

# Semestre 1 R1.11

Base de communication

BUT 1 Informatique



# TD Webdesign

Date de rendu

Samedi 13/12 à 19h59 max (-5 / *heure de retard*)

A envoyer

Sur Moodle

Nom du dossier

BUT 1 / R1.11/R2.13 Communication /  
Base de la communication - Mme Sailliot

Notation

/7,5 : webdesign

/7,5 : composition des textes

/5 : documents annexes (dont présentation)

/2 : bonus

# Qu'allons nous étudier ensemble ?



**La charte graphique**



**Adapter et choisir les polices de caractères**



**La charte éditoriale**



**Comment rédiger pour le web ?**



**Palette d'outils**



**Le diaporama  
Consignes des oraux  
Consignes du rapport**

# Charte éditoriale



 Attention ne confondez pas tous les documents !

 Définition de la charte éditoriale

 Pourquoi est-elle importante ?

 Les composantes d'une charte éditoriale

 Avantages & inconvénients

 Résumé

 Trucs et astuces

 Exemples



01

# Attention ne confondez pas tous les documents !

Les chartes éditoriales et graphiques sont deux documents complémentaires :

- La **charte graphique** contient les **règles fondamentales** d'utilisation de l'**identité visuelle** d'une entreprise ou d'une marque (*logo, typographie, pictogramme, couleurs...*). Elle est surtout destinée aux **graphistes / infographistes**.
- La **charte éditoriale** contient les règles et les **conventions relatives** à la rédaction des **contenus textes**. Elle est surtout destinée aux **rédacteurs web**.



01

# Attention ne confondez pas tous les documents !

Ne pas confondre charte éditoriale et cahier des charges :

- La **cahier des charges** est un document de départ qui définit les objectifs et les besoins du projet.
- Grâce au cahier des charges, on définit la **charte éditoriale**.

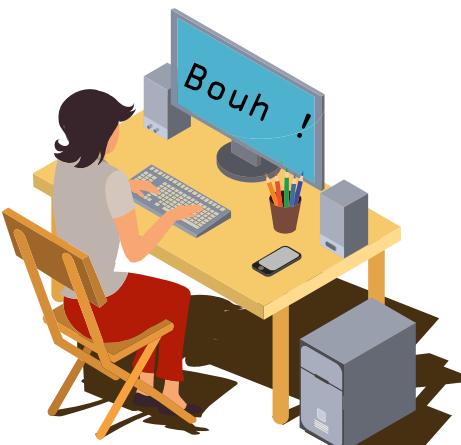
# 02

# Définition

Le cycle de la charte éditoriale

## Conception

- Chargé(e) de communication
- Chargé(e) de marketing



## Validation

### INTERNE :

- Directeur communication
- Chef de projet

### EXTERNE (si agence) :

- Client



## Application

### INTERNE :

- Agents de la communication
- Chargé(e) de communication
  - Chargé(e) de marketing
  - Community manager
  - UI / UX designer
  - Intégrateur / développeur



## 02

# Définition de la charte éditoriale



C'est un peu le cœur qui  
fait battre votre site  
internet

## Définition

- Elle comporte un **ensemble de règles** qui permet de produire et de garantir un **contenu cohérent** et de qualité quelque soit la cible pour votre site.
- Elle décrit l'**organisation éditoriale** et les modalités de fonctionnement du site (mise en forme des rubriques, calendrier).
- Elle est **indispensable** pour toutes les personnes travaillant sur le **contenu du site internet** quelque soit le rédacteur.

# 03

## Pourquoi est-elle essentielle ?



Elle établie **une ligne de conduite** applicable à tous les membres de l'équipe.



Elle décrit l'organisation éditoriale et les **modalités de fonctionnement du site**.





# 03

## Pourquoi est-elle essentielle ?

- Au préalable, elle est **validée en concertation** avec les porteurs de projets.
- Elle se transmet avec un code, un **règlement à respecter** scrupuleusement.
- Elle rend compte du **ton, du style, des informations, des codes, des formats** à respecter.
- Elle **optimise** la qualité des **contenus du site**.

# Les composantes d'une charte éditoriale

- Objectifs éditoriaux
- Ligne éditoriale
- Stratégie SEO
- Rubricage / rubriquage
- Ergonomie
- Calendrier éditorial



# Les composantes d'une charte éditoriale

## OBJECTIFS ÉDITORIAUX

Avant de définir une ligne éditoriale, il faut **définir les objectifs** :

- Qui veut-on toucher ?
- Quels messages veut-on faire passer ?
- Pour quels résultats ?
- ...

Concrètement, c'est bien la ligne éditoriale qui doit déterminer l'identité graphique du site et non l'inverse.



# Exemples

Non sécurisé | [blogensante.fr/charter-editoriale/](http://blogensante.fr/charter-editoriale/)

## Charte éditoriale

### La vocation du blog

#### *La ligne éditoriale*

Le blog a pour vocation de faire connaître les **recherches interventionnelles** destinées à prouver chez l'homme l'efficacité d'une intervention non médicamenteuse ou d'une action de prévention santé. Autrement dit, il vise à rendre plus accessibles les résultats d'études publiées dans des revues scientifiques et médicales internationales s'intéressant aux manières de faire (moyens d'action, procédures) et non pas aux mécanismes en jeu (processus). Le blog propose des **informations sur des comportements modifiables de santé issus d'études comparant des groupes de personnes**. Le **Blog En Santé © n'a donc pas vocation à répondre à des questions précises sur un cas personnel ou celui d'un proche. Ces questions doivent être posées aux professionnels de santé. Rien ne remplace la consultation d'un médecin.** En cas d'urgence, composez le 112 en Europe ou le 911 aux Etats-Unis et au Canada.

