

Un rapport analytique peut comporter une ou plusieurs pages, lesquelles contiennent des objets de rapport. Les objets de rapport peuvent être des visuels de données, qui représentent des résultats de requête ou des décorations comme des images, des formes en arrière-plan ou du texte. Vous pouvez commencer à concevoir une présentation de rapport en déterminant le nombre, la séquence et l'objectif des pages. Veillez à éviter de mélanger des sujets ou des objectifs opposés sur la même page. Ensuite, concevez chaque présentation avec des objets de rapport spécifiques qui répondent aux besoins.

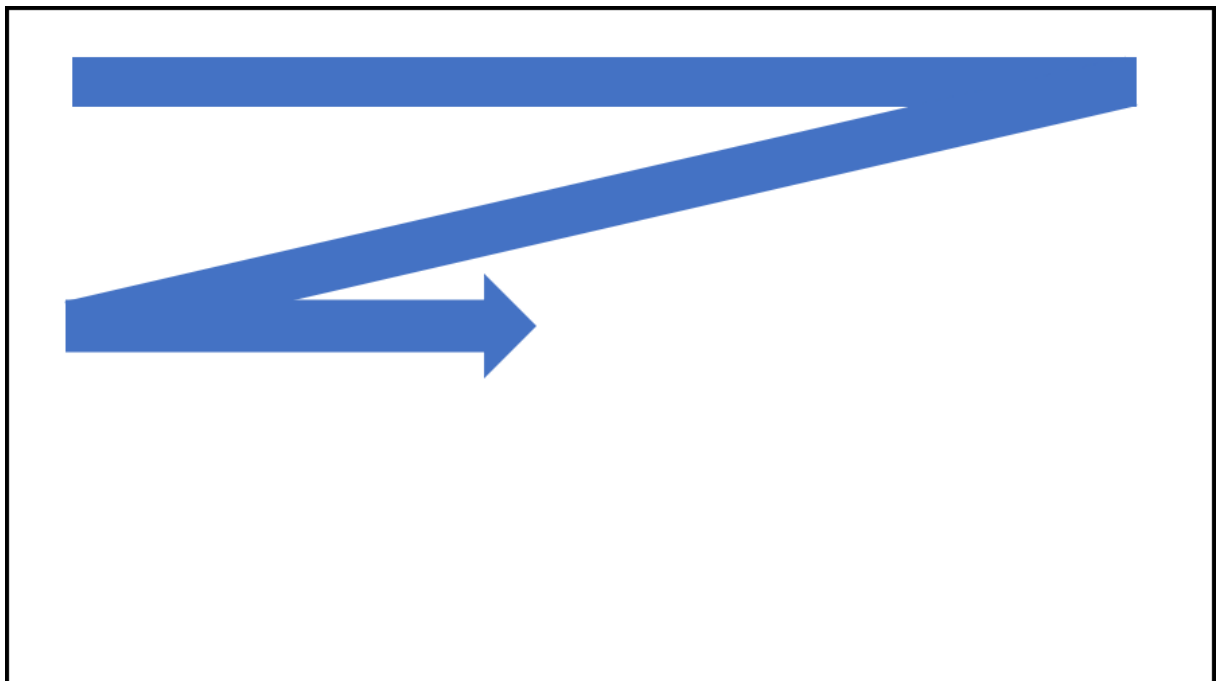
Une bonne présentation de rapport doit aussi tenir compte des principes de conception de placement, d'équilibre, de contraste, de proximité et de répétition.

Conseil

Gardez toujours en tête l'adage *less is more*. En effet, simplicité et clarté donnent une bonne conception.

