

Médianes

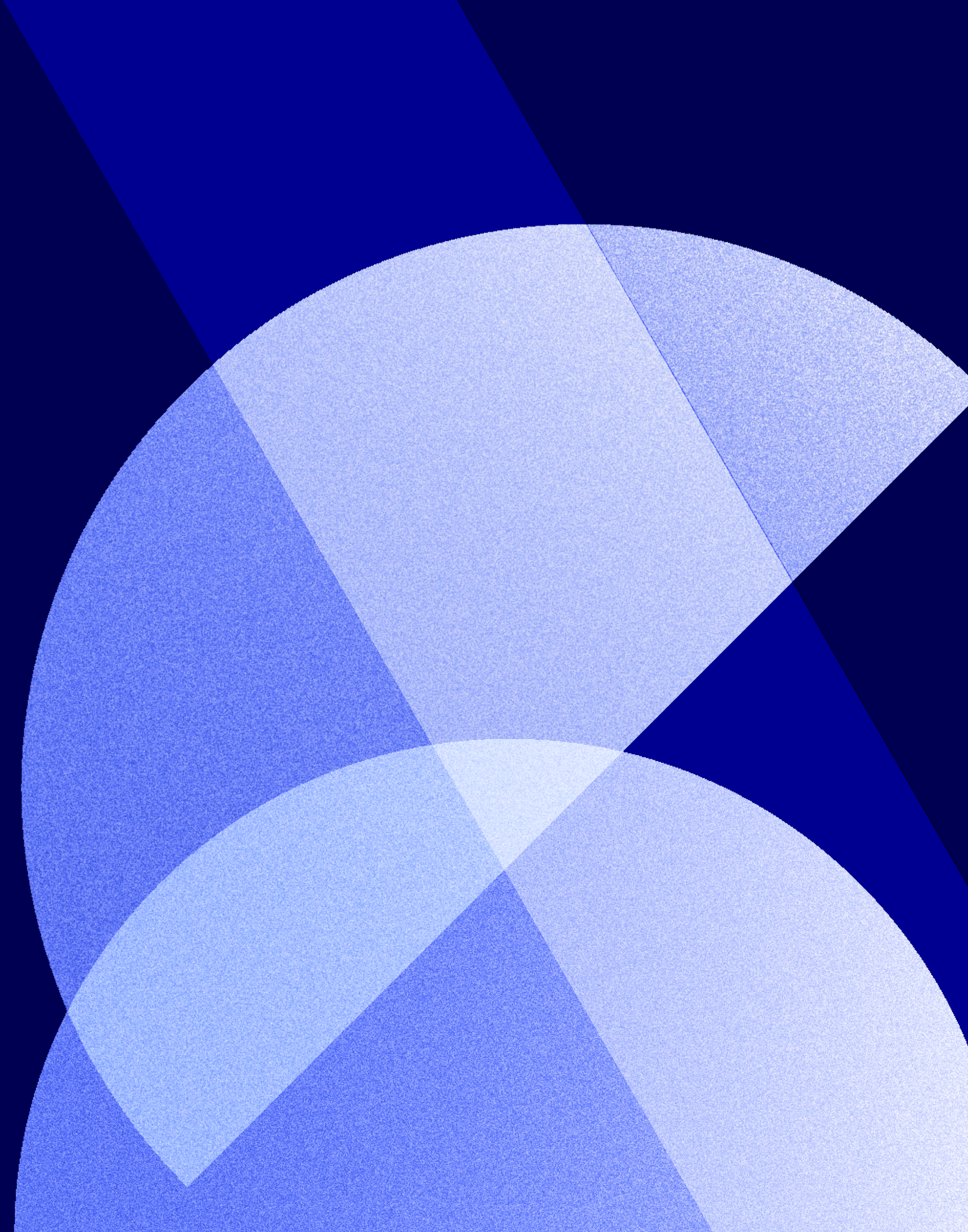
Pour les médias

Le
Programme
Médianes

Design & publics

CONSTRUIRE DES ENVIRONNEMENTS BASÉS
SUR DES SUPPORTS ENGAGEANTS.

Christelle Perrin

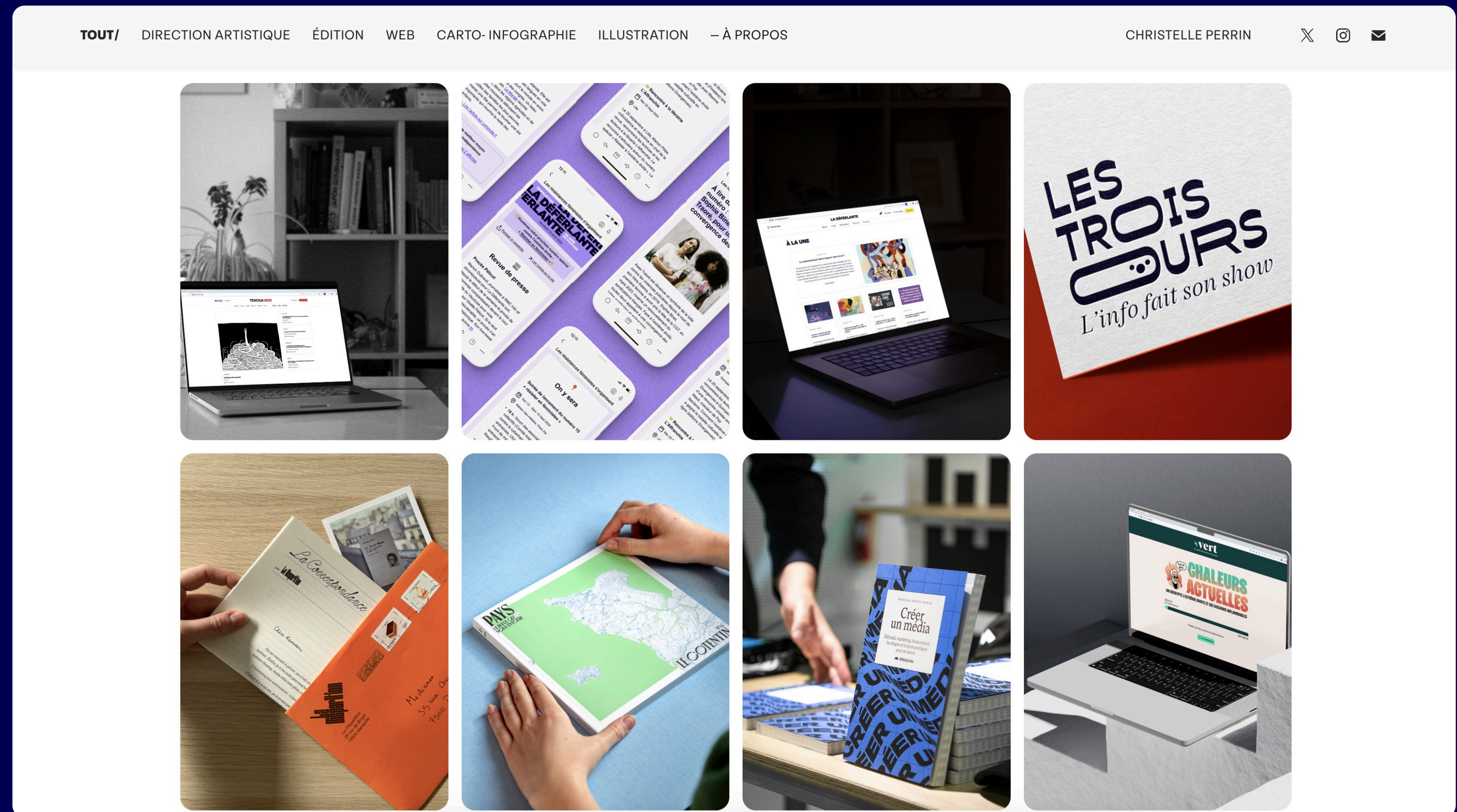


Qui suis-je ?

Graphiste et directrice artistique pour les médias, j'ai cofondé la revue Pays et Médianes, dont j'ai créé les directions artistiques.

Je travaille sur :

- l'identité visuelle des médias ;
- la maquette papier et la mise en page de revues ;
- le design de sites web et de newsletters ;
- **plus ponctuellement, de l'infographie et cartographie.**



J'ai notamment travaillé pour les médias :

60 Millions de Consommateurs • AEF • L'autisme & nous • Beaux-Arts • Compliances • La Déferlante • Désoriental • La Disparition • Die Deutsche Welle • Entretien avec un dentiste • euradio • Fisheye • Fleur d'avocat • Fondamental • FRACAS • France 24 • Génération XX • Kometa • Infomigrants • L'Autisme & nous • L'Intimiste • La Corneille • Le Ticket • Les 3 Ours • Les Jours • L'Herbier parisien • Libération • Maze • musae • Novethic Essentiel • Oldyssey • Pays • POLITICO Europe • Reporters sans frontières • Revue K • RFI • Socialter • Tenou'a • The Conversation • TheMetaNews • Veïr • Vert • Ville Hybride.

Le Programme Médianes

Sommaire

1. Le design : un lien entre le média et son public
2. Optimiser son expérience utilisateur·ice
3. Bonnes pratiques web
4. Idées et références
5. Sur les newsletters

Le Programme Médianes

01.

**Le design : un lien entre le média
et son public**

Design graphique : la forme au service du fond

En structurant son projet, la première étape consiste à prendre compte les personnes à qui le produit est destiné, et non nos propres goûts ou envies de nouveauté.

Qui sont-elles ? Quelles sont leurs habitudes de consommation, leur goût, leurs envies ? Comment inclure son public ?

Si on lance un nouveau format, se pencher sur la finalité qu'on prévoit. Est-ce qu'on imprime ? est-ce qu'on aura de petits formats sur écran ?

On peut éviter ainsi des couleurs inappropriées pour l'impression, des typographies magnifiques mais peu lisibles.

Finalement, vérifier les moyens techniques, financiers, et humains qu'on a.

Cela nous évitera par exemple des interfaces de sites canon mais difficilement utilisables.

Il y a, dans le design graphique, notamment tel que nous le défendons chez Médiannes, un véritable enjeu d'empathie, d'affection pour les futur·es utilisateur·ices, et le souci de leur rendre service, de mettre en avant le contenu plutôt que d'en complexifier l'accès.

Design graphique : la forme au service du fond

Pour nous, le design graphique n'est pas un élément de surface, mais un levier stratégique intégré dès la conception du média, faisant entrer en résonance le fond et la forme en donnant de premières informations sur le type de média auquel on a affaire, son ton, à qui il s'adresse.

Ce graphisme peut être réévalué régulièrement pour s'adapter à l'évolution du média et du public à qui il s'adresse.

Pourquoi ? Car peu importe la richesse du contenu du média, si (plus) personne ne se sent concerné par le média, ne s'en approche suffisamment de manière à lire le contenu, on ne saura pas si le fond est bien ou non.

Design graphique, direction artistique ?

LE DESIGN GRAPHIQUE consiste en une composition visuelle (textes, images, formes, couleurs...) pensée pour faire passer un message non-verbal. L'idée est de donner une information tout en transmettant une émotion, afin de répondre à un objectif précis.

LA DIRECTION ARTISTIQUE est une étape préliminaire, où on réfléchit aux choix de police, de couleurs, d'iconographie, au dessin du logo, à la direction que doit prendre tout cela, qui va devenir le ciment de l'identité visuelle du média, le rendant reconnaissable.

Ces choix sont affinés et adaptés au moment de la conception des différents supports (papier, web, mail, vidéo...)

Fonction de la direction artistique

Que cherche-t-on ?

L'idée est d'utiliser la forme pour mettre en valeur le fond du média, en prenant en compte ses publics cibles. On cherche ainsi à faire passer, par le visuel, un état d'esprit, des valeurs fortes du média, dans lesquelles les gens pourront se reconnaître. Nous pouvons les lire car nous partageons des références et imaginaires communs.

Flexibilité

Tout comme les objectifs ou l'éditorial qui peuvent évoluer avec l'expérience ou les envies, la direction artistique peut également être amenée à se moduler et à s'adapter. Elle évolue en même temps que le média.

Gaudere
Depuis 1958

01 40 36 36 24



PÂTISSIER
CHOCOLATIER

Gaudere
Depuis 1958

RESTAURATION
PAIN BIO

01 40 36 36 24

Maître Artisan — Fabrication Maison





Pinterest
11 idées de Façade Boulangeri...



Getty Images
704 Facade Boulangerie Stock Pho...



Alamy
Paris, France, vue ...



Paris la douce
Paris : Boulangerie à la devanture c...



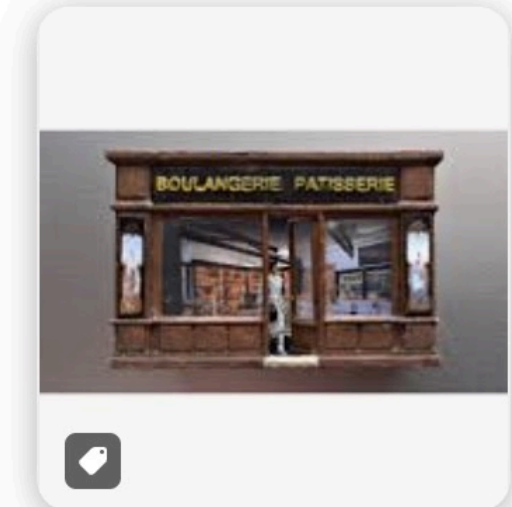
DECO 72
Devanture de boulangerie Le Mans | D...



Pep's création
Des choix de matériaux atypiques p...



Getty Images
704 Facade Boulangerie Stock Photos, ...



Trains 160 · En stock
Devanture de magasin...



KONCEPTOR
Travaux d'agencement boulangerie ...



Pep's création
Deuxième boulangerie pour le MOF Olivi...



Pinterest
61 idées de Façades de ...



Techni-Contact
Rénovation façade de pâtisse...



Ct Création Carl Tran
Agencement commercial de boulangerie



Lucien HELLE & Fils
Boulangerie Vabret – facade general...



Pinterest
Strasbourg, devanture ancienne de l...



Mourot Agencement
Mourot Agenceme...



KONCEPTOR
Agencement de boulangerie vie...

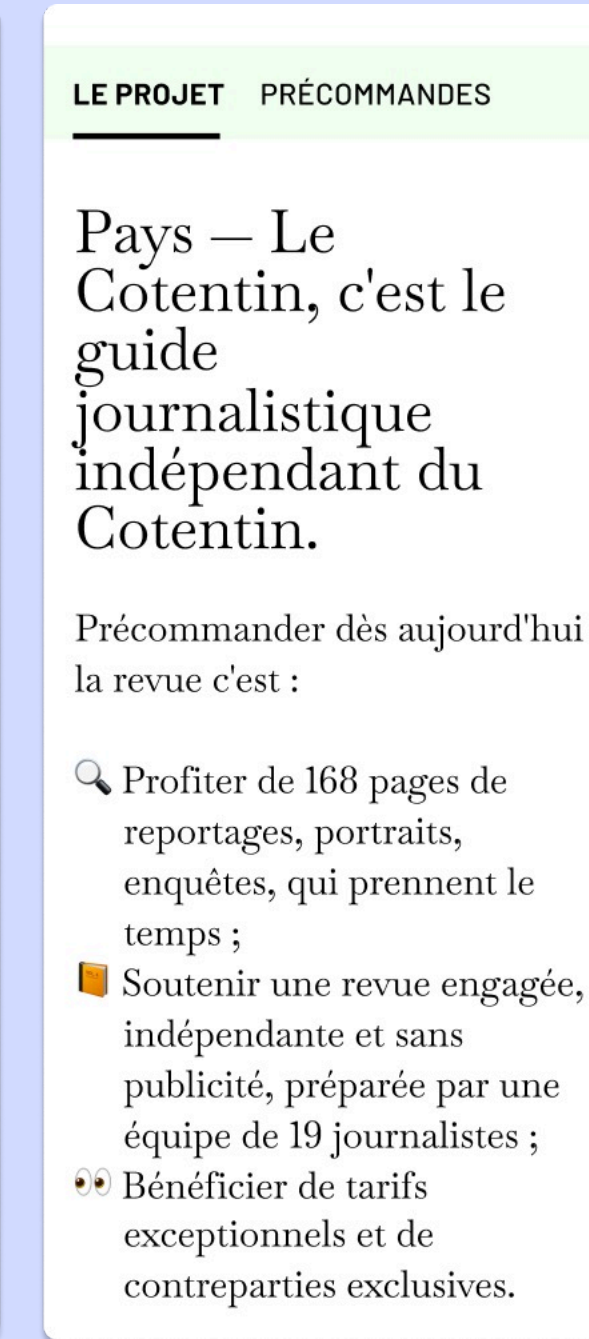
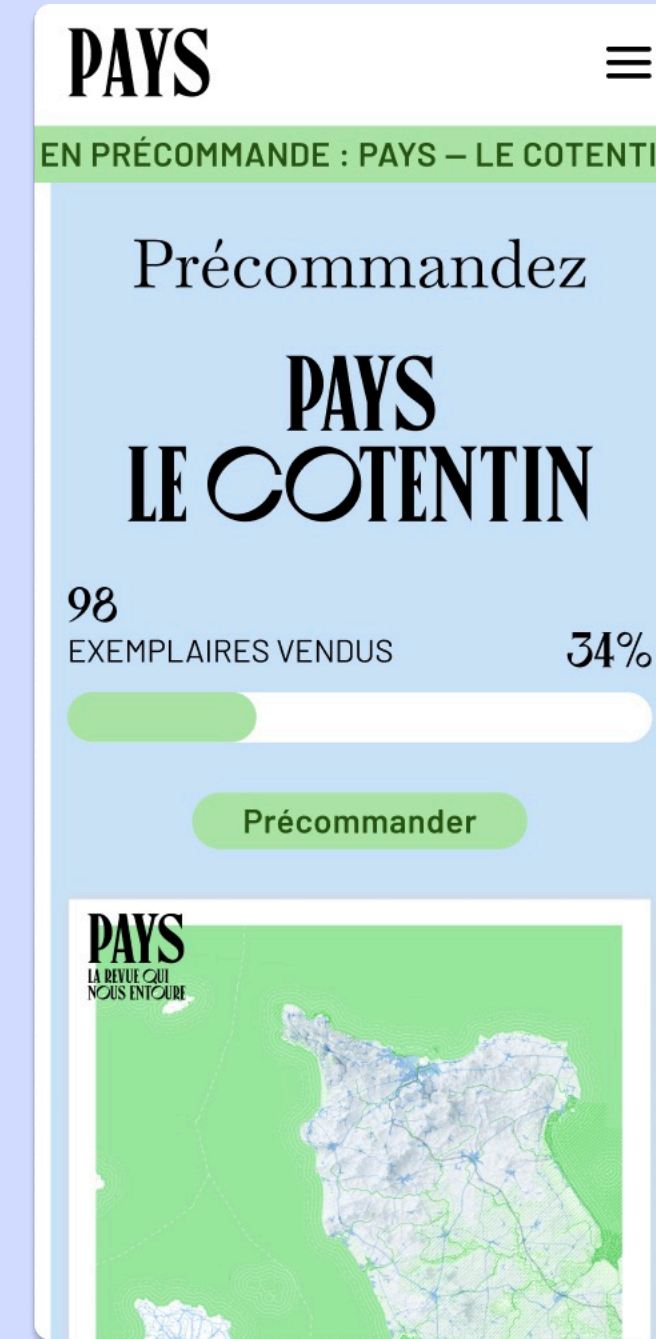


Paris la douce
Paris : Boulangerie à la devanture cl...