#### *Une libre expression*

Le blog est la **libre expression d'un chercheur et d'un universitaire** travaillant depuis 20 ans dans le domaine de la prévention santé et de la réhabilitation des patients malades chroniques, le **Pr. Grégory Ninot**. L'auteur espère faire plus connaître l'actualité d'un domaine de recherche en pleine expansion, mais souvent confiné dans des journaux spécialisés, au vocabulaire hermétique et le plus souvent en anglais. Il évite autant que possible les jargons techniques pour mettre en exergue les innovations comportementales, biologiques ou technologiques qui ont fait la preuve de leur efficacité sur la **santé** et sur la **qualité de vie** par un **essai randomisé contrôlé**. Le **Blog En Santé ©** n'a aucune visée marchande.

Le choix des sujets traités dépend de l'intérêt du sujet et de la qualité de la méthodologie utilisée pour prouver l'efficacité d'une intervention non médicamenteuse ou d'une action de prévention. **Le blog ne se voit pas**

#### *Les objectifs du Blog En Santé ©*

- faire connaître les preuves scientifiques et médicales sur le fait que nous pouvons agir sur notre santé et notre qualité de vie dans plusieurs domaines : **l'alimentation, les activités corporelles, le sommeil, les moments de détente, les pensées et des émotions, les rencontres, le travail et l'aménagement des lieux de vie,**
- inciter à lire les documents originaux dont sont extraits les articles du blog,
- attirer l'attention sur les risques des médecines alternatives, parallèles ou naturelles qui ne s'appuient pas sur des recherches **interventionnelles rigoureuses**,
- sensibiliser aux actions de prévention santé en faveur des **enfants, des adultes** et des personnes souffrant d'une **maladie chronique**,
- éviter les amalgames entre les résultats d'études de satisfaction et **d'efficacité** d'un traitement,
- offrir un lieu d'échange et de discussion sur la santé et la prévention,
- encourager le dialogue avec les médecins et les autres professionnels de santé ou de la prévention,
- inciter à s'intéresser à sa **santé** et celle de ses proches,
- sensibiliser aux intérêts, aux limites et aux conditions d'application des innovations en santé,
- encourager à participer aux recherches cliniques **interventionnelles** au profit des générations futures,
- faire connaître les travaux de recherche et les concepts de la médecine comportementale, de la médecine prédictive, de la médecine intégrative, des sciences du mode de vie et des recherches en santé positive.

#### *Les erreurs résiduelles*

Tous les moyens sont mis en œuvre pour vérifier l'exactitude des

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### A - Cible

Définir la cible : cible principale, cœur de cible, cible secondaire, cibles relais, autres cibles

#### QUANTIFIER LA CIBLE

- Age
- Sexe
- CSP (+, ++, +++)
- Localisation (ville, région, pays)
- Langue (FR, EN...)
- Hobbies (lecture, sport...)

#### QUALIFIER LA CIBLE

- Motivations :
- Ex : veut avoir des informations complètes, aime les sites épurés
- Freins/risques :
- Ex : ne reste pas longtemps sur Internet, a une vie de famille

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B – Le persona

Définition :



Un site web doit avant tout être créé pour ses utilisateurs et non pour soi !

La méthode des personas consiste à créer **une représentation fictive mais réaliste des utilisateurs** du produit numérique ou du service. L'objectif principal est de permettre aux concepteurs et aux développeurs de se référer aux utilisateurs.

**Persona = personnifie les publics**

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B – Le persona

Que faire ensuite ?

Une fois vos cibles identifiées,  
imaginez leurs personnalités :

- Donner des prénoms
- Créer sa biographie

#### 10 QUESTIONS PERSONNELLES À VOUS POSER

- Est-il un homme ou une femme ?
- Quel âge a-t-il ?
- Quelle est sa situation de famille ? A-t-il des enfants ?
- Où habite-t-il ?
- Quel est son niveau d'étude ?
- Quel est le montant de ses revenus ?
- Votre persona est-il plutôt cigale ou fourmi ?
- Quels sont ses loisirs ?
- Quels journaux ou contenus numériques lit-il ?
- Quels réseaux sociaux fréquente-t-il ?

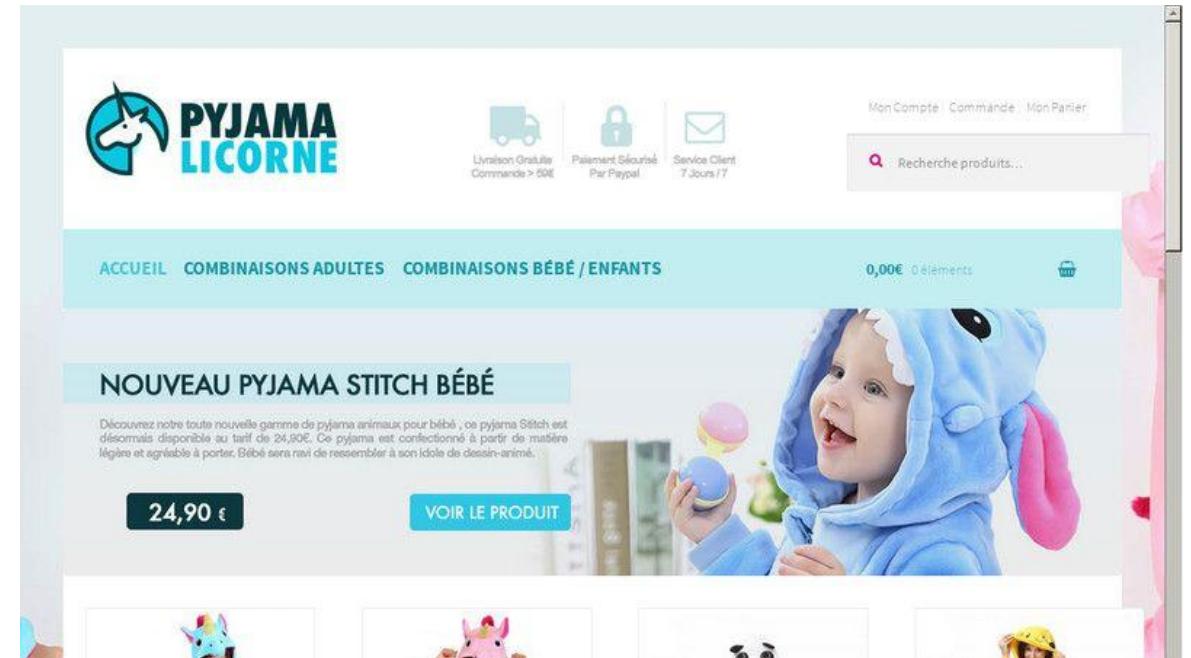
# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B – Le persona

