

Astuce de MD

La police de caractère habille le mot...



... et souligne le message contenu dans le texte. C'est pourquoi la police de caractère doit refléter aussi bien l'entreprise que la teneur du texte. La lisibilité est un critère particulièrement important et dépend, en plus de la taille de la police, d'un grand nombre d'autres facteurs. Dans cette astuce sur la typographie, nous traitons des types et des tailles de caractères. Un sujet que vient compléter l'édition 04/2008 de DirectNews, dans laquelle vous découvrirez que la police de caractère n'a pas seulement une présence, mais aussi un souffle et une tonalité.

Harmonie entre le contenu du texte et la police utilisée

«L'habit fait le moine», dit le dicton populaire. Si les vêtements fournissent une première impression sur la personne qui les porte, il en va de même avec la police de caractères. Dans un premier temps, on a une perception visuelle du texte. Ce n'est qu'après que l'effet du contenu se fait sentir. C'est pour cette raison que le caractère doit correspondre au contenu. Ainsi, une association de collecte de fonds ne devrait pas utiliser une police trop opulente. Une entreprise jeune et dans le vent, elle, optera de préférence pour un caractère sans empattement (sans serif). Quant aux sociétés actives dans la vente de produits traditionnels, les polices à jambages sont la solution idéale. Mais l'image finale – et bien sûr la lisibilité – ne sont pas seulement influencées par la police. La présentation joue aussi un rôle.

Les types de polices et leur utilisation

Il existe trois catégories de polices comprenant les différentes familles de caractères, comme par exemple Arial, Futura, Times, etc.: l'Antiqua, la Grotesque et la troisième, moins connue inspirée de l'Antiqua, appelée l'Egyptienne. Les polices Antiqua donnent une impression d'élégance. Malgré les empattements (serifs), elles sont faciles à lire et utilisées de préférence pour les textes en continu. Les caractères Grotesques, par contre, sont sans empattement et conviennent aux textes techniques et modernes. Parce qu'ils permettent une composition rapide en grands caractères, ils sont particulièrement appréciés pour les titres. Quant aux polices moins familières, elles freinent la lecture et ne conviennent pas aux textes plus longs.

A chaque texte sa taille de police

La taille de la police dépend du type de texte (accroche, texte en continu, légende d'image, note de bas de page, etc.), de la distance de lecture et du groupe cible. La convivialité du texte est déterminée par la distance entre les caractères et les lignes (interlignage et espacement) ainsi que par la longueur des lignes et l'orientation du texte (de gauche à droite, en carré, centré). Selon une découverte récemment publiée par des chercheurs en neurobiologie de l'université de New York, en matière de lisibilité, l'espacement entre les caractères est beaucoup plus significatif que la taille de la police. Les caractères serrés les uns contre les autres ne peuvent en effet être déchiffrés qu'avec difficulté.

Taille de la police	Utilisations
6 – 8 points (taille de consultation)	Notes de bas de page, informations bibliographiques et tous les textes en petits caractères, p. ex. annuaires téléphoniques, lexiques, modes d'emploi, emballages de denrées alimentaires, cartes de visite, etc.
8 - 12 points (taille de lecture)	Textes en continu p. ex. journaux, périodiques, romans, catalogues, lettres, etc.
12 – 48 points (taille de visualisation)	Titres, textes brefs p. ex. livres pour enfants
Plus de 48 points (taille d'affiche)	Enseignes, textes publicitaires p. ex. étiquettes de vitrines, affiches, enseignes de sociétés

Mises en évidence

Les mises en évidence dans le corps d'un texte freinent la lecture. Utilisez-les avec parcimonie et ne mélangez pas les styles.

- **Les caractères gras** frappent immédiatement le regard et permettent de trouver facilement un passage.
- A l'heure actuelle, les soulignements sont uniquement utilisés pour donner l'impression d'un texte tapé à la machine (avec la police Courier New) ou pour identifier un lien hypertexte.
- Les caractères en CAPITALES ou e s p a c é s ne sont utilisés que rarement pour les mises en évidence.
- *Les passages en italiques* ne sont pas très visibles. Ils ont donc peu d'influence sur l'apparence générale d'un texte. D'habitude, ils servent à mettre en évidence un passage déterminé, notamment une citation, ou à appuyer un mot.
- **Les autres types ou tailles** de caractères doivent présenter un bon contraste avec le reste du texte, comme par exemple les polices Grotesque et Antiqua. La variation de taille ne devrait pas être inférieure à 2 points.

- Les «guillemets» sont utilisés pour les discours directs, les citations, les descriptions de produits, les formulations en argot et bien d'autres. En Suisse, on a recours généralement aux guillemets «français». Ils font meilleure figure que les „guillemets d'ordinateurs“.

Ces 10 astuces complètent l'édition 04/2008 de [DirectNews](#) sur les caractères. A télécharger – et méditer!

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint