

Principes à suivre pour un site web de qualité : Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

Le 28-02-2005 par [Raphael](#)

Les enjeux d'un site web sont multiples et sa compatibilité ainsi que sa qualité comptent parmi les premiers critères de sa réussite, tant au niveau quantitatif (trafic, nombre de commandes) que qualitatif.

Pour être de qualité, un site doit être à la fois Utile (répondre à un besoin) et Utilisable (par tous).

Nous allons développer dans cet article trois grandes parties qui seront autant de principes universels de qualité.

Universels dans le sens où ils s'appliquent pour tous les sites web quel que soit leur thème (ludique, sobre, académique, artistique), leur concept (professionnel, commercial, associatif, amateur,...), leur objectif et le public visé.

1. [Règles d'ergonomie](#)
2. [Standards du web](#)
3. [Normes d'accessibilité](#)

Règles d'ergonomie

L'ergonomie est la façon de rendre un site utilisable par le plus grand nombre de personnes avec un maximum de confort et d'efficacité. Cette définition est souvent peu respectée au profit des technologies propriétaires (flash, scripts, balises IE,...) qui rendent l'utilisation des sites souvent difficile.

A noter que s'il ne fallait retenir que deux principes essentiels d'ergonomie, ils seraient : le Poids (de nos jours, 50