

# Utiliser l'infographie



## Fiches méthodes & outils dans l'accompagnement des porteurs de projet du Fonds de dotation Paris 2024 à l'évaluation d'impact

Dans le cadre du dispositif d'accompagnement des porteurs de projet du Fonds de dotation Paris 2024, un accompagnement dédié sur la mesure d'impact est proposé.

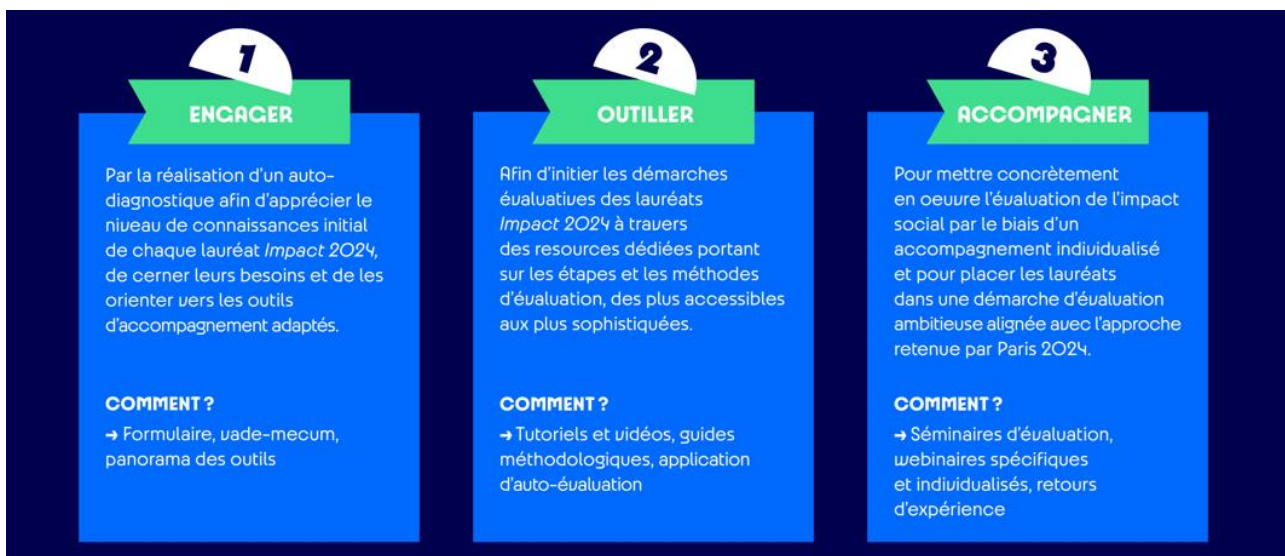
Pour votre organisation, les objectifs sont les suivants :

- Apporter des éléments de connaissance sur les impacts de vos projets
- Communiquer en interne et en externe
- Améliorer vos projets
- Essaimer

Pour Paris 2024, les évaluations d'impact permettront de :

- Contribuer à l'évaluation de la stratégie Impact & Héritage
- Apporter de la lisibilité sur la valeur ajoutée de vos projets
- Léguer un héritage méthodologique

Différents niveaux d'accompagnement sont proposés concernant la mesure d'impact :



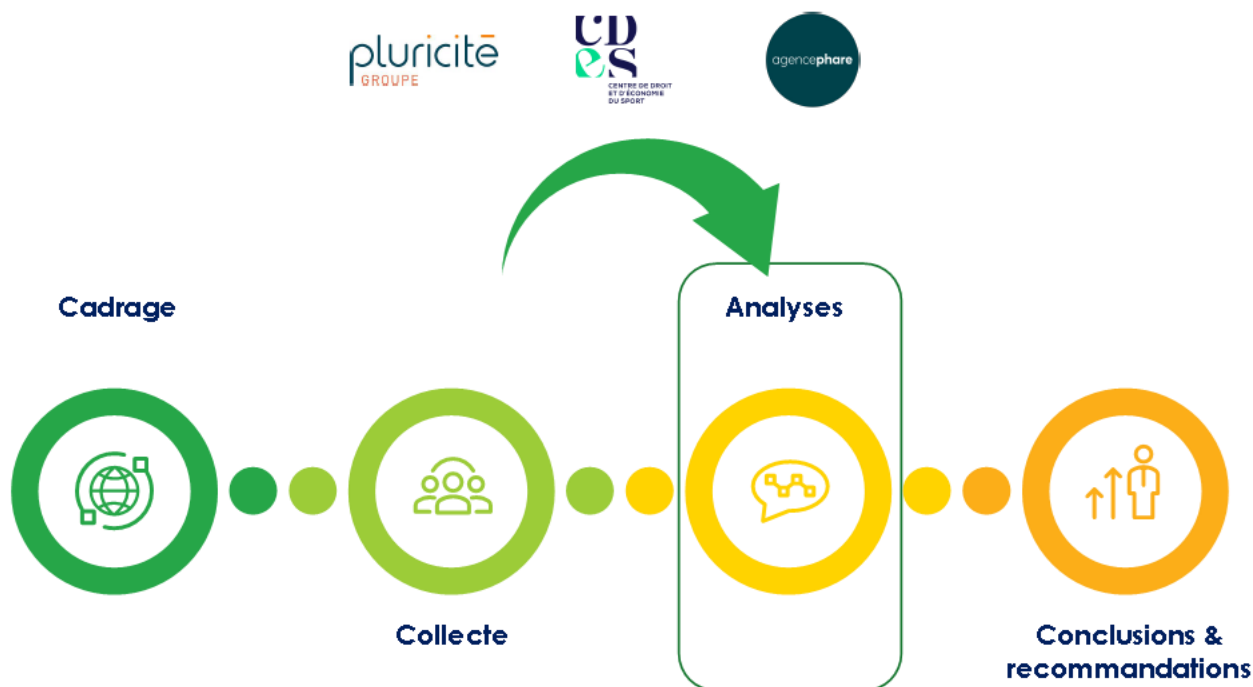
Les documents d'application s'inscrivent dans une logique d'outillage, visant à sécuriser les démarches d'évaluation d'impact des porteurs de projet à travers des vade-mecum portant sur les méthodes d'évaluation et les étapes et les outils à mettre en place. Avec ces documents, il s'agit de favoriser l'acquisition des notions clefs, la compréhension des tenants et aboutissants de la mesure d'impact et l'appropriation de solutions concrètes pour engager le travail, l'organiser – le baliser.

Retrouvez les documents d'application sur les sujets suivants :

Fiches outils	Fiches processus
<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Organiser un benchmark</li> <li>⊗ Conduire des entretiens</li> <li>⊗ Conduire une étude de cas</li> <li>⊗ Utiliser la facilitation graphique</li> <li>⊗ <b>Utiliser l'infographie</b></li> <li>⊗ Utiliser la datavisualisation</li> <li>⊗ Utiliser les personae</li> <li>⊗ Animer un focus groups évaluatif</li> <li>⊗ Utiliser l'observation participante</li> <li>⊗ Mobiliser la méthode des scénarios</li> <li>⊗ Elaborer un référentiel d'évaluation</li> <li>⊗ Construire un diagramme logique d'impact</li> <li>⊗ Mener des enquêtes bénéficiaires</li> <li>⊗ Utiliser l'économétrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊗ Bâtir un protocole d'évaluation</li> <li>⊗ Formuler ses questions évaluatives</li> <li>⊗ Opter pour l'évaluation participative</li> <li>⊗ Vérifier l'évaluabilité du projet</li> <li>⊗ Formuler des recommandations</li> <li>⊗ Communiquer et rendre utile la démarche</li> <li>⊗ Faire un contrôle qualité de son rapport</li> </ul>

Retrouvez les documents d'application et d'autres outils sur la plateforme :

<https://accompagnementimpact2024.org/>



# 1 L'essentiel, en un coup d'œil



---

## L'infographie, c'est quoi ?

---

L'infographie est une représentation visuelle d'informations et de données, combinant divers éléments de langage avec le visuel comme du texte, des graphiques, des diagrammes... Ces éléments forment un tout complémentaire qui permet une présentation simplifiée ou synthétique de problèmes pourquoi pas complexes ou de contenus plus volumineux, et aboutir in fine à une meilleure appropriation et compréhension.

---

## Niveau de complexité de l'outil !

---

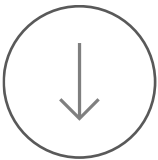
		COMPLEXE	L'outil / la méthode nécessite un niveau d'expertise et d'expérience relativement important et suppose un fort engagement de ressources (en temps, etc.).
		ELABORÉ	L'outil / la méthode requiert un niveau d'expertise et d'expérience élevé qui pourra être compensé par un fort niveau d'engagement.
		INTERMÉDIAIRE	L'outil / la méthode implique une relative exigence technique et implique un engagement de ressources (temps passé...) assez raisonnables.
		ACCESSIBLE	L'outil / la méthode peut se mettre en place relativement facilement, sans appeler un niveau d'expertise et / ou d'expérience dédié.





## Atouts

- Favorise l'appropriation des messages clefs
- Permet de toucher un public qui n'est pas forcément familier avec les données et les sujets traités
- Permet de raconter une histoire de manière logique et progressive
- Elle est utile à celui qui la « lit », mais aussi à celui qui la crée
- Favorise la viralité de l'information
- Renforce la crédibilité des analyses, apporte de la valeur ajoutée aux contenus écrits



## Limites

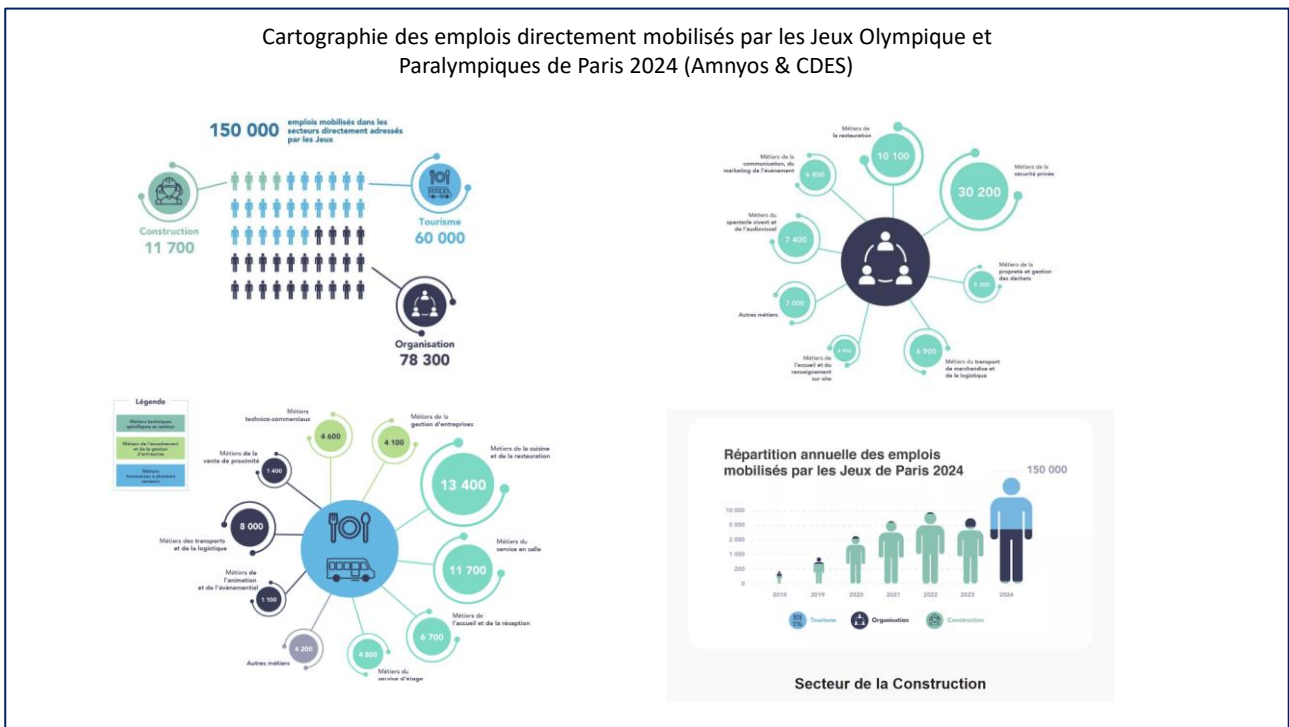
- Ne se substitue pas à un livrable d'évaluation ;
- C'est un exercice qui reste exigeant en termes de temps : une bonne infographie demande du temps de préparation et d'élaboration, à ne pas sous-estimer ;
- Créer une infographie est un exercice requérant des compétences approfondies en synthèse et en expression ;
- Mal maîtrisée, l'infographie produit l'inverse de ce qu'elle recherche, et peut complexifier l'information qu'elle cherche à rendre plus appropriable... Attention, ça ne s'improvise pas !



