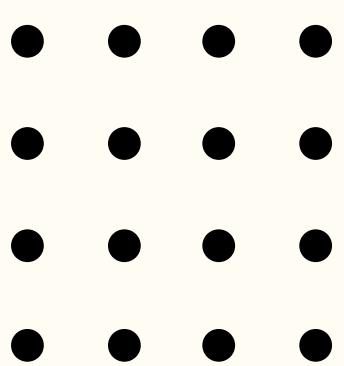


Concevoir son site Internet

LE DESIGN ET L'ERGONOMIE

"Comment faire en sorte que vos visiteurs se sentent à l'aise sur votre site, qu'ils y trouvent leurs repères et qu'ils aient envie d'y revenir ? Ces règles simples peuvent vous permettre d'accrocher et de conserver vos lecteurs."

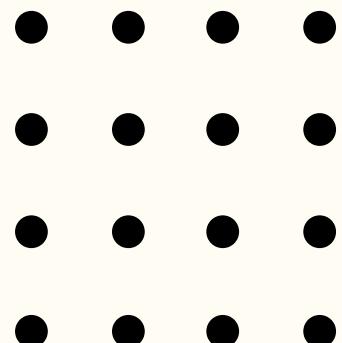
Association
TicHLRI





Sommaire

1. RESPECTER LES STANDARDS
2. QUELQUES PRINCIPES DE MISE EN PAGE
3. IMPORTANCE DU CONTRASTE
4. LE ZAPPING
5. UN JUGEMENT EN UN CLIN D'OEIL
6. L'ESTHÉTIQUE
7. LA COULEUR
8. CONTACT



1.

Respecter les standards

Vos visiteurs sont habitués à certains mécanismes, ne les perturbez pas. Ils doivent se sentir comme chez eux !

• PAS DE TEXTES SOULIGNÉS

Sur le web, un mot ou une expression soulignée est un lien. N'utilisez jamais le soulignement dans un autre but. Jouez plutôt sur la couleur, sur la taille ou sur le gras et l'italique.

• DES COLONNES ÉTROITES

L'oeil se fatigue s'il doit parcourir des kilomètres pour suivre le texte. Vos colonnes doivent faire 15 cm de large au maximum. Des colonnes de 10 cm sont idéales.

• DU TEXTE LISIBLE

Ce conseil à l'air stupide. On voit malheureusement beaucoup de sites qui proposent du texte jaune sur fond gris, par exemple. Le texte le plus lisible et le moins fatigant est le texte noir sur fond blanc. Vous pouvez vous éloigner légèrement de ce standard à condition de toujours garder un bon contraste entre le fond et le texte.

• OUBLIEZ LES GADGETS

Compteurs, animations flash et autres gadgets n'apportent rien à votre site. Ils fatiguent les yeux et distraient les visiteurs de votre véritable contenu.

• UNE TAILLE DE TEXTE CONFORTABLE

Beaucoup d'internautes ont une vue basse ou moyenne. Les sites utilisant des caractères microscopiques sont fatigants.

- **UN AFFICHAGE RAPIDE**

Les visiteurs sont pressés. Ils s'impatientent très, très vite. Vos pages ne doivent pas peser plus de 30 à 50 Ko tous compris (avec les images et les animations). Ce point est absolument essentiel.

- **DES TITRES DE PAGE**

Où suis-je ? D'où viens-je ? Où vais-je ? Evitez à vos visiteurs de se perdre dans ces questions philosophiques ! Donnez-leur des repères !

- **DES SOUS-TITRES, UNE MISE EN PAGE AÉRÉE**

Segmentez vos informations en chapitres clairement identifiés. Vos visiteurs doivent pouvoir choisir ce qu'ils veulent lire ou zapper.

- **DES MENUS SIMPLES**

Vos visiteurs ne passeront pas plus de 10 secondes à essayer de comprendre l'architecture de votre site. La norme consiste à placer :

- Les chapitres principaux en haut de la page
- Les sous chapitres à gauche de la page
- Les renvois, les publicités, à droite de la page
- Les références (bibliographie) en bas de la page

En respectant ces habitudes, vous faciliterez la navigation sur votre site.

- **DES CARACTÈRES STANDARDS**

pour être sûr que vos visiteurs pourront voir vos pages comme vous les voyez, vous devez absolument rester dans les grands standards de caractères : arial, times, verdana.

2.

Quelques principes de mise en page

La mise en page doit être conçue comme une pyramide. Cette pyramide va fonctionner comme un entonnoir qui va "aspirer" les lecteurs dans vos pages.

• LE TITRE

Court, explicatif, accrocheur. 50% des lecteurs quitteront votre page si le titre est absent ou peu intéressant.

• LE CHAPEAU

Situé sous le titre, ce texte court permet aux lecteurs de vérifier que la page correspond bien à leurs attentes. Il doit résumer l'essentiel de votre page en 2 à 5 lignes. Ce texte doit donner envie à vos visiteurs de lire le reste du texte !

• LES PARAGRAPHES

Vous devez développer une seule idée par paragraphe. Une fois votre texte terminé, demandez-vous si les paragraphes ne pourraient pas être ré-ordonnés de façon plus logique.

N'hésitez pas à supprimer les paragraphes qui n'apportent rien à votre propos.

• LES SOUS-TITRES

Capter l'attention, c'est bien. La conserver, c'est mieux. Le sous-titre vous permet de rattraper un lecteur qui allait quitter la page.

• LES IMAGES

Vous devez intégrer au moins une image par page pour reposer l'oeil de vos lecteurs et capter leur intérêt. Attention au poids !!!

• LES LÉGENDES D'IMAGES

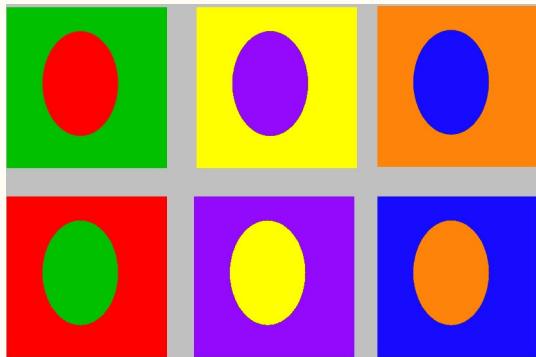
Si votre image est illustrative, il faut absolument lui attribuer une légende ! Les légendes des belles images sont lues même par les visiteurs pressés !

• LES ENCADRÉS

Un petit texte amusant ou anecdotique, peuvent être ajoutés à votre page sous la forme d'un encadré. Les encadrés permettent de "casser" les mises en page trop rigides et apportent un côté un peu "fun" aux pages sérieuses.

Deux règles fondamentales :

- Le contraste doit attirer l'attention sur les zones les plus intéressantes de votre page.
- Trop de contraste tue le contraste !



Voici quelques possibilités pour créer des contrastes sur vos pages :

Changement de couleur : dans le texte, dans les cadres, dans les fonds

Changement de luminosité : dans les fonds, dans les images

Changement de forme : dans la mise en page du texte. Vous pouvez changer les dimensions ou le nombre des colonnes, créer des encadrés, dégager des zones sans texte

Changement de taille : pour le texte

Changement de police de caractère, de style (gras, italique)

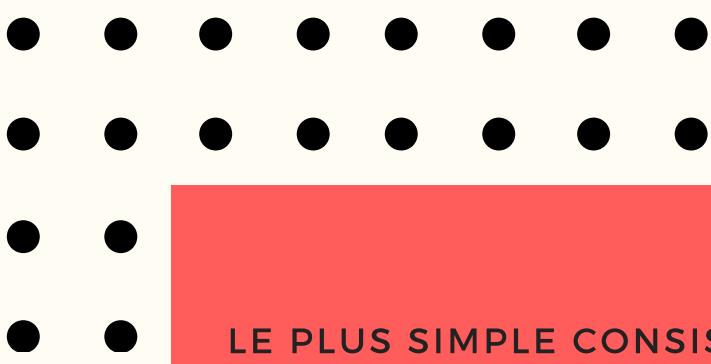
Mouvements : les gifs animés ou les animations flash

3.

Importance du contraste

L'oeil et l'esprit ont une sensibilité instinctive aux contrastes. Puisque votre but est de capter, puis de garder l'attention des lecteurs, vous allez devoir doser savamment vos contrastes.

Toutes ces variations peuvent apporter un "plus" quand elles sont correctement utilisées... ou perdre le lecteur si elles sont employées à tort et à travers.



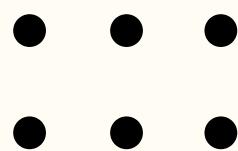
LE PLUS SIMPLE CONSISTE À CRÉER DES PAGES

NEUTRES, ÉQUILIBRÉES ET HOMOGÈNES

ET À NE RAJOUTER LES CONTRASTES
QU'EN FONCTION DU CONTENU DE LA
PAGE (ET APRÈS UNE BONNE RÉFLEXION).

*EN D'AUTRES TERMES, LE FOND DOIT
DICTER LA FORME ET NON L'INVERSE !*

CREATE



4.

Le zapping

Télévision, radios, journaux et sites web : tous les média sont touchés par le phénomène : les lecteurs/auditeurs/spectateurs zappent de plus en plus.

N'allez pas croire que vous pouvez lutter contre ce phénomène en réalisant un site formidable ! Il faut désormais accepter le zapping, c'est-à-dire respecter le choix des lecteurs et les accompagner dans leurs habitudes. C'est même l'une des conditions majeures de la réussite d'un site Internet.

- Les boutons "Page précédente", "Page suivante" et "Haut de page" facilitent la navigation des zappeurs.
- Le début de vos pages doit se présenter sous la forme d'un résumé qui permettra aux lecteurs pressés de lire l'essentiel en peu de temps. Ils décideront ensuite s'ils continuent ou s'ils en restent là.
- La segmentation en paragraphes regroupés par chapitres (avec des sous-titres) donne la possibilité de sauter les parties jugées intéressantes.



5.

Un jugement en un clin d'oeil

Plusieurs études récentes ont étudié la façon dont l'oeil du lecteur parcours une page Web et ont mis en évidence de façon formelle le type de lecture que pratiquent la majorité des internautes.

On constate que l'oeil explore la page Web en suivant un parcours qui a plus ou moins la forme d'un "F" majuscule. C'est le centre gauche de la page qui bénéficie du maximum de visibilité. L'oeil "accroche" sur les titres et les sous-titres ainsi que sur toutes les parties de la page présentant un contraste fort (couleur ou luminosité) par rapport à la tonalité générale de cette page. L'oeil a également tendance à explorer les éléments situés à droite des titres ou des différents éléments qui sont parvenus à attirer son attention.

Si l'on en croie cette étude de l'université de Carleton, les internautes jugent de l'intérêt d'une page en 50 millisecondes.

Gardez ces éléments en mémoire lorsque vous construisez vos futures pages. Ils amènent en particulier à conclure que :

- La présentation en liste, permet à l'oeil de se caler sur la "puce" de gauche et garanti une meilleure lecture qu'un paragraphe ordinaire.
- Le titre de votre page ainsi que les deux paragraphes qui le suivent sont essentiels pour accrocher l'intérêt du lecteur.
- Les sous-titres (en tête de chaque paragraphes) permettent de raccrocher le lecteur avant qu'il ne quitte définitivement votre page.
- Les contrastes sont essentiels pour attirer l'oeil du lecteur.

6.

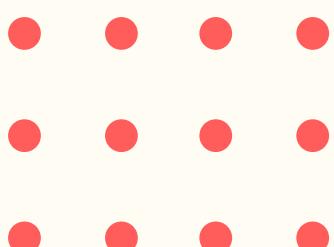
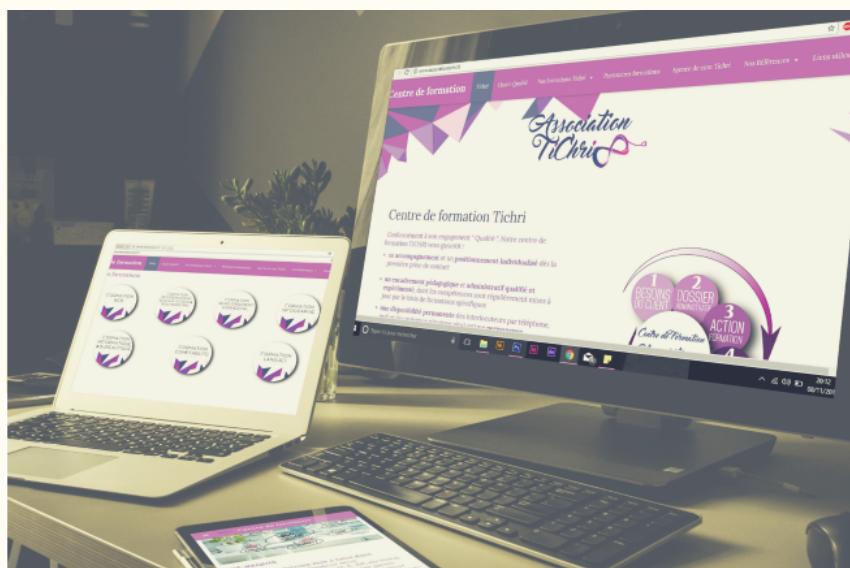
L'esthétique

Dans leur immense majorité, les internautes recherchent de l'information pratique, pas des belles images. La recherche esthétique que vous mènerez sur votre site ne doit jamais nuire, en aucune façon, à l'aspect pratique et à la lisibilité du contenu. Attention, en particulier, à ne pas faire exploser le temps de chargement de vos pages par l'emploi abusif d'images, d'animations ou de vidéos.

Gérez vos priorités dans l'ordre suivant : contenu / clarté-ergonomie / rapidité d'affichage / esthétique.

Cela dit, si la chose est possible : autant associer l'utile à l'agréable ! Un design original, esthétique et pratique peut avoir un impact très important sur la façon dont vos visiteurs percevront votre site et sur la trace qu'il laissera dans leurs mémoires. Nous avons pu constater une hausse de fréquentation de l'ordre de 30% après la refonte de l'esthétique d'un site.

On dit que les goûts et les couleurs ne se discutent pas... c'est faux ! Surtout lorsque l'on s'adresse au plus grand nombre. Votre site doit plaire au maximum de visiteurs, soignez vos accords de couleur. Le site SmartPixel peut vous aider à choisir la gamme des couleurs de votre site.



7.

La couleur

La couleur n'a pas seulement une influence sur l'esthétique d'un site. Elle participe pleinement au design dans la mesure où elle peut influencer la lisibilité (l'accessibilité) des pages et modifier la perception de ces pages par les visiteurs.

Afin de préserver une certaine sobriété, nous vous recommandons de ne pas utiliser plus de trois couleurs différentes pour la charte graphique de votre site. De plus, le choix des couleurs devra correspondre le plus possible aux couleurs de l'entreprise (cf. couleurs du logo). Nous conseillons d'établir une couleur dominante, représentant la majeure partie de la page web, et une ou deux couleurs secondaires plus dynamiques (plus vives), afin de mettre des composants de la page en exergue.

Le Bleu

Il représente la constance, la rigueur, le perfectionnement, l'évolution permanente, la croissance, l'espoir, les sciences, l'initiation, les études, l'enseignement, le travail intellectuel ou littéraire, le ciel, la mer, les grands espaces et la tranquilité.

Le bleu sera utilisé pour des sites technologiques, informatiques ou aquatiques.

Le Vert

Il représente la renaissance de la nature, la germination, la force printanière, le courage d'entreprendre, la fraîcheur saine, la nouveauté, l'activité.

Le vert sera utilisé pour des sites traitant du thème de la nature, de la chasse, des loisirs.

Le Rouge

Il représente la joie, la fête, la vitalité, l'opulence, le feu, l'Amour, le sang, la chance, l'envie, l'appétit.

Le rouge est à utiliser en petites touches pour attirer l'attention, l'intérêt ou marquer l'importance.

Le Rose Carmin

Il représente la sensualité, le contact charnel, le bien-être, la fémininité, la sociabilité, la pureté des sentiments, le romantisme.

Le rose est utilisé pour des sites féminins ou des thèmes enfantins ou romantiques selon la tonalité.



Le Violet

Il est symbole d'éveil de l'esprit à ce qui demeure invisible au commun des mortels, à la communication avec les esprits, le respect.

Le violet est plutôt utilisé pour mettre en valeur d'autres couleurs ou pour des sites ésotériques.

Le Orange

Il symbolise la joie, le bonheur et le pouvoir.

Le Jaune

Il symbolise la stabilité, la sécurité, la prudence, la puissance, la tolérance, la sagesse, la patience, l'appétit.

Le jaune est utilisé pour des sites valorisant le dynamisme, la publicité, les loisirs, la cuisine.

Le Gris

Il est la couleur de la sagesse, de l'expérience longuement mûrie, de la réflexion, l'équilibre, la planification, les finances, les affaires.

Le Gris est utilisé pour les sites d'informatique ou de technologies de pointe. Il est utilisé également pour les sites formels ou ayant trait à l'argent.

Le Noir

Il est la couleur de l'intériorisation, de l'immobilité créatrice, de l'élégance, du retour sur soi, de l'humilité... et est, bien évidemment, une couleur difficile à utiliser. Le noir permet de mettre en valeur la lumière et les couleurs... à condition de ne pas en abuser.

Le noir permet de mettre en valeur les autres couleurs. Il est majoritairement utilisé pour les sites évoquant le luxe, l'apparat ou même l'art.

Le Blanc

Il représente la pureté, la justice, la décision, l'autorité de fait, la propreté, l'espace.

Le blanc permet de créer un espace aéré et de mettre en valeur les autres couleurs avec simplicité.



Contact



CENTRE DE FORMATION
ASSOCIATION TICHRI

938 route de Marseille
83860 Nans les pins

06 02 60 29 54

SIREN 791168552
NDA 93131463813