#### Un exemple concret

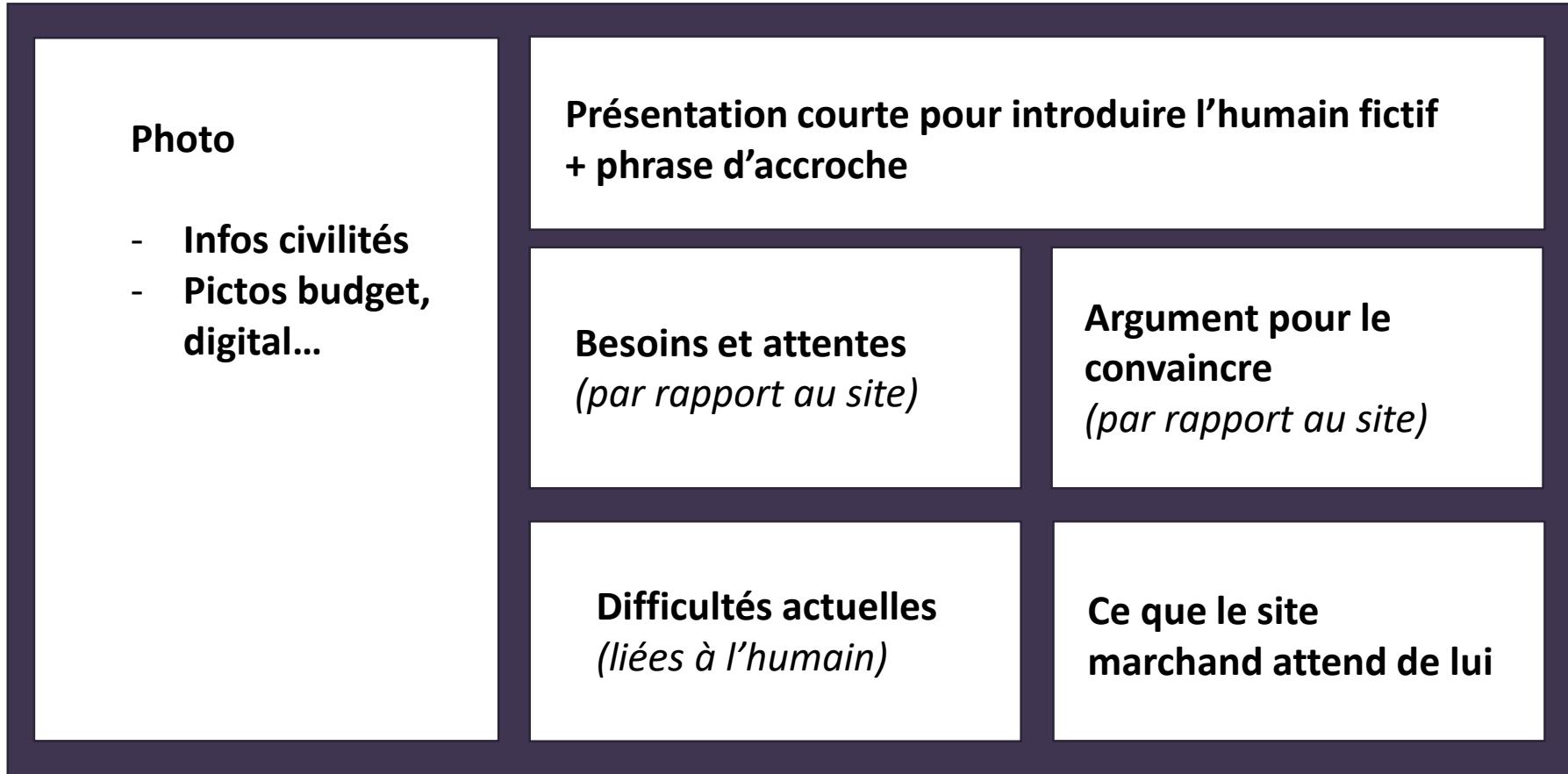
Un site marchand spécialisé dans les **goodies « Licorne »** et basé à Lens souhaite **augmenter ses ventes** et améliorer sa **visibilité nationale**.



# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B – Le persona



La présentation de votre persona est à votre convenance!

- Portrait
- Paysage

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

## B – Le persona

Identification des cibles (stratégie de ciblage)

### CIBLE PRINCIPALE

Caroline, 27 ans : maman en recherche active d'objets licorne pour sa fille de 8 ans - **CLIENT**

### CŒUR DE CIBLE

Teddy, 34 ans : l'informaticien fan des licornes - **CLIENT**

### CIBLE SECONDAIRE

Raymond, 76 ans : un papy connecté recherchant un cadeau pour sa petite fille - **CLIENT**

### CIBLES RELAIS

Roger, 44 ans : commerçant de Cash'n'play à Lens en quête d'un fournisseur pour sa boutique - **PARTENAIRE**

### AUTRES CIBLES

Maxime, 22 ans : journaliste de « La voix du Nord » - **PARTENAIRE**



## Teddy, l'informaticien fan des licornes

De par son métier, Teddy passe beaucoup de temps devant les écrans et consulte quotidiennement le web. Il a des journées chargées et son temps libre est consacré soit à la rénovation de sa maison ou soit à ses proches. Il est devenu fan de licornes grâce à ses potes de fac avec qui il a fait les 400 coups.

