

L'alignement

Les éléments présents sur une page sont alignés les uns par rapport aux autres. L'absence d'alignement est le problème le plus répandu dans les pages Web.

Voici la règle à suivre : optez pour un alignement et appliquez-le à la page entière.

Nous savons par expérience qu'il peut paraître difficile à première vue de tout aligner. Un alignement centré est sans souci : il engendre un certain équilibre, une symétrie. Nous savons également que les personnes inexpérimentées dans le domaine de la conception ont le sentiment de bien agir en alignant certains passages de texte à gauche, d'autres à droite, et en centrant d'autres. Le résultat est, en fait, terrible, affreux et confère à vos pages une apparence non professionnelle.

Lorsque vous alignez textes et graphiques, veillez à laisser un espace par rapport à la bordure gauche de la page. Il est perturbant que le regard bute sans cesse contre la bordure gauche de la fenêtre du navigateur chaque fois que vous passez à la ligne suivante.

Un alignement horizontal est aussi important qu'un alignement vertical.

Alignement ne veut pas dire pour autant que tout doit être aligné le long d'une même bordure. Cela signifie simplement que chaque élément doit avoir un même alignement.

La répétition d'un même alignement renforce l'apparence d'une page. C'est une force d'unification.

Nous décourageons les concepteurs débutants qui voudraient tout centrer. Un alignement centré a son utilité, mais doit être employé à bon escient.

Si l'humain est obligé d'errer d'un côté à l'autre de l'écran pour essayer de suivre le flux des informations, il risque de négliger certains éléments ou de se fatiguer rapidement et d'interrompre la lecture.

Désactivez l'affichage des bordures, cela allège la page.

Ne mettez pas l'ensemble du texte en majuscules. Cela nuit à la lisibilité et suscite un sentiment d'austérité.

Ne formatez pas en italique des mots entièrement en majuscules.

Le contraste

Le contraste c'est ce qui attire le regard sur une page. Les éléments contrastés guident l'oeil dans la page, créent une hiérarchie des informations, et permettent de survoler le volume important d'informations et d'y puiser les données recherchées.

Le contraste peut être produit par un formatage gras, par des caractères plus grands, ou par un style totalement différent. Il peut également s'agir de couleurs diverses, de graphiques miniatures ou d'une organisation dans l'espace. Pour être efficace, le contraste doit être marqué.

Les liens sont une forme de contraste matérialisé par la couleur, le souligné, et leur statut. Si vous souhaitez que le visiteur s'assoie et lise entièrement la page, ne rompez pas la continuité des informations, laissez le regard du lecteur parcourir la page d'un seul tenant.

Créez un point focal. Dans tous les travaux de conception, que ce soit à l'écran, sur papier ou dans un logiciel, il faut un point focal.

Quelque chose doit tenir lieu de force dominante, à partir duquel les autres éléments sont structurés de manière hiérarchique. Ce focus est créé en jouant sur le contraste.

Dans une page, un élément est forcément plus important que les autres. Le contraste permet de définir cette priorité.

Proximité

Le principe de proximité fait référence aux relations que les éléments développent lorsqu'ils sont proches les uns des autres. Deux éléments rapprochés semblent avoir une relation d'appartenance l'un envers l'autre.

Il arrive fréquemment sur les pages Web qu'un titre ou un sous-titre soit éloigné du texte auquel il fait référence.

Lorsque les éléments sont trop espacés les uns des autres, leur interconnexion visuelle est rompue.

Lorsque les éléments connexes sont regroupés, l'information est mieux organisée et la lecture facilitée. Les espaces visuels créent une hiérarchie des informations.

Les groupes individuels de texte sont toujours séparés par un espace, mais cet espace est justifié. Il ne sépare pas arbitrairement des éléments qui devraient être regroupés.

Répétition

- Le concept de répétition veut que tout au long d'un projet vous répétiez certains éléments susceptibles de lier ensemble toutes les parties séparées. Chaque pas d'un site Web doit donner l'impression qu'elle appartient au même site. Les répétitions produisent cet effet.
- Sur un site Web, les boutons de navigation sont des éléments répétitifs. Les couleurs, le style, les illustrations, le format, la mise en pages, la typographie, etc. peuvent également être des éléments répétitifs qui permettent d'unifier l'intégralité d'un site.

- Uniformisez votre site : utilisez le même arrière-plan, la même typographie, les mêmes couleurs et certains éléments visuels répétitifs d'une page à l'autre.