Cohérence de l'identité visuelle sur les différents canaux

Le graphisme du site, la mise en page de la revue papier, les posts sur les réseaux sociaux, les mails... tout, dans l'idéal, est conçu conformément à la direction artistique générale. Les règles générales peuvent toutefois être adaptées à une contrainte technique.

L'ensemble devrait être agréable à utiliser, intuitif, et cohérent à ce que vous souhaitez communiquer comme valeurs et ambiance : nous arrivons chez vous, sur votre site, c'est comment, chez vous ? Ai-je envie de rester, de découvrir plus avant ?



Affaire Bétharram : un ancien gendarme demande une enquête administrative

À la fin des années 1990, une première enquête pour des viols dans l'institution religieuse a capoté après la libération de l'ancien directeur. Le gendarme chargé des investigations à l'époque, qui a témoigné d'une possible intervention de François Bayrou dans l'affaire, dit à Mediapart souhaiter l'ouverture d'une procédure pour éclaircir ces faits.

par David Perrotin et Antton Rouget

Sign up for *Being Human*, a newsletter that explores wellness culture, mortality and disease, and other mysteries of the body and the mind.

The last time I sweated through my shirt, I vowed that it would never happen again. Sweat shame had dogged me for too many years. No longer would armpit puddles dictate the color of my blouse. Never again would I twist underneath a hand dryer to dry my damp underarms. It was time to try clinical-strength antiperspirant.

ENJOY A YEAR OF UNLIMITED ACCESS TO THE ATLANTIC—INCLUDING EVERY STORY ON OUR SITE AND APP, SUBSCRIBER NEWSLETTERS, AND MORE.

Become a Subscriber

The one I bought looked like any old antiperspirant, a solid white cream encased in a plastic applicator. But its instructions seemed unusual: "For best results, apply every night before bed and again in the morning."

Every night?

I swiped it across my armpits before bed, and to my surprise, they were

Jake Green pays tribute to Leyton Orient and the rituals that bind the community

This month, a public exhibition along Leyton High Road celebrates the neighbourhood's rich football heritage.

Words Marigold Warner

Work Photography Exhibition Documentary Sport Community

27 February 2025

f X in ✉

Leyton Orient has always been a part of photographer Jake Green's life within earshot of Brisbane Road, his weekends soundtracked by the roar of victory. Eventually, he got a job there – first as a steward, then on the tarmac. Some of the first photographs he ever took as a college student were of Leyton Orient players in grainy black-and-white in 1999.

Jake wouldn't return to the stadium for another 20 years after that. He

Jonathan Schuite : « [Eau] Fuite... en avant ! »

Publié le 18 février 2025

écrit par Jonathan Schuite et illustré par Marine Lognoné

RESSOURCES & ENVIRONNEMENT

Après un article sur la pénurie de l'eau dans *FLAASHN°05*, l'hydrologue Jonathan Schuite revient sur la reconquête écologique et la transition hydrique à l'occasion de la sortie de l'ouvrage *Manuel d'un monde en transition(s)*, dirigé par Lucas Verhelst et paru le 10 janvier 2025 aux éditions de l'Aube.

Fuite... en avant ! Dans un contexte de tension croissante autour de l'eau, une attitude répandue consiste à créer ou sécuriser artificiellement de nouveaux « gisements », afin de satisfaire les « besoins » de tous les usagers. Réserves de substitution agricoles, usines de dessalement de l'eau de mer, réutilisation des eaux usées traitées, ensemencement des nuages pour forcer la pluie, dérivation de cours d'eau via des aqueducs modernes, exploitations d'eaux souterraines

Climat Courants marins de l'Atlantique contrairement à certaines projections, l'effondrement imminent est « improbable », selon une étude

Article réservé aux abonnés

Un article paru mercredi 26 février dans la revue *Nature* affirme que l'Amoc, un ensemble de courants marins crucial pour le climat, va faiblir mais sera relativement résilient : il ne devrait pas s'effondrer d'ici la fin du siècle et ce même dans les hypothèses de réchauffement extrêmes.

Baba les bons pipeaux

À quelques heures de la fin de « TPMP » et de C8, Cyril Hanouna enchaîne les fake news. Dernière en date : un supposé « scandale d'État » impliquant l'Arcom...

26 février 2025 Épisode n° 221 Les épisodes

Texte Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts

Illustration Simon Lambert

Édité par Lucile Sourdès-Cadiou

La playlist

En résumé

ous le pont Mirabeau coule la Seine. Et nos



Par Blanche Ribault

Pierre-Olivier, Atheba, Ellie, Ái Vãn Nguyễn et Ava ont grandi en étant les seules personnes racisées de leur école. Ils racontent les propos xénophobes et le harcèlement raciste subis. « Si je pouvais effacer cette époque de ma vie, je le ferais. »

Jura (39), fin des années 1990. « On ne veut pas de tes cartes pokémons, tu as mis tes mains de singe dessus ! » Pierre-Olivier, né d'un père guadeloupéen, est le seul enfant racisé de son école. Au milieu de la cour de récré, il encaisse

« La disparition des Mayas est un mythe fabriqué par l'Occident »

L'effondrement maya du IXème siècle, métaphore idéale de notre époque ? Dans *Les Mayas n'ont pas disparu*, un essai à paraître le 27 mars prochain aux éditions Allary, l'archéologue Chloé Andrieu déconstruit les idées reçues qui entourent l'Histoire de cette civilisation largement méconnue. Entretien.



Pablo Maillé

- 27 February 2025

#histoire

#science

REGARDER ET COMPARER

Trois identités visuelles de médias écologiques

S'abonner à la lettre d'info

Faire un don

Nature Climat Lutttes Alternatives Monde | Reportages **Enquêtes** Idées

Fin des PFAS : les vêtements imperméables en quête d'alternatives



Avec l'interdiction des polluants éternels, les entreprises du textile et de l'habillement devront utiliser d'autres méthodes pour rendre leurs produits imperméables. Certaines ont anticipé. D'autres s'inquiètent.



Agriculture
Une lettre de Laurent Wauquiez « incite au lynchage » de l'OFB



Entretien – Monde
Dans les parcs nationaux africains

Abonnez-vous à la lettre d'info de Reporterre

Quotidienne

Hebdomadaire

Votre e-mail

Valider

Politique
Élections en Allemagne : où sont passés les Verts ?

Économie

Abonnez-vous à la lettre d'info de Reporterre

Quotidienne

Hebdomadaire

Votre e-mail

Valider



En bref

Voir tous les « En bref »

Violences sexistes

Les plaintes contre Julien Bayou classées sans suite

Pollutions

Pollution de l'air : l'État encore condamné à indemniser une famille

Agriculture

Désastreuse pour la biodiversité, la loi d'orientation agricole est adoptée

Agriculture

Agriculture : le label Haute valeur environnementale validé malgré son laxisme



La Quotidienne de Reporterre

La justice déclare 4 mégabassines illégales



© Jérôme Gilles / Nur Photo / AFP

Mégabassines suspendues : une décision historique pour la biodiversité et la lutte

19 décembre 2024 Bonjour ! 🙌

C'est une victoire qui va donner du souffle aux antibassines. La cour administrative d'appel de Bordeaux

17:12

Fin des PFAS : les vêtements imperméables en quête d'alternatives

Pluie lors d'un match de tennis à Munich, en Allemagne, le 26 avril 2022. - © Sven Hope / DPA / Picture-Alliance via AFP

Par Fabienne Loiseau
21 février 2025 à 09h39
Mis à jour le 21 février 2025 à 12h19
Durée de lecture : 5 minutes

Avec l'interdiction des polluants éternels, les entreprises du textile et de l'habillement devront utiliser d'autres méthodes pour rendre leurs

17:53

Reporterre

valeur environnementale validé malgré son laxisme

Entretien – Monde
En Afrique, une ONG surprenante « accapare des terres au nom de la nature »

Politique
La taxe sur les ultrariches adoptée en première lecture à l'Assemblée

À propos de Reporterre

Reporterre est un média indépendant dédié à l'écologie sous toutes ses formes. Le journal est géré par une association d'intérêt général à but non lucratif, et n'a donc pas d'actionnaire. Il emploie une équipe de journalistes professionnels, et de nombreux contributeurs. Le journal est en accès libre, sans publicité, et financé à 98% par les dons de ses lecteurs.

En savoir plus

17:11

reporterre_media

Revue De Presse Actualités Agenda Écologie Les Grands Entretien On se Rencontre

REPORTERRE RECRUTE ! Un.e responsable communication

Une sécurité sociale à l'indemnisation

Victoire des Écologistes : les députés interdisent les PFAS

Greenwashing d'Eramet au Sénégal

Les chasseurs ont détruit une famille : le deuil du père de Mélodie, tuée il y a 3 ans

Fin de l'histoire

Choses à savoir sur l'AFB

Incident à Tchernobyl : la coque percée

Exporter au lieu de nourrir : le scandale de l'agriculture française

17:11

reporterre_media

Suivre

A69 : la rapporteure publique réclame l'abandon du chantier

Violence contre une journaliste

Femme », « climat »... Trump interdit des mots

EXPLOITATION, DÉFORESTATION, SCANDALES CHEZ DECATHLON

Huit militants anti-PFAS risquent la prison avec sursis

Percée historique de la Coordination rurale : la FNSEA vacille

Donald Trump, Elon Musk et le fanatisme de l'IA

Les sponsors fossiles font flancher les émissions de football

La filière française de kéfir de fruits en danger

Une enquête sur ses coulisses de la Fédération de France

Incidents de la pêche

Sotomayor Saqal : « Je suis responsable de ne pas se laisser abattre »

LA MENACE CARBOFASCISTE

Si la victoire de Trump et les poussées nationalistes partout dans le monde ne cessent d'être commentées, rares sont les analyses qui révèlent les liens entre l'extrême droite et l'industrie fossile. Toutes deux carburent pourtant aux mêmes ingrédients : anti-écologisme, extractivisme et masculinisme. En alliant pouvoir autoritaire et soutien indéfectible au capitalisme fossile, le carbofascisme nous rapproche chaque jour un peu plus du chaos climatique. Ce numéro explore les périls que l'alliance entre peste brune et or noir fait courir à la planète et à l'humanité.



Fracas est un média papier, numérique et audiovisuel consacré à l'écologie, ses enjeux, ses luttes et ses courants de pensée. Fracas est un média radicalement indépendant, critique et, on l'espère, utile à toutes celles et ceux qui veulent sortir de l'impuissance face à la catastrophe sociale et écologique en cours.

Manifeste

Le média des combats écologiques

Combat, parce que nous défendons un



IA « frugale » : le nouvel enfumage

PAR PHILIPPE VION-DURY | 13 FÉVRIER 2025

Alors que se déroulait cette semaine de sommet de Paris sur l'intelligence artificielle, son impact écologique est colossal. Une impasse à laquelle certains opposent la possibilité d'une technologie « frugale ». Décortiquons leurs arguments. De tous les problèmes que...

FRACAS

trimestriel

hiver 2025 17,90€

Lobby fossile aux États-Unis • Pétro-masculinités • Facho-anxiété • Pacte carbone • Antifascisme écologique



SIGNAL

LA NEWSLETTER DE FRACAS

Jeudi 13 février

CETTE QUINZAINE

- Trump poursuit son offensive carbofasciste,
- Decathlon champion de l'exploitation
- IA « frugale » : le nouvel enfumage
- Bagnole, viande, avion : le parti du grand soulagement

LE DÉBRIEF

LE MAGAZINE



«La menace carbofasciste» : commandez le deuxième numéro !

Si ce n'est pas déjà fait, c'est le moment idéal pour nous soutenir et être sûr·e de ne rien manquer. Et pour ceux qui ne l'ont pas encore, vous pouvez encore vous procurer la **carte des pensées écologiques** (en poster). Une belle manière de plonger dans la galaxie des familles de l'écologie politique.



Quand faire évoluer sa direction artistique ?

Marquer une différence

- On peut créer une deuxième identité, déclinée de la première, en lançant une nouvelle verticale

Marquer une évolution

- On peut montrer une évolution profonde dans le projet (l'équipe l'éditant, par exemple), la ligne éditoriale, le public visé, les valeurs qu'on défend... en mettant à jour la direction artistique.
- Le temps peut justifier un rafraîchissement. Les projets vivent, sont portés par des personnes qui évoluent, et le monde visuel qui nous entoure change aussi, les codes propres à chaque domaine et attentes du public qui en découlent également.

Le Programme Médianes

02.

Optimiser son expérience utilisateur-ice

UX, User experience

Ergonomie

L'expérience utilisateur·ice est le résultat de l'interaction entre la machine et l'individu : la satisfaction, la neutralité, ou la frustration qu'on peut ressentir.

C'est une notion qualitative, pas si éloignée de l'ergonomie quand il est question de produits physiques comme des chaises.

L'utilisateur·ice au centre

Pour que la qualité de l'expérience soit bonne, l'utilisateur·ice est placé·e au centre de la réflexion : de quoi cette personne a-t-elle besoin ? Comment faire en sorte qu'elle trouve le plus rapidement et facilement possible ce qu'elle cherche ? Comment s'assurer qu'elle comprenne ce qu'on attend d'elle à tel ou tel endroit ?

La qualité des parcours

Le design pourra peu de choses si les aspects marketing et les priorités ne sont pas claires : quels sont les objectifs ?
Comment parvient-on à ces objectifs ?
C'est en les connaissant qu'on pourra prévoir les bons parcours, avec les bonnes propositions où il faut, quand il faut.

La qualité des parcours

Exemple : je propose un exemplaire gratuit de ma revue.

- Comment, où et quand les acheteur·ices potentiel·les sont au courant de cette possibilité ?
- Est-ce une possibilité dissimulée sur mon site ou bien que je mets en avant ?
Stratégie ?
- Quelles sont les informations dont j'ai besoin en contrepartie ? Adresse postale, mail, identité, âge,...?
- Est-ce que je joins un document explicatif avec le numéro gratuit ?
- Une fois le numéro reçu, comment relancer pour proposer à la personne de s'abonner ? Combien de relances ? Mail, courrier postal ? Quelles offres ?
- Si l'abonnement est pris sur un an, qu'est-ce qui est prévu pour le renouvellement ? Mail, courrier, offre ? À quelle(s) échéance(s) ?

Comment designer tout cela ?

Formulaires

Attention à ne demander que ce dont on a réellement besoin dans un premier temps : pour respecter le RGPD et la sécurité des données, mais aussi pour éviter les découragements.

Coordonnées

Prénom
Christelle

Adresse e-mail
Christelle@medianes.org

Mot de passe (6 caractères minimum)

Confirmation du mot de passe

Oui, je souhaite m'inscrire à la newsletter

Créer votre compte

En cliquant sur « S'inscrire », vous confirmez que vous acceptez les Conditions générales d'utilisation et notre Politique de confidentialité qui vous informe des modalités de traitement de vos données personnelles ainsi que de vos droits sur ces données.

Coordonnées

Civilité
Autre

Prénom
Christelle

Nom de famille

Date de naissance

Adresse postale

Numéro de téléphone

Adresse e-mail
Christelle@medianes.org

Confirmation d'adresse e-mail

Mot de passe (6 caractères minimum)

Confirmation du mot de passe

Oui, je souhaite m'inscrire à la newsletter

Créer votre compte

En cliquant sur « S'inscrire », vous confirmez que vous acceptez les Conditions générales d'utilisation et notre Politique de confidentialité qui vous informe des modalités de traitement de vos données personnelles ainsi que de vos droits sur ces données.

En résumé

Découvrir les principes
guidant l'UX (en anglais) :
<https://lawsofux.com/articles/>

1. VISIBILITÉ : nécessiter d'optimiser le référencement en amont du projet de conception
2. ACCESSIBILITÉ : réaliser un site compatible à l'ensemble des appareils (*responsive*), mais également accessible à tous et toutes
3. FACILITÉ : l'ergonomie doit faciliter la recherche de l'information
4. CRÉDIBILITÉ : vitrine de la marque, le site doit rassurer et convaincre
5. EFFICACITÉ : les utilisateur·ices doivent facilement trouver les réponses à leurs questions
6. ATTRACTIVITÉ : faire le choix d'un design conforme à une ergonomie agréable, utile, intuitive et pratique
7. PRATICITÉ : un site facile à mettre à jour et à utiliser par vos équipes

Soigner son site, c'est important

Une concurrence rude

- Les interfaces numériques sont partout autour de nous. Elles sont de plus en plus sophistiquées et intelligentes (Google, Netflix, Tiktok, Amazon...), les habitudes se forgent, les attentes augmentent.
- Personne n'a de temps à perdre avec un site mal pensé, peu clair ou qui ne marche pas. L'objectif est de faciliter le cheminement de l'utilisateur·ice vers un but (lire un article, regarder une vidéo, s'abonner, s'inscrire à une newsletter, comprendre votre ligne éditoriale...) avant qu'il ou elle ne parte ailleurs.
- Il est salutaire de repenser des choses établies il y a longtemps, et se confronter à ses utilisateur·ices, car leurs usages n'est pas toujours celui qu'on imagine, et les besoins, habitudes et envies changent. Le média évolue.

Mais en tant que média, c'est aussi important car :

- Les sites d'info ont justement mauvaise réputation, souvent vieillots ;
- Les parcours sont parfois peu pensés, avec des offres peu claires, mal mises en avant, des ponts manquants entre les supports (web, NL, réseaux, événements...)
- Sur son site on est chez soi, on dépend moins des algorithmes et on peut le façonner à son image et en faire un vecteur d'acquisition ;
- Les usages et attentes changent vite, y compris visuellement ;
- Il faut généralement au moins une landing page, pour informer d'un lancement prochain, recueillir des emails, permettre d'effectuer une réservation, (pré)vendre ;
- Un site peut permettre de rubriquer et ranger ses contenus, de retrouver aussi des contenus plus anciens. Il peut permettre de découvrir le média ;
- On peut aussi appliquer la démarche à la conception d'une newsletter.

Rendre service

À l'utilisateur·ice

Que recherche mes utilisateur·ices ? De quoi ont-ils besoin ? Comment leur rendre service, leur faire découvrir d'autres choses ?

À son média

Comment rendre service à mon média, en facilitant les routes vers ce qui est le plus pertinent ?

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

LES 10 LIENS

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

MARINE SLAVITCH

STRATÉGIE

Audience

IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

Voir tout

Les plus lus

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Racisme dans les rédactions : les recommandations de l'AJAR

STRATÉGIE

Recevez nos newsletters

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Natoque enim diam urna nunc vulputate odio sit volutpat scelerisque. Aliquet condimentum dignissim sed lacinia purus quis bibendum. Cras lacinia metus pharetra purus diam eget lobortis enim eu. Proin eu ridiculus nunc suspendisse. Aenean pellentesque semper justo nec.

> [Découvrir les newsletters](#)

S'inscrire

Besoin d'un accompagnement personnalisé

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Natoque enim diam urna nunc vulputate odio sit volutpat scelerisque. Aliquet condimentum dignissim sed lacinia purus quis bibendum. Cras lacinia metus pharetra purus diam eget lobortis enim eu. Proin eu ridiculus nunc suspendisse. Aenean pellentesque semper justo nec.

Voir le studio

Besoin de conseils pratiques ?

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Natoque enim diam urna nunc vulputate odio sit volutpat scelerisque. Aliquet condimentum dignissim sed lacinia purus quis bibendum. Cras lacinia metus pharetra purus diam eget lobortis enim eu. Proin eu ridiculus nunc suspendisse. Aenean pellentesque semper justo nec.

Voir les fiches pratiques

Design graphique

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Ullamcorper lacus feugiat faucibus congue. Viverra nunc dignissim platea ut consectetur. Amet magna orci sit nisl ut ullamcorper. Mauris neque diam cursus interdum.

Web

Stratégie

Veille

[Découvrez la liste de nos clients](#)

Design graphique

Management

Stratégie

Web

Veille

VEILLE

France Médias Monde

Nourrir le comité de direction de France 24, RFI et MCD grâce à une veille et des conseils.

VEILLE

France Médias Monde

Nourrir le comité de direction de France 24, RFI et MCD grâce à une veille et des conseils.

Design Technique Stratégie Management Direction artistique Financement

Et si nous faisons de votre projet une réussite ? Médianes vous aide à lui donner un nouvel élan !

Nous contacter

UI, User Interface design

C'est l'étape de conception de l'interface utilisateur. L'interface permet l'interaction entre l'utilisateur et le produit — cela peut-être un écran, un clavier, mais dans le cas nous intéressant, plutôt un site web ou une application. L'expérience générale doit être agréable, mais aussi claire, utile, cohérente et familière.

Adaptation du design

Le design devrait être soigneusement conçu pour susciter des réactions positives et une connexion émotionnelle avec votre audience. Cela nécessite une compréhension approfondie du public cible, ainsi qu'une adaptation du design en fonction de leur psychologie et de leurs préférences — mais aussi des habitudes et des tendances de votre domaine.

Globalement, l'UI recouvre les éléments suivants

- La grille de mise en page ;
- Le choix des polices de caractères ;
- Le choix des couleurs ;
- L'iconographie (photos, illustrations, traitement de ceux-là) ;
- Les icônes ;
- Les boutons de navigation ;
- Les encadrés, menu, pied-de-page...

Cela englobe ce qu'on évoque parfois sous le nom de charte graphique web ou de *design system*, quand on est branché.

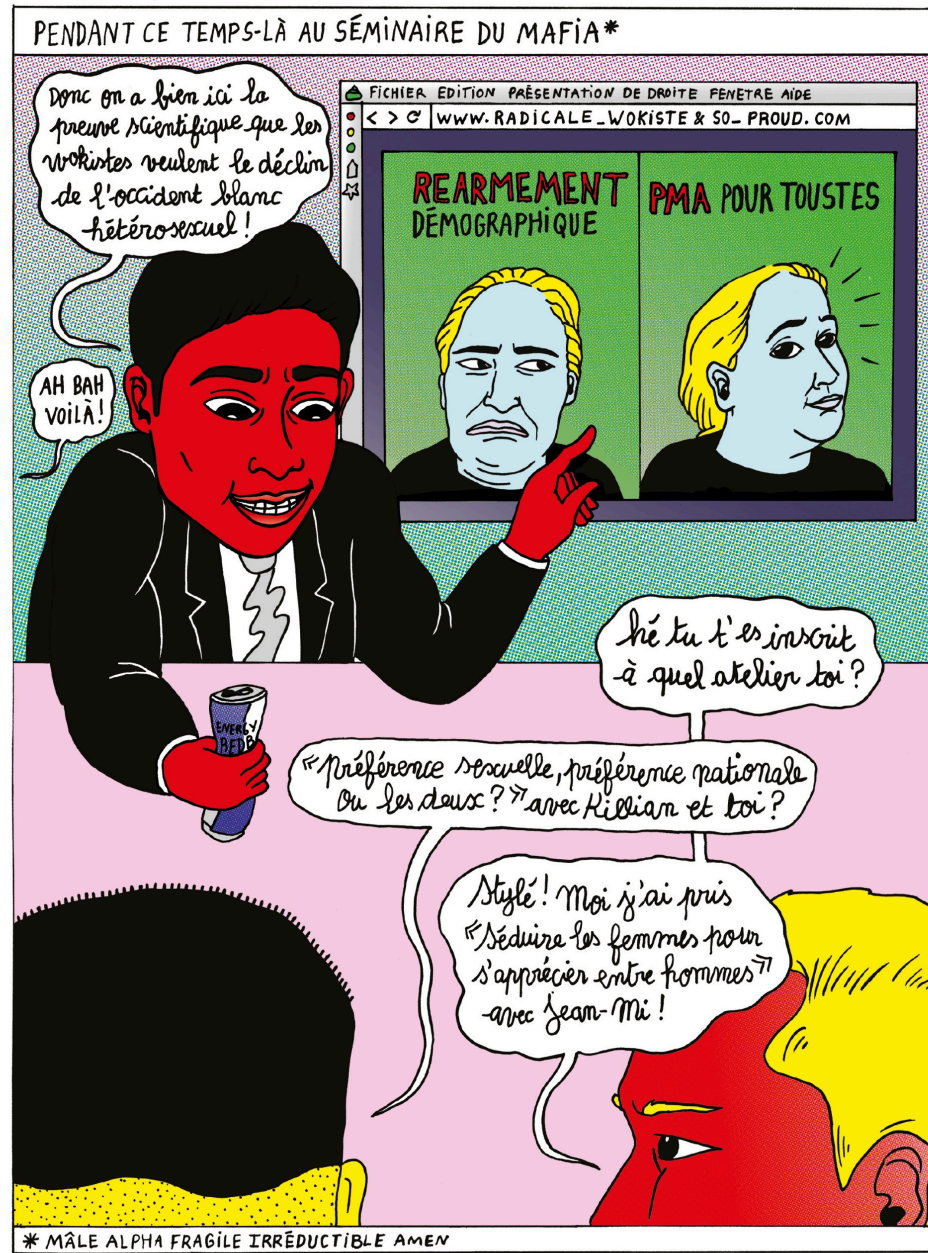
C'est en quelque sorte une variante déclinée de la charte graphique générale, adaptée aux usages du web.

MASCULINISME ET BIOLOGIE LE GRAND DÉTOURNEMENT

Il y a bien longtemps que les opinions racistes ou sexistes prétendent s'appuyer sur la science. Mais aujourd'hui, les fausses informations colportées par les influenceurs antiféministes et conservateurs sur les réseaux sociaux se répandent très rapidement, touchent un public de plus en plus vaste.

TEXTE
Pauline Ferrari
(Lire sa bio page 144)

ILLUSTRATION
Lucile Gautier pour La Défiante
facem-pullitio-dolabhorum-quoque-nom-et-omniolupit-praturio-et-ulparum-ec-dotum-amus-comimimint-volesce



LE PLANNING FAMILIAL FACE AUX « ANTI-CHOIX »

TEXTE
Maya Elboudrari
PHOTOS
Sophie Palmier
(Lire leur bios page 144)

Cela fait cinq ans que le Planning familial a mis en place un groupe de lutte contre les « anti-choix », ces mouvements qui s'en prennent à l'IVG, à l'éducation à la sexualité, aux droits des personnes LGBT+ ou encore aux initiatives visant à questionner l'hétéronormativité ou la binarité de genre. Comment combattre ces collectifs de plus en plus structurés ? Entretien avec Véronique Sehier, ancienne coprésidente du Planning familial, qui a participé à la création du groupe de lutte, et Dominique Mauvillain, qui en est la référente actuelle.

Le Planning familial est coutumier des attaques lancées par les mouvements anti-IVG. Avez-vous constaté une évolution de cette rhétorique réactionnaire ?
VÉRONIQUE SEHIER La Manif pour tous, au début des années 2010, a marqué un tournant : on a vu les mouvements conservateurs se structurer, s'organiser en réseaux. Les groupes opposés à la loi dite Taubira du mariage pour tous et toutes ont, par exemple, développé une communication commune avec le collectif anti-IVG Les Survivants, multipliant les attaques contre l'éducation à la sexualité, accusée de promouvoir la « théorie du genre » [lire notre

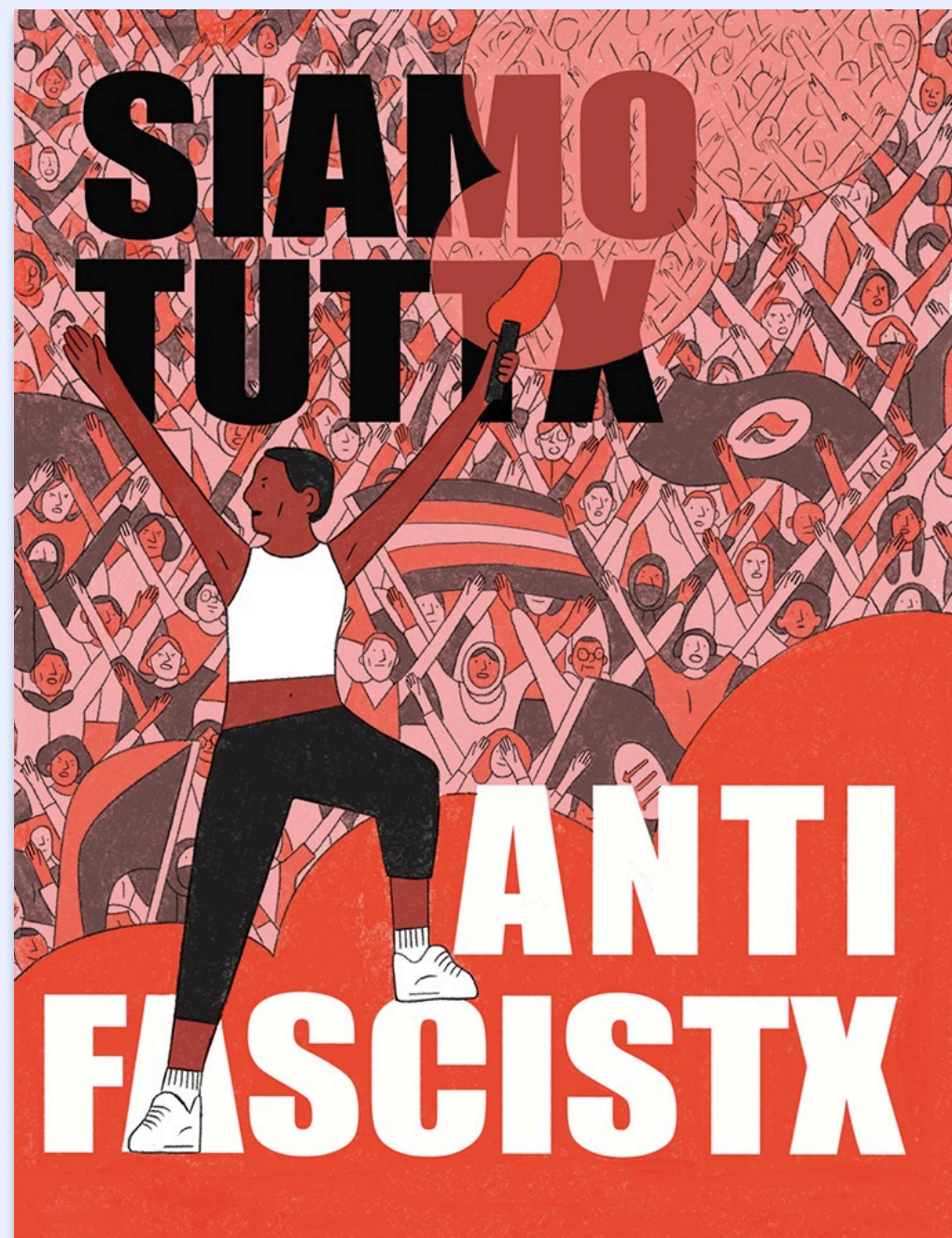
glossaire page 143].
Aujourd'hui, les mouvements qu'on appelle « anti-choix » s'opposent aux droits sexuels et reproductifs, en particulier à l'avortement, mais aussi à l'éducation à la sexualité à l'école et aux droits des personnes LGBT+. Ils militent pour la restauration d'un supposé « ordre naturel » des choses : les femmes et les hommes doivent se marier entre eux, la sexualité doit avoir un but procréatif... Au Planning, nous défendons le droit de chacun·e à vivre une sexualité libre et épanouie, quelles que soient son orientation sexuelle ou son identité de genre.



Dans quel contexte le Planning en est-il venu à monter un groupe de lutte contre ces collectifs ?
V.S. Au sein du Planning, on était plusieurs à voir que, contrairement à une idée reçue, il ne s'agissait pas de quelques petits cathos vieillissants, mais d'une relève organisée, avec des moyens financiers importants : en matière de communication ou de levée de fonds, on ne leur arrivait pas à la cheville. Organiser la riposte, ça demandait des moyens, du temps, de l'organisation. Finalement, en 2019, au terme du congrès du Planning¹, la lutte contre les anti-choix a été adoptée comme orientation politique

du mouvement. Le premier objectif, c'était de développer au sein de notre structure la récolte d'information et la sensibilisation autour de ce sujet.
Quels sont les liens entre mouvements anti-choix et extrême droite ?
V.S. Les mouvements anti-IVG ont toujours eu des connexions très fortes avec l'extrême droite : dans les années 2000, le GUD² faisait le service d'ordre des personnes qui organisaient des prières devant le Planning familial, par exemple. L'un des axes forts à venir dans le travail global que nous menons sera d'affiner notre

1. Le Planning familial fédère environ 80 associations départementales recevant du public. Le congrès qui les réunit tous les trois ans permet de voter les orientations politiques du mouvement.
2. Particulièrement actif dans les années 1990, le groupe union défense (GUD) est une organisation étudiante d'extrême droite qui pratique l'action violente.



« SIAMO TUTTE ANTIFASCISTE! »

FAIRE FRONT

ILLUSTRATION
Hélène Audeguer
pour La Défiante
(Lire sa bio page 144)

Né en Italie dans les années 1920, le slogan « Siamo tutti antifascisti » était le cri de ralliement des opposants au régime de Mussolini. Il connaît aujourd'hui une nouvelle popularité, notamment dans les manifestations féministes où il est scandé et brandi dans sa version féminisée et non binaire. L'auteur·ice et militant·e Costanza Spina y lit l'urgence d'une convergence antifasciste avec les luttes transféministes et antiracistes.

TEXTE
Costanza Spina
Journaliste et auteur·ice, iel a fondé le média queer indépendant Manifesto XXX. À 17 ans, iel quitte l'Italie pour fuir le conservatisme du gouvernement de droite en place. Manifeste pour une démocratie de gauche. Amours quers face au fascisme (éditions Trouble, 2023) est son premier essai.

En Italie, tous les 25 avril, nous commémorons la fin du régime fasciste. En 2024, ce jour-là, une parole a été censurée à la télévision publique italienne : celle de l'intellectuel Antonio Scurati, auteur d'une biographie de Mussolini. Dans un texte qui devait être lu lors d'une émission de RAI 3, l'écrivain reprochait au gouvernement italien d'extrême droite de ne pas honorer son

devoir de mémoire et de ne jamais prononcer le mot « antifascisme ». Son intervention a été déprogrammée. D'aucuns y ont vu la mainmise de Giorgia Meloni, la présidente du Conseil. Comme en France, les épisodes de censure et de licenciements de journalistes se succèdent en Italie. Alors que l'Italie sera l'hôte d'honneur de la Foire internationale du livre de Francfort (en octobre 2024), le gouvernement Meloni est accusé d'avoir censuré la participation

1. Le 25 avril est la date choisie en Italie pour commémorer la fin de l'occupation nazie du pays et du régime fasciste instauré par Mussolini en 1945. Le jour de la Libération est un jour férié.