## 2 Définition => c'est quoi une infographie ?



### 2.1 Définition et approche



Représentation visuelle de l'information et des données, combinant des éléments comme du texte, des images, des graphiques, des diagrammes et, plus récemment, des vidéos. Une infographie est un outil efficace pour présenter des données et expliquer des problèmes complexes de façon à rapidement aboutir à une meilleure compréhension et à la connaissance.

Le terme composé « infographie » désigne une famille de dispositifs servant au traitement graphique d'une information quantitative ou qualitative : une carte, un graphique, une illustration technique, une matrice, un organigramme et dont la création peut relever de différents contextes éditoriaux, et qui poursuivent de multiples objectifs de communication, traitent une infinité de sujets, utilisent des technologies très variées et conduisent à des résultats d'excellente comme de très médiocre qualité.

Le processus de « rédaction infographique » commence à apparaître au début des années soixante, grâce à la naissance des systèmes graphico-informatiques, mais se diffuse surtout à partir des années 1980 et l'arrivée de la publication assistée par ordinateur (PAO). On passe alors de l'utilisation de la plume, du pochoir, des calques, des encres et des crayons au graphisme vectoriel informatisé. Maintenant, Internet ainsi que les logiciels de visualisation de données constituent un véritable catalyseur, accélérant et facilitant la création et la publication des images infographiques.



Le terme "infographie" s'est répandu à de nombreux secteurs cette dernière décennie, devenant un outil de communication puissant pour les entreprises, les gouvernements, et les institutions éducatives. Une toute nouvelle audience de professionnels intéressés dans la présentation de données de façon plus convaincante, pertinente, engageante a émergé.

## 2.2 L'infographie dans l'évaluation d'impact

**L'infographie dans l'évaluation d'impact est chargée d'une mission :** soulever des questions complexes pour les présenter de manière compréhensible à un public qui n'est pas forcément familier avec les données et les sujets. Elle doit simplifier sans banaliser, éveiller des interrogations et offrir des réponses, mais aussi informer de façon claire, captivante et synthétique.

Si l'infographie est devenue un outil plus accessible avec l'évolution des outils digitaux, elle requiert un minimum de compétences pour la production des contenus (cartes et graphismes) mais aussi dans la capacité à organiser l'information. Présentant l'intérêt de pouvoir être très largement diffusée (en ligne notamment), **l'infographie constitue une production finale d'évaluation pertinente, car elle synthétise sous un format visuellement parlant les conclusions, facilitant l'appropriation de ces dernières et leur diffusion auprès d'un large public.**

Plusieurs types d'infographie se côtoient :

- **L'infographie story-telling :** Une histoire pour développer un cas pratique au sein d'une infographie. Le story-telling est l'arme ultime pour l'infographie des toutes les marques soucieuses de proposer du contenu sous une forme innovante.
- **L'infographie en chiffres :** Souvent sous forme d'une succession de slides intégrant des images, chiffres et graphiques dans un registre défini, apparaît souvent comme un entonnoir descendant vers des chiffres de plus en plus marquants au fil de la lecture.
- **L'infographie historique ou chronologique :** Suivant un cheminement chronologique, mais également visuel, l'infographie résume souvent l'action et les péripéties d'une histoire sous forme de saynètes toutes suivant un chemin qui guidera les yeux du lecteur vers chaque étape. Les dates et moments clés sont mis en avant par des visuels qui améliorent la mémorisation du contenu par la mémoire visuelle.
- **L'infographie « step-by-step » ou de processus :** Pour suivre des étapes pour arriver à un but ! Cette infographie met en images des modes d'emplois simples pour atteindre un but à atteindre... Une recette simple, découpée en étapes pour rendre accessible le résultat recherché.
- **L'infographie comparative :** L'infographie comparative reste simple et utilise le support pour confronter visuellement sur le même plan des notions / actions différentes.
- **L'infographie cartographique :** Imaginée par les arborescences en informatique, ces plans logiques sont très simples à intégrer et permettent de créer une mindmap utile à simplifier des notions souvent trop complexes qui auraient bien moins de succès sous forme de développement littéraire ou d'article.
- **L'infographie minimaliste :** Très virale, très simple, très courte... À cheval entre la simple image et l'infographie complète, ce format minimaliste permet d'exprimer une idée en 2 ou 3 visuels condensés, humoristes et quelque peu tirées par les cheveux ; le pouvoir de métaphore y fonctionne très bien avec la simplicité du minimalisme.
- **La GIFographie :** Les GIFs dopent la viralité : une animation qui apporte du relief et recrée un univers semblable à celui des automates exposés dans les vitrines durant les fêtes ; le tout dans une infographie.