Placement

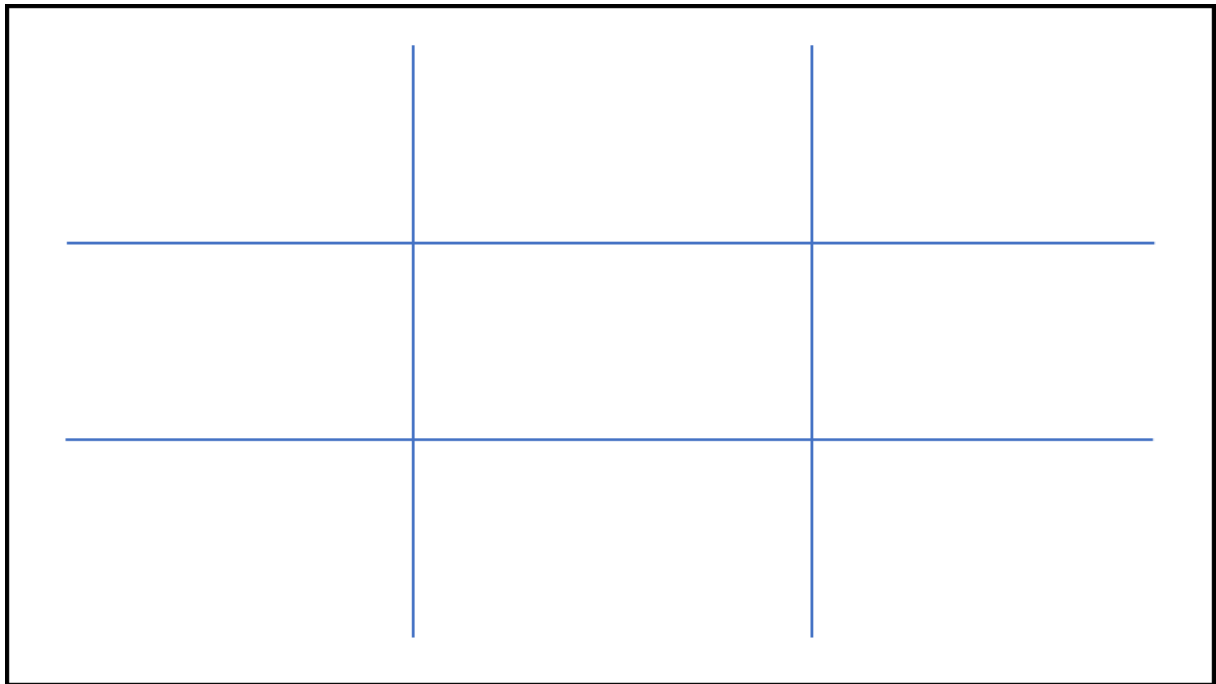
Le bon placement d'objets de rapport contribue à une conception de rapport soignée. Normalement, vous devez placer les informations les plus importantes en haut à gauche de la page et organiser les éléments du rapport de gauche à droite et de haut en bas.