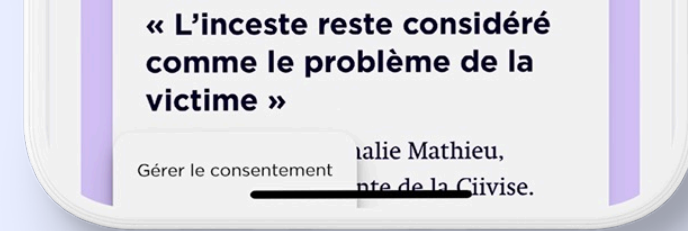
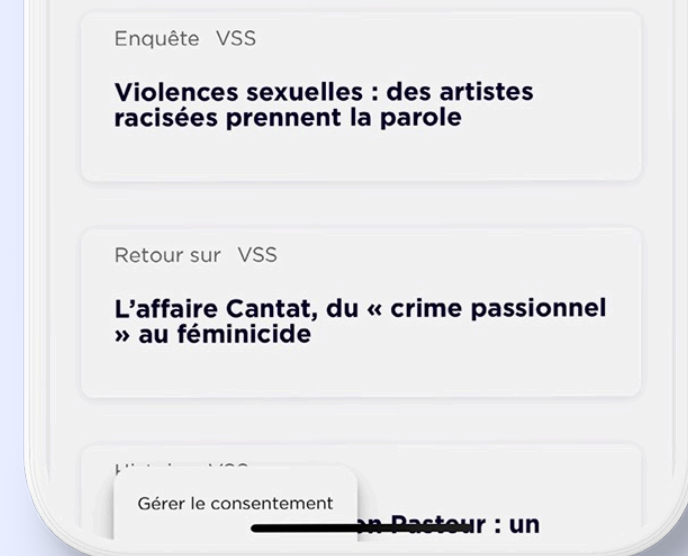
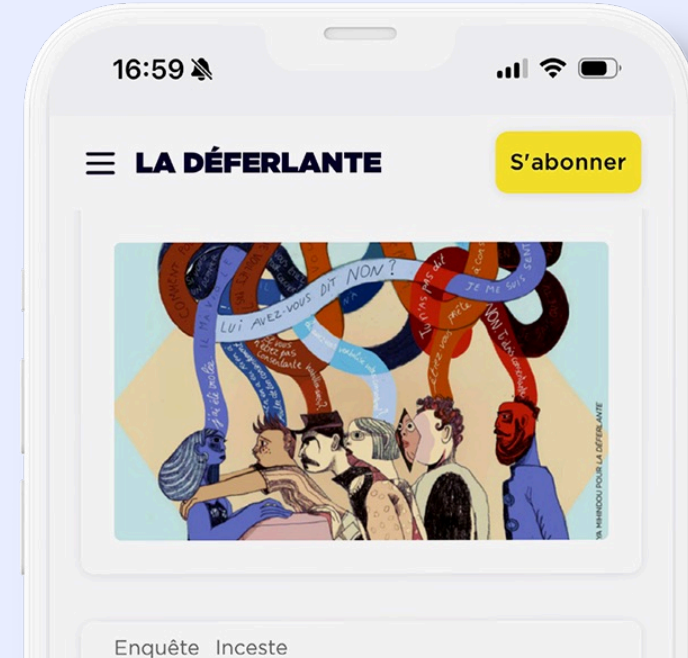
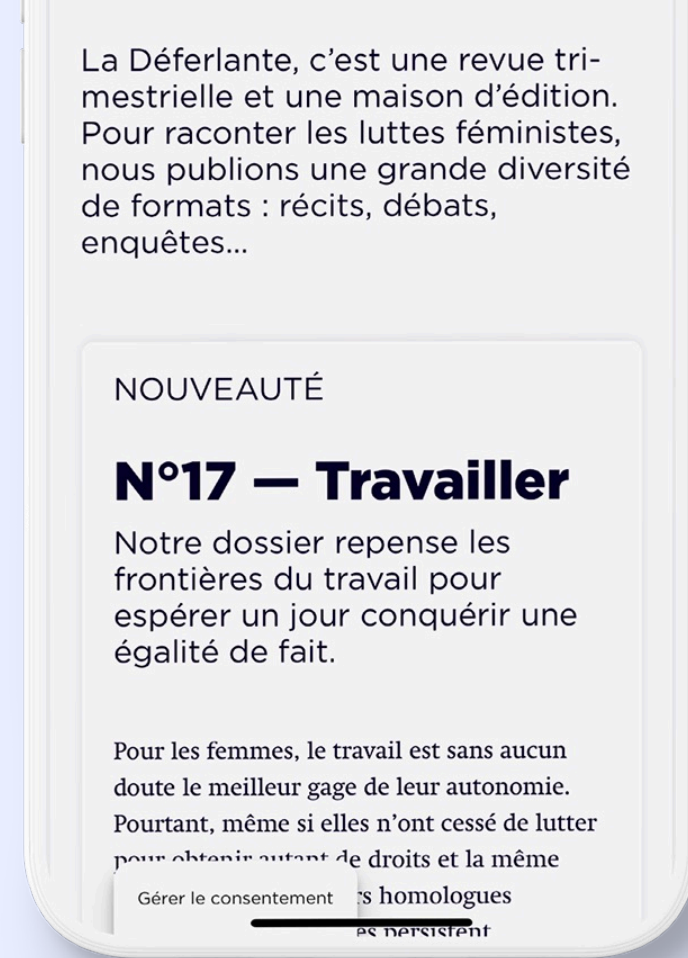
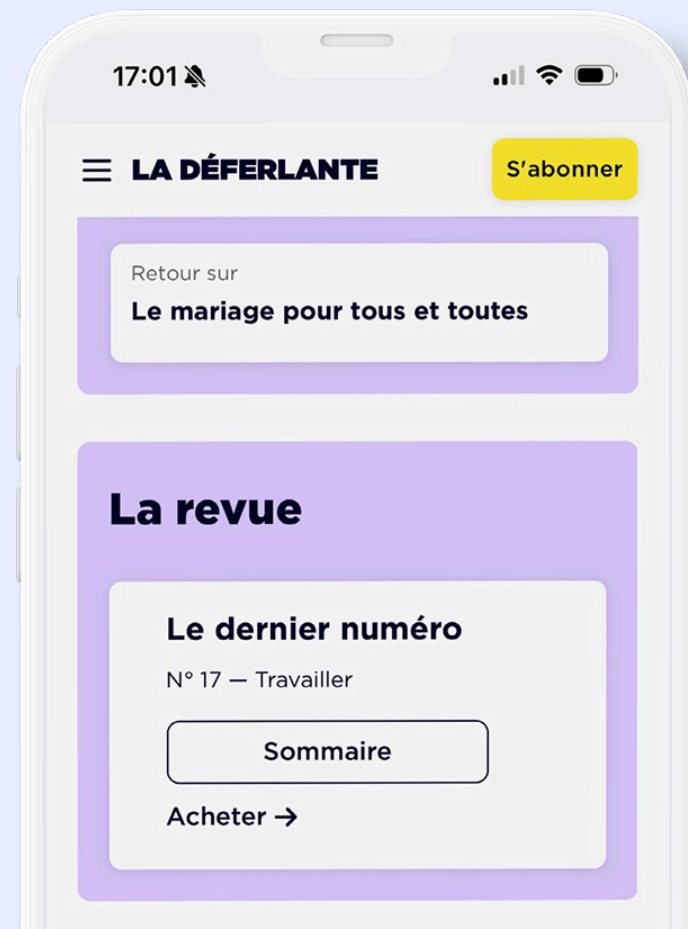
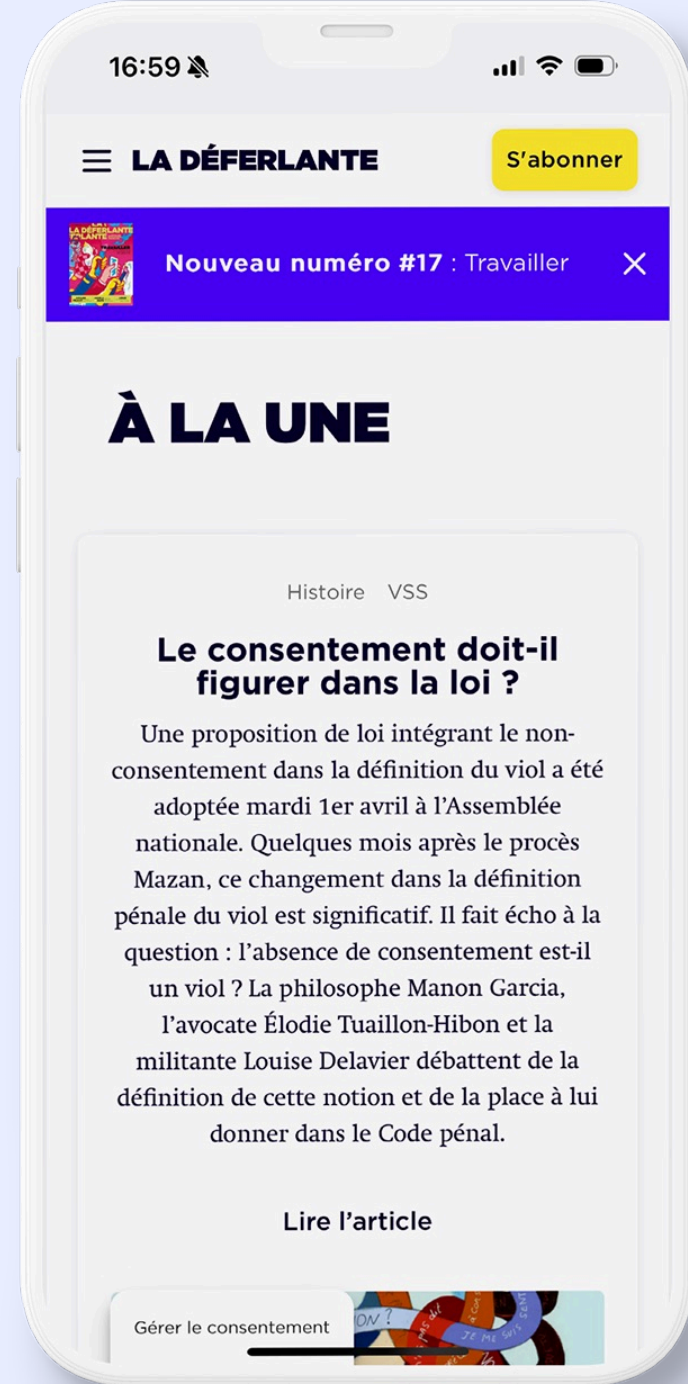
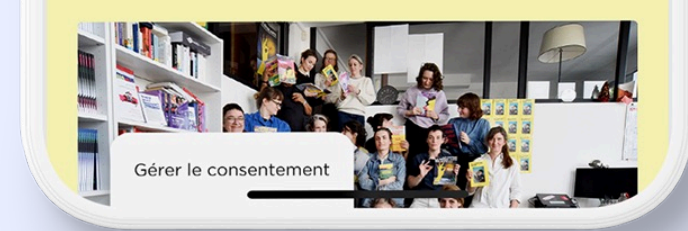
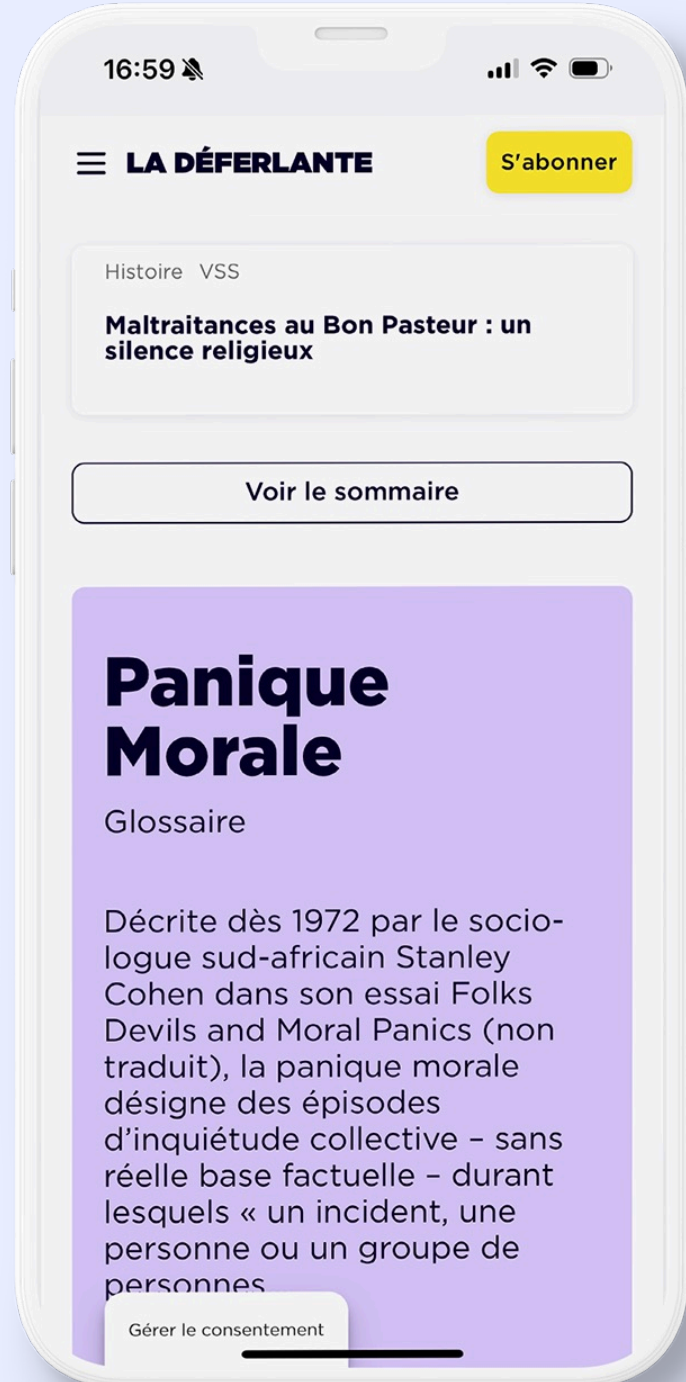
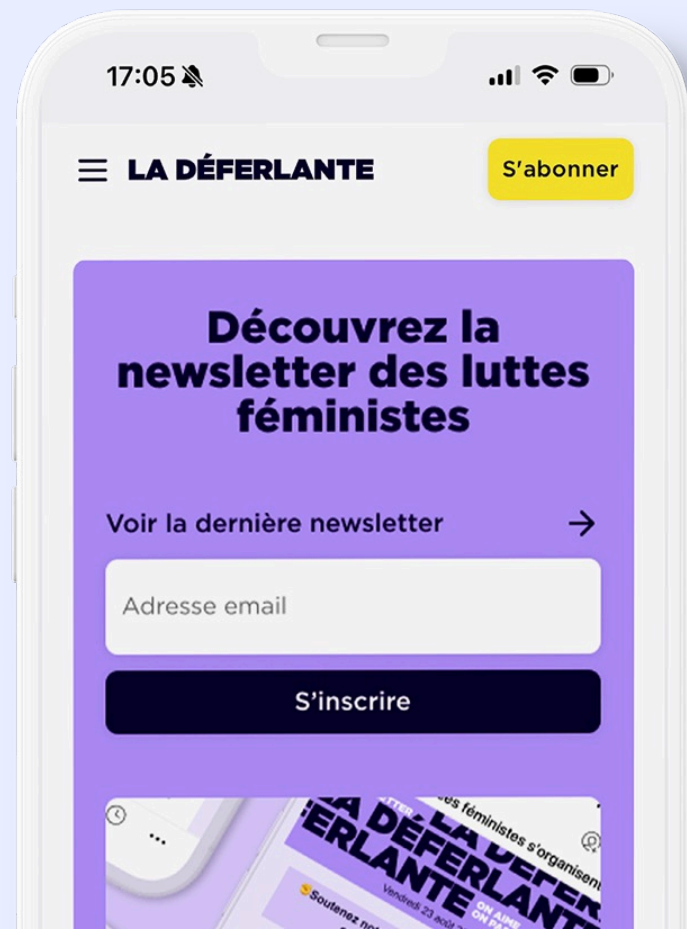
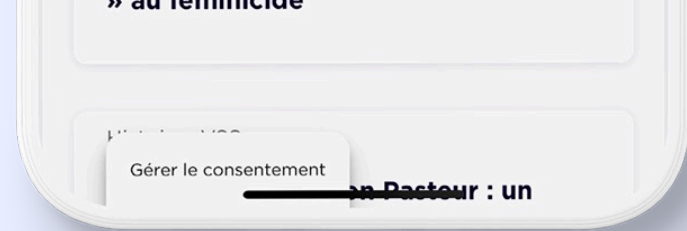
EXTRÊME DROITE EN EUROPE :

LES FEMMES AU SERVICE DE LA « DÉDIABOLISATION »

TEXTE
Roxann Le Carboulec
(Lire sa bio p. 144)

ILLUSTRATION
Nadia Diz Grana
(Lire sa bio p. 144)

Ces dernières années, de la Norvège à la France, du Danemark à l'Italie, des femmes se sont imposées à la tête de partis d'extrême droite. Leurs ressemblances physiques sont frappantes, et leur manière de jouer de leur féminité contribue à la normalisation de leur parti. Tour d'horizon de ces dirigeantes, entre valeurs traditionnelles et revendications de modernité.



H1

Loretta Light
72px / 100%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

H2

Loretta Light
54px / 100%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

H3

Degular Regular
40px / 100%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

H4

Degular Medium
22px / 100%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

H5

Degular Regular
20px / 100%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

H6

Loretta Light
20px / 130%

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Chapo

Degular Text Regular
24px / 125%

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Idées et tendances, directement dans vos mails.

Inscrivez-vous à notre newsletter, un rendez-vous hebdomadaire suivi par plus de 10 000 passionné·es de média.

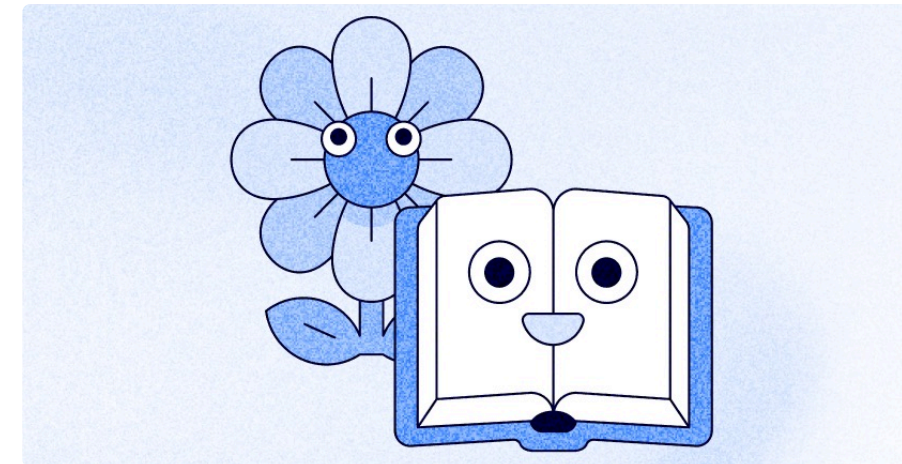
S'inscrire aux newsletters

Idées et tendances, directement dans vos mails.

Inscrivez-vous à notre newsletter, un rendez-vous hebdomadaire suivi par plus de 10 000 passionné·es de média.

S'inscrire aux newsletters



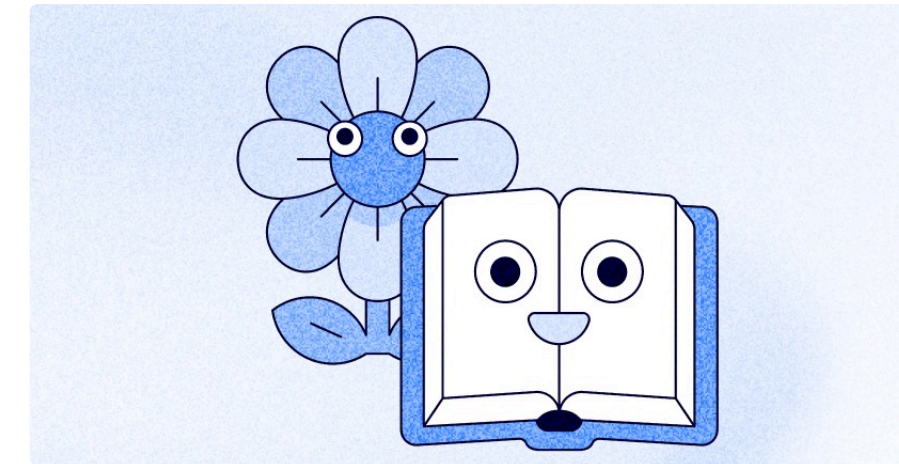


IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

par MARINE SLAVITCH



IA et écriture, gain de temps et perte de style

On s'interroge sur la manière dont les internautes peuvent encore peser sur l'évolution du web face à l'influence des grandes firmes. Aussi : les écoles de journalisme face au harcèlement, les nouveaux médias d'extrême droite sur les réseaux sociaux et un outil pour créer des liens « éternels ».