## 3 Dans quel cas utiliser l'infographie ?



### 3.1 Pourquoi ?!

- **Pour accélérer le « mouvement cognitif » et structurer les savoirs de son auteur et des lecteurs**

Comme la facilitation graphique (cf. fiche 04), plusieurs études sur l'infographie documentent les leviers d'apprentissage permis par les supports visuels et les plus-values découlant de sa réalisation elle-même. Sa réalisation est d'ailleurs, peut-être, la dimension la plus importante et la plus puissante de son utilisation. Au cours de son élaboration, avant même de mettre en relation le rédacteur et l'utilisateur, elle permet de structurer « les savoirs » de son auteur. L'infographie fonctionne comme un instrument de communication « à deux lames » : elle permet à l'auteur de mieux comprendre les questions sur lesquelles il travaille, d'aiguiser ses connaissances, et aux utilisateurs de recevoir des informations visualisées qui leur apportent quelque chose. Elle sert autant l'auteur que le lecteur. Elle est une image (une vision) ambivalente et multiple de la réalité : elle transmet des informations et structure les connaissances, elle décrit et prescrit, elle est formative et informative. C'est une écriture géométrique et numérique et en même temps une image subjective et partielle.

- **Pour présenter des résultats d'enquête et/ou d'impacts**

Les infographies statistiques mettent l'accent sur les données à l'aide d'une mise en page spécifique et d'éléments visuels destinés à illustrer les informations. Les diapositives de narration peuvent inclure des diagrammes, des icônes, des images et des polices accrocheuses. Ce support est idéal pour présenter des résultats d'étude, souvent considérés comme « arides » et difficiles d'appropriation.

Le sport constitue en l'occurrence un domaine privilégié dans cette optique : il est facilement « illustrable » à travers des images, des icons...

- **Pour faciliter l'appropriation et diffuser efficacement des messages clés et des données complexes**

Les infographies ont la faculté de présenter des données complexes de façon concise et très visuelle. Bien faites, les infographies racontent efficacement le récit des données en rendant l'information facile à appréhender, éducative, et engageante. Une bonne infographie est comme une bonne histoire. Elle a la faculté de vous faire progresser le long de différentes phases en vous proposant des faits et des visuels fascinants. Vous pouvez contrôler le flux de votre infographie en utilisant des nombres, en-têtes, couleurs, espaces neutres, images, et bien sûr, des graphiques. À la différence des graphiques et diagrammes individuels, les infographies se focalisent sur le flux d'éléments visuels multiples. La simplicité est la clé du design efficace d'infographies. L'infographie (selon la conception choisie) permet ainsi :

- De présenter clairement un concept nouveau ou spécifique, ou de donner un aperçu d'un sujet (infographies informatives) ;
- De mettre en image un historique, mettre en valeur des dates importantes, ou pour présenter un aperçu d'un événement (infographies chronologiques) ;

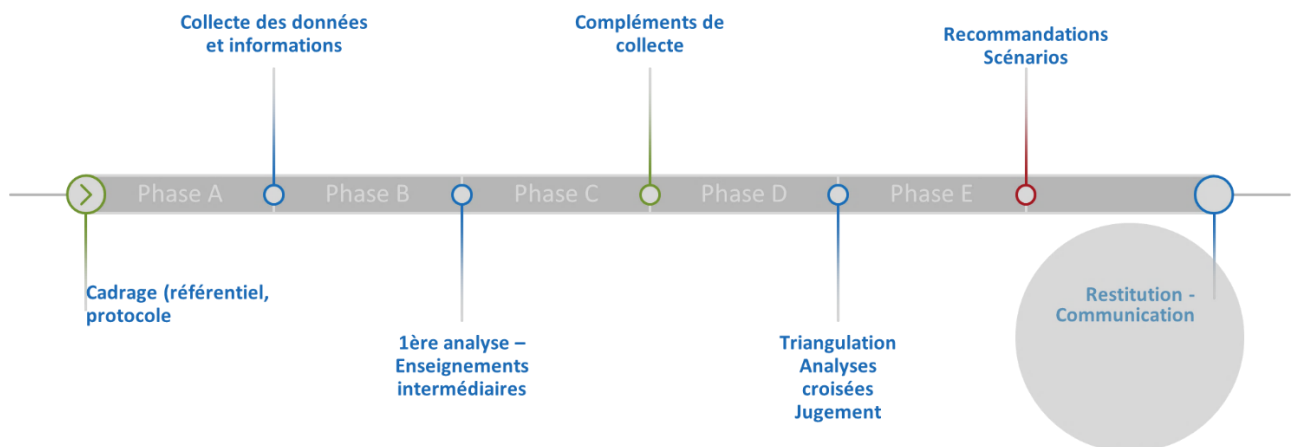


- De mettre en image des résultats d'enquête, présenter des données provenant de plusieurs sources ou pour illustrer un sujet à l'aide de données connexes (infographies statistiques) ;
- De présenter un résumé ou une vue d'ensemble des étapes (simplifiées et clarifiées) d'un processus (infographies de processus) ;
- De mettre en image des données liées à des positions géographiques, des données démographiques ou de grandes quantités de données (infographies géographiques) ;
- De comparer différentes options de manière impartiale ou mettre en avant l'une des options (infographies comparatives) ;
- D'organiser des informations selon leur importance ou leur priorité (infographies hiérarchiques) ;
- De partager une liste de conseils, de ressources ou d'exemples (infographies de listes).



