



Les rencontres de la dataviz

dans le cadre de

la mêlée numérique

avec

l'association Toulouse-Dataviz



Les rencontres de la dataviz

« La dataviz, rendre visible l'invisible du monde »

Alain ROAN et Edith MAULANDI

« Qui crie le plus fort ? La dataviz comme outil d'étude des forums de discussion »

Florian MELKI

« Des maux aux images »

Cyril BELMEDHI et Simon LAFOSSE

« Mieux faire parler les données »

Eric Mauvière

« Objectifs ou partisans, les graphiques remplacent t-ils un bon discours? »

Cyril BELMEDHI, Florian MELKI, Eric MAUVIERE, Animateur Alain OTTENHEIMER

Hackaviz Party

Remise des prix du concours Hackaviz

Buffet



Toulouse-dataviz.fr

L'association Toulouse DataViz

Notre ambition

Promouvoir et de diffuser la culture de l'analyse et de la visualisation des données.

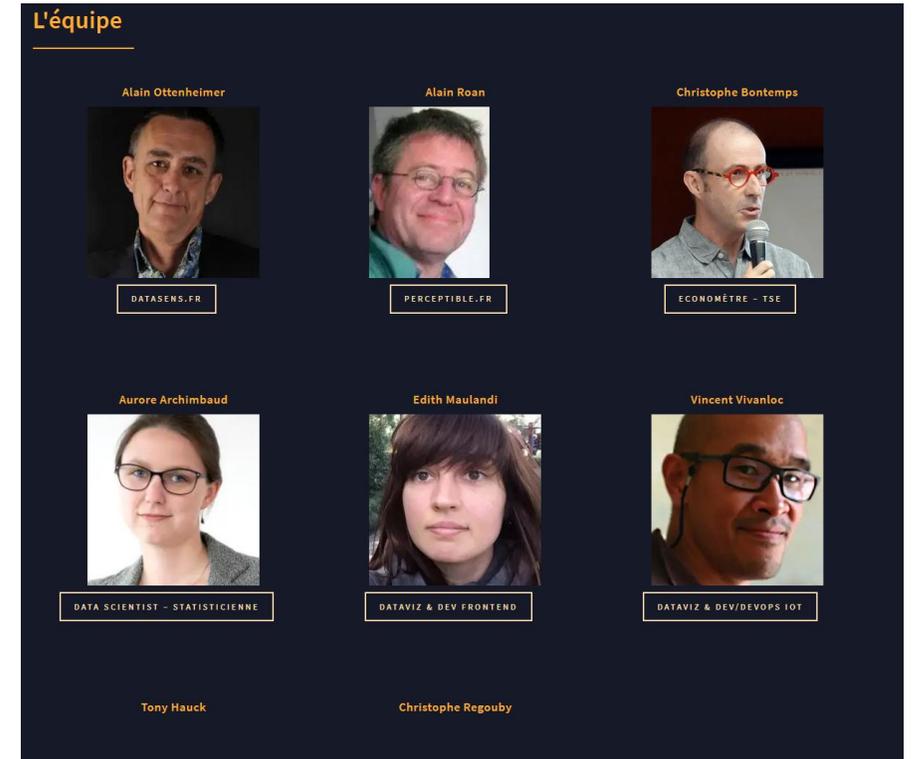
Voir les données et les donner à voir



Toulouse-dataviz.fr

Création 2016

8 Animateurs
1750 Membres meetup
450 « Clubistes »





Toulouse-dataviz.fr

Rencontres

47 « meetup »

- Comprendre la dataviz
- Découvrir les réalisations
- Témoigner
- S'approprier les outils (Ateliers)

Evénements Hackaviz

- Concours annuel Hackaviz (4 éditions)
- Raconter une histoire avec des graphiques

Formations

- Collèges, lycées, universités et entreprises
- Parcours Laïque et Citoyens du CD31

Offres de services

- Initiation à la dataviz
- Hackaviz sur mesure
- Préparation de données
- Réalisation de visualisation



Toulouse-dataviz.fr

Site internet



Les évènements
ÉVÈNEMENTS PASSÉS ET À VENIR

Hackaviz
PRÊT, PARTEZ, VISUALISEZ !

L'association
NOS MISSIONS, NOS MEMBRES ET NOS SPONSORS

Nos offres
PRESTATIONS ET FORMATIONS

Le Club
REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ

Ressources et collections
LES NEWSLETTERS, NOTRE SÉLECTION DE DATAVIZ, POSTERS ET LIVRES RECOMMANDÉS

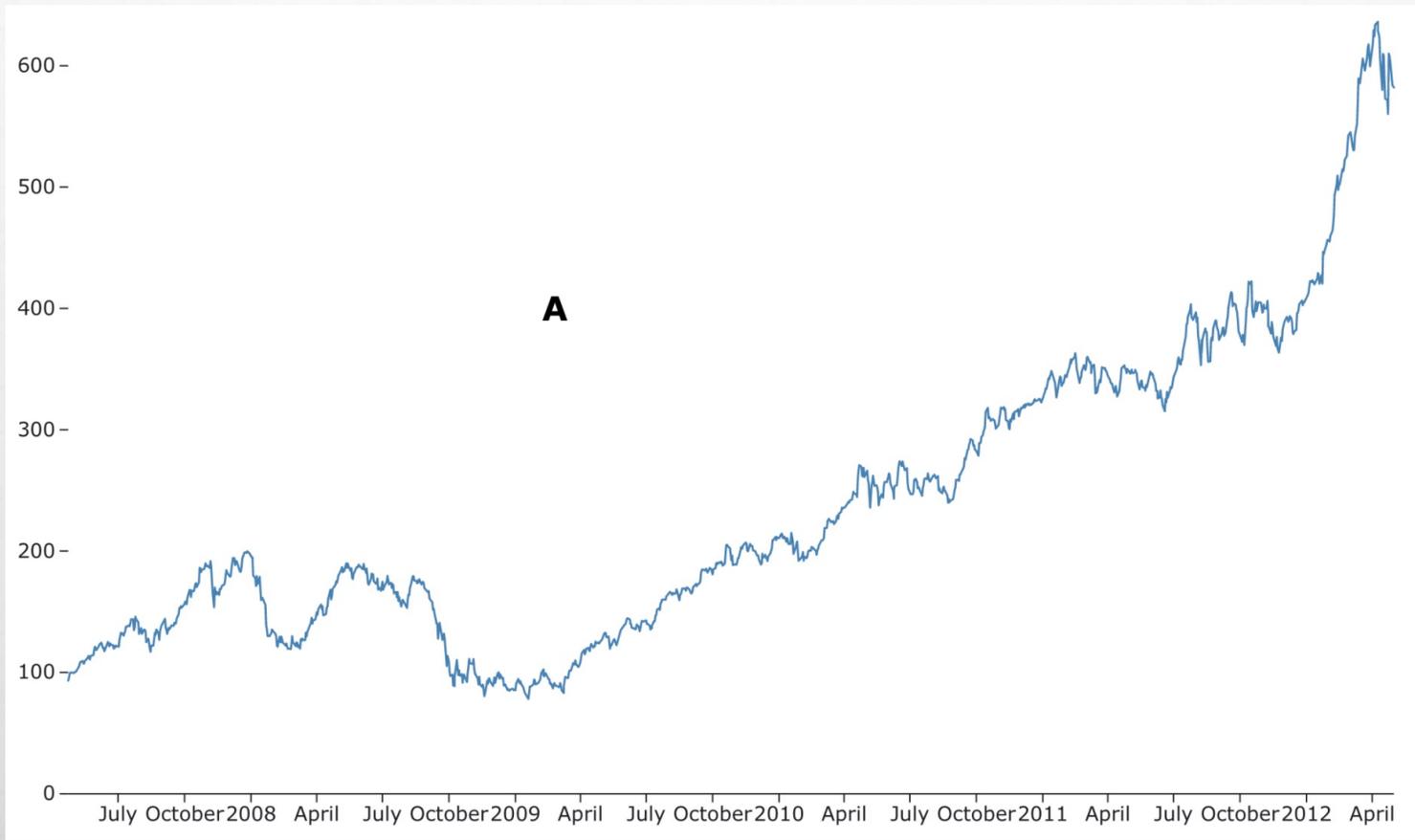
Design: HTML5 UP | Template Gatsby: Forty

Ancien site Toulouse DataViz

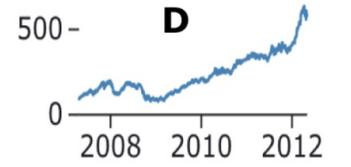
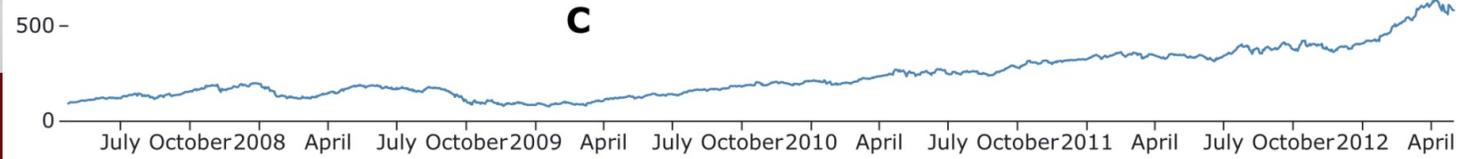
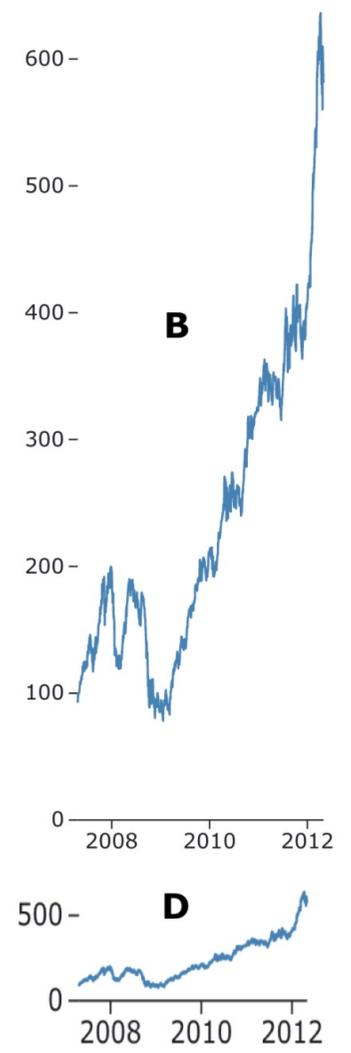
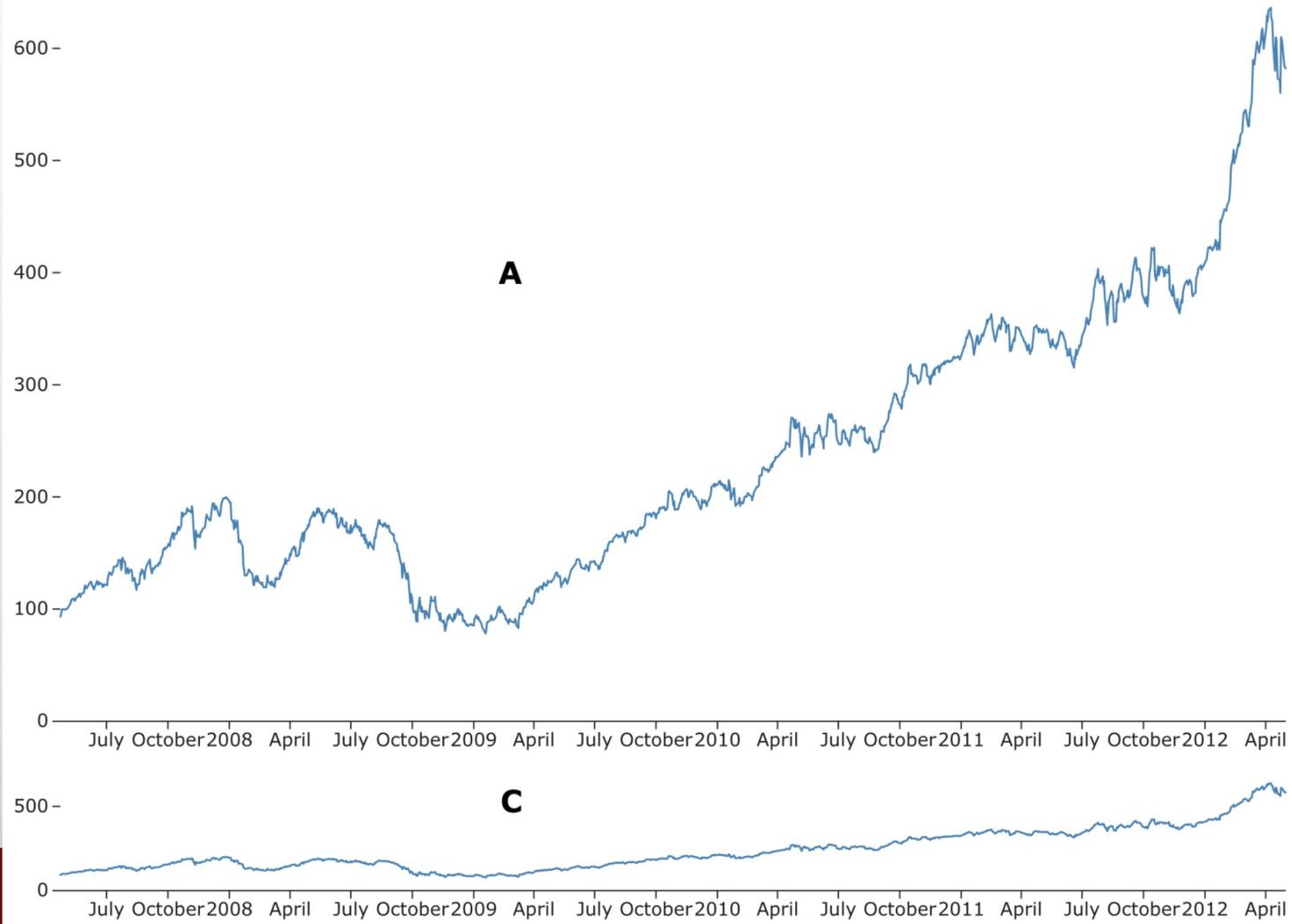
RENDRE VISIBLE L'INFORMATION