STRATÉGIE

par MARINE SLAVITCH

↗ Sphera ↗

↗ Sphera ↗

↗ Sphera ↗

↗ Sphera ↗

↗ Sphera ↗

↗ Sphera ↗

Filtres ▼

Filtres ▲

Management ○

Design graphique ●

Stratégie ○

Communication ○

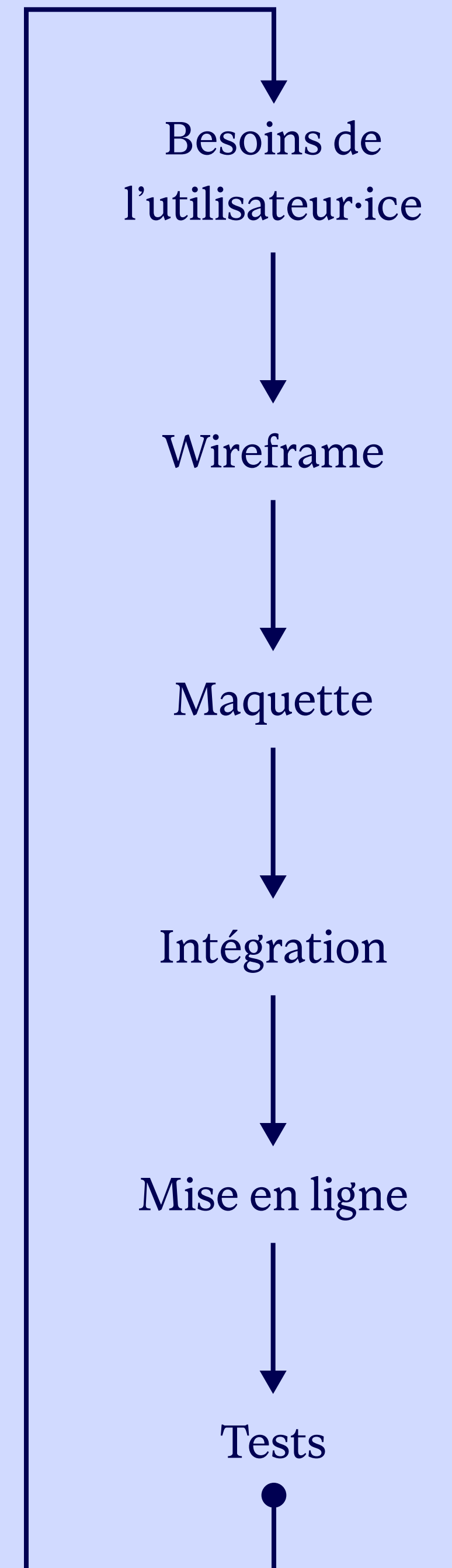
Financement ●

Technique ○

Éditorial ○

Comment tout cela s'articule-t-il ?

- On commence par parler aux utilisateur·ices actuel·les ou futur·es pour être au plus proche de leur ressenti, de leurs usages, et éviter de faire fausse route.
- On se base donc sur ses personæ : l'agilité, les habitudes, mais aussi la tolérance, vont changer d'un groupe de personnes à un autre. En pratique, c'est réfléchir en amont aux points de friction, aux besoins des utilisateur·ices.
- Puis on peut penser ce qu'on appelle les wireframes : le squelette du site. Ensuite, on vient habiller cette structure de graphisme, pour soigner le design de l'interface, puis idéalement on teste tout cela pour voir ce qui fonctionne moins bien, et ajuster.



À garder en tête : les limites

- Un site web peut être assez gourmand en temps et en argent : conception (notamment le design et l'organisation), développement, maintenance. Il existe des outils clé en main qui enlèvent le besoin d'y réfléchir (thèmes préfaits, Wix...). Nous redoutons toutefois aussi une dépendance à un outil et de trop grandes limitations pour être adapté aux besoins de médias indépendants : c'est pourquoi nous croyons davantage dans les outils no-code qui permettent une plus grande flexibilité (Wordpress avec Divi, Webflow, Figma Sites...)
- Faire venir une audience sur son site web est de plus en plus difficile : le web évolue, les gens sont enfermés dans les réseaux sociaux, les moteurs de recherche se referment, eux aussi, avec l'IA.
- Le design n'est pas un outil magique non plus, travailler seulement dessus ne suffira pas à faire venir une audience. Personne ne vient pour lire un format ou découvrir une nouvelle mise en page : on lit des contenus qui nous intéressent.

Le Programme Médianes

03.

Bonnes pratiques d'UX

Les usages devraient :

- Être cohérents pour des actions similaires (ex : forme et taille de bouton) ;
- Reprendre les conventions pour les usages établis ;
- Être interactifs (ex : information, confirmation, survols) ;
- Être explicites (savoir ce qui est cliquable et où ça mène)
- Être réactifs (pas de latence) ;
- Anticiper les erreurs possibles des utilisateurs (ex : formulaire) ;
- Aller droit au but, être concis et clair en même temps ;
- Être adaptés à toutes les tailles d'écran (responsive) ;
- Proposer des zones tactiles assez larges ;
- Avoir des possibilités d'annulation et retour en arrière ;
- Proposer une navigation claire à tout moment ;
- Mettre en lumière une hiérarchie limpide.

Mettre en lumière une hiérarchie limpide

Abonnements

À propos

Mettre en lumière une hiérarchie limpide

Qui sommes-nous ?

M'abonner

Mettre en lumière une hiérarchie limpide



Pour le travail

Se connecter

Créer un compte



Anticiper les erreurs possibles des utilisateurs (ex : formulaire)

Nom



Ce champ est obligatoire.

Proposer des options d'annulation et de retour en arrière

← Retourner aux thématiques

Annuler

Enregistrer les modifications

Reprendre les conventions pour les usages établis

Bouton principal de validation

Bouton principal d'action

Bouton secondaire

Bouton inactif

Simple lien

En mobile, les boutons sont généralement en pleine largeur, suffisamment épais et éloignés pour qu'on ne clique pas sur le mauvais par accident.

9:41

Idées et tendances, directement dans vos mails.

Inscrivez-vous à notre newsletter, un rendez-vous hebdomadaire suivi par plus de 10 000 passionné·es de média.

Votre adresse email...

S'inscrire aux newsletters

Être interactifs

Passif

Bouton d'action ↗

Survol

Bouton d'action ↗

Facilité et crédibilité

- Bien structurer la hiérarchie de l'information—guider ;
- Rester le plus simple possible, sans surcharger inutilement ;
- Eviter les contenus intrusifs qui risqueraient de noyer l'information et d'irriter (excès de popups, d'éléments restant fixes, d'animations...);
- Rassurer dans les étapes sensibles (achat, paiement, données personnelles...)
- Guider quand il y a plusieurs étapes (tunnel) en indiquant clairement où on en est.

Facilité et crédibilité

Rassurer dans les étapes sensibles (achat, paiement, données personnelles...)

Paiement sécurisé

[En savoir plus](#)

Facilité et crédibilité

Guider quand il y a plusieurs étapes (tunnel) en indiquant clairement où on en est.

Étape 2/2 **Livraison et paiement**

Lisibilité et confort de lecture

En parlant de lisibilité, on pense peut-être au choix de la police, à la taille des caractères, et la hiérarchie entre les corps de texte, et les différents niveaux de titre. Importe également les réglages de ces polices de caractères : entre elles, en leur sein, et dans l'environnement qui les entoure.

L'objectif ? que ce soit fluide, agréable et facile à lire, qu'on ait envie de plonger dans le texte.

C'est ce qui fera la différence pour être davantage identifié comme sérieux, solide.

Ressource : Comment choisir ses polices ? [↗](#)

Lisibilité

Interlignage

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Lisibilité

Justification à éviter

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Visibilité

Marges intérieures (padding)

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Lisibilité

Contrastes, graisse, interlettrage

Aa

Arial

Tracé uniforme

Aa

Didot

Tracé contrasté

Aa Aa Aa Aa **Aa** **Aa** **Aa**

Thin Light Regular Medium Semibold Bold Black

Exemple

Interlettrage
réduit (-13%)

Exemple

Interlettrage
par défaut

Exemple

Interlettrage
augmenté (+13%)

Hiérarchie

Structurer la hiérarchie de l'information

Titre principal

Titre secondaire

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

Titre secondaire

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Guider le regard pour survoler, et offrir une structure claire.

Titre principal

Titre secondaire

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

Titre secondaire

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Hiérarchie

Pour guider la lecture, préférer des intertitres clairs à de multiples passages en gras

Titre principal

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus **ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices**. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit **odio nunc vulputate** faucibus auctor.

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. **Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.**

Titre principal

Titre secondaire

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

Titre secondaire

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Accessibilité

De nombreuses personnes souffrent de problèmes de vue, de daltonismes... Il s'agit de veiller certes à ce que les textes soient écrits en suffisamment grand, mais aussi se méfier des couleurs.

- Le contraste entre l'arrière-plan et le texte doit être suffisant pour être confortablement lisible. Attention aux photos en arrière-plan de textes ;
- Différenciation des couleurs : attention à ce qu'une information ne soit pas véhiculée uniquement par une couleur (ex : infographie, zone à identifier), car certaines couleurs ne sont pas distinguées par les daltoniens ;
- Faire en sorte que sa page soit structurée pour être lisible par un lecteur d'écran pour personnes aveugles. Le respect des niveaux de titres est important.

Ça c'est terrible aïe

Accessibilité

Pour vérifier les contrastes entre texte et arrière-plan, il existe une myriade d'outils, notamment des plug-ins directement dans Figma, mais aussi des sites où copier/coller ses valeurs.


Par exemple :

www.contrast-finder.tanaguru.com ↗

Tout savoir sur le Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA) ↗ qui va bien au-delà des seuls contrastes.

Petit à petit, les sites des entreprises de plus de 10 salarié-es seront tenus d'être accessibles, ou de mettre en place des actions pour le devenir.

Trouve-moi les bons contrastes, pour l'accessibilité web, entre ces deux couleurs :


Couleur du texte : 

Pour chaque couleur (rouge, vert et bleu), indiquer un nombre entre 0 et 255.

Rouge : Vert : Bleu :

La couleur doit être comprise entre #000000 à #FFFFFF

Hexadécimal :

Couleur du fond : 

Pour chaque couleur (rouge, vert et bleu), indiquer un nombre entre 0 et 255.

Rouge : Vert : Bleu :

La couleur doit être comprise entre #000000 à #FFFFFF

Hexadécimal :

Ratio minimum :

Dans la réglementation internationale établie par les [WCAG](#), le [critère de succès 1.4.3](#) demande pour le texte un rapport de contraste minimum de 4.5:1 (et 3:1 pour le texte agrandi).

Ce rapport de contrast minimum est également exigé par la réglementation française, établie par le [RGAA 3.0 2016](#), dans les [critères 3.3 et 3.4](#).

Composante à modifier :



- Modifier la couleur du texte
- Modifier la couleur du fond

Propose-moi :


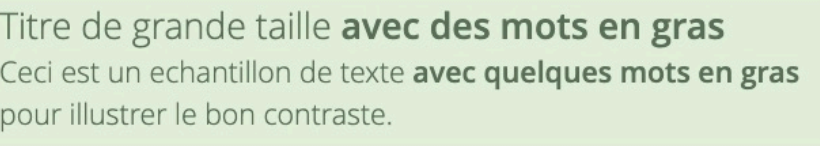




- les couleurs valides et *très proches* de la couleur initiale
- une *palette* de couleurs valides

[Vérifier et trouver le contraste](#)

Ancien contraste

Avant plan	Arrière plan	Exemple	Ratio	Distance
hsl(120, 32%, 40%) rgb(70, 136, 71) #468847	 hsl(102, 44%, 89%) rgb(223, 240, 216) #DFF0D8	 Titre de grande taille avec des mots en gras Ceci est un échantillon de texte avec quelques mots en gras pour illustrer le bon contraste.	3.61029	

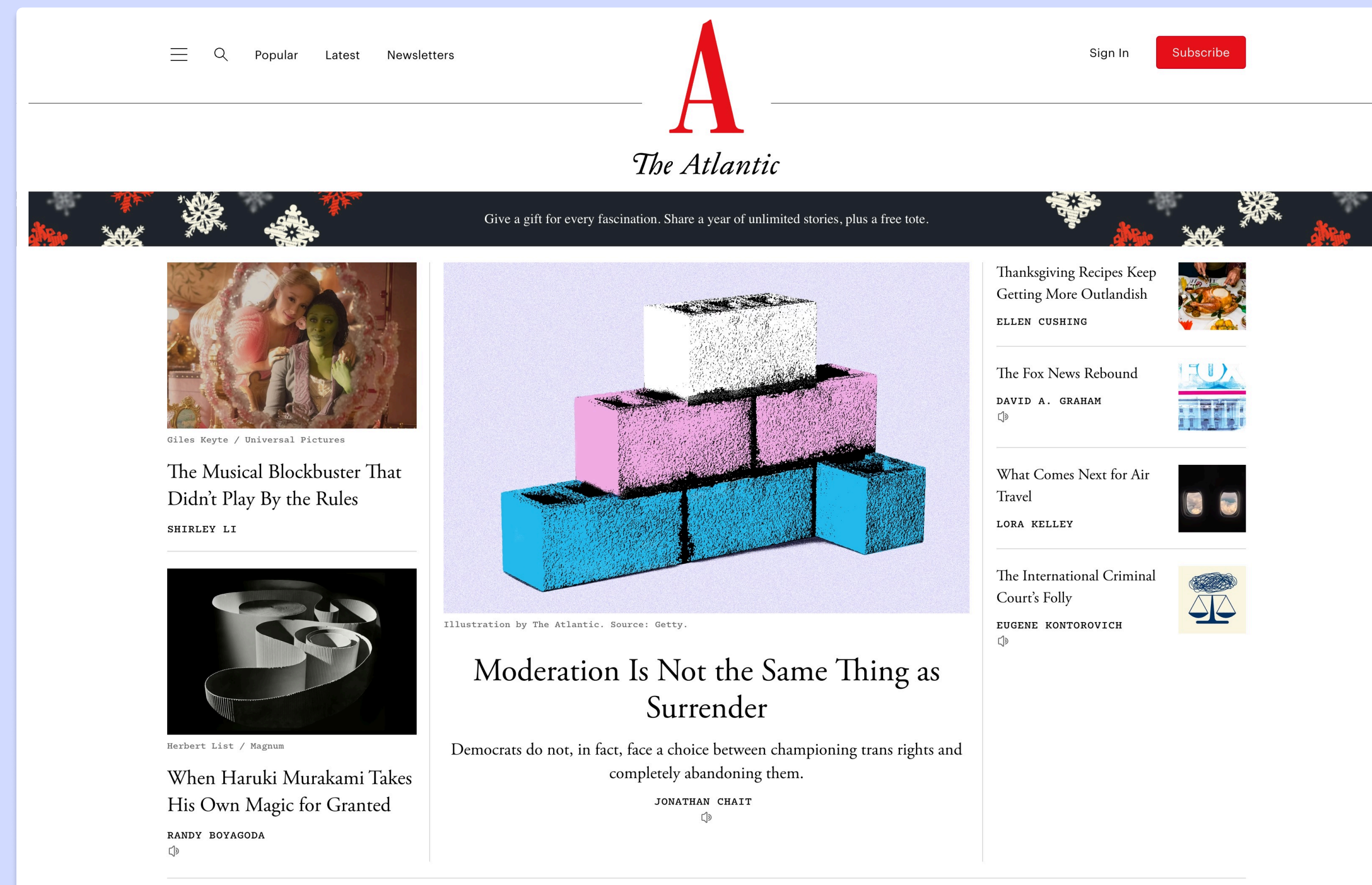
Nouveau contraste : 22 résultats (1 786 080 couleurs testées)

Avant plan	Arrière plan	Exemple	Ratio	Distance
hsl(125, 15%, 38%) rgb(83, 114, 86) #537256	 hsl(102, 44%, 89%) rgb(223, 240, 216) #DFF0D8	 Titre de grande taille avec des mots en gras Ceci est un échantillon de texte avec quelques mots en gras pour illustrer le bon contraste.	4.50057	17.19
hsl(123, 28%, 36%) rgb(66, 118, 69) #427645	 hsl(102, 44%, 89%) rgb(223, 240, 216) #DFF0D8	 Titre de grande taille avec des mots en gras Ceci est un échantillon de texte avec quelques mots en gras pour illustrer le bon contraste.	4.50074	18.07
hsl(122, 32%, 35%) rgb(61, 119, 63)	 hsl(102, 44%, 89%) rgb(223, 240, 216)	 Titre de grande taille avec des mots en gras Ceci est un échantillon de texte avec quelques mots en gras	4.50078	18.33

Accessibilité et engagement

Il est important de placer les informations les plus importantes dans la zone visible d'une page web sans qu'il soit nécessaire de faire défiler l'écran. Le contenu qui se trouve dans cette zone doit capter l'attention de l'utilisateur pour l'inciter à explorer davantage, c'est notamment dans cette zone qu'on retrouve des appels à l'action clairs, des titres accrocheurs, et des éléments interactifs. C'est d'autant plus important sur mobile.

On parle de zone au-dessus de la ligne de flottaison, ou de premier écran.