Figure 1\_Extraits de l'infographie produite sur le Baromètre du Trail (Emoha groupe Pluricité – Outdoor Editions – Benoit Laval et le CDES Limoges)

### 3.2 A quel moment ?!





## Une mobilisation de l'infographie pour rendre compte, diffuser et sensibiliser sur les résultats de votre évaluation d'impact

L'élaboration d'une infographie se fait essentiellement en fin de démarche, lorsque vous avez collecté vos données de réalisation, de résultats et d'impacts, et que vous êtes au clair sur les conclusions de votre étude. C'est alors, et seulement alors que vous pourrez procéder à la conception de votre infographie, sur la base du matériau de qualité, ainsi collecté et analysé. L'infographie constituera une des productions finales de votre étude, dans une logique de présentation synthétique des résultats de l'étude et de large diffusion, voire sensibilisation, auprès de vos partenaires, collaborateurs, bénéficiaires...

Les précédentes illustrations en témoignaient, et la logique de l'exercice l'introduit « mécaniquement », l'infographie sert à « rendre compte » d'une information qui a été construite auparavant.



## 4 Mode d'emploi concret de l'infographie



L'infographie peut se mettre en place au cours de cinq phases.

### Une 1<sup>ère</sup> phase, pour identifier les objectifs de l'infographie

- **Définir le problème clé**

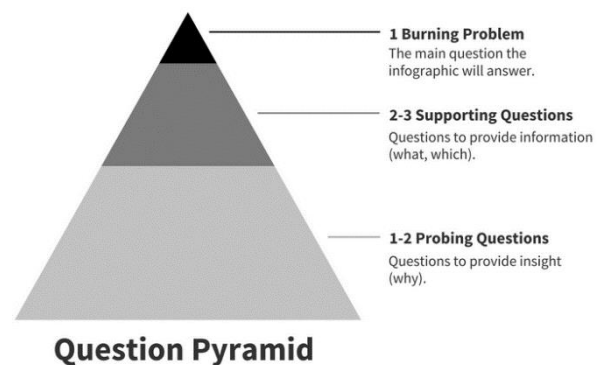
Une infographie est le moyen idéal de répondre aux attentes spécifiques d'une certaine audience. Ces attentes sont le problème clé auquel il faudra répondre dans l'infographie.

- **Utiliser une pyramide de questions**

Une pyramide de questions permettra de transformer le problème clé en 3 à 5 questions à traiter dans l'infographie :

Ces questions seront le cadre autour duquel il s'agira de construire l'infographie ; elles aideront à raconter une histoire captivante.

Les questions complémentaires révéleront les informations essentielles que l'audience devra connaître pour comprendre le sujet principal, et les questions d'approfondissement révéleront des perspectives plus larges qui devraient à terme résoudre le problème clé.



### Une 2<sup>ème</sup> phase, pour recueillir les données pour l'infographie

- **Identifier, dans le matériau de collecte issu de l'évaluation d'impact, les données nécessaires à votre infographie**

Exercice de concision, la réalisation d'une infographie suppose de mettre en valeur quelques chiffres et données fortes. Il est nécessaire d'aller chercher et prioriser quelques données à mettre en évidence pour répondre aux questions définies dans la première étape.

- **Réaliser un modèle « test » pour mettre en récit les informations sélectionnées**

Une fois cette matière première extraite, réaliser un modèle test via une mise en page simple et qui met en valeur cette succession d'infos et de chiffres phares. Mettre en gras les éléments clés sur lesquels la communication doit être réalisée, jouer sur la taille de la police pour baliser la lecture. Cela permet de construire le squelette et de vérifier si toutes les infos importantes sont bien traitées.



### Une troisième phase, pour illustrer les données à présenter dans l'infographie

Cette consiste à choisir la manière d'illustrer les données de manière visuelle. Pour choisir les meilleurs graphiques pour les données que l'on souhaite mettre en exergue, on peut avoir recours à la méthode ICCORE, qui permet de sélectionner les graphiques pertinents au regard de l'objectif principal de votre infographie : informer ? comparer ? changer ? organiser ? révéler des relations ? explorer ?

Pour chacun des objectifs, des visuels sont pressentis et peuvent vous guider dans vos arbitrages. Le tableau en page suivante<sup>1</sup> reprend ces éléments de guidance.