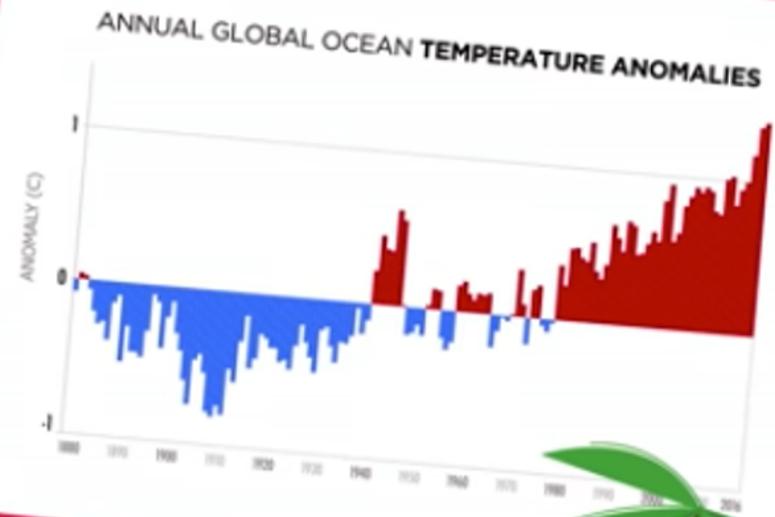
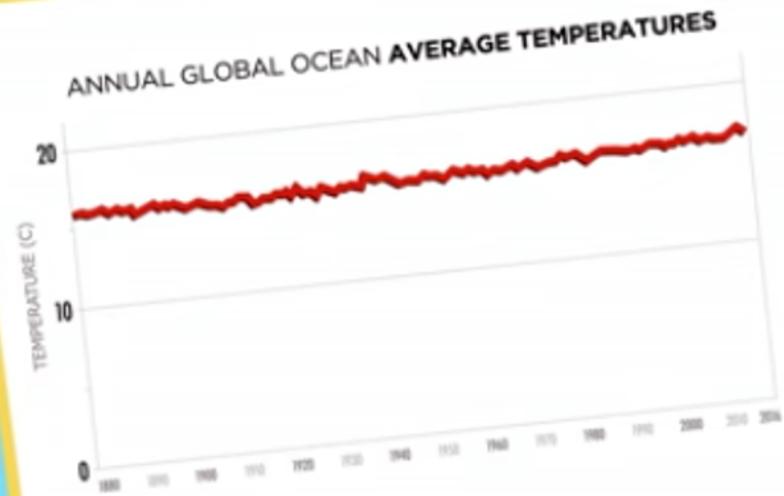
ALAIN ROAN – PERCEPTIBLE.FR – 1/10/2021

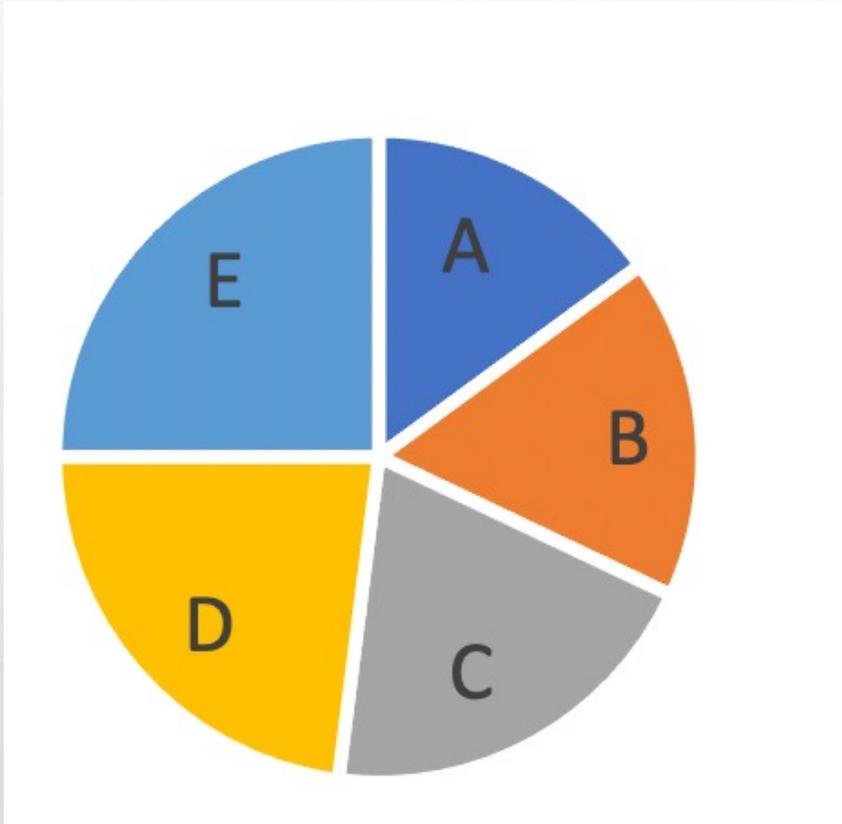


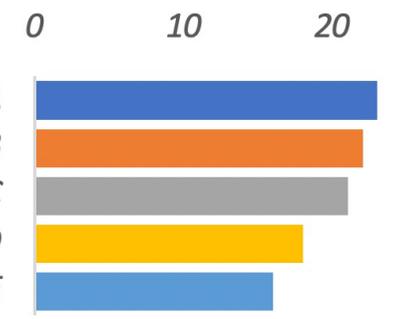
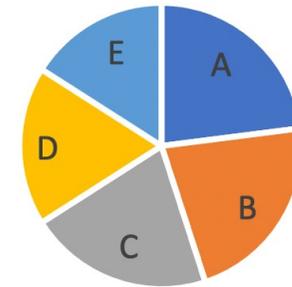
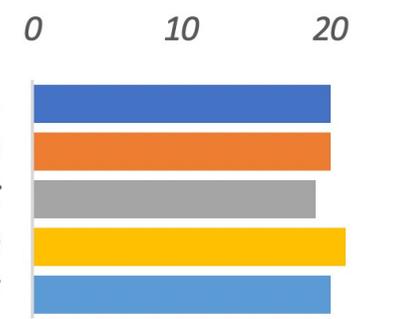
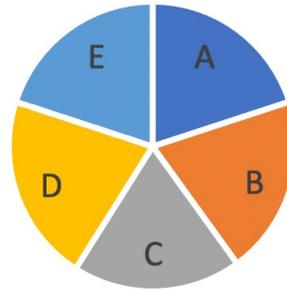
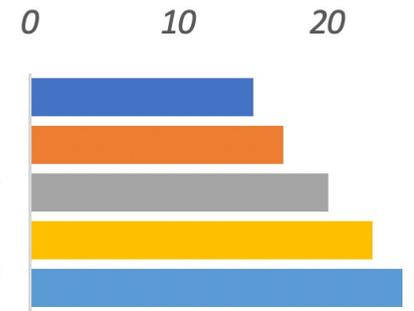
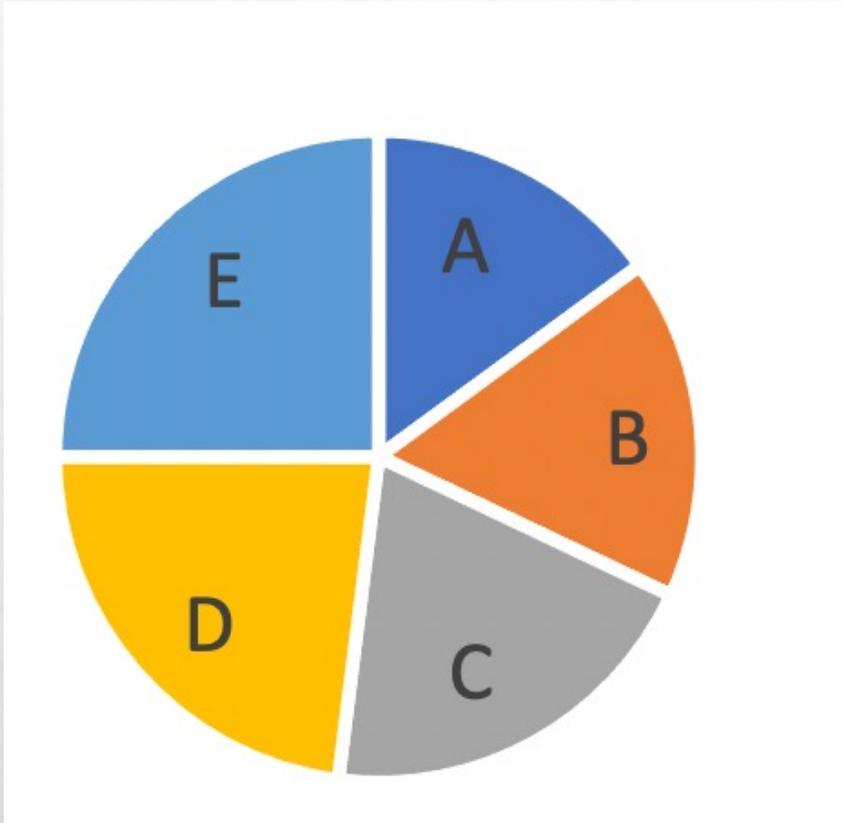


A









Mois dernier



Mois en cours



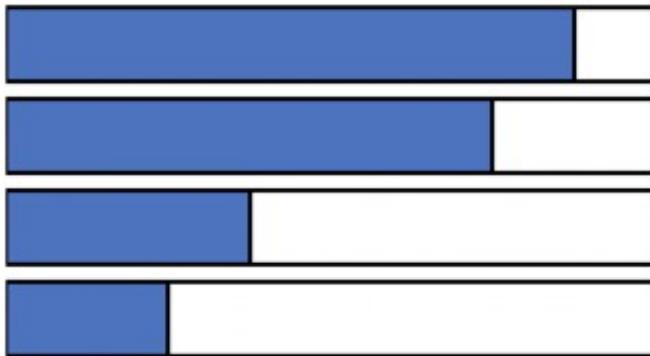
Mois dernier



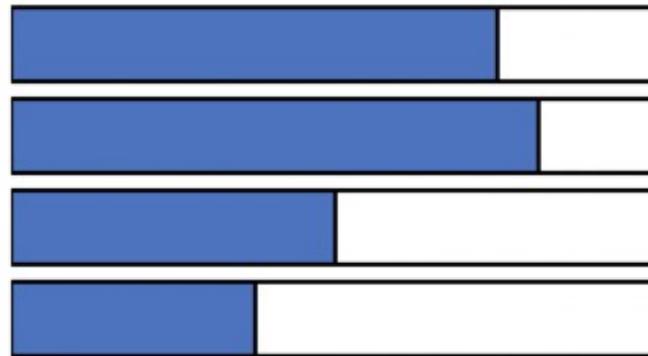
Mois en cours

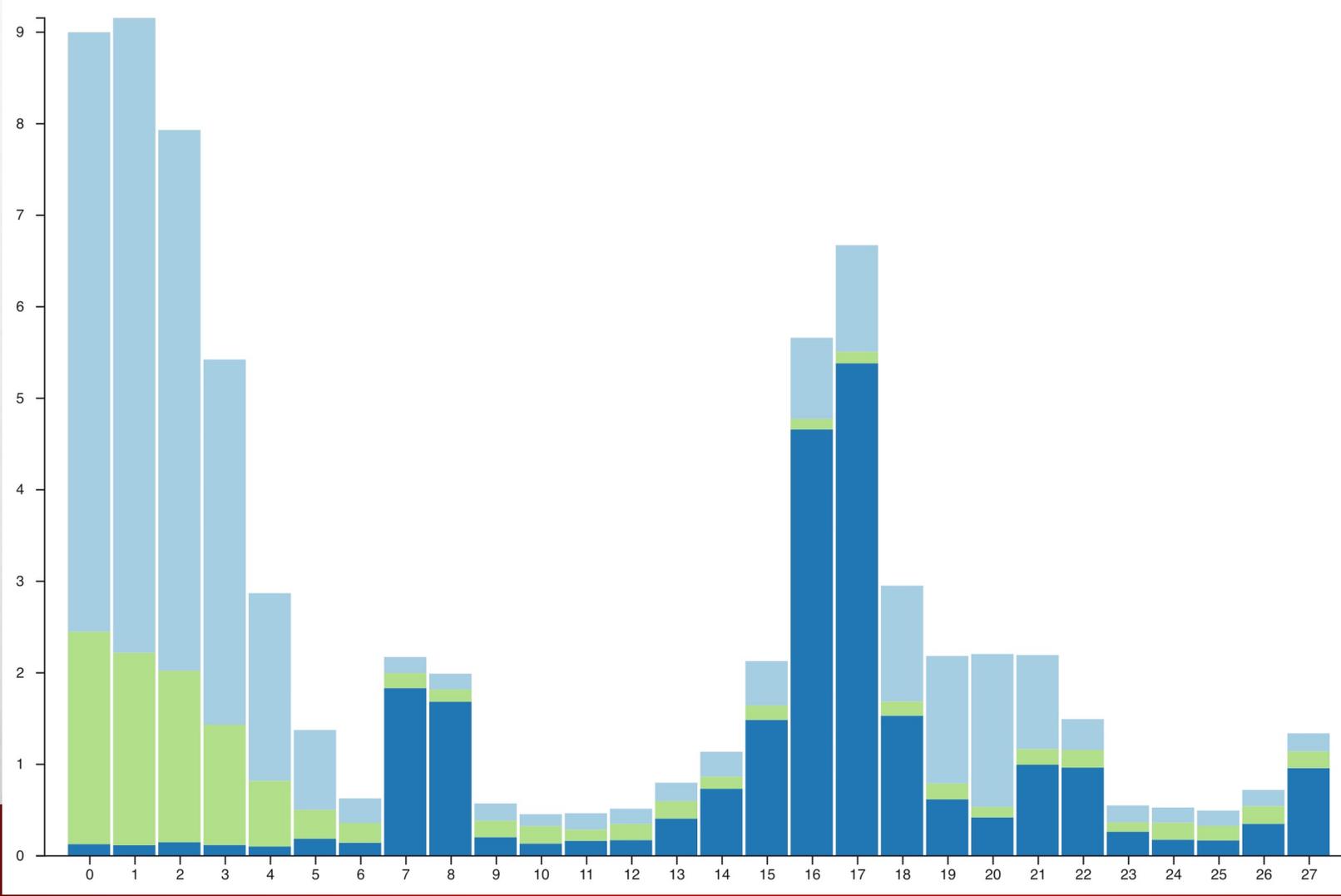


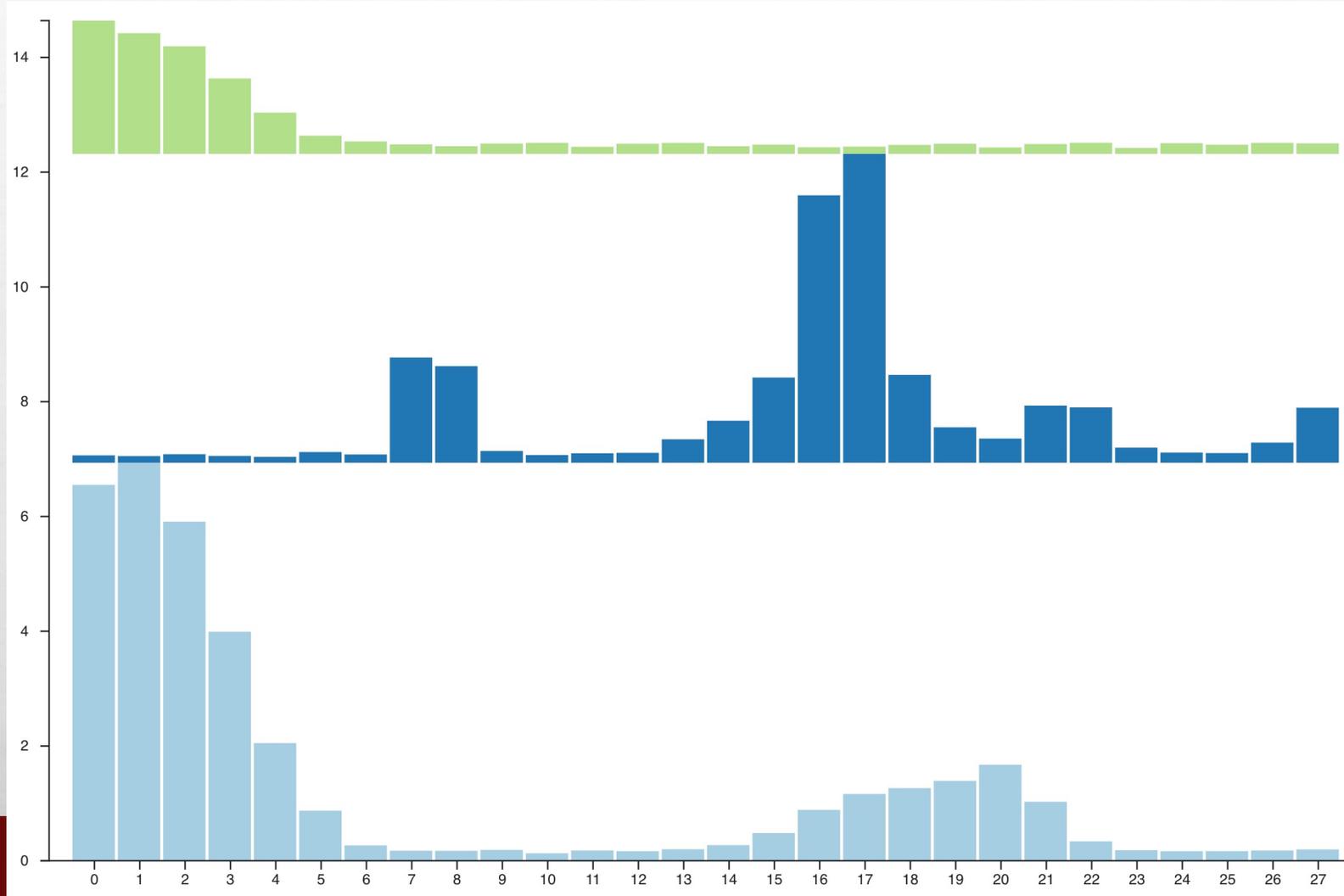
Mois dernier



Mois en cours



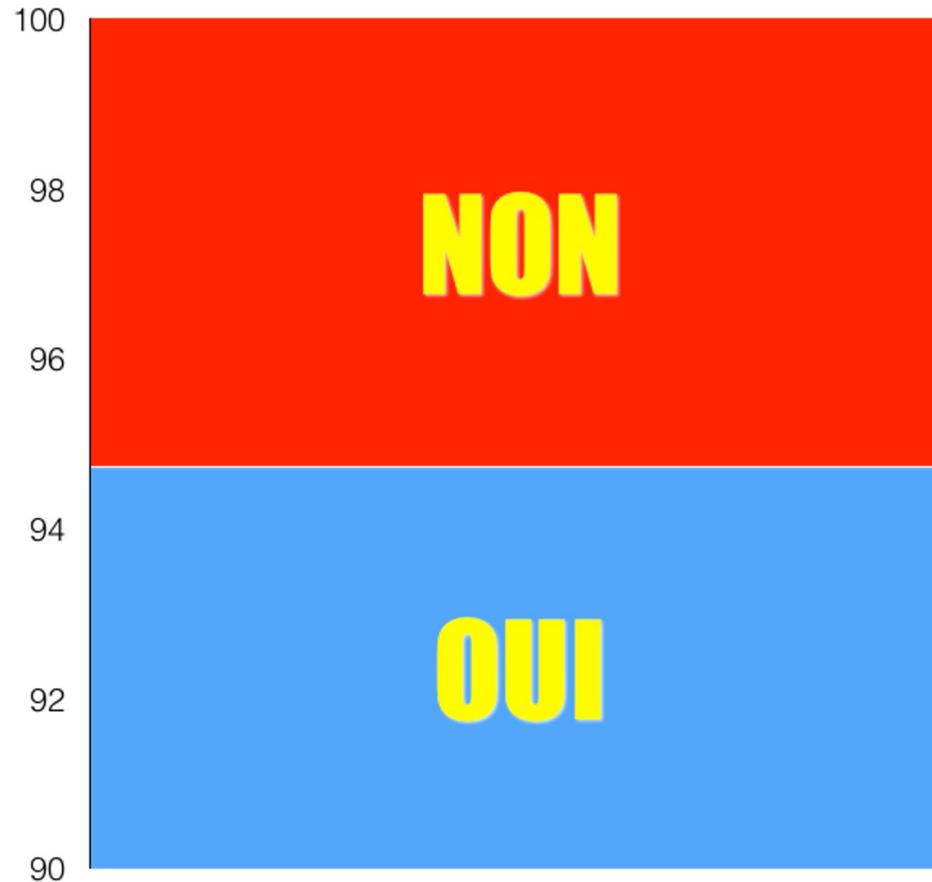




**Pensez-vous que
l'origine de l'axe
Y est important ?**

**Pourcentage
des réponses**

Résultat du sondage

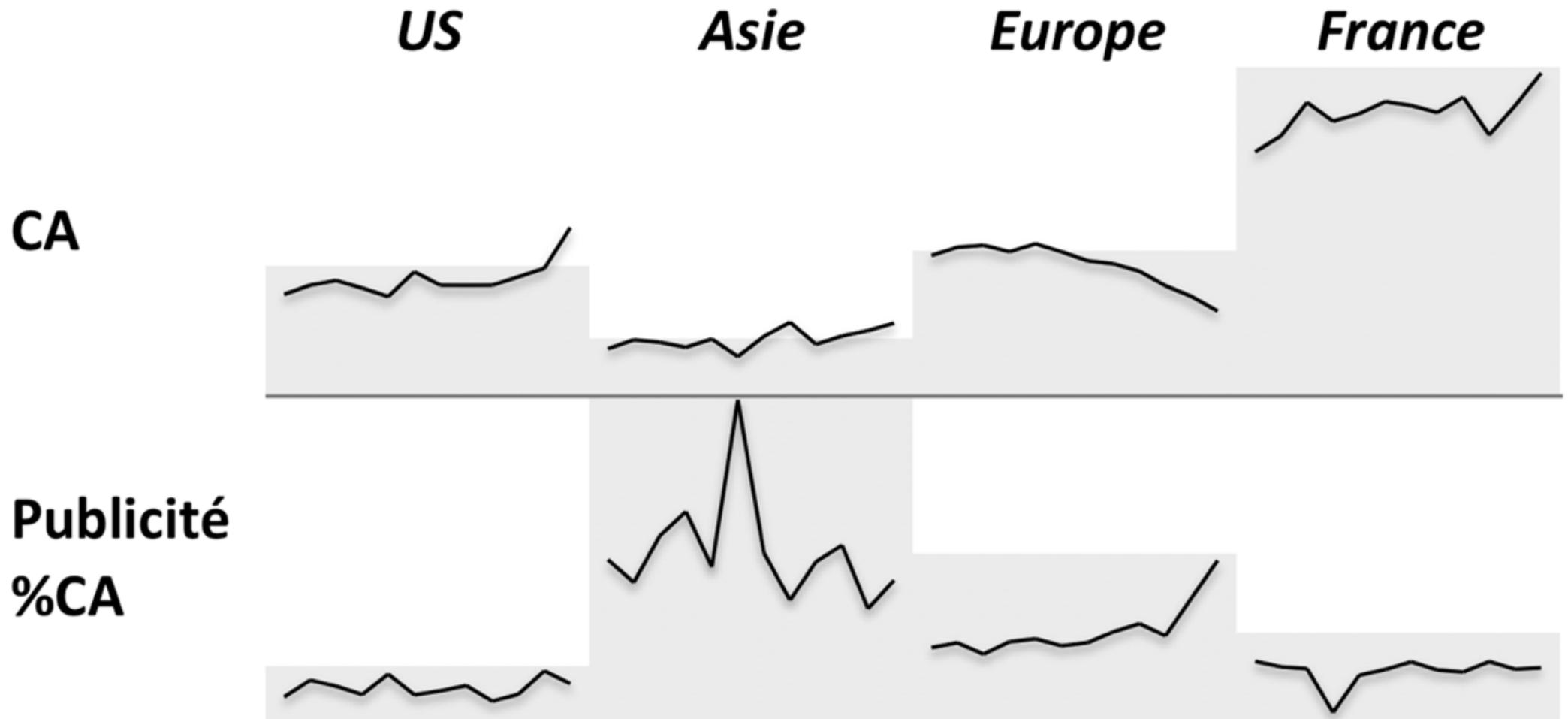


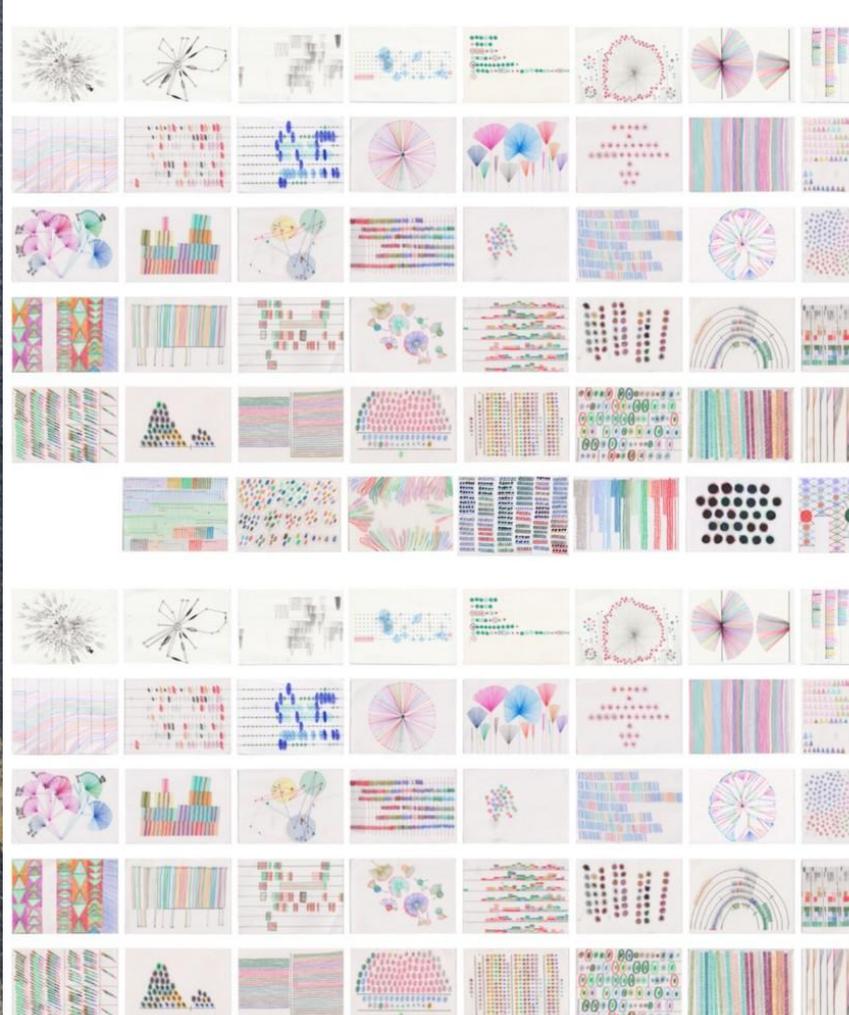
CA (€)	janv	févr	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc
Régions	60 365	125 805	195 757	261 162	328 411	396 993	464 836	533 173	599 823	662 168	728 456	802 689
<i>US</i>	11 293	23 677	36 615	48 649	59 683	73 666	86 050	98 424	110 808	124 182	138 576	157 859
<i>Asie</i>	4 754	10 588	16 127	21 065	26 997	30 820	37 054	44 986	50 279	56 562	63 500	71 333
<i>Europe</i>	15 934	32 868	50 041	66 435	83 780	100 164	115 466	130 405	144 444	156 748	167 781	177 064
<i>France</i>	28 384	58 672	92 974	125 013	157 951	192 343	226 266	259 358	294 292	324 676	358 599	396 433

Publicité (€)	janv	févr	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc
Régions	14 602	30 627	47 113	57 579	73 899	91 144	108 536	125 066	140 593	156 842	174 234	194 352
<i>US</i>	851	2 635	4 177	5 201	7 065	8 238	9 475	10 979	11 693	12 845	15 465	17 966
<i>Asie</i>	3 034	6 217	10 297	14 424	18 031	22 978	27 133	30 885	34 219	38 603	41 642	45 985
<i>Europe</i>	4 429	9 468	13 777	18 728	24 170	28 845	33 403	38 527	43 805	47 821	53 146	59 044
<i>France</i>	6 288	12 307	18 862	19 226	24 633	31 083	38 525	44 675	50 876	57 573	63 981	71 357

Marge Brute (€)	janv	févr	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc
Régions	14 462	30 144	45 786	60 634	78 269	94 587	110 748	126 234	143 313	158 039	177 424	194 209
<i>US</i>	2 717	5 788	8 631	10 857	13 854	17 073	19 433	21 982	25 665	28 529	34 760	38 518
<i>Asie</i>	1 144	2 591	3 808	4 721	6 925	7 805	8 994	10 628	12 202	13 547	15 869	17 396
<i>Europe</i>	3 505	7 400	11 264	14 707	18 610	21 886	26 018	29 379	32 468	35 298	37 615	39 657
<i>France</i>	7 096	14 365	22 083	30 349	38 880	47 822	56 303	64 245	72 978	80 665	89 180	98 639

Publicité % CA	janv	févr	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc
<i>US</i>	7,5	11,1	11,4	10,7	11,8	11,2	11,0	11,2	10,6	10,3	11,2	11,4
<i>Asie</i>	63,8	58,7	63,8	68,5	66,8	74,6	73,2	68,7	68,1	68,2	65,6	64,5
<i>Europe</i>	27,8	28,8	27,5	28,2	28,8	28,8	28,9	29,5	30,3	30,5	31,7	33,3
<i>France</i>	22,2	21,0	20,3	15,4	15,6	16,2	17,0	17,2	17,3	17,7	17,8	18,0





Monday Sept 21st.

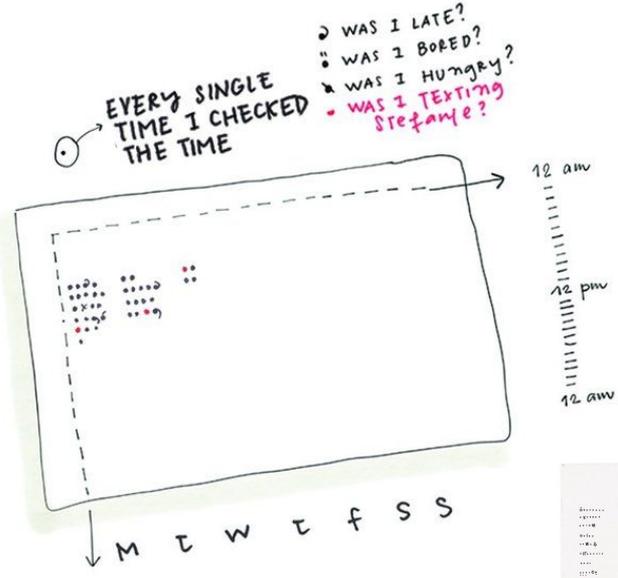
6:32	home / bed	10:07	client's
6:34	home / kitchen	10:52	client's
7:24	home	11:34	walking
7:28	walking	11:42	bus
7:29	walking	11:48	bus
8:12	office	12:02	office
8:32	office / meeting r.	12:08	office
8:42	office / office	1:00	office
9:39	office	1:34	Swire corp
9:42	walking	4:48	Swire corp
9:43	walking	2:23	office

I was so late! (pointing to 7:24)

I was texting Stefanie! (pointing to 9:39)

Super late!! (pointing to 9:43)

officially stopped wearing my wrist watch (pointing to 2:23)



Week 01: A week of clocks.

DEAR DATA WEEK 01: A WEEK OF CLOCKS?

STEFANIE PULAVEC
LONDON
ENGLAND

DEAR DATA WEEK 01: A WEEK OF CLOCKS.

GIORGIA LUPU
BRANDY, NY
USA

GIORGIA TO STEFANIE

STEFANIE TO GIORGIA

DATA HUMANISM

~~SMALL~~ big data

data bandwidth ~~QUALITY~~

~~IMPERFECT~~ infallible data

~~SUBJECTIVE~~ impartial data

~~INSPIRING~~ descriptive data

~~SERENDIPITOUS~~ predictive data

data conventions ~~POSSIBILITIES~~

data to simplify complexity / ~~DEPICT~~

data processing ~~DRAWING~~

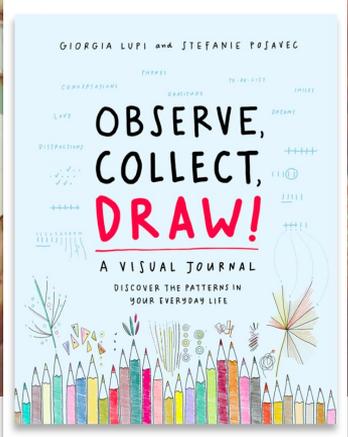
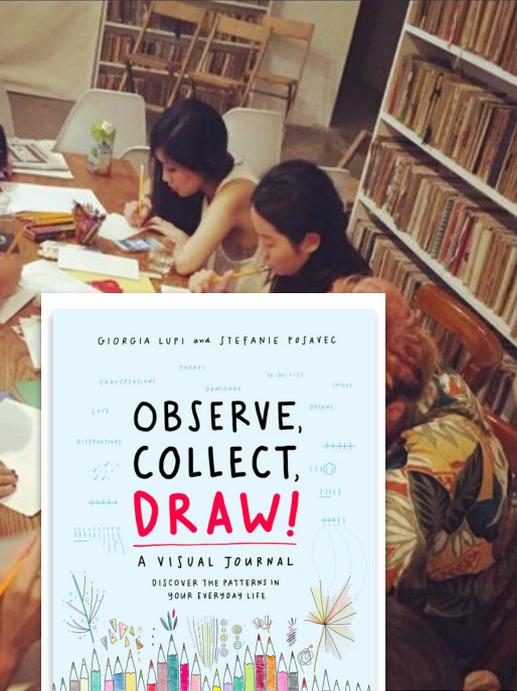
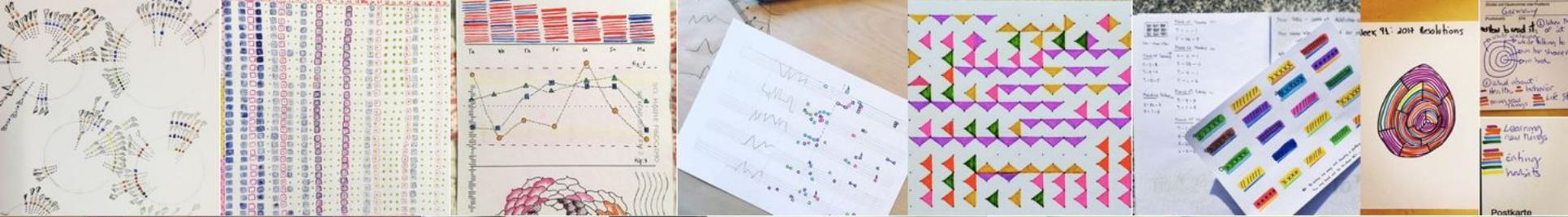
data driven design

~~SPEND~~ save time with data

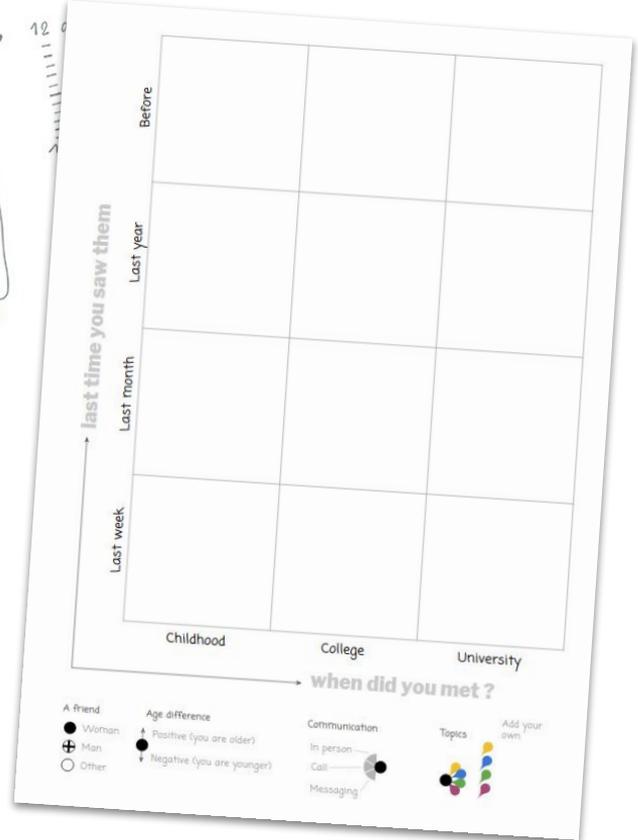
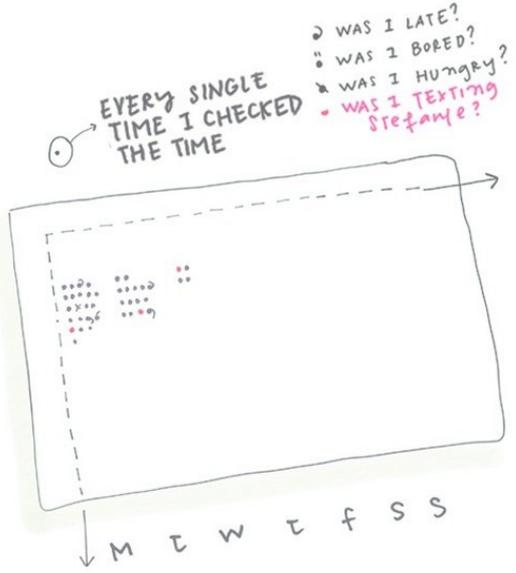
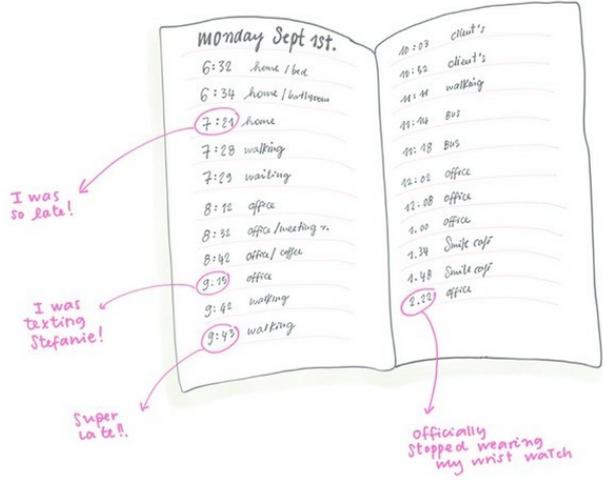
data is numbers ~~PEOPLE~~

data will make us more efficient ~~HUMAN.~~





Source : [Dear Data](#) and [Observe Collect Draw](#)