En version mobile, les boutons d'action doivent être idéalement sur le premier écran. Autrement, on peut laisser les zones d'action collées en bas de l'écran, ce qu'on appelle un "toaster"

Attractivité

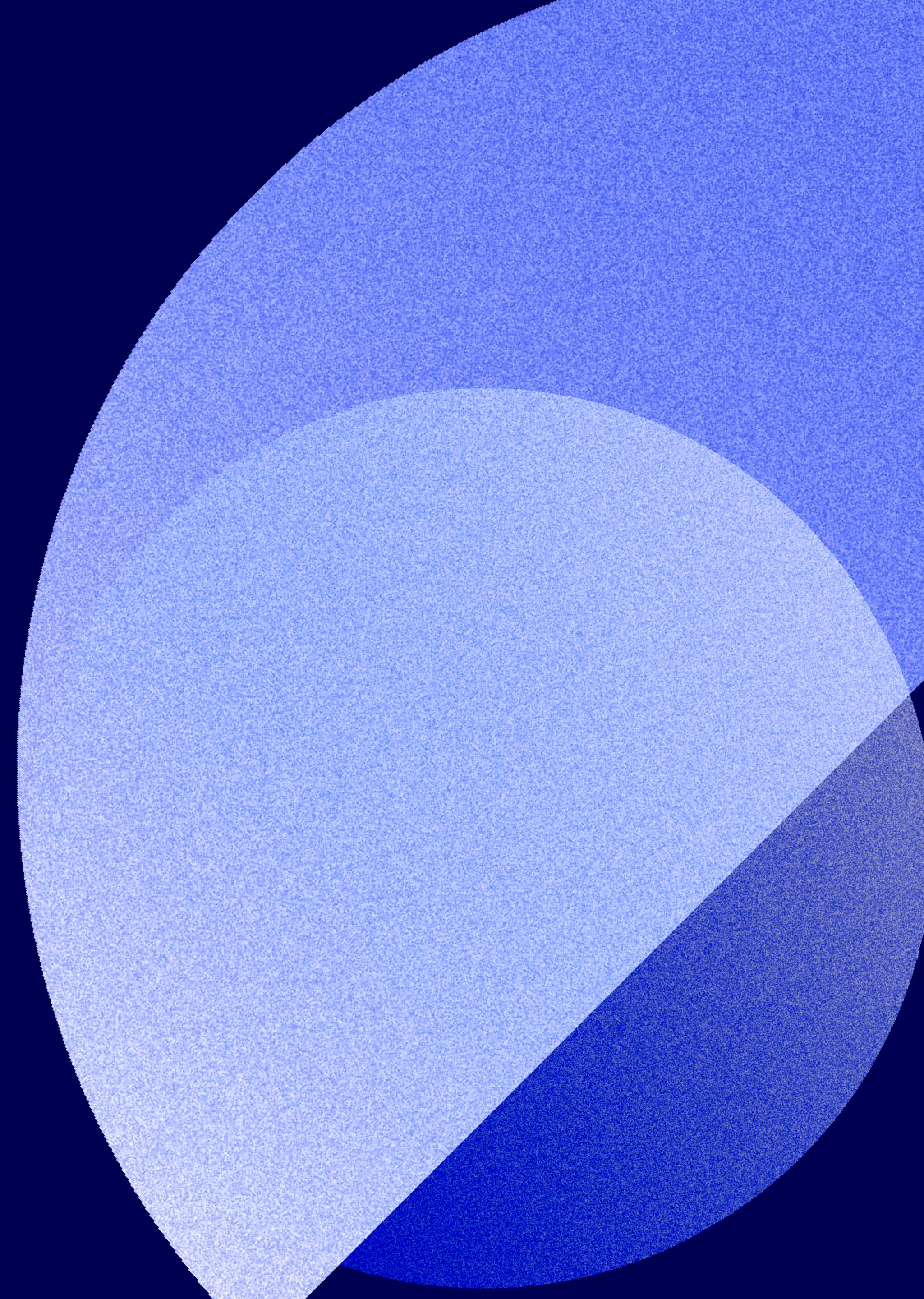
Cohérence de la DA

Soigner le graphisme du site, en prolongation de la direction artistique pouvant exister par ailleurs (dans une revue, sur Instagram, dans une newsletter...). Cela englobe les couleurs spécifiques des écrans, différentes de l'impression, des réglages de police, de quantité de choses visibles par page, et l'ajout de ce qui est spécifique au web : formulaires, boutons, survols, uniformité des couleurs et effets sur ce support...

Le Programme Médianes

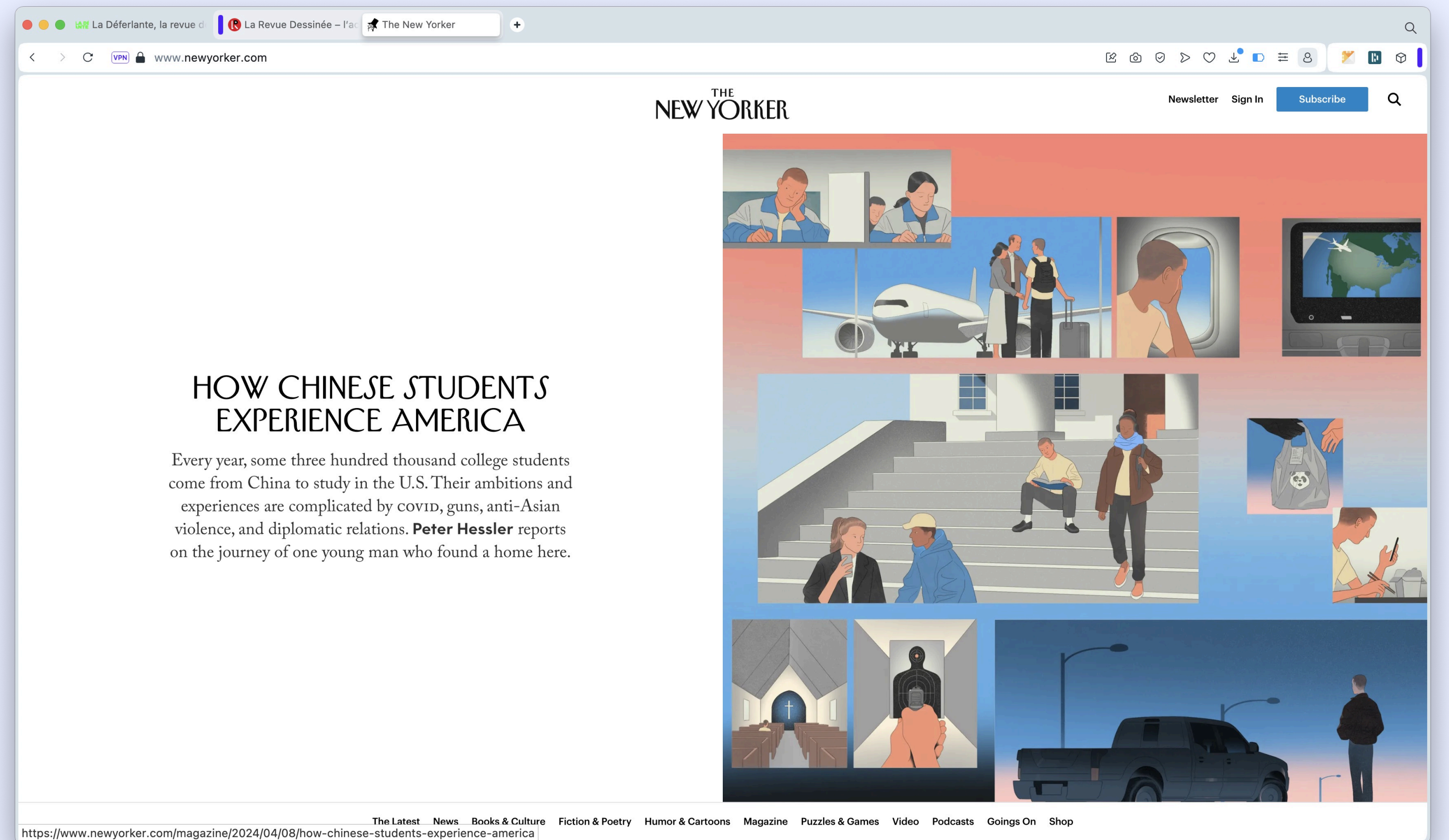
04.

Idées et références



Événementialiser

Un article phare, disposé avant même le header en ouverture de site



Recirculer

Renvoyer vers d'autres supports, d'autres contenus

More from Jamie Dettmer



Ukraine embraces far-right Russian 'bad guy' to take the battle to Putin

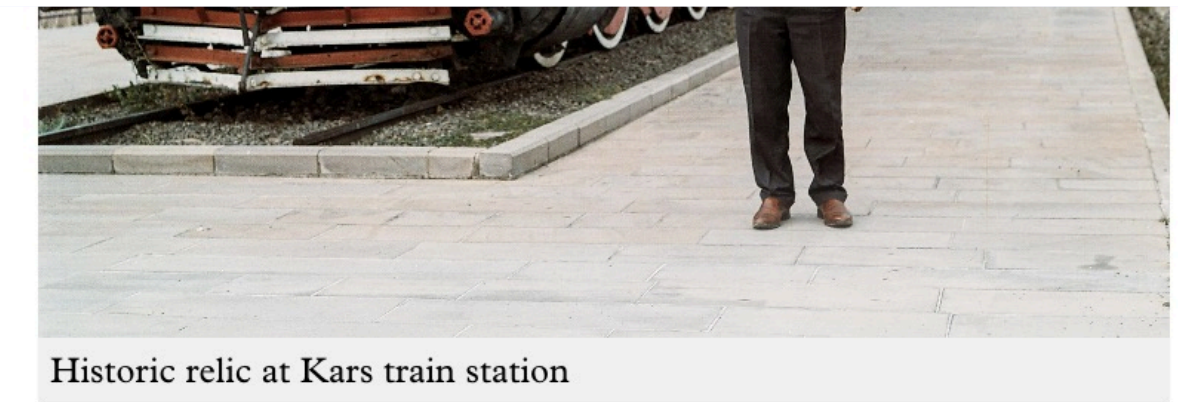
Germany describes Denis Kapustin as a top neo-Nazi, and his role in the war is a double-edged sword for Kyiv.

1984, lorsque la gauche avait dû, après d'énormes manifestations, renoncer au projet de loi Savary prévoyant la fusion des deux systèmes.

Lire aussi | [Enseignement privé : un rapport parlementaire appelle à réformer le système et ravive le débat politique](#)

Il s'agit de prendre acte d'une réalité préoccupante, comme le fait le rapport de deux députés présenté, mardi 2 avril, devant la commission des affaires

the region covers an area that is smaller than Sweden and sits at the heart of the old Silk Road. Yet today it is difficult to traverse by land. On one side of Cildir-Aktas is Turkey and on the other, where the modern road...



Historic relic at Kars train station



Do you want to read more?

Subscribe now to read full article

Already a subscriber? Sign in

Buy this issue

Share on: X Facebook LinkedIn LINE Email

Want more stories like these in your inbox?

Sign up to Monocle's email newsletters to stay on top of news and opinion, plus the latest from the magazine, radio, film and shop.

Sign up for daily updates

Sign up

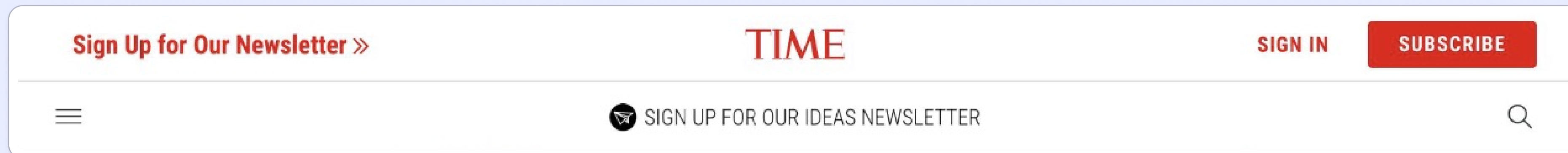
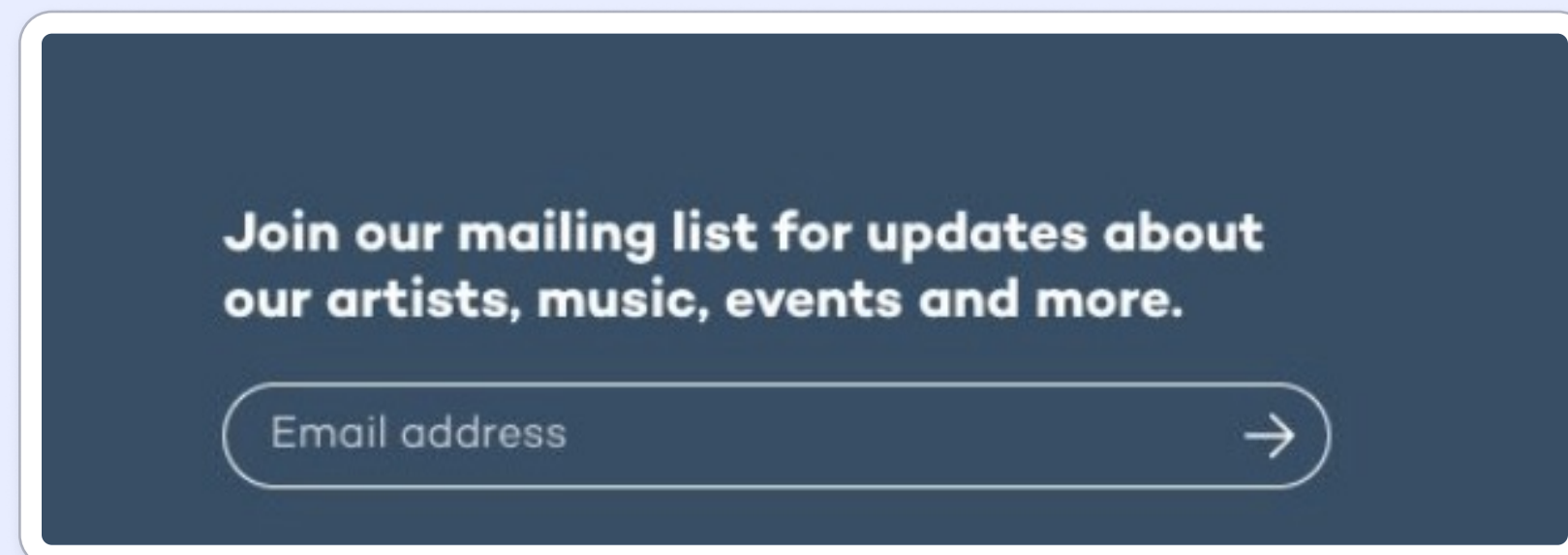
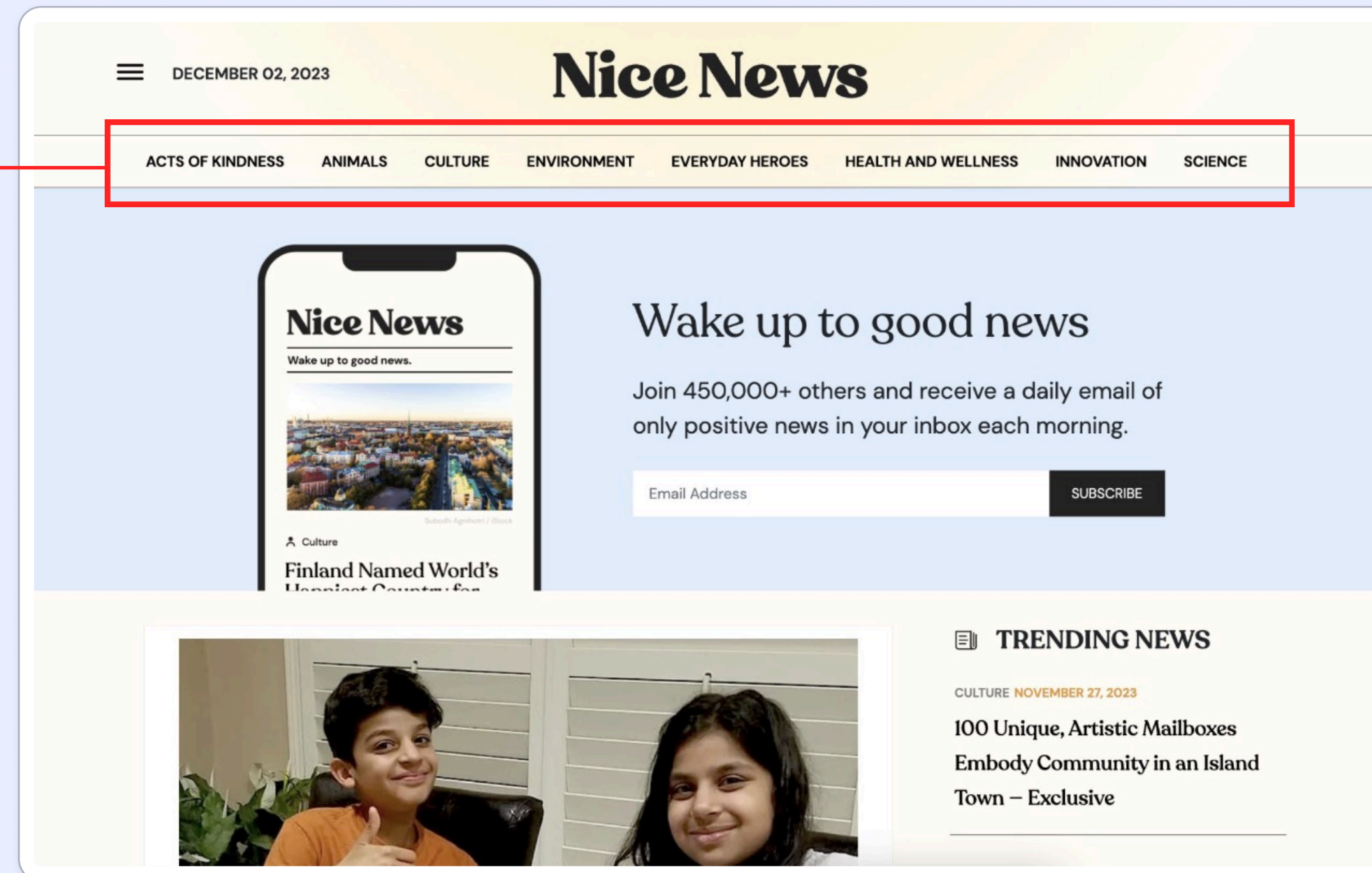
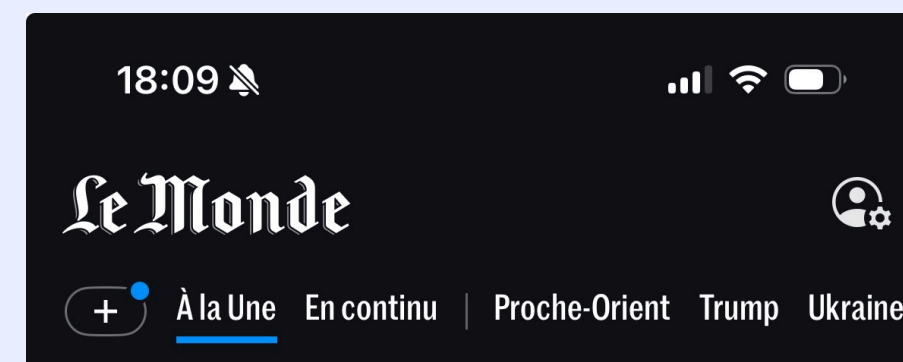
EXEMPLE D'OBJECTIF

Augmenter ses abonné-es à la newsletter

Mettre en avant sa newsletter

Newsletter dans le header, en pied de page, mise en avant clairement

Entrées par thématique
(et non par format)



Mettre en avant sa newsletter


Indiquer dans les articles qu'ils sont issus de la newsletter, ou si cette dernière peut permettre d'aller plus loin.

Toyo Tires® has delivered innovation, quality, and performance for 75 years. Well-known for the Open Country® line of light truck and SUV tires, the company offers a tire for nearly every vehicle including crossovers, sports cars, and luxury sedans. Many of the tires are built in the United States at their state-of-the-art factory in Georgia. Find the right tire and an authorized dealer at toyotires.com.

Gear nerds, this one's for you. Subscribe for in-depth reviews, first impressions, industry news, and pro DIY tips.

SIGN UP

This site is protected by reCAPTCHA and the Google [Privacy Policy](#) and [Terms of Service](#) apply.

 Give this article



 1.9K



By Frank Bruni

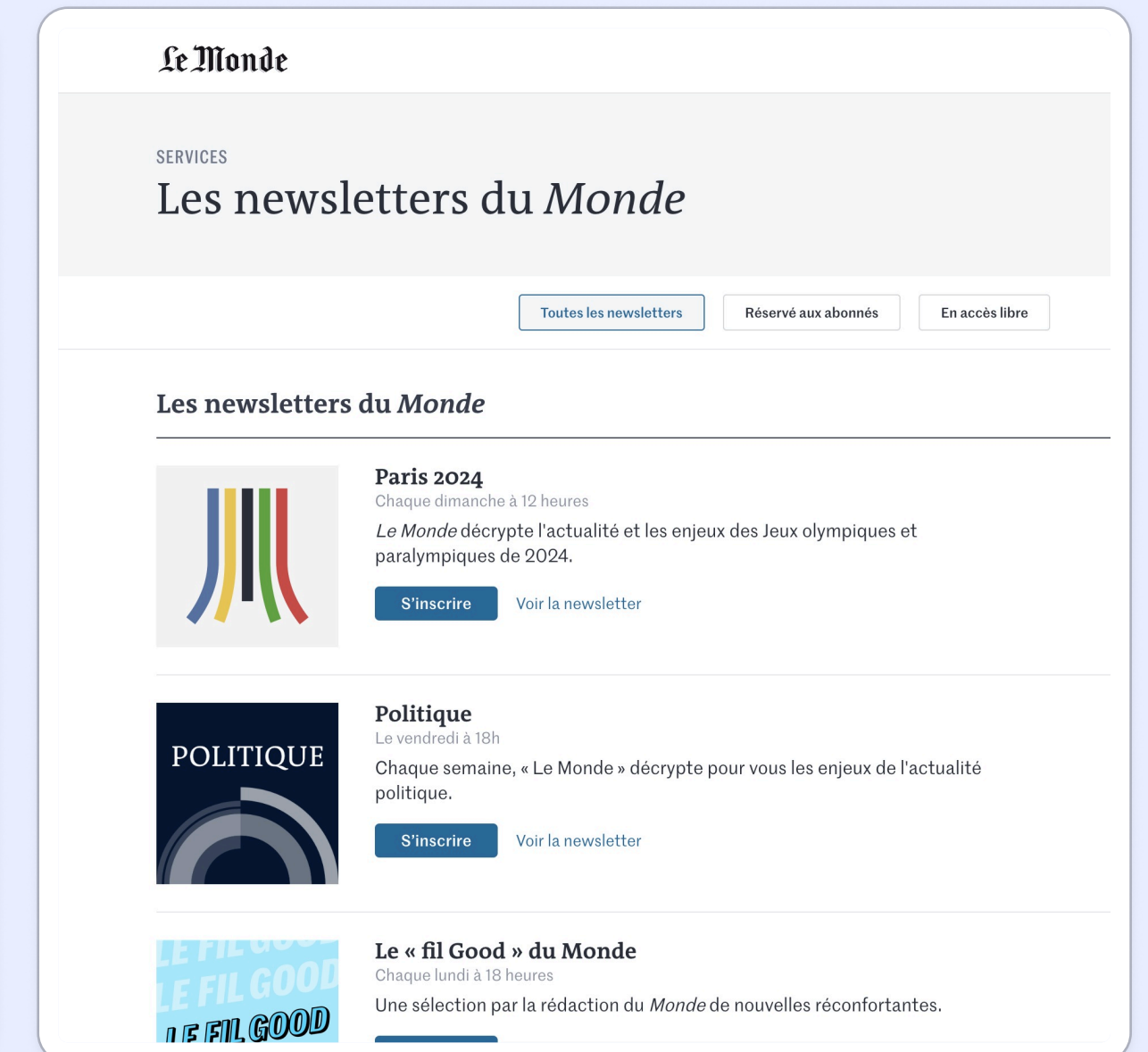
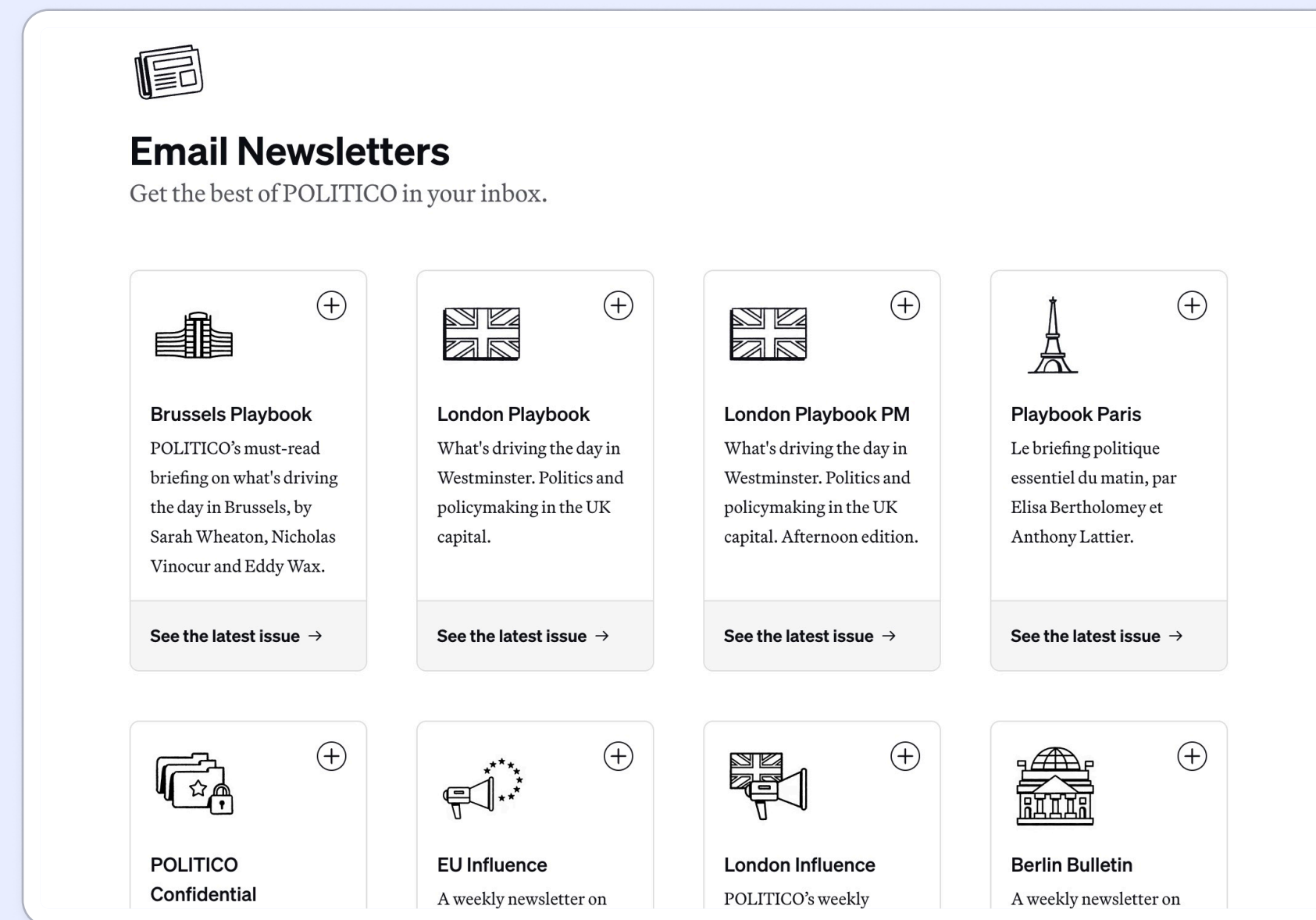
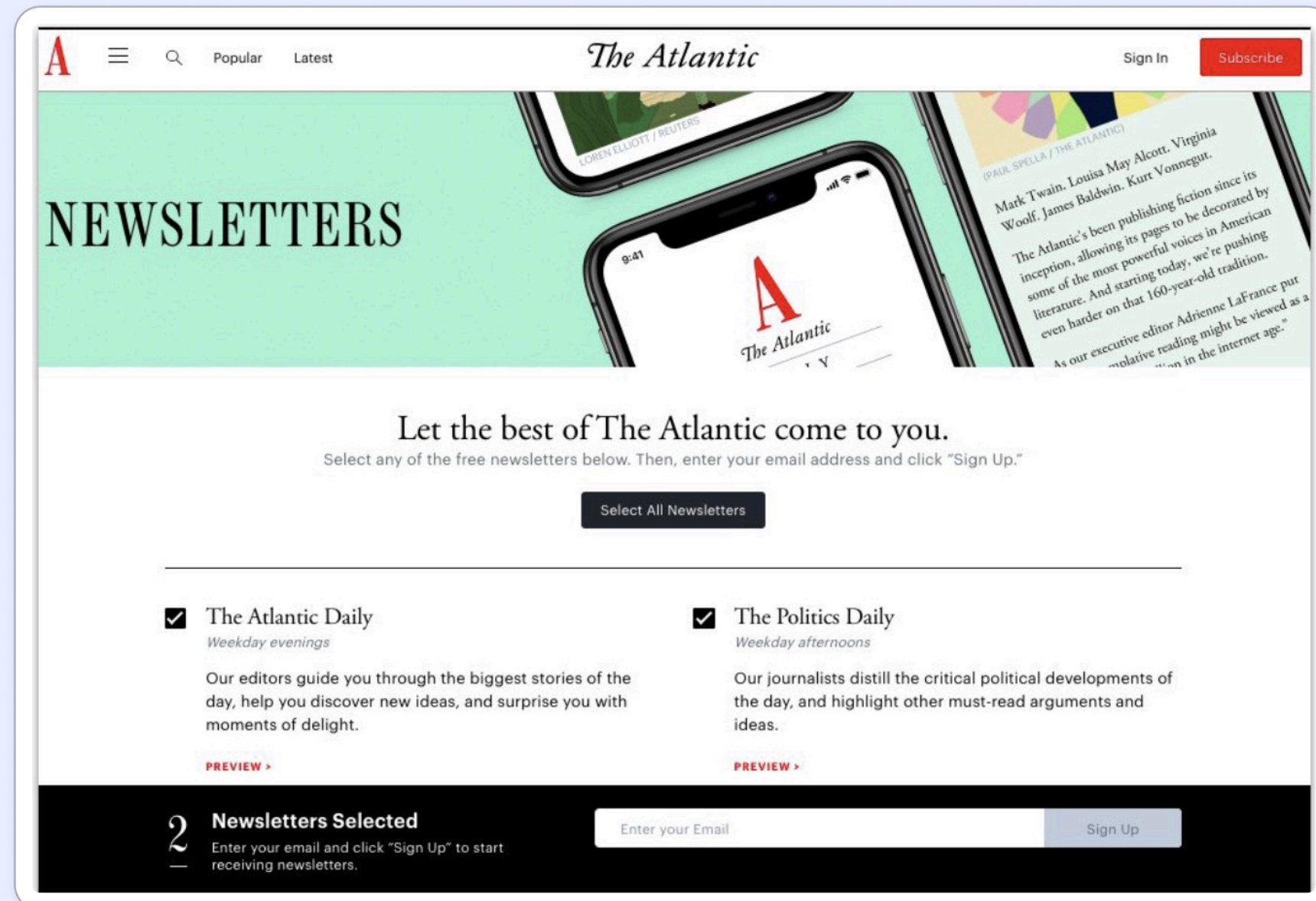
Mr. Bruni is a contributing Opinion writer who was on the staff of The Times for more than 25 years.

You're reading the Frank Bruni newsletter, for Times subscribers only. Reflections on the mess (and magic) of politics and life. [Get it in your inbox.](#)

Given all the attention to President Biden's cognitive fitness for a second presidential term, it seems fair, even mandatory, to assess Donald Trump's performance at a televised town hall in Manchester, N.H., on Wednesday night through the same lens:

Mettre en avant sa newsletter

Page d'inscription avec les différentes newsletters côte à côte, permettant de s'inscrire à plusieurs simultanément. Des visuels, une zone d'inscription unique en bas de page



Mettre en avant sa newsletter

...et un bouton Voir la newsletter qui permet de se faire une bonne idée de ce qu'on s'apprête à accepter

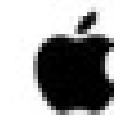


Mettre en avant sa newsletter

Faciliter les inscriptions, via des services tiers – en faisant attention à ce que ça implique



Sign Up with Google



Sign Up with Apple



Sign Up with Facebook



Sign Up with The New York Times

Comparaison de parcours de connexion/inscription

FRANÇAIS | ENGLISH

Le Monde

[Se connecter](#) | [S'abonner](#)

ÉCONOMIE ▾ VIDÉOS ▾ DÉBATS ▾ CULTURE ▾ LE GOÛT DU MONDE ▾ SERVICES ▾ 🔍

9
resseur présumé de la
nière ministre danoise
ntenu en détention

13:30 • LIVE
Législatives : suivez la
campagne et les dernières
déclarations

12:51
Gabriel Attal présente le
camp présidentiel comme
une « digue »

12:22
Cinq migrants retrouvés
morts au large des Canaries

[Voir plus >](#)

TER

R PLUS

on, la crise immobilière nourrit un
lère » pour le RN

DUST

Le Monde

Do you want to change language to English?
[Switch to English](#)

Connectez-vous

E-Mail

Mot de passe


Afficher le mot de passe


Se connecter

[Mot de passe oublié ?](#)

Vous n'êtes pas inscrit sur Le Monde
[Inscrivez-vous](#)

OU

 [Se connecter avec Google](#)

 [Se connecter avec Apple](#)

Comparaison de parcours de connexion/inscription

de

Retour au site

Do you want to change language to English?
[Switch to English](#)

Connectez-vous

E-Mail

Email

Mot de passe

Password


Afficher le mot de passe


Se connecter

[Mot de passe oublié ?](#)

Vous n'êtes pas inscrit sur Le Monde
[Inscrivez-vous](#)

ou

 Se connecter avec Google

 Se connecter avec Apple

Le Monde

Do you want to change language to English?
[Switch to English](#)

Inscrivez-vous

E-Mail

Email

Mot de passe (6 caractères minimum)

Password


Afficher le mot de passe


Oui, je souhaite recevoir les informations de Le Monde

Oui, je souhaite recevoir les informations des partenaires de Le Monde

S'inscrire

ou

 S'inscrire avec Google

 S'inscrire avec Apple

Parcours de connexion/inscription

The New York Times


Log in or create an account


Email Address


Continue

or

By continuing, you agree to the [Terms of Sale](#), [Terms of Service](#), and [Privacy Policy](#).

 **Continue with Google**

 **Continue with Facebook**

 **Continue with Apple**

[Continue with work or school single sign-on >](#)

The New York Times

Log in to your account

Email Address

 [Edit](#)

Password

 [Show](#)

[Forgot your password?](#)

Log In

Log in without password

The New York Times

Create your free account

Email Address

 [Edit](#)

Password

 [Show](#)

You agree to receive updates and offers from The Times. You may opt out anytime.

By creating an account, you agree to the [Terms of Sale](#), [Terms of Service](#), and [Privacy Policy](#).

Create Account

EXEMPLE D'OBJECTIF

Vendre des produits

Vendre

Avantage en prenant un abonnement annuel

Clarifier les offres, mettre en valeur la promesse

Possibilité de s'abonner avec Google

Offre recommandée

Faciliter l'abonnement

Clarifier l'abonnement

Toutes nos offres

Soutenez une rédaction de 550 journalistes

Mensuel | **Annuel**
1 mois offert

RECOMMANDÉ

Essentiel	Duo	Famille
12,99 €/mois	17,99 €/mois soit 8,99 €/mois par personne	22,99 €/mois soit 5,75 €/mois par personne
S'abonner sans engagement	S'abonner sans engagement	S'abonner sans engagement
ou	ou	ou
Exclusif avec Google : 12,99 € 7,99 €/mois	Exclusif avec Google : 17,99 € 10,99 €/mois	Exclusif avec Google : 22,99 € 13,99 €/mois
S'abonner avec Google	S'abonner avec Google	S'abonner avec Google
En choisissant ce parcours d'abonnement promotionnel, vous acceptez le dépôt d'un cookie d'analyse par Google	En choisissant ce parcours d'abonnement promotionnel, vous acceptez le dépôt d'un cookie d'analyse par Google	En choisissant ce parcours d'abonnement promotionnel, vous acceptez le dépôt d'un cookie d'analyse par Google
1 compte	2 comptes	4 comptes
<ul style="list-style-type: none">✓ Tous les articles sur le site et l'application✓ Le journal papier en version numérique dès 13 heures✓ L'application <i>La Matinale</i>, tous les matins dès 7 heures✓ Les newsletters réservées aux abonnés	<ul style="list-style-type: none">✓ Tous les articles sur le site et l'application✓ Le journal papier en version numérique dès 11 heures✓ L'application <i>La Matinale</i>, tous les matins dès 7 heures✓ Les newsletters réservées aux abonnés	<ul style="list-style-type: none">✓ Tous les articles sur le site et l'application✓ Le journal papier en version numérique dès 11 heures✓ L'application <i>La Matinale</i>, tous les matins dès 7 heures✓ Les newsletters réservées aux abonnés

Vendre

Clarifier les offres, mettre en valeur la promesse

Offre mise en avant, on ne voit que le détail de celle-là par défaut

Marquer une nouveauté ou une offre ponctuelle

Offres secondaires, qui sont déployées au clic

Avantage en s'abonnant avec Google

Zone d'images avec des arguments rappelant l'intérêt du média

The screenshot shows the 'Le Monde' website's subscription page. At the top, the 'Le Monde' logo is on the left, and 'Besoin d'aide ? | Se connecter' is on the right. The main heading is 'Nos offres d'abonnement'. Below this, there are two tabs: 'Avec Le Monde' and 'Avec Google', with the latter showing a price of '12,99 7,99€'. The 'Essentiel 1 compte' offer is highlighted with a yellow 'S'abonner sans engagement' button. Below it, a 'NOUVEAU' badge is placed over the 'Essentiel + max' offer. At the bottom, a carousel of images with headlines is shown, with a 'Des enquêtes originales' label at the bottom left and a '1/4' indicator at the bottom right.