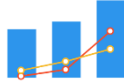
---

<sup>1</sup> <https://fr.uenngage.com/blog/comment-creer-infographie/>



	OBJECTIF PRINCIPAL	REPRESENTATIONS VISUELLES PRESENTIES	EXEMPLES
I	<b>Informer</b> : Pour transmettre un message important ou un point de données dont la compréhension nécessite peu de contexte.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mettez l’accent sur les statistiques à l’aide de gros caractères gras et colorés,</li> <li>– Attirez l’attention en associant des icônes et du texte,</li> <li>– Mettez en avant un pourcentage ou un taux avec un diagramme camembert ou un pictogramme</li> </ul>	
C	<b>Comparer</b> : Pour montrer des similitudes ou des différences entre des valeurs ou des parties d’un tout, l’infographie comparative aidera à établir des parallèles entre différents points de données.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilisez un diagramme à barres, un diagramme à colonnes, un diagramme à bulles ou un diagramme en nuage de points pour comparer des valeurs indépendantes ;</li> <li>– Utilisez un diagramme camembert, un diagramme camembert 3D, un pictogramme ou un diagramme arborescent pour comparer des parties d’un tout,</li> <li>– Utilisez un diagramme à barres empilées ou un diagramme à colonnes empilées pour comparer des catégories et des parties d’un tout,</li> <li>– Utilisez un diagramme à zones empilées pour comparer des tendances au fil du temps.</li> </ul>	
C	<b>Changer</b> : Pour illustrer des tendances dans le temps et dans l’espace.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilisez un diagramme à lignes ou un diagramme à zones pour représenter des modifications continues dans le temps ;</li> <li>– Utilisez une frise chronologique pour illustrer des événements séparés dans le temps ;</li> <li>– Utilisez une carte choroplèthe pour illustrer des données spatiales ;</li> <li>– Utilisez un diagramme multi-séries pour représenter des données qui changent dans le temps et dans l’espace.</li> </ul>	



<p><b>O</b></p>	<p><b>Organiser :</b> Pour représenter des associations, des tendances, des hiérarchies ou des classifications.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilisez une liste pour illustrer les hiérarchies et les classifications, des tableaux, un organigramme, des cadres ou des bordures pour montrer des associations.</li> <li>– Vous pouvez également illustrer des hiérarchies et classifications à l'aide de diagrammes.</li> </ul>	<p>LIST</p>  <p>TABLE</p> <table border="1" data-bbox="1664 220 1834 285"> <thead> <tr> <th>Cars</th> <th>Motocycles</th> <th>Phones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BMW</td> <td>Ducati</td> <td>Lenovo</td> </tr> <tr> <td>Audi Martin</td> <td>Yamaha</td> <td>Samsung</td> </tr> <tr> <td>Mercedes</td> <td>Honda</td> <td>Apple</td> </tr> </tbody> </table> <p>FLOWCHART</p>  <p>MIND MAP</p>  <p>VENN DIAGRAM</p> 	Cars	Motocycles	Phones	BMW	Ducati	Lenovo	Audi Martin	Yamaha	Samsung	Mercedes	Honda	Apple
Cars	Motocycles	Phones													
BMW	Ducati	Lenovo													
Audi Martin	Yamaha	Samsung													
Mercedes	Honda	Apple													
<p><b>R</b></p>	<p><b>Révéler les relations :</b> Pour révéler des relations plus complexes entre différents éléments.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilisez un diagramme en nuage de points pour afficher deux variables pour un ensemble de données</li> <li>– Ou des diagrammes multi-séries pour comparer plusieurs ensembles de données connectés</li> </ul>	<p>SCATTERPLOT</p>  <p>MULTI-SERIES PLOT</p> 												
<p><b>E</b></p>	<p><b>Explorer :</b> Pour que les lecteurs examinent les données et en tirent eux-mêmes des observations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Il n'y a de solution magique : le style de visualisation dépend essentiellement des caractéristiques des données. Les diagrammes interactifs permettent de filtrer, trier et explorer. Ils constituent généralement le meilleur choix, mais leur conception est souvent longue.</li> </ul>	<p>Cf. Fiche méthode « Data Visualisation »</p>												



## Une quatrième phase, pour disposer les éléments de la conception infographique

À cette étape, il ne reste plus qu'à ajuster la mise en page et le design. Il peut parfois être difficile de positionner le premier élément sur une page, mais il existe quelques astuces pour faciliter vos choix.

- **Créer un flux naturel d'informations**

Utiliser la pyramide de questions de la première étape pour guider la mise en page et le flux des informations. Commencer par présenter le problème clé dans le titre, puis positionner les diagrammes qui répondent aux « questions complémentaires », et finir par les diagrammes qui répondent aux « questions d'approfondissement ».

**Le titre de l'infographie ne doit pas être pris à la légère**, car il constitue une sorte de slogan, d'accroche, de baseline pour vos lecteurs. Penser à ce qui se pratique dans la presse : plus le titre est accrocheur, plus l'article est lu. Il en va de même pour l'infographie. Penser également à intégrer un chiffre dans le titre ! Un test effectué par ABC Marketing met en valeur le fait que les infographies dont les titres comportent un chiffre obtiennent près de 30% de taux d'ouverture et 61% de taux de clics en plus que ceux qui n'en contiennent pas.

- **Utiliser une disposition en grille pour structurer et équilibrer l'infographie**

Disposer les différents éléments de l'infographie à l'aide d'une grille symétrique prédéfinie. Cette technique, qui permet d'ordonner les différents éléments, peut permettre de diriger le regard des lecteurs d'un élément à un autre (à condition de respecter le sens de lecture naturel de gauche à droite).

- **Optez pour un format vertical, dans tous les cas**

Garder à l'esprit que dorénavant le taux de connexion au web sur mobile a dépassé celui sur desktop : le format vertical s'impose alors pour l'infographie, car sur mobile sa visualisation sera bien plus facile qu'à l'horizontale. Dans la pratique, ce format vertical s'avère plus commode également sur PC.

- **Dernière option : s'appuyer d'un modèle prêt à l'emploi**

S'il paraît trop compliqué de créer l'infographie à partir de zéro, des modèles d'infographies prêts à l'emploi qui pourront être personnalisés et adaptés aux données sont disponibles le Web. L'astuce consiste à choisir un modèle qui correspond au style du contenu. Pour cela, il s'agit d'oublier un instant les couleurs, le style et le type de diagrammes, de choisir le modèle en fonction de sa structure, et ensuite de modifier le style.