**Age :** 34 ans

**Métier :** consultant informatique

**Statut :** célibataire

**Ville :** Noyelles-sous-Lens

**Langue :** français & anglais

Digital

Budget

Fan

*« Ma meilleure amie m'offre à chaque anniversaire des goodies originaux licorne et je souhaite trouver de la déco licorne encore plus dingue mais pas conçue en Asie ! »*

### BESOINS ET ATTENTES

*(par rapport au site)*

- Un site avec des objets licorne qui sortent de l'ordinaire
- Un site codé sérieusement et sécurisant

### DIFFICULTES ACTUELLES

*(liées à l'humain)*

- Trouve difficilement des goodies licorne originaux sur le web
- N'a pas le temps de s'éterniser sur un site

### ARGUMENT POUR LE CONVAINCRE

*(par rapport au site)*

- Un site bien organisé & intuitif
- Un large choix made in France

### CE QUE LE SITE MARCHAND ATTEND DE LUI

- Qu'il devienne un client régulier
- Qu'il recommande le site à ses amis
- Qu'il s'abonne à sa newsletter commerciale

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B – Le persona

Les objectifs :



*N'écrivez pas sur les choses que vous vendez.  
Écrivez sur les gens à qui vous les vendez.*

Il faut considérer le persona comme un “**character**”, c'est-à-dire un personnage de théâtre ou de cinéma. Pour bien l'interpréter, le comédien doit comprendre sa **psychologie**, revêtir son costume et connaître le scénario.

Très utile pour le UX Design

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### B - Positionnement

**Le positionnement éditorial rassemble les propositions créatives (stratégie de contenu) et règles qui définissent l'orientation des contenus.**

Il fixe donc l'ensemble des choix de traitement de l'information et permet de diriger les intérêts sur des thèmes particuliers, en associant des objectifs aux différents types d'information. IL PERMET DE RECONNAITRE VOTRE IDENTITEE.

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### C - Style

Préciser quel sera le niveau :

- du **vocabulaire** (grand public, technique, etc.)
- des **constructions grammaticales** (soutenu, relâché, etc.).

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### D - Ton

Définir un ton :

Proche / distant

Chaleureux / froid

Décontracté / sérieux

Triste / joyeux

Etc.

# Les composantes d'une charte éditoriale

## LIGNE ÉDITORIALE

### E - Formats éditoriaux

Préciser quels types de formats éditoriaux seront utilisés :

Dossiers

Brèves

Articles

Vidéos

Animations

Fils d'infos



## Exemples

### Positionnement :

Journal avec des fake news

### Styles :

Vocabulaire grand public,  
journalistique

### Tons :

Humour, satyrique

### Formats :

Articles, fils d'info

octobre 25

Site internet : Le gorafi

The screenshot shows the homepage of Le Gorafi. At the top, there are social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. The main navigation menu includes links for SOCIÉTÉ, POLITIQUE, MONDE LIBRE, FRANCE, CULTURE, SCIENCES, SPORTS, and HOROSCOPE. A search icon is also present. Below the menu, a section titled "LES PLUS CONSULTÉS" displays two news items. The first item, ranked 1, is about Emmanuel Macron and is categorized under POLITIQUE. The second item, ranked 2, is about Emmanuel Macron and Lucie Castets and is also under POLITIQUE. To the right of these, a large image of a family walking in a field is shown with the text "3 choses que Center Parcs ne veut pas que vous sachiez". Further down the page, there are more news items under categories like MAGAZINE, POLITIQUE, and FRANCE, each with a small thumbnail image and a brief description.



## Exemples

### Positionnement :

S'adresser aux citoyens ou aux futurs citoyens

### Styles :

Vocabulaire grand public,  
journalistique

### Tons :

Chaleureux, sérieux, proche

### Formats :

Articles, fils d'info, vidéos

octobre 25

### Site internet : Ville de Lens

&lt;img alt="Screenshot of the official website of the City of Lens. The header features the city's logo and navigation links: MA VILLE, MES SERVICES, MES ACTIVITÉS, and MES DÉMARCHES EN LIGNE. Below the header is a banner with a panoramic view of the city skyline. Overlaid on the banner are several text elements: 'AQUALENS', 'LE COLISEE', 'participez.villedelens.fr', 'associations.villedelens.fr', 'mescommerçantslensois.fr', and 'Accessibilité'. Below the banner are four cards with blue spotlights: 'Accès à la billetterie' and 'LE COLISEE' (repeated). The main content area is titled 'À LA UNE' and includes three images: 'Le dernier numéro du Lens Mag', 'Village des associations le 9 septembre', and 'Saison culturelle 2023-2024'. At the bottom, there are three more sections: 'Règlement Local de Publicité' (with a QR code), 'Grand projet : futur Hôpital', and 'mescommerçantslensois.fr' (with a QR code).&lt;/div&gt;



## Exemples

### Positionnement :

Inciter à l'achat

### Styles :

Vocabulaire grand public,  
technique

### Tons :

Joyeux, proche

### Formats :

Profils utilisateurs, fiches produits

### Site internet : Les galeries LaFayette

The screenshot shows a web browser displaying the Galeries Lafayette website at <https://www.galerie Lafayette.com/c/beaute-parfum/ct/beaute-parfum-parfum+homme-cc>. The page is part of a 'CYBER WEEK' promotion with a 20% to 50% discount on thousands of articles. The main navigation menu includes CYBER WEEK, VENTES PRIVEES, FEMME, HOMME, BEAUTE, ENFANT, MAISON, MARQUES, GO FOR GOOD, and MAGAZINE. A search bar is at the top right. The current section is 'Mode > Beauté > Parfum'. A sidebar on the left allows filtering by brand (e.g., Acqua di Parma, Azzaro, Boss, Bulgari, Burberry, Calvin Klein, Caron, Cartier, Carven) and price range (35 € to 258 €). The main content area displays four perfume gift sets from Dior, Hermès, Guerlain, and another Hermès set. Each item has a small 'NEW' tag. Below the products is a promotional banner for 'OFFRE BEAUTÉ -25% SUR LES PARFUMS ET COFFRETS Code : AROME25'.



