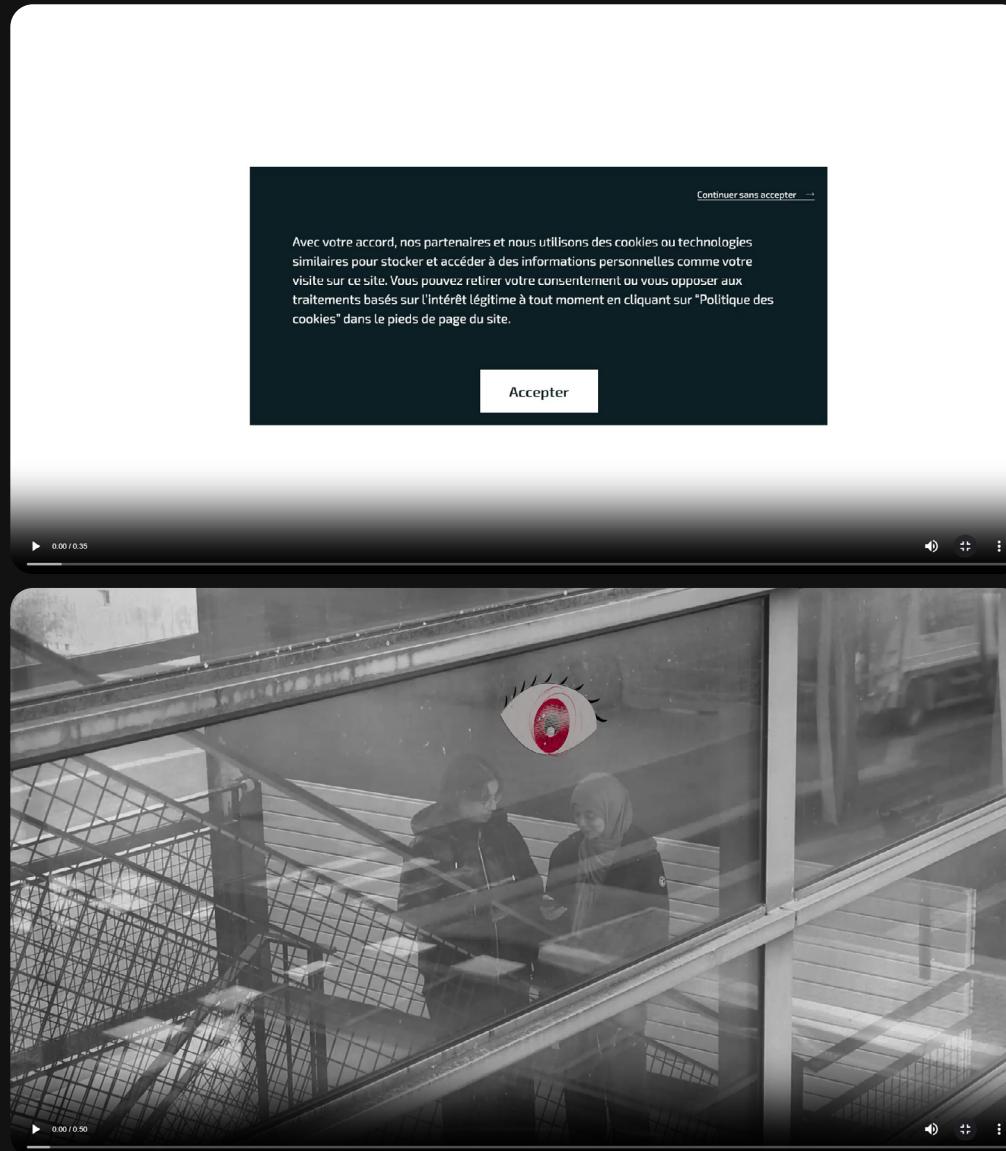
Personnalités publiques



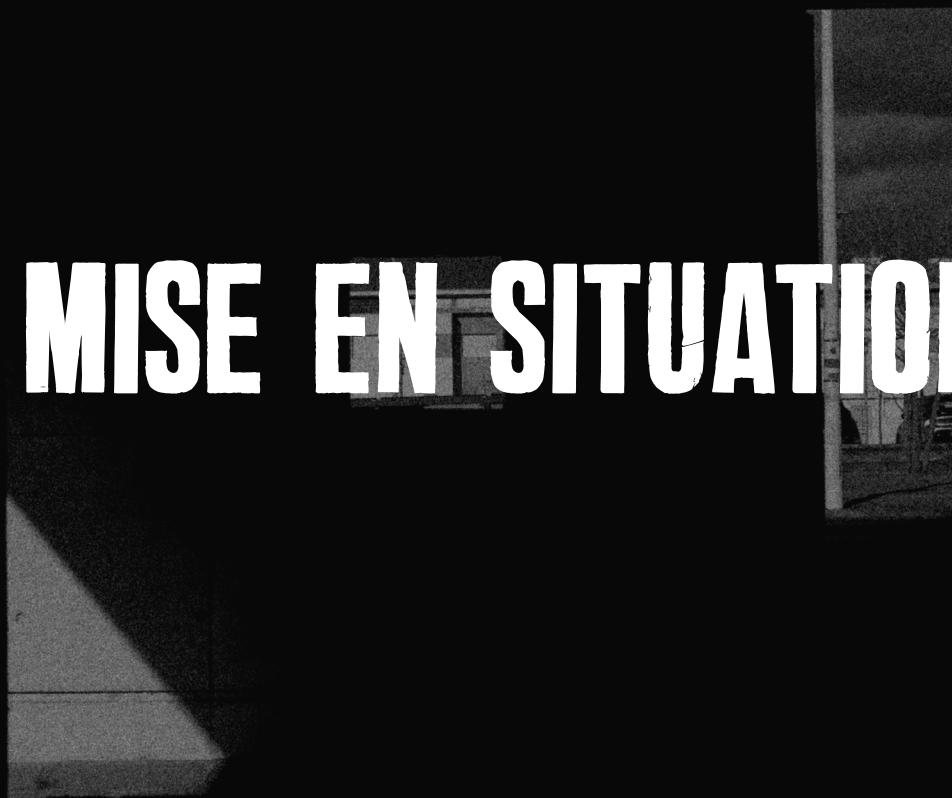
Photographies



Vidéos



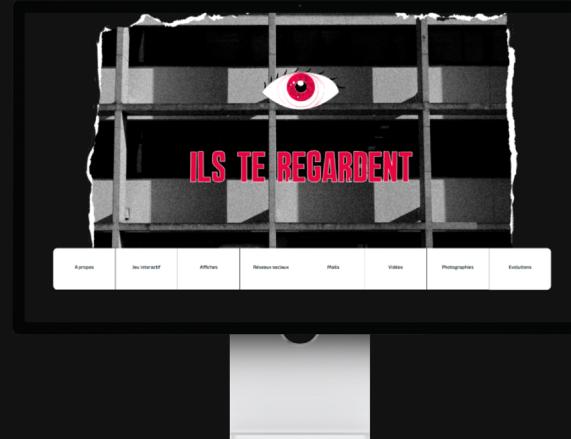
06. MISE EN SITUATION



Site web

Le site web regroupe tous les éléments de la campagne de communication. Pour y accéder, cliquer sur le lien suivant :