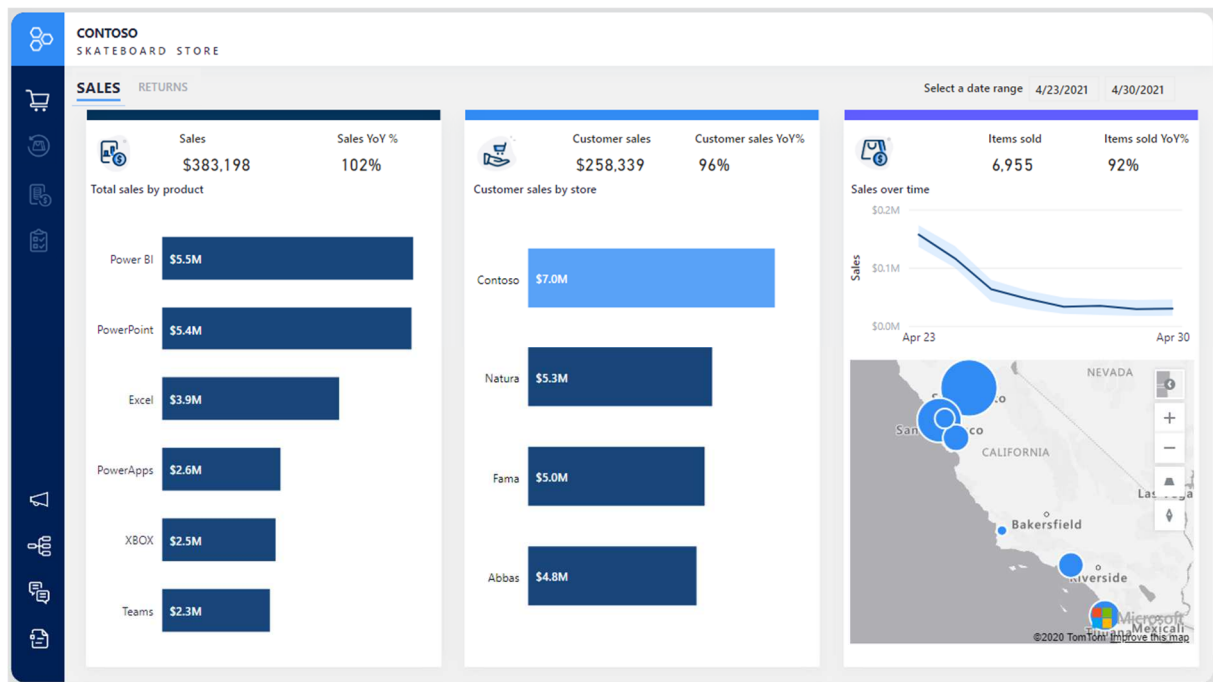
Notes

Ce placement s'applique aux audiences qui lisent principalement de gauche à droite. Lorsque votre audience lit de droite à gauche, comme c'est le cas dans certaines langues écrites telles que l'arabe et l'hébreu, placez les informations les plus importantes en *haut à droite* et organisez les éléments du rapport de *droite à gauche*. Organisez les objets de rapport de sorte que les bords verticaux et horizontaux soient alignés pour un rendu soigné et parce que c'est agréable à l'œil. Objets de rapport relatifs à la position dans des groupes logiques. Une présentation de rapport soignée crée une connexion entre les éléments visuels et évite un aspect encombré pouvant résulter d'un placement semblant aléatoire des objets de rapport.

De plus, l'alignement des objets de rapport dans une présentation agréable à l'œil peut véhiculer une meilleure énergie et un plus grand intérêt que le simple centrage ou placement aléatoire des objets de rapport. Pensez à appliquer la *règle des tiers*, règle d'arts visuels qui peut être appliquée aux placements des objets de rapport dans un rapport analytique. La règle propose de diviser la présentation d'une page en une grille invisible de neuf parties égales. La grille est formée de deux lignes horizontales équidistantes et de deux lignes verticales équidistantes. Les objets de rapport peuvent ensuite être placés dans les cellules de la grille.



Chez Contoso Skateboard Store, la conception de rapport proposée pour l'analyse des ventes présente trois régions verticales de taille identique. La première région montre les ventes détaillées par produit, la deuxième montre les ventes détaillées par magasin et la troisième montre les articles qui ont été vendus.



Équilibre

Un autre point important à prendre en compte quand vous disposez les objets du rapport est *l'équilibre*. L'équilibre œuvre pour la stabilité et la structure de la conception. Dans le contexte d'une présentation de rapport, l'équilibre fait référence au poids réparti sur la page de rapport par le placement d'objets de tailles identiques ou différentes.

L'équilibre peut être *symétrique* ou *asymétrique*. L'équilibre symétrique est obtenu en répartissant le poids uniformément sur les deux moitiés de la page. L'équilibre asymétrique est obtenu par contraste.

Pensez à utiliser le *nombre d'or* comme guide pour produire un équilibre asymétrique. Le rapport est basé sur la séquence de Fibonacci, où deux quantités sont dans le nombre d'or si leur rapport est le même que celui de leur somme sur la plus grande des deux quantités. Pendant des siècles, le nombre d'or a influencé l'art et l'architecture pour produire des œuvres harmonieuses et équilibrées. S'il est appliqué à la conception de rapports, le nombre d'or aligne une page pour avoir un grand visuel visant à attirer l'attention initiale, auquel viennent s'ajouter des visuels plus petits qui donnent le contexte.