## Une ultime étape, pour travailler le style de la conception et des visuels

C'est l'étape amusante de la conception : arranger les différents éléments de design pour donner du style à l'infographie et la rendre claire et attrayante. Pour cela

- **Choisir les polices de l'infographie**

Rédiger les textes, en essayant de rester simple. Pour cela, penser à l'infographie comme une synthèse visuelle : les textes doivent compléter les éléments visuels et permettre de comprendre les principaux concepts. Vos textes doivent être réduits, les paragraphes courts, clairs et intelligibles.

Une fois les textes rédigés, choisissez une police bien lisible pour les textes principaux, puis augmentez la taille et le style de la police pour l'en-tête principal, les en-têtes de section et les données principales afin de donner une cohérence d'ensemble à l'infographie. La police d'écriture doit refléter l'image du projet/dispositif et son positionnement. Choisissez de préférence une police qui offre un bon confort de lecture - et donc de prise d'informations - tout en sortant quelque peu de l'ordinaire pour se différencier.

- **Utiliser la répétition, soigner la cohérence et l'alignement dans votre infographie**

Donner un rythme et une cohérence à votre infographie est clé pour s'assurer d'un visuel impactant et agréable. Pour cela, n'hésitez pas à :

- Ajouter des éléments graphiques supplémentaires pour donner du rythme et de l'impact à la conception (attention toutefois à la surcharge !),

- Utiliser des formes simples pour mettre l'accent sur les en-têtes et les éléments de liste, et répéter ces formes
- Ajouter des icônes pour mettre en avant les concepts importants dans le texte
- S'assurer que les éléments répétés soient bien alignés ! Le plus léger désalignement peut déséquilibrer l'ensemble d'une conception
- **Préserver les espaces vides de la conception**

Les espaces vides sont les zones de la page qui ne contiennent ni textes ni images. Tout designer professionnel expliquera que les espaces vides sont aussi importants que les autres éléments de design, car ils permettent la « respiration » du visuel et donnent une dynamique précieuse à ce dernier. Ainsi, de la même manière que des espaces sont laissés autour d'une personne lorsqu'on prend une photo, il faut laisser des espaces entre chaque groupe d'éléments de l'infographie. Il faut aussi conserver des marges entre chaque élément dissocié, ce qui permet de comprendre immédiatement quels éléments sont regroupés.

- **Choisir des couleurs avec soin, sans sous-estimer l'impact du noir et blanc et des couleurs neutres**

Bien que les couleurs soient un puissant outil de communication, un très bon design doit pouvoir être tout aussi efficace en noir et blanc. Les couleurs sont un bonus supplémentaire : une façon d'aider les lecteurs à comprendre le contenu. Ainsi, favorisez l'utilisation des couleurs pour mettre l'accent sur les informations importantes. Veillez à ne pas négliger pas les couleurs neutres : elles sont faciles à intégrer et, lorsqu'elles sont utilisées comme moyen de contraste avec des couleurs vives, elles permettent de donner une cohérence d'ensemble à la conception.

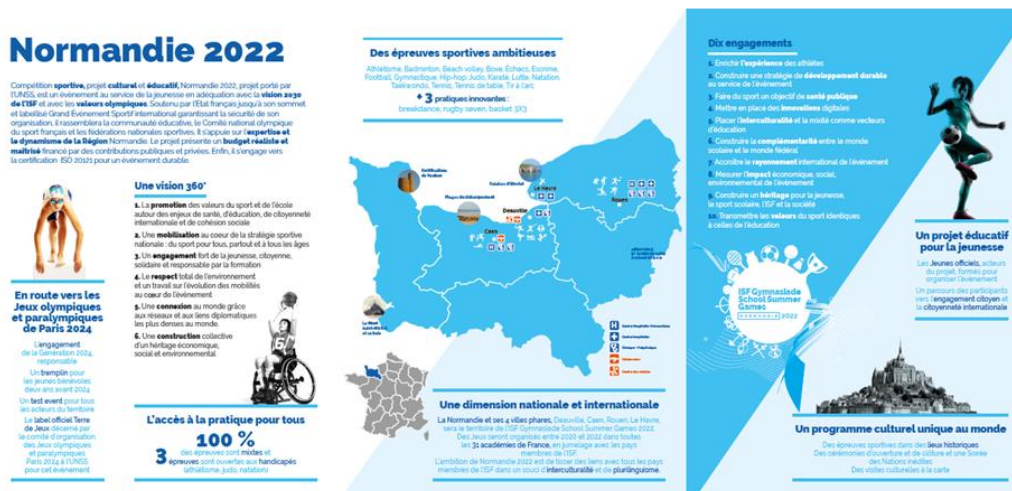


Figure 2\_ Extraits de l'infographie réalisée sur l'étude d'impact ex ante des Schools Summer Games 2022 (Pluricité)



## 5 Les pièges et les limites de l'infographie



Plusieurs précautions sont à prendre si vous souhaitez créer et utiliser une infographie :

- **La facilitation ne permet pas de « rendre compte » de manière exhaustive les échanges**

Une des erreurs vectrices de frustrations serait de penser que la facilitation graphique intégrera l'ensemble des interventions dans le visuel créé. Au-delà de la question de capacité concrète (dessiner en direct ne peut pas se faire au même rythme qu'une prise de parole), l'objectif de la facilitation graphique est de sélectionner et de synthétiser une vision globale et donc les messages clés sur lesquels les participants peuvent réagir. N'attendez pas d'un exercice de facilitation une prise de note minutée des échanges, vous seriez déçu.