## Exemples

### Positionnement :

Regarder des contenus en streaming

### Styles :

Vocabulaire grand public,

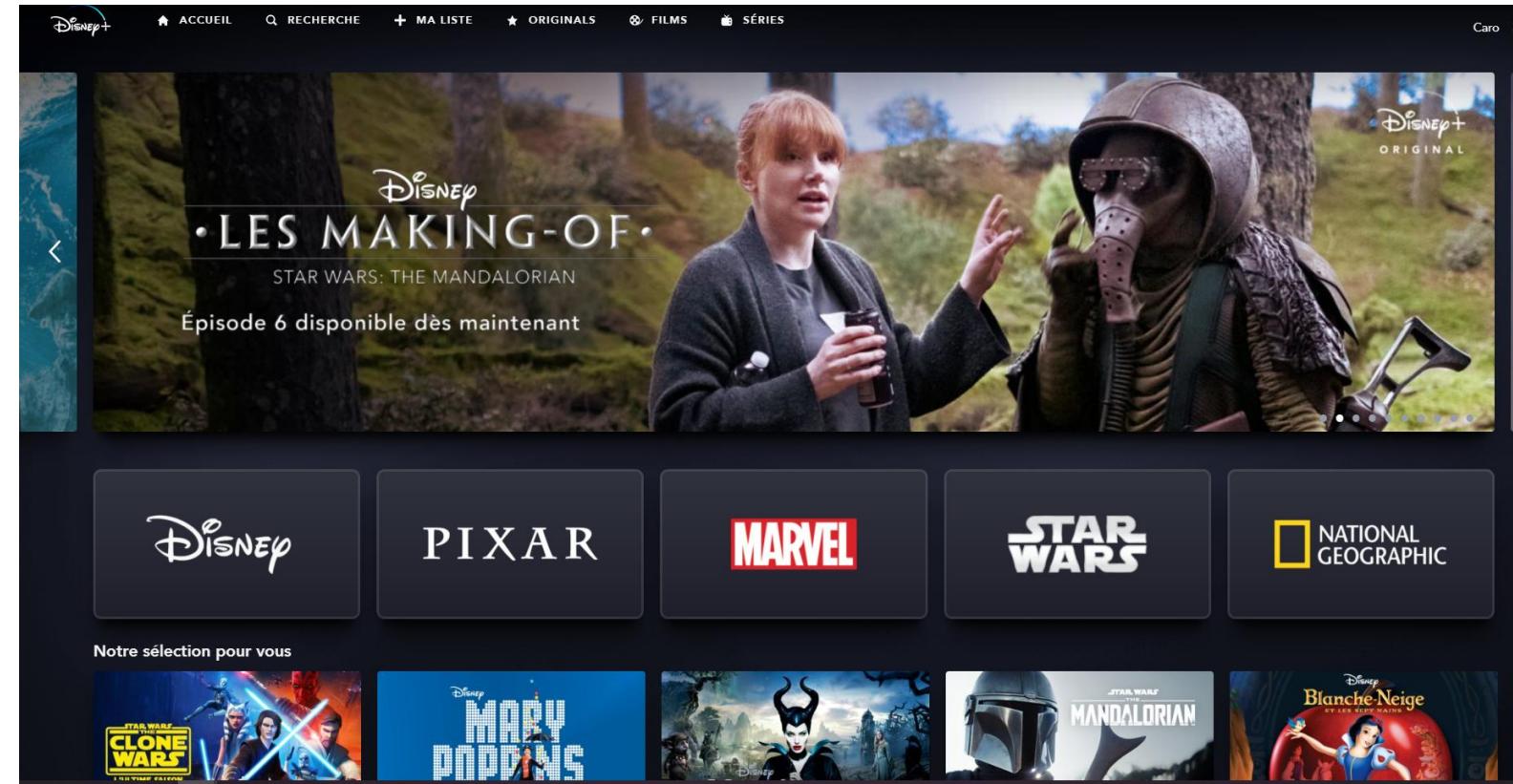
### Tons :

Joyeux, divertissant

### Formats :

Vidéos, playlists

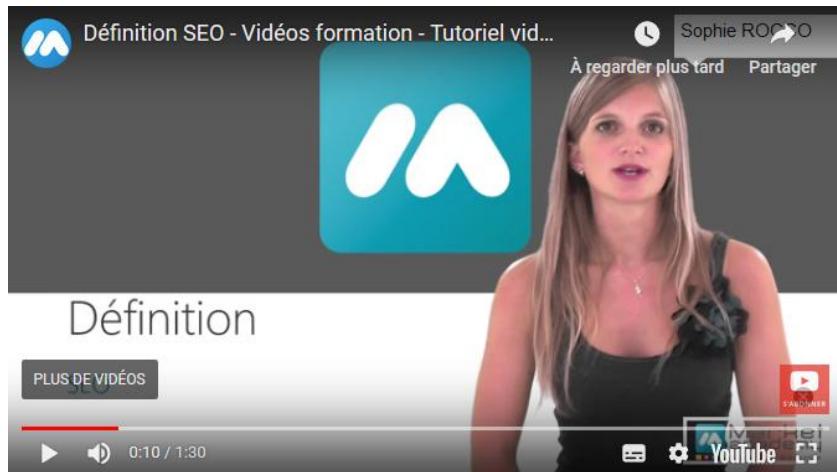
Site internet : Disney +



# Les composantes d'une charte éditoriale

## STRATEGIE SEO

*Search Engine Optimization*



*Plus de détails : Chap. 5*

**En résumé :**



**Favoriser le référencement naturel**



**Il est primordial de travailler sur le site et autour du site afin de donner du poids « naturellement » au site et ainsi attirer plus de trafic.**