Dans l'image animée suivante, notez la manière dont la présentation du rapport attire d'abord votre œil sur les graphiques les plus grands. Une fois que vous avez compris les graphiques les plus grands, notez que votre œil est probablement attiré par le graphique à barres, puis par les valeurs dans les cartes.

Proximité

Dans une présentation de rapport, la proximité concerne la distance entre les objets de rapport. Quand une page de rapport se compose de plusieurs groupes d'objets associés, vous devez utiliser l'espace pour les séparer visuellement.

Dans la conception de rapport suivante, notez la section en haut à gauche intitulée Métriques clés. Les visuels associés sont placés à côté les uns des autres. Ils sont aussi volontairement et uniformément alignés pour former une section claire.

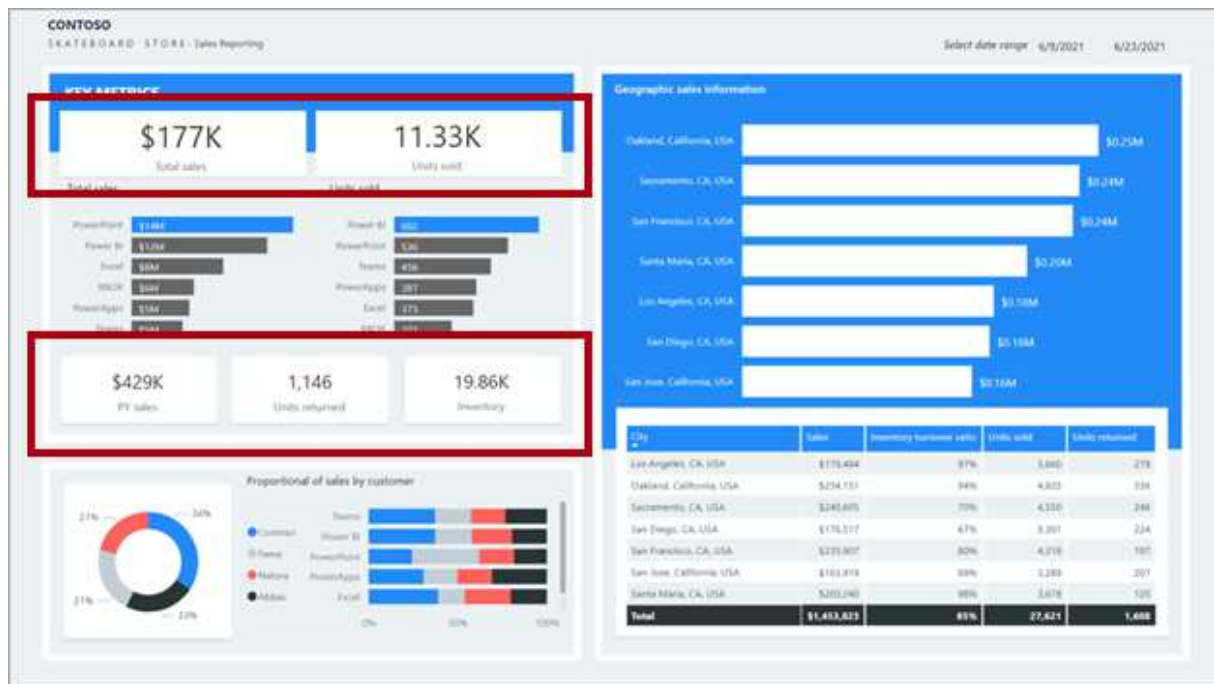


Le contraste peut être utilisé pour combiner deux objets opposés. L'utilisation de couleurs, de polices, de propriétés de police ou de lignes contrastées peut mettre en avant des objets importants de la conception du rapport. Utilisez ce principe pour diriger les consommateurs de rapports vers l'endroit où ils doivent regarder ou vers le visuel de données avec lequel ils doivent interagir en premier.



La répétition dans une conception de rapport crée une association et une cohérence. Une bonne utilisation de la répétition peut aider à renforcer une présentation de rapport en reliant les objets de rapport associés.