- **Définir l'objectif de l'infographie, pour ne pas « courir plusieurs lièvres à la fois »**

Nous l'avons évoqué, l'infographie est un outil pouvant être mobilisé pour de multiples objectifs. Lorsque vous choisissez de créer une infographie, portez une attention particulière à identifier les raisons et motivations de ce choix pour décider du format et contenu de votre infographie, et s'assurer que cette dernière remplira sa pleine utilité. Le risque ici est de se laisser porter par les données et informations disponibles, sans procéder à une sélection et priorisation, et donnant lieu à un « récit » de projet peu cohérent, et donc de plus faible impact.

- **Rassembler du contenu de qualité et des données impactantes**

Si l'infographie met l'accent sur les visuels, ne négligez pas ici l'importance du contenu que vous exploitez. Aussi belle votre infographie soit elle, la qualité des données et des informations que vous représentez demeure « la substance » essentielle de votre production : la transmission de vos messages, et donc du contenu, doit rester votre objectif principal. La formule de Quintilien, dans Institution oratoire, VIII, iii, 11, devra donc vous guider dans votre processus créatif : « Jamais la vraie beauté ne se sépare de l'utilité ».

- **Passer du temps à concevoir les messages courts**

De fait, les messages clés de votre infographie doivent être au cœur de votre attention. Les choix visuels (icônes, graphiques, choix de police, de couleur, organisation...) sont certes importants et permettront de « capter » l'attention et de renforcer les messages, mais les messages, justement, restent « le corps » de votre infographie. N'oubliez pas ici que faire « court » requiert plus d'attention et d'effort que « faire long ». Ici, ne suivez pas l'exemple de Blaise Pascal, expliquant dans sa seizième lettre « Je n'ai fait cette lettre-ci plus longue que parce





que je n'ai pas eu le loisir de la faire plus courte<sup>2</sup>», et prenez le temps de soigner vos messages et le texte de votre infographie.

- **N'abuser pas des icônes, ce sont des faux-amis.**

Une des erreurs les plus courantes lorsqu'on se lance dans une infographie est de vouloir attribuer à l'ensemble des informations une traduction visuelle, une icône notamment, au risque de « noyer » le lecteur dans une marée de visuels. Ici, sélectionner les informations prioritaires sur lesquels mettre l'emphase via un visuel graphique, plutôt généraliste, plutôt que de multiplier les illustrations. Cela donnera de la force à vos messages et une dynamique précieuse à votre infographie.

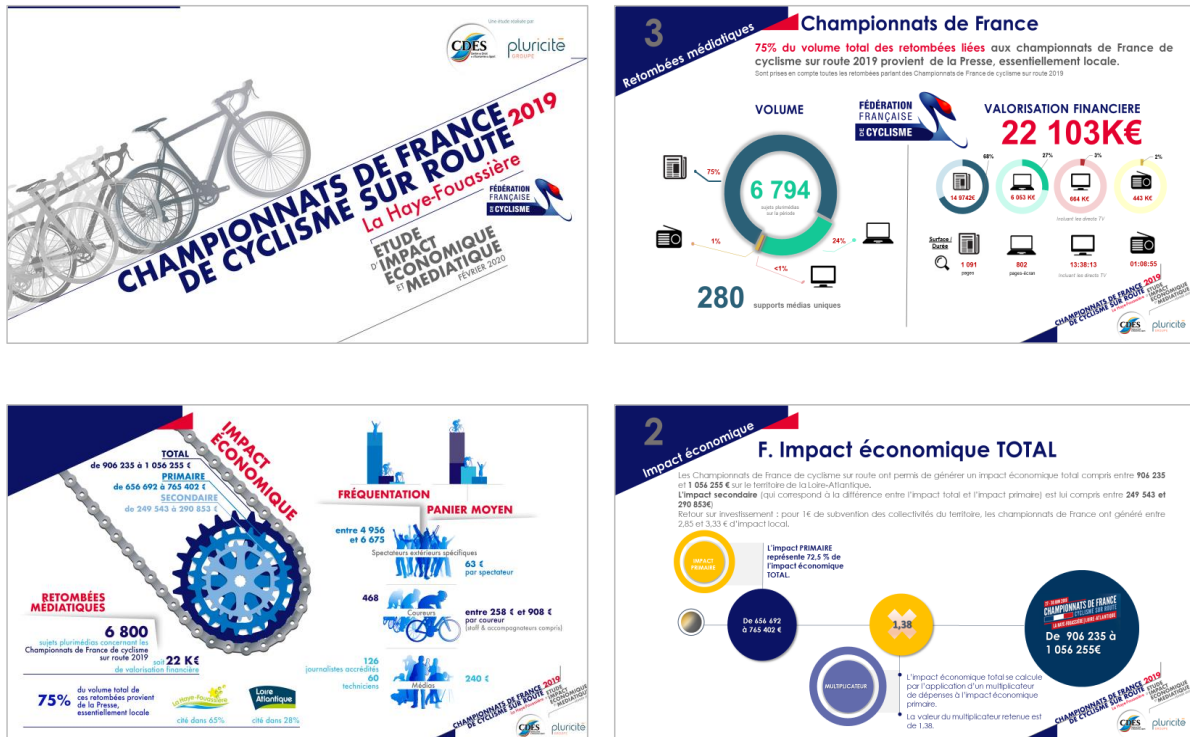


Figure 3\_ Extrait de l'infographie produite sur l'étude d'impact des championnats de France de Cyclisme (CDES – Pluricité)

<sup>2</sup> Blaise Pascal, *les Provinciales* (1657), seizième lettre, 4 décembre 1656, dans *Œuvres complètes*, texte établi et annoté par Jacques Chevalier, Paris, Callimard, coll. «Bibliothèque de la Pléiade», 34, 1962 (1954), xxviii/1529 p., p. 865.



## 6 Pour en savoir plus



- <https://www.everlane.com/>
- <https://infogram.com/signup>
- <https://fr.venngage.com>