Les couleurs sur le web

Au final, les couleurs que vous choisirez doivent créer un sentiment général, une ambiance, et donner une personnalité à votre site. Si vous créez des images pour vos titres, sous-titres et boutons de navigation, utilisez de préférence les couleurs de votre charte. Votre site n'en sera que plus homogène.

Un des facteurs clés lorsqu'on travaille avec des couleurs est le contraste. Le texte doit être parfaitement lisible, il doit être bien contrasté par rapport à l'arrière-plan. Certaines combinaisons de couleurs rendent la lecture extrêmement difficile. Un texte rouge foncé sur un fond noir, c'est superbe, mais demandez à un ami de lire un paragraphe !

Comment savoir quelles sont les couleurs qui se marient bien ? Jetez un coup d'oeil aux sites des autres concepteurs, que ce soit à l'écran ou à l'impression. Toutes les combinaisons ont été utilisées des millions de fois, n'ayez pas remords à vous inspirer des autres. Attention toutefois à ne pas utiliser les couleurs de votre concurrent si vous créez un site commercial.

Typographie

- La facilité de lecture fait référence à lire un gros « paquet » de texte.
- Pas trop gros : pas plus de 14 points pour le corps de texte
- Pas trop petit : pas moins de 10 points
- Jamais de gros bloc de texte en italique, gras, majuscule ou petites majuscules. De plus, ces formatages sont à utiliser avec modération et à bon escient.
- Évitez les très longues lignes de texte. Ne laissez jamais un texte s'étendre sur toute la largeur de la fenêtre du navigateur. Les longues lignes sont difficiles pour l'oeil du visiteur, qui aura du mal à trouver le début de ligne, surtout à l'écran. Placez le texte en colonnes, ou du moins, jouez des retraits plutôt que d'un flot de caractères au travers de toute la fenêtre.
- A l'écran, les lignes courtes valent mieux que les lignes longues, mais sans tomber là non plus dans l'excès. Souvenez-vous que nous lisons simultanément des groupes de mots, pas les mots les uns après les autres.
- Assurez-vous que le contraste entre le texte et le fond est suffisant. Un texte noir sur blanc est la meilleure solution. D'autres combinaisons donnent de bons résultats si le contraste est correct. Ne placez jamais un texte rouge sur un fond jaune vif, orange ou rose, etc.
- Utilisez essentiellement des polices Sans Serif.
- Évitez les polices telles que Antique Olive ou tout autre police dont on ne peut clairement voir la différence entre le « n » et le « h », le « p » et le « q », le « i » et le « l ».
- Pas de texte uniquement en majuscules. Les majuscules sont plus difficiles à lire, car tous les mots ont le même aspect rectangulaire. Regardez les mots « chat » et « chien » et comparez avec les mots « CHAT » et « CHIEN ».

Interface de navigation

Une fois que vous avez évalué la nature et le contenu du site que vous souhaitez développer, vous devez réfléchir à la création de l'interface. C'est l'apparence de cette interface qui influera sur l'intérêt visuel de votre site et qui fera que le visiteur apprécie (ou non) de s'y promener.

Votre site doit être développé pour une résolution minimale de 800 x 600 pixels.

L'information importante devrait apparaître dans la zone affichée de la page (l'utilisateur ne devrait pas faire défiler le tout vers le bas pour y accéder). Rien n'est plus agréable que de visualiser en un seul tenant une page complète et bien conçue.

Si vous trouvez votre chemin dans un site Web et si vous parvenez à revenir à la page d'accueil quelle que soit la page sur laquelle vous êtes, c'est la preuve que le système de navigation a été correctement conçu. Le point principal d'un bon système de navigation est son organisation, et non les graphiques utilisés. Si vous devez expliquer le fonctionnement de votre système de navigation, c'est plutôt mauvais signe!

Les notions de répétition et d'homogénéité des éléments de navigation d'une page à l'autre sont primordiales. Si un visiteur retrouve sur chacune des pages le même système de navigation, il se sentira rapidement en terrain connu, et vous sera reconnaissant de faciliter son orientation dans le site.

Recherchez les sites correspondant à votre champ d'action. Etudiez-les d'un oeil critique. Quels sont les bons côtés ? Quels sont les mauvais ? La page est-elle attrayante ? Semble-t-elle intéressante ? Ou ressemble-t-elle simplement à un document de traitement de texte en couleurs ? Sachez transcrire sur papier vos impressions. Ne vous contentez pas de consigner « Je n'aime pas cela ». Soyez très précis dans vos remarques qu'elles soient positives ou négatives.

Merci à Suzanne Roy (www.idmuse.com)