Dans la conception de rapport suivante, notez la section en haut à gauche intitulée **Métriques clés**. De nombreuses métriques clés sont présentées dans des cartes à valeur unique. Cette conception répétitive permet aux consommateurs de rapports de comprendre et d'interpréter rapidement les métriques.



Concevoir des rapports agréables à l'œil

Il est important de disposer des données appropriées et de sélectionner les visuels adaptés. Il est tout aussi important de vérifier que le rapport est agréable à l'œil. Un rapport bien conçu doit aider le consommateur de rapports à trouver et à comprendre rapidement les réponses à ses questions.

Tout en vous efforçant de produire un rapport attrayant, gardez à l'esprit que celui-ci doit être convivial. De plus, vous pouvez éventuellement ajouter davantage de visuels à une page de rapport bien conçue sans qu'elle paraisse encombrée.

Espace

L'espace est essentiel pour une conception de rapport efficace, car il permet de réduire l'encombrement et d'augmenter la lisibilité. L'espacement s'applique aux marges des pages de rapport et aux intervalles entre les objets de rapport.

Marges

Les marges incluent la zone de bordure, ou périphérie, autour de chaque page. Le fait d'avoir une zone de bordure espacée de manière régulière permet d'encadrer les objets du rapport.

Dans la mesure où il n'existe aucune propriété de page de rapport pour définir les marges, vous devez disposer les objets de manière à obtenir une zone de bordure cohérente. Les tailles des marges doivent être égales à gauche et à droite, avec des variations possibles en haut et en bas. L'espace en haut ou en bas peut servir à afficher une marque de personnalisation, des titres, des segments ou toute autre information qui doit être séparée des visuels.

Le rapport suivant montre l'espacement cohérent (mis en évidence par des pointillés) autour de la bordure de la page.



Espacement des objets

Veillez à laisser suffisamment d'espace autour ou à l'intérieur des objets de rapport.

Notes

Quand les en-têtes de visuels sont activés, vérifiez qu'ils ne chevauchent pas des objets à proximité, car le chevauchement d'objets peut rendre difficile l'interaction avec les icônes d'en-têtes de visuels. Un espacement approprié entre les visuels vous aidera à éviter ce problème.

Utilisez une profondeur d'espace différente pour séparer visuellement les sections d'objets connexes.

Toutefois, gardez à l'esprit qu'un excès d'espace peut entraîner une présentation de rapport déséquilibrée et détourner l'attention du consommateur du rapport de ce qui compte le plus. La modération est la clé : efforcez-vous toujours de produire un rapport équilibré, espacé de manière régulière.

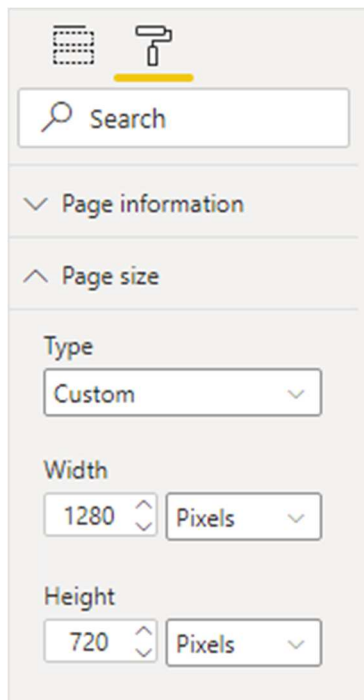
L'espacement est décrit plus en détail dans la rubrique **Alignement**.

Taille

La taille peut faire référence au format de page et à la taille du visuel.

Taille de la page

Vous pouvez définir le format de page en fonction de dimensions prédéfinies ou personnalisées. De plus, vous pouvez définir des dimensions personnalisées plus grandes que la taille d'écran disponible. Ainsi, le consommateur du rapport doit interagir avec les barres de défilement pour voir la page entière.