1 Collecter des données

Lister les informations suivantes pour 5 de vos ami.e.s:

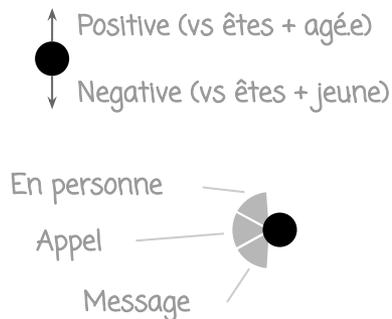
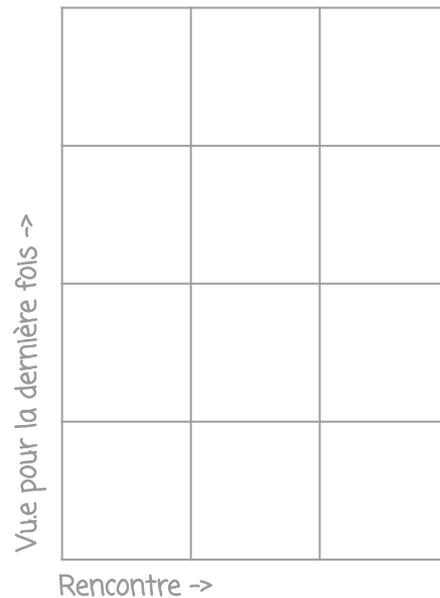
- Leur **différence d'age avec vous** [valeur]
- Leur **genre** [catégorie : F H, O]
- **Quand vous êtes-vous rencontrés ?** [cat : enfance, études, après]
- **Quand vous êtes vous vu pour la dernière fois ?** [cat : semaine dernière, mois dernier, année dernière, avant]
- **Comment communiquez-vous ?** [mult cat : en personne, messages, appels]
- **De quoi parlez-vous ensemble ?** [mult cat : studies, hobbies, life doubts, love & relations, work ...]

Personne	Rencontre	Différence d'age	Vu pour la dernière fois	...
Béatrice	enfance			
Paul				
...				

1 Collecter des données

2 Choisir des encodages

- Une personne -> un cercle
- Genre -> remplissage du cercle
- Rencontre -> position sur l'axe horizontal
- Vue pour la dernière fois -> position sur l'axe vertical
- Différence d'âge -> flèche ver le haut ou le bas
- Communicate -> ajout de croissants
- Discussions -> ajout de pétales de couleur

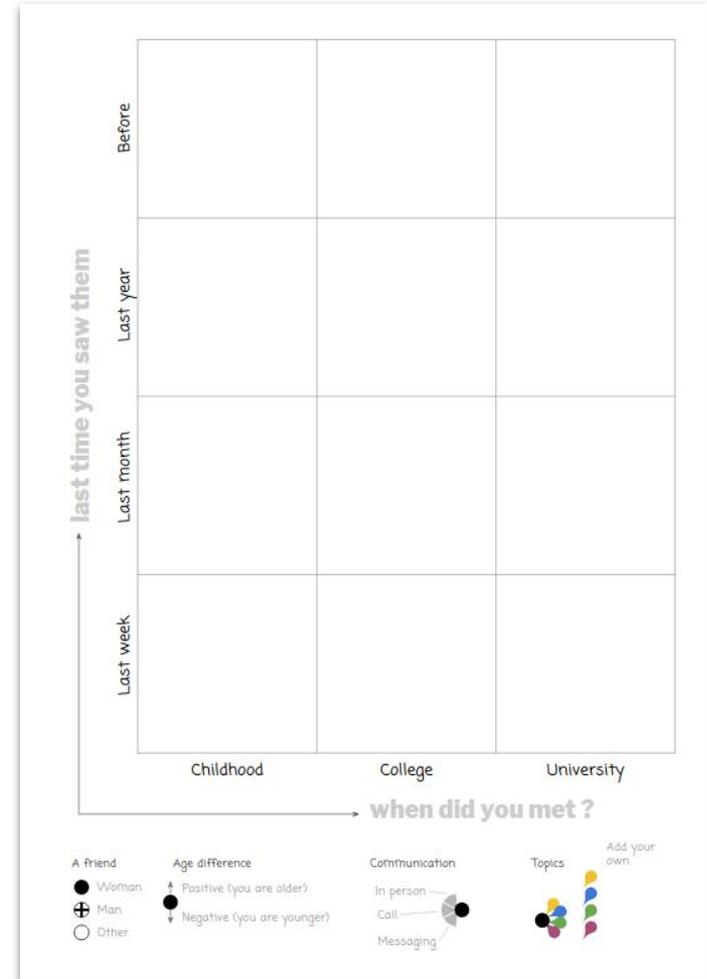


1 Collecter des données

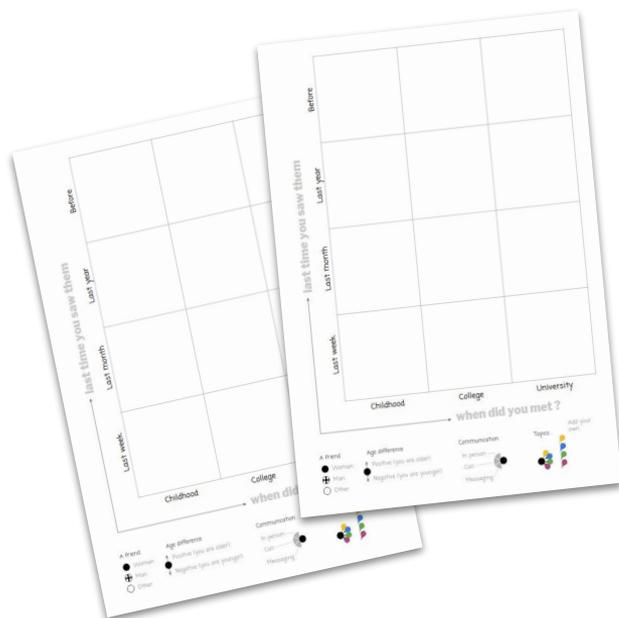
2 Choisir des encodages

3 Dessiner

- Une personne -> un cercle
- Genre -> remplissage du cercle
- Rencontre -> position sur l'axe horizontal
- Vue pour la dernière fois -> position sur l'axe vertical
- Différence d'âge -> flèche ver le haut ou le bas
- Communicate -> ajout de croissants
- Discussions -> ajout de pétales de couleur



- 1 Collecter des données
- 2 Choisir des encodages
- 3 Dessiner
- 4 Prendre du recul



- Qu'est-ce que ça fait de dessiner une dataviz ?
- Est-ce que c'est toujours de la visualisation de données ?
- Est-ce que ces encodages originaux vous semble lisible ?
- Voyez-vous des patterns que vous n'auriez pas discerné avant ?