<https://projet-s6.rebuffoni.fr/>

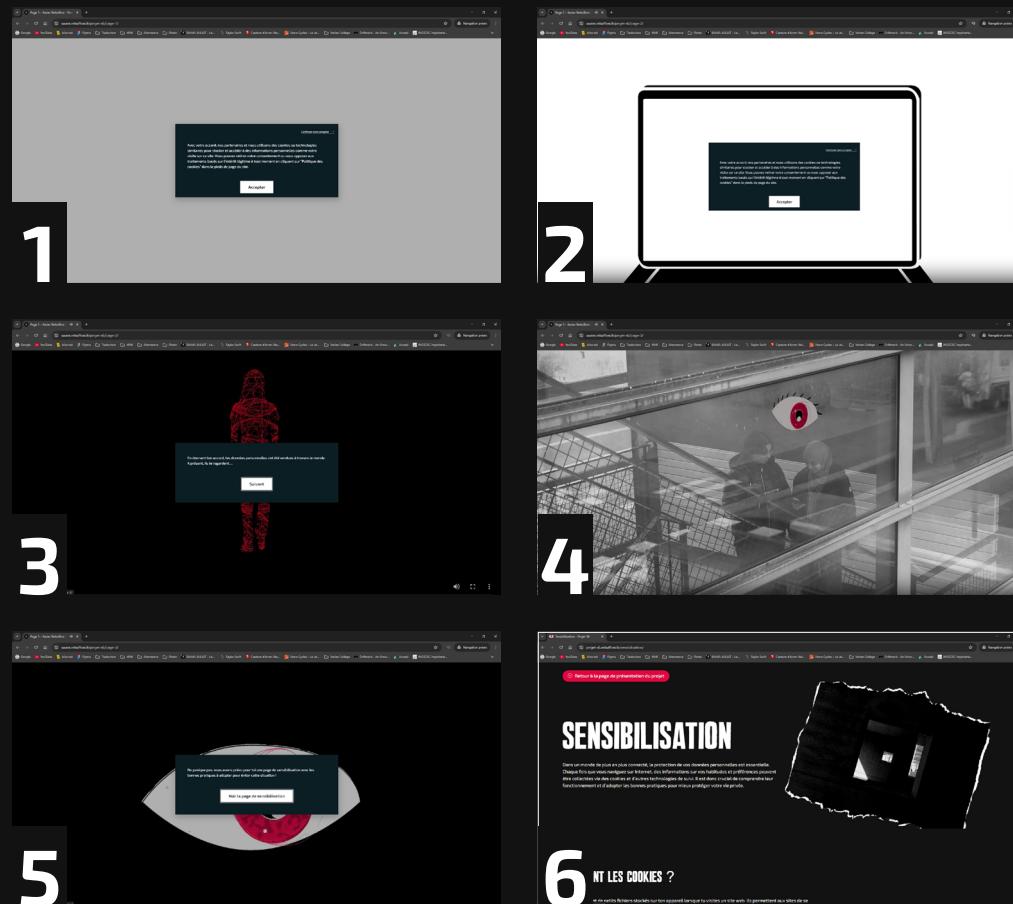


Sur le site web, les photos et les affiches sont montrées avec un effet de papier déchiré.



Jeu interactif

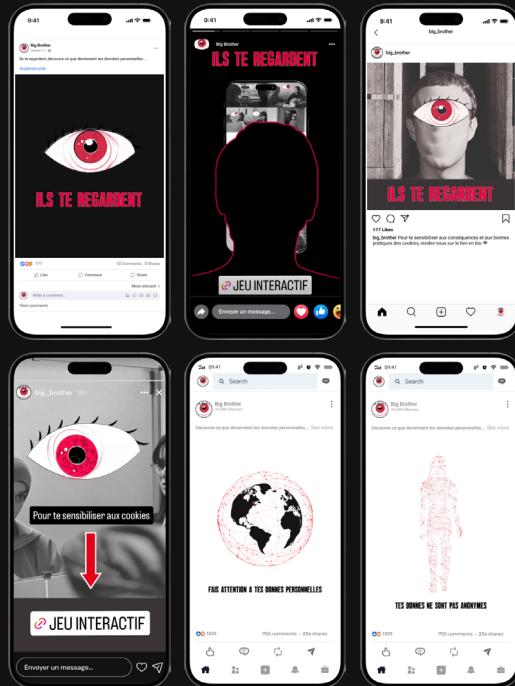
Cliquer sur le lien suivant pour accéder au jeu interactif :
<https://xavier.rebuffoni.fr/projet-s6/page-1/>

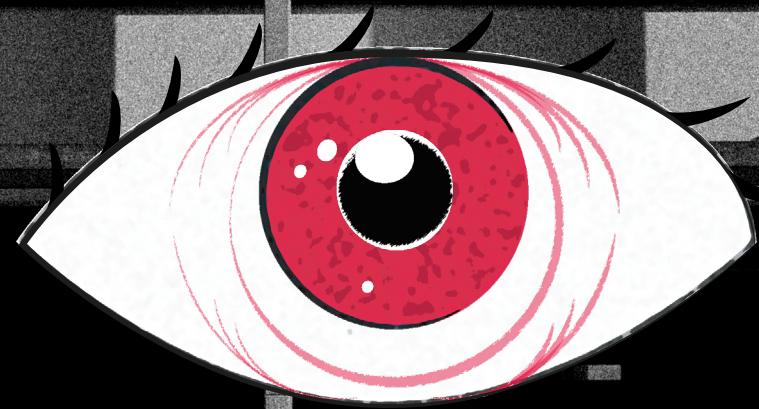


Affiches



Réseaux Sociaux





ILS TE REGARDENT