The image shows a sidebar for configuring a report page. At the top, there are two icons: a grid and a magnifying glass. Below them is a search bar with the text 'Search'. The sidebar is divided into sections. The first section is 'Page information' with a downward arrow. The second section is 'Page size' with an upward arrow. Under 'Page size', there is a 'Type' dropdown menu set to 'Custom'. Below that are 'Width' and 'Height' settings. The 'Width' is set to '1280' with a unit dropdown set to 'Pixels'. The 'Height' is set to '720' with a unit dropdown set to 'Pixels'.

Toutefois, un grand format de page rempli de visuels peut prendre du temps à s'afficher. De plus, il arrive que les visuels ne s'affichent pas selon un ordre allant du haut vers le bas.

Taille du visuel

En règle générale, plus le visuel est important, plus sa taille est grande. Les consommateurs de rapports se concentrent rapidement sur les visuels plus volumineux. Quand des visuels similaires figurent sur la page, par exemple une série de visuels de cartes, ils doivent être de taille égale.

De nombreux visuels s'ajustent dynamiquement en fonction de la taille, ils sont donc attrayants dans un petit ou un grand format. Tenez compte du fait qu'un visuel de graphique en courbes peut ressembler à un graphique sparkline quand sa taille est réduite. Dans ce cas, seules quelques étiquettes d'axes et de données peuvent s'afficher. Quand le visuel du graphique en courbes est plus grand, davantage de détails sont révélés, notamment un plus grand nombre d'étiquettes d'axes et de données.

Bien que les consommateurs de rapports puissent utiliser le mode Focus pour agrandir un seul visuel, ce dernier doit quand même montrer clairement ses données quand il est visualisé dans sa taille réelle sur la page de rapport. Le mode Focus peut aider les consommateurs à mieux interpréter les données ou à interagir plus facilement avec le visuel, par exemple pour développer les niveaux d'un visuel de matrice ou d'arborescence de décomposition.

Alignement

Quand plusieurs visuels figurent sur la page de rapport, vérifiez qu'ils sont correctement alignés. En d'autres termes, les bords des visuels doivent être alignés et l'espacement entre les visuels doit être cohérent.

L'alignement concerne également les options de mise en forme. Par exemple, l'alignement des titres et des légendes *dans les visuels* doit être cohérent.

Disposez différentes sections dans la page de rapport, et alignez les visuels de manière appropriée au sein des sections. Les sections peuvent être *implicites* ou *explicites*.

Sections implicites

Définissez les sections implicites en alignant les groupes de visuels selon une proximité immédiate. L'exemple suivant montre comment l'espacement permet de séparer les visuels. Cet exemple montre comment un espacement bien appliqué (mis en évidence par des pointillés) peut traduire une association et guider l'attention du consommateur de rapport tout en fournissant un équilibre et une structure à la page de rapport.



Sections explicites

Vous pouvez définir des sections explicites en utilisant des formes colorées et en superposant les visuels alignés sur ces formes. L'exemple suivant montre comment les formes d'arrière-plan colorées et l'espacement (mis en évidence par l'ombrage) permettent de séparer les visuels en trois sections.