# Les composantes d'une charte éditoriale

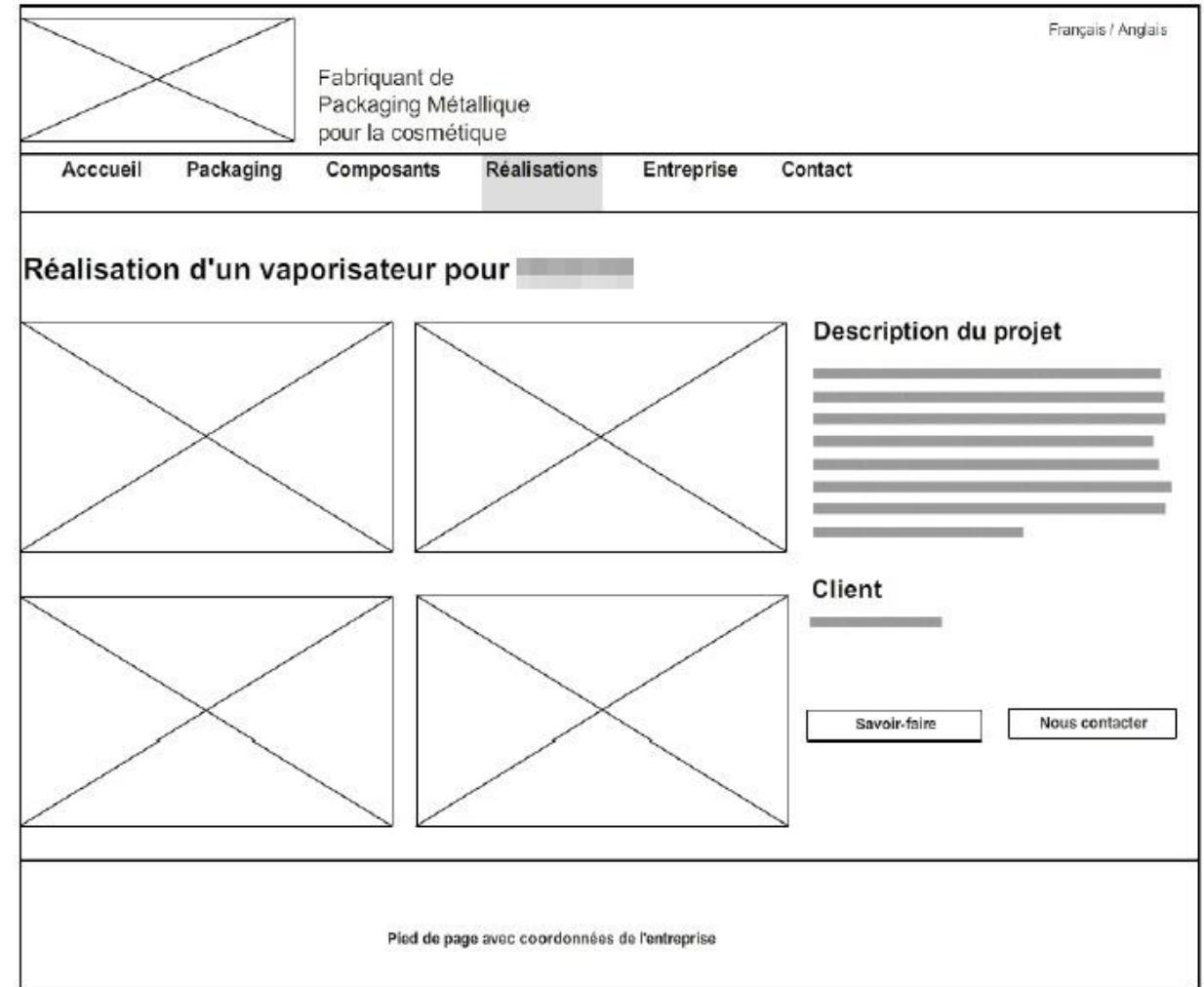
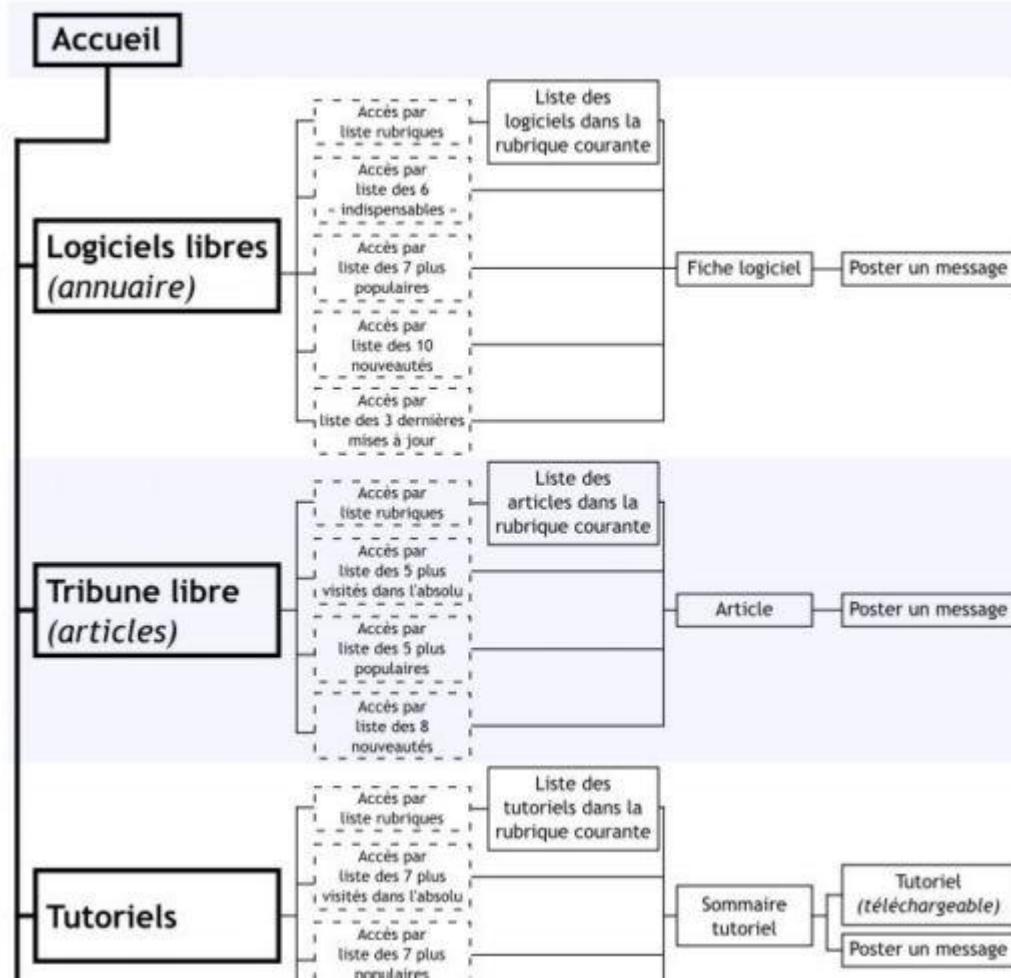
## RUBRICAGE

Le rubricage donne une vue d'ensemble des contenus et des éléments ou rubriques qui les composent.



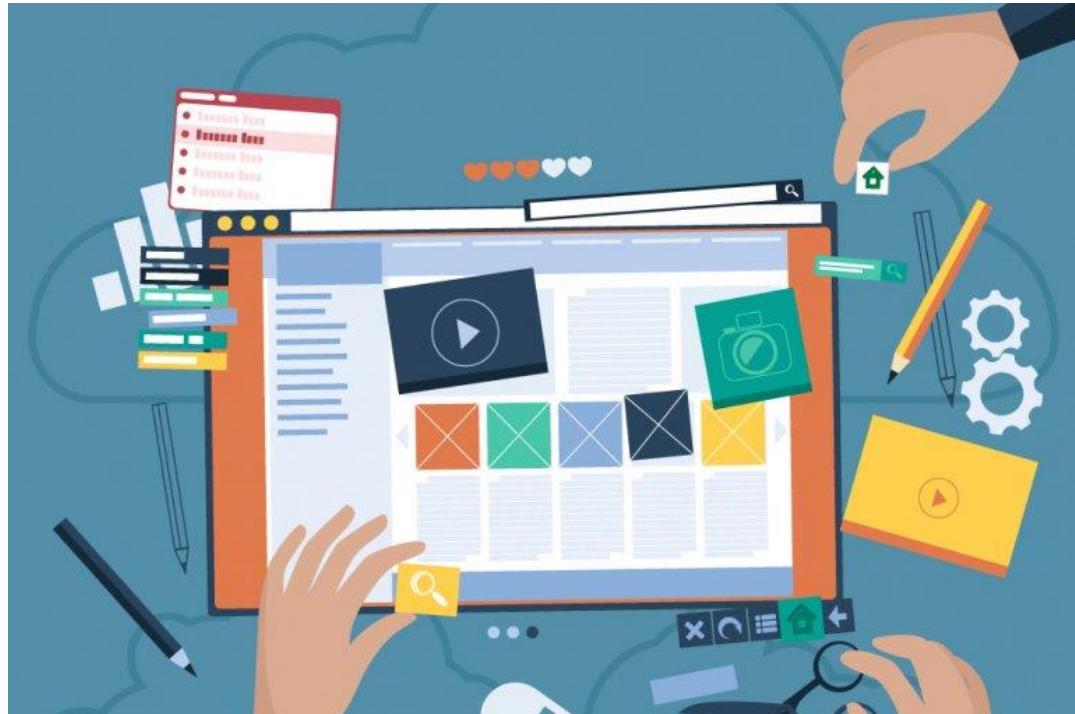


## Autres exemples



# Les composantes d'une charte éditoriale

## ERGONOMIE



L'ergonomie d'un site Internet, c'est sa capacité à **rendre facile la recherche et l'accès à l'information, à transmettre un message, à remplir ses objectifs, à répondre aux attentes et besoins des internautes...** et ce de manière pratique et agréable.

C'est la recherche d'un idéal : trouver le juste compromis entre utilité, beauté, fonctionnalité et simplicité.

## 04

# Les composantes d'une charte éditoriale

## CALENDRIER EDITORIAL

C'est un outil de pilotage de la production et de la diffusion des contenus.

2	THEME	AUTEUR	ARTICLE/TITRES	MEDIA TYPE(S)	PUBLICATION		SUPPORTS							SEO						
3			Titre	Type de contenu (How-To, Promo produit, actu, savoir-faire...)	Articles/Blog - Video - Podcast - Infographie - Présentation - Newsletter - Email - Galerie Photo -	Date livraison	Date mise en ligne	Site web	blog	Site partenaire	Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	SlideShare	Pinterest	Instagram	Mots-clés	Call to action	Statut (Validation)
4	Thématique #1			Sujet 1 Sujet 2A Sujet 2B  Top 10 sujet 1																
5																				
6																				
7																				
8																				
9																				
10																				
11																				
12	Thématique #2																			
13																				
14																				
15																				
16																				
17																				
18																				
19																				
20																				