Le Monde

Besoin d'aide ? | Se connecter

Nos offres d'abonnement

Avec Le Monde | Avec Google 12,99 7,99€

Essentiel 1 compte 12,99 9,99 €/mois

- Tous nos articles, vidéos, podcasts et newsletters
- L'application La Matinale du Monde : dès 7h, la sélection d'articles par la rédaction
- Le quotidien en version numérique dès 13h

S'abonner sans engagement

Paiement sécurisé | Carte | Apple Pay | Google Pay

NOUVEAU

Essentiel + max 14,99 9,99 €/mois

Duo 2 comptes 17,99 15,99 €/mois

Famille 4 comptes 22,99 19,99 €/mois

Nos autres offres
Étudiants, Professionnels, Offres papier, Offrir Le Monde

Monaco : plongée dans les secrets financiers de la famille princière

Au cœur des laboratoires mexicains de fentanyl

1940-1942, sur les traces du photographe inconnu

En Méditerranée, les bonnes fées sous-marines des coraux

Des enquêtes originales

< 1/4 >

Vendre

Optimiser et clarifier ses offres, mettre en lumière les promotions, événementialiser

THE NEW YORKER

Spring Sale
Plus, a FREE, limited-edition tote.

Best Value

- Annual Digital
\$119.99 **\$49.99**
After one year, renews automatically for \$119.99/year. Cancel anytime.
- 12-Week Digital
\$29.99 **\$6**
After 12 weeks, renews automatically for \$119.99/year. Cancel anytime.
- Annual Print + Digital
\$249.99
Includes the print edition, delivered weekly.
After one year, renews automatically for \$249.99/year. Cancel anytime.

CARD Apple Pay Google Pay PayPal

GET DIGITAL ACCESS

Pause or cancel anytime.

What's Included

Bonus Gift: A Free Tote
Receive a free, limited-edition New Yorker tote bag.

MENU *The Atlantic* Checkout

UNLIMITED ACCESS—AND A FREE TOTE*

Special offer: Get a free tote bag when you start a Print & Digital or Premium subscription.*

BEST VALUE

Print & Digital*
\$89.99 / year

Go ad-free for just \$30 more.

Select

Aide

18:48 thefunambulist.net/shop

THE FUNAMBULIST

- #50 (NOV-DÉC 2023) RENÉGOCIER LES TERMES**
Un glossaire politique offrant une réflexion autour des termes de nos luttes: Intifada, Autochtonité, Queer, Décolonial, Blackness, Banlieues, Ubuntu, Violence, Génocide...
- #49 (SEP-OCT 2023) SCHOOLS OF THE REVOLUTION**
Radical education initiatives in several geographies across the world, and in spaces as different as the mangrove, the prison, the street, the kitchen

10% discount when you buy 2 issues | 20% discount when you buy 3 issues | Free shipping fees when you subscribe

ZADIG

S'IDENTIFIER

- 1 AN - 4 n°**
69 €
S'ABONNER
- N°21 La bagnole**
19 €
ACHETER LE N°

LE CLUB
150 €
PAR AN

Abonnez-vous au Club Chut!, le magazine de la culture numérique.

L'abonnement au Club comprend :

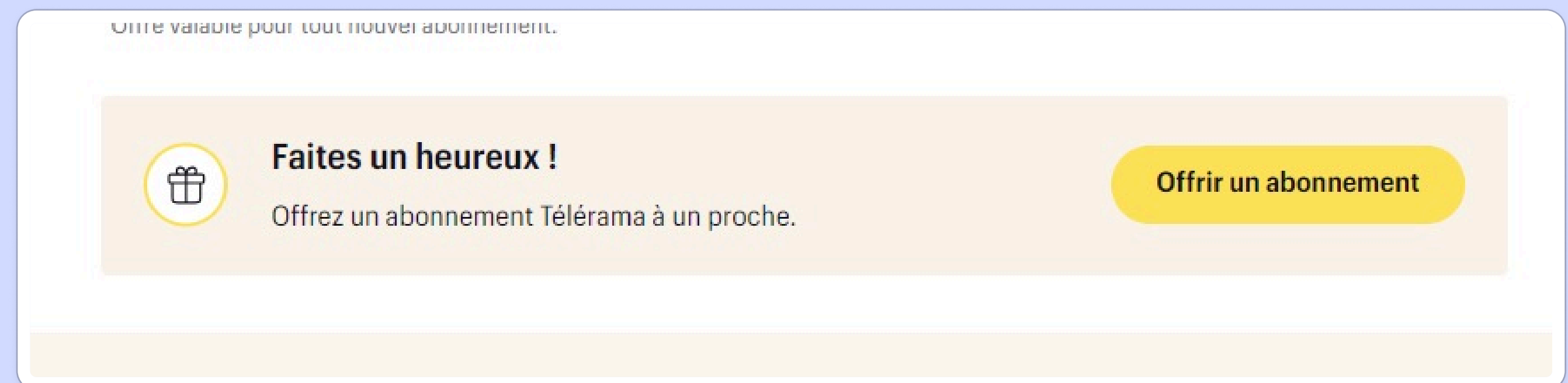
- ✓ La participation à 4 conférences de rédaction par an
- ✓ 4 magazines par an
- ✓ L'accès à la version en ligne

Comment ça marche ? [Par ici les infos !](#)

M'abonner
Pour un an

Vendre

Appels à l'abonnement, mais aussi à offrir : étendre la communauté



Vendre

Rassurer, donner des réponses, service client

Paiement sécurisé

VISA  SEPA En savoir plus

Kontakt zum Kundenservice:



Rufen Sie uns an: [040 3007-2700](tel:040-3007-2700)
Mo-Fr 08-19 Uhr, Sa 10-18 Uhr



Senden Sie uns eine E-Mail:
aboservice@spiegel.de



Chatten Sie mit uns:
Mo-Fr 08-19 Uhr, Sa 10-18 Uhr,
So 10-20 Uhr

Besoin d'aide ?

Trouvez une réponse parmi les questions ci-dessous
ou sur notre page FAQ pour plus d'informations.

À quoi ai-je droit en souscrivant un abonnement numérique ?



Quelle est la durée de mon engagement ?



Comment résilier mon abonnement à Télérama ?



[Consulter la FAQ](#)

Contactez-nous

Notre service client est à votre disposition pour
répondre à toutes vos questions.



Par email

En envoyant un message via
[notre formulaire de contact](#)



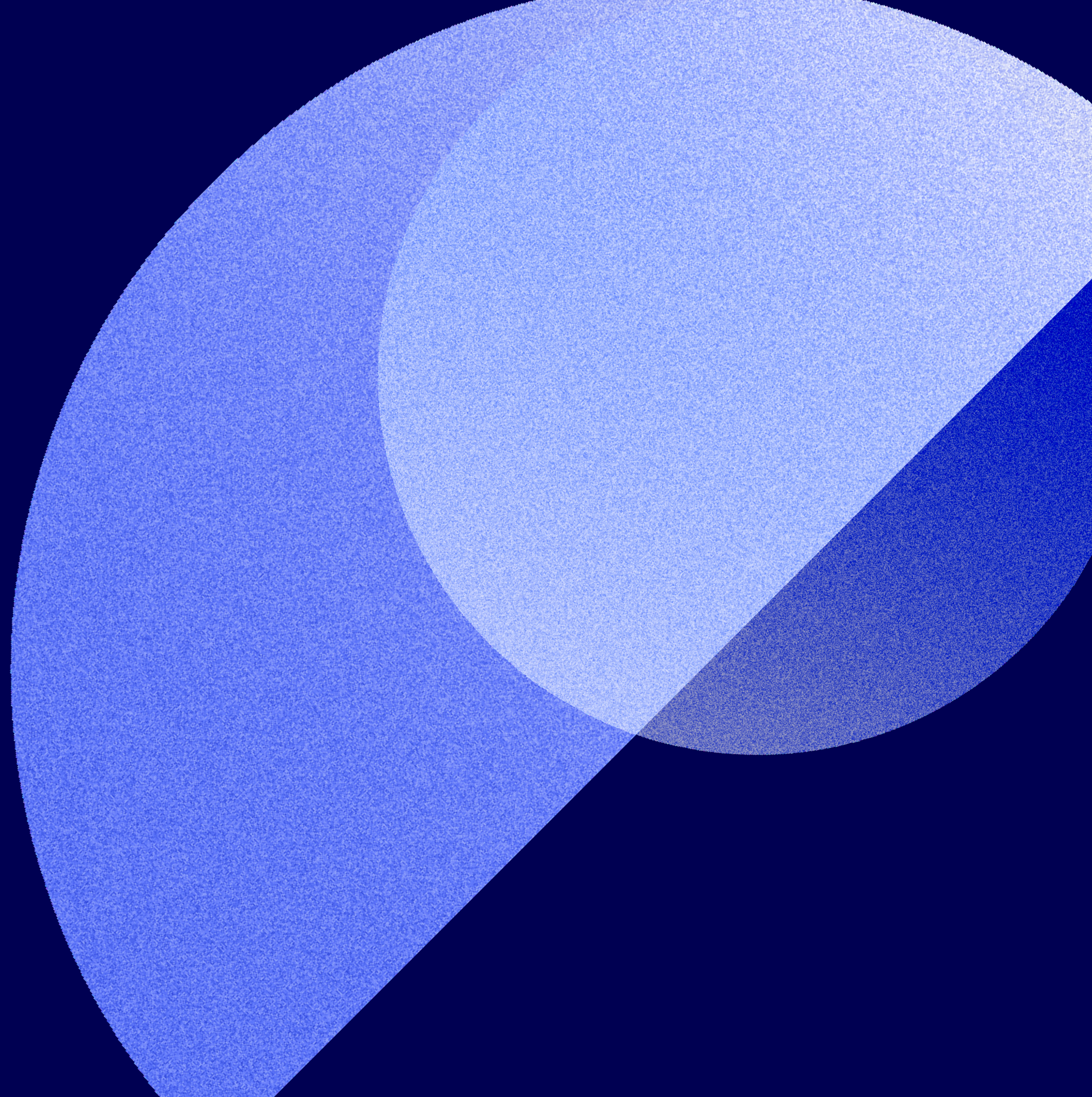
Par téléphone

du lundi au vendredi, de 9h à 18h au
01.48.88.51.00

Le Programme Médianes

05.

Sur les newsletters



Gabarit

Que peut-on faire dans le cadre contraint des éditeurs intégrés aux services d'envoi ? On peut modifier les polices (dans les limites des polices système), les couleurs, ajouter des images, y compris en arrière-plan, ajouter des boutons d'action, des liens.

Nombre d'effets plus sophistiqués nécessiteront du code HTML, rendant le gabarit plus difficile à utiliser.

Aller à la simplicité

L'essentiel est de simplifier au maximum la structure pour garder un e-mail visuellement léger. Les maîtres mots sont clarté et sobriété.

C'est pourquoi nous privilégions souvent une structure simple avec peu de niveaux différents de titre, et des blocs délimitant les parties.

Titre principal

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

TITRE SECONDAIRE

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

TITRE SECONDAIRE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis eleLorem ipsum dolor.

TITRE SECONDAIRE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis eleLorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus.

Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. mentum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.



PIED DE PAGE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis eleLorem ip.

Titre principal

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

TITRE SECONDAIRE

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.

TITRE SECONDAIRE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis eleLorem ip.

TITRE SECONDAIRE

Mi tristique tristique porta ligula consectetur egestas in aenean commodo. Sollicitudin est morbi morbi a donec. Morbi aenean nunc blandit massa vel sit morbi dolor. Lorem orci nulla cum enim amet.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis elementum velit odio nunc vulputate faucibus auctor.



PIED DE PAGE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Facilisi morbi tellus ac natoque diam facilisis imperdiet ultrices. Orci quis vel ultrices cursus sed rhoncus. Lobortis eleLorem ip.



Polices de newsletter

Adaptation de la DA

Les possibilités du mail sont bien moindres, tant en disposition (globalement en simple colonne) qu'en richesse d'effets (ombres, survols) de personnalisation (marges mobile) et de polices. Seules les polices système et les images pourront être affichées identiquement sur tous les appareils, tous les systèmes d'exploitation, tous les clients mail.

Polices de newsletter

Polices système sans-sérial

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

TAHOMA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

TREBUCHET MS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

VERDANA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Polices de newsletter

Polices système sérif

TIMES NEW ROMAN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

GEORGIA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Et monospace

COURIER NEW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ


abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Exemple avec Médiannes

Dans toutes ces contraintes, l'important est de réussir à être identifié, à avoir une lecture agréable, et à bien clarifier les différentes parties, la hiérarchie entre les niveaux de texte.

Lire cet e-mail dans votre navigateur

**Médiannes**
NEWSLETTER **COULISSES**

L'ÉDITION D'AVRIL
Une virée à Pérouse

Bonjour à vous,

Nous vous saluons de Pérouse, en Italie, où une partie de l'équipe vient d'arriver pour participer au Festival international de journalisme : trois jours de rencontres qui s'annoncent passionnants. Si vous êtes dans le coin, Marine, Sasha et Francesca seront ravies de vous croiser ! Encore mieux si vous êtes libres ce soir : nous organisons un [apéro sous le signe du journalisme indépendant en Europe](#), dès 19h. L'occasion de rencontrer les membres de notre réseau européen Sphera, et d'échanger entre journalistes et professionnel·les des médias pour imaginer, pourquoi pas, de nouvelles collaborations.

Prochaine escale : Marseille. Mardi, notre journaliste Marine Slavitch vient à la rencontre de médias locaux. Dans le cadre d'une future série de vidéos, on aimerait bien passer vous voir. Prêt·es à nous ouvrir vos portes ? Médias marseillais, écrivez-nous !

Aussi au programme de ce mois d'avril : une nouvelle formule pour notre newsletter de veille Stratégie, une plongée dans les initiatives innovantes de médias canadiens, une nouvelle promotion pour le Programme Médiannes, et quelques bonnes nouvelles à partager avec vous !

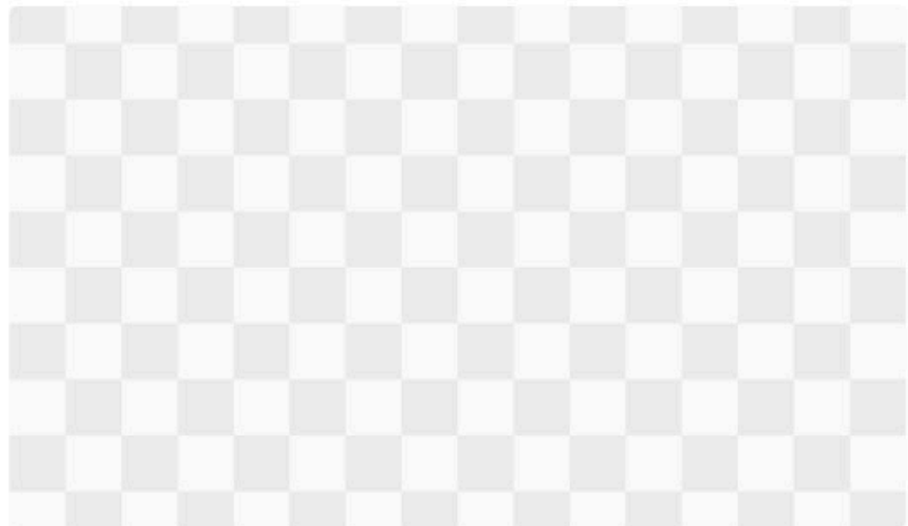
Bonne lecture,

—
MATHILDE CARLIER, CHEFFE DE PROJET CHEZ MÉDIANES

Billet coulisses
LOREM IPSUM

Intertitre possible

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Faucibus tortor enim amet viverra nullam morbi. Amet amet pellentesque sed molestie diam sed mi. Bibendum imperdiet fringilla sed phasellus felis. Malesuada est velit nunc curabitur morbi ligula morbi sit. Est morbi arcu interdum nec. Semper suspendisse sagittis ut odio non lorem leo. Egestas ac mi nisi parturient. A aliquam nec mi facilisis rhoncus cursus. Risus vitae eros sed risus convallis tempor sed porttitor tincidunt. Id mauris maecenas mollis feugiat leo. Dictum interdum ullamcorper facilisi ridiculus in urna sed mauris.



© Crédit et Légende de l'image

Autres actualités

- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Faucibus tortor enim amet viverra

Médianes

Images de texte

On peut avoir une bannière, avec des images qui se chargent différemment selon si la newsletter est vue sur un mobile ou un ordinateur.



Pays

Images de texte

Pour des titres, si la police est importante pour l'identification du média, on peut envisager avoir son titre sous forme d'image. Toutefois, ce sera pénible d'en changer le texte, même s'il est aujourd'hui possible d'avoir une image s'affichant qu'en desktop, et une autre s'affichant seulement sur mobile.

remettre le sujet dans le débat public ? Beaucoup se le demandent en tout cas à l'heure où un musée d'histoire maritime doit voir le jour dans la ville.

LE LIEU DU MOIS

Les gares de Revin et Rethel, dans les Ardennes



Il n'y aura plus de guichet à la gare de Revin. 2023. © Benoît Michaëly

Leur fréquentation a bien augmenté et pourtant. À Revin et à Rethel, dans

< Le passé négrier malouin refait... ⚡ 📍 📌

Le Télégramme le relate également. Ce travail permettra-t-il de remettre le sujet dans le débat public ? Beaucoup se le demandent en tout cas à l'heure où un musée d'histoire maritime doit voir le jour dans la ville.

LE LIEU DU MOIS

Les gares de Revin et Rethel, dans les Ardennes



Il n'y aura plus de guichet à la gare de Revin. 2023. © Benoît Michaëly

Leur fréquentation a bien augmenté et pourtant. À Revin et à Rethel, dans les Ardennes, la

🕒 ⬅️ ✓ ➡️ 🕒 ⋮

Accessibilité et mode sombre

Par ailleurs, les modes sombre des appareils peuvent permuter les blancs et noirs : il faut se méfier et vérifier l'apparence de ses emails sur un maximum d'appareils et dans différents modes.

th.mann

Chère Madame Perrin,

Vous avez oublié votre mot de passe pour accéder à l'espace client ?

Grâce au lien suivant, vous pouvez créer un nouveau mot de passe dans un délai de 60 minutes.

Réinitialiser le mot de passe

En exemple, ici un e-mail en version claire, tout va bien

th.mann

Chère Madame Perrin,

Vous avez oublié votre mot de passe pour accéder à l'espace client ?

Grâce au lien suivant, vous pouvez créer un nouveau mot de passe dans un délai de 60 minutes.

Réinitialiser le mot de passe

Le Programme Médianes

Des questions ?

christelle@medianes.org