Conseil

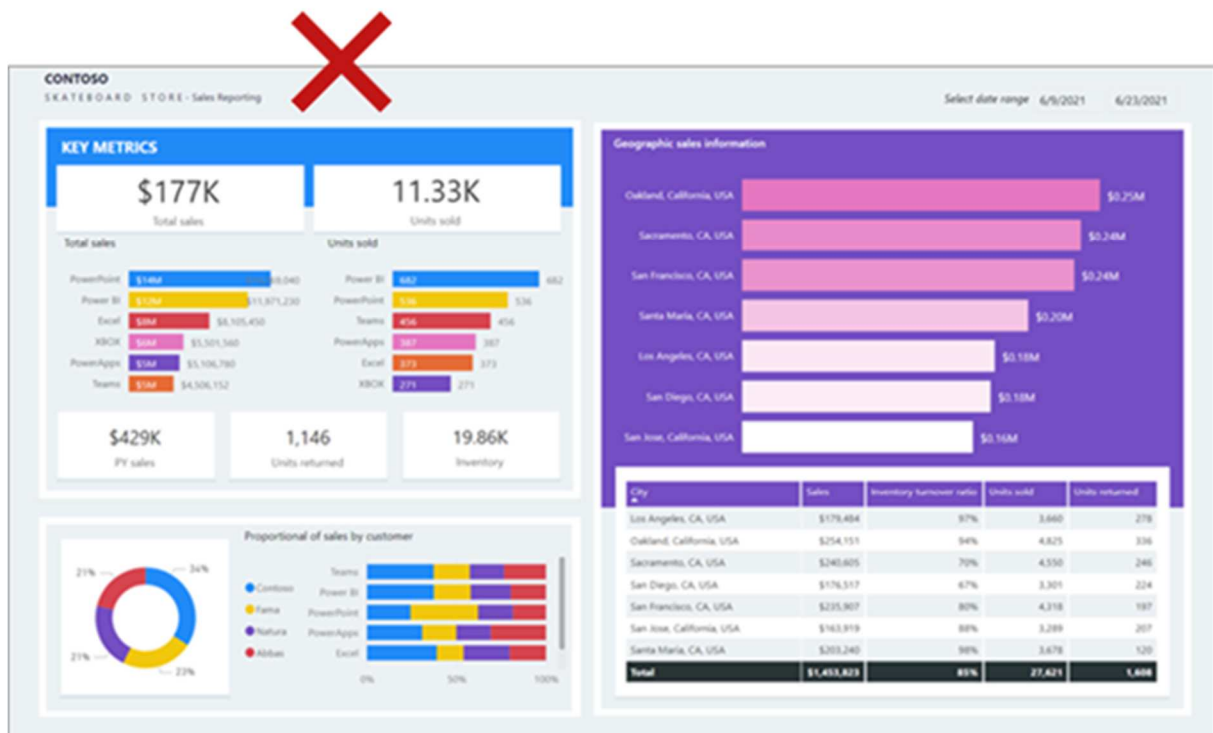
Utilisez les commandes d'alignement de l'onglet **Format** pour aligner rapidement et précisément les visuels.

Color

Utilisez la couleur avec modération et pertinence, car tout excès peut devenir gênant. Tenez-vous en à quelques couleurs douces à la base, éventuellement alignées sur les couleurs de l'entreprise. Les couleurs douces permettent de maintenir les données au cœur de votre rapport. Réservez l'utilisation des couleurs vives à la mise en évidence des exceptions.

Vérifiez que les couleurs sont suffisamment contrastées. Le contraste des couleurs est un aspect particulièrement important, car il permet de créer des rapports accessibles pour les consommateurs de rapports malvoyants. Ce sujet est décrit plus en détail dans l'unité 5.

L'exemple suivant montre plusieurs problèmes liés à la couleur. Les couleurs appliquées sur le côté gauche de la page sont différentes de celles appliquées sur le côté droit. De plus, les couleurs sont vives et peuvent distraire le consommateur du rapport. Certaines couleurs, par exemple le jaune, n'offrent pas un contraste suffisant par rapport aux étiquettes de données blanches.