## Autres exemples

Calendar

Today < > Nov 2 – 6, 2015 Day Week Month

CREATE

November 2015 < >

M	T	W	T	F	S	S
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8

GMT-04

Mon 11/2 Tue 11/3 Wed 11/4 Thu 11/5 Fri 11/6

8am 9-10am 10am 11am 12pm 1pm 2pm 3pm 4pm 5pm 6pm

9-10am 9-10 Engagement: Question

9-10am 9-10 Engagement: Question

9-10am 9-10 Engagement: Question

9-10am 9-10 Engagement: Question

10:30-11:30 Offer: Ecourse

10:30-11:30 Offer: Ebook

10:30-11:30 Offer: Webinar

10:30-11:30 Offer: Ecourse

10:30-11:30 Offer: Cheat Sheet

1pm-2pm Blog Post

2pm-3pm Blog Post

2pm-3pm Engagement: Image

2pm-3pm Engagement: Question

2pm-3pm Engagement: Question

2pm-3pm Engagement: Question

3:30p-4:30p Engagement: Image

3:30p-4:30p Engagement: Question

3:30p-4:30p Engagement: Question

3:30p-4:30p Engagement: Image

3:30p-4:30p Engagement: Question

6pm-7pm Blog Post

My calendars

- Britney Burger
- Facebook
- LinkedIn
- Tasks
- Twitter

Other calendars

*Google Calendar*

Office 365 Outlook

Rechercher dans le ... Nouveau Ajouter un calendrier Partager Imprimer

< > décembre 2015

L M M J V S D

30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

Calendrier Jours fériés - France Anniversaires Calendrier des temp

Lundi Mardi Mercredi Jeudi Vendredi

30 Article Immobilie 1 déc. 2 3 4

7 8 9 10 11 Article Charté éd

14 15 16 17 18

CA Calendrier

Jours fériés - France

*Outlook / Office 365*

# 05

# Avantages & inconvénients



- Évite les hésitations des utilisateurs
- Évite la confusion
- Développe une image marquante
- Permet une planification des contenus



- Évolution de charte nécessaire
- Contraignant pour les créatifs
- Charte trop touffue qui sera peut-être pas utilisée ?

# 06

# Résumé

## Une charte doit être :

Courte

Claire

Réfléchie



Ouverte à l'évolution

Votre charte éditoriale web n'est pas réservée qu'à votre site internet. Elle se décline avec les réseaux sociaux. Vous devez toujours cohérents avec vos différents canaux online médias et hors médias.

- **Pas trop long ni trop lourd**, avec un nombre de pages très limité
- **Organisé en sections thématiques**, faciles d'accès via une table des matières dynamiques
- **Droit au but**, sans se perdre en conjectures et digressions
- Réaliser régulièrement des **AUDIT de votre site**



02

## Trucs & astuces

**Pour vous aider dans la conception d'une charte éditoriale:**

⌚ <https://openclassrooms.com/fr/courses/4698761-developpez-votre-personal-branding/5294161-definissez-votre-ligne-editoriale>

**Pour découvrir le vocabulaire marketing**

⌚ <https://www.definitions-marketing.com/glossaire/marketing-direct/>

⌚ <https://www.e-marketing.fr/definitions-glossaire/a/1>

## La charte éditoriale en version visuelle

The image shows a screenshot of a mobile application or website for 'DORA L'EXPLORATRICE'. At the top left is a cartoon illustration of Dora and her blue monkey friend, Babouche. To the right, the title 'Guide des épisodes...' is written in a stylized blue font. Below it is the 'DORA L'EXPLORATRICE' logo with a small 'Nouvelles' tag above 'DORA'. On the left side, there's a red rooster holding a small purple bucket. The main text area contains the following information:

**Épisode 101: Le grand poulet rouge**

Dora lit à Babouche l'histoire "de la légende du grand poulet rouge." Babouche demande à Dora de l'emmener voir le poulet. Ils doivent traverser le pont, passer la porte, et aller à la grande colline rouge, où ils espèrent trouver le grand poulet rouge. Quand ils arrivent à la colline, ils découvrent bientôt que la grande colline rouge est, en fait, le grand poulet rouge!

On the right side of the page, there's promotional text for Google Chromecast:

Google Chromecast  
à 35 €

Vivez vos passions en grand sur votre TV. Enfin disponible.

At the bottom right is a large dark blue button with a white right-pointing arrow. Above the button are two small circular icons: one solid black dot and one hollow circle with a black outline.

# 07

# Exemples

## La charte éditoriale en version visuelle

The screenshot shows the betaseries website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Accueil, Séries, Films, and Communauté. On the right side of the bar are buttons for Inscription, Connexion, and a search icon. The main content area features a dark background with a promotional image of three men (Sam, Dean, and Castiel) sitting at a bar. The title "Supernatural" is displayed above the episode information. The episode details shown are:

- ÉPISODE PRÉCÉDENT**: S14E07 - Unhuman Nature
- NUMÉRO**: S14E08
- RÉALISATEUR**: Eduardo Sanchez
- SCÉNARISTE**: Meredith Glynne

The episode rating is 4 stars, released on 6 décembre 2018, with 4K membres. A summary of the episode plot is provided: "When Sam and Dean join forces with an unexpected ally, the outcome will alter the course of two lives. Meanwhile, Heaven faces an attack from a dark force, driving Castiel to make an enormous... PLUS". Below the episode details, there are buttons for "..." and "Options". A preview image for the next episode, "S14E09 - The Spear", is shown. At the bottom of the page, there are tabs for "ÉPISODES" (which is selected) and "COMMENTAIRES". Below these tabs, there is a section titled "Épisodes (20) Saison 14" with a grid of thumbnail images from various episodes. A date "octobre 25" is visible in the bottom left corner.

07

## Exemples

### La charte éditoriale en version texte



## Eléments à rendre dans votre dossier

En fonction de votre projet SAÉ, il vous est demander de rédiger :

### Questionnaire des besoins

*Rédiger 10 questions maximum*

- Ouvertes
- Fermés
- QCM
- Avec visuels

### Trois personas complets

*Avec mise en page attractive (pas de template déjà tout fait)*

- Texte biographique
- Besoins et attentes
- Difficultés actuelles
- Arguments pour le convaincre
- Ce que l'utilisateur peut apporter au site

08

# Votre projet SAÉ – Semestre 1

## Des logiciels pour vous aider

NIVEAU INTERMÉDIAIRE



*Canva*



**Adobe Express**

NIVEAU SUPÉRIEUR



**Adobe Illustrator**



**Adobe InDesign**