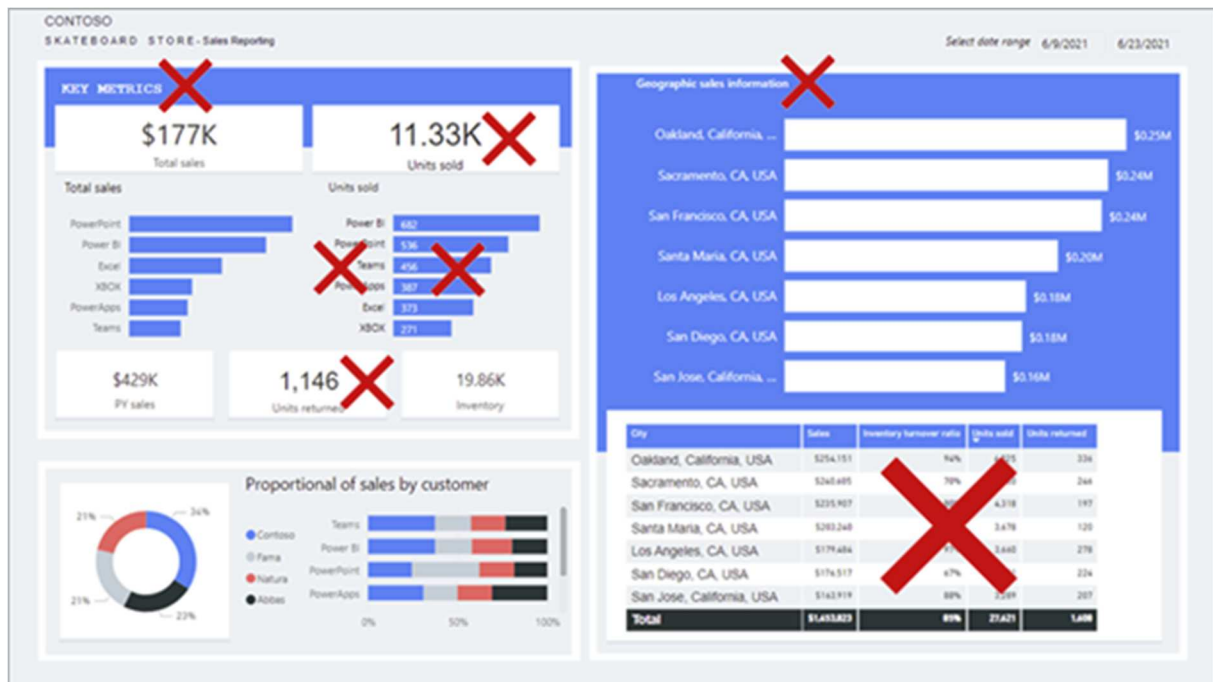
Dans l'image suivante, la présentation du rapport est améliorée grâce à l'utilisation de couleurs plus adaptées. Les couleurs sont maintenant cohérentes et offrent un contraste approprié par rapport aux étiquettes de données blanches.



Cohérence

Veillez à maintenir une cohérence quand vous disposez et configurez les objets de rapport. La cohérence doit s'appliquer à tous les éléments de la conception du rapport, notamment l'espacement, les marges, la taille, l'alignement et plus particulièrement les options de mise en forme des objets. Les options de mise en forme incluent la sélection de la police, la taille de police, l'épaisseur de police, les couleurs et de nombreuses autres options de style. Les options de mise en forme incluent également l'activation de fonctionnalités liées aux visuels, par exemple les étiquettes d'axe et les étiquettes de données.

L'exemple suivant montre de nombreuses incohérences, notamment des mélanges de polices, des tailles de police différentes et des titres incohérents. À première vue, le rapport semble déséquilibré.



Le moyen le plus rapide d'appliquer une cohérence consiste à utiliser un *thème de rapport*. Un thème de rapport permet d'appliquer des paramètres de mise en forme à l'ensemble de votre rapport, ce qui garantit une application cohérente des couleurs, des polices, des pages et des options de mise en forme liées aux visuels, notamment les styles du volet **Filtres**.

Utilisez l'un des nombreux thèmes intégrés de la galerie de thèmes. Vous pouvez en utiliser un comme point de départ, puis le personnaliser en fonction de vos besoins. Vous pouvez également créer un thème. Cela peut représenter un travail considérable au départ, mais vous disposez ainsi d'un contrôle plus précis.

Notes

Sachez que le thème est remplacé quand vous configurez explicitement une option de mise en forme. Par exemple, vous pouvez définir explicitement une couleur en entrant une valeur hexadécimale au lieu de sélectionner cette couleur dans la palette. Essayez de limiter le remplacement du thème du rapport à quelques exceptions, car si vous changez le thème, les propriétés remplacées ne sont pas mises à jour.

Veillez à exporter le thème du rapport, qui est un fichier JSON, puis à l'appliquer à d'autres rapports pour garantir la cohérence de tous les rapports.

Conseil

Vous pouvez utiliser un site externe tel que powerbi.tips pour générer un thème. Le site va vous guider tout au long de la création d'une palette de couleurs et de la définition de valeurs de propriétés pour tous les types de visuel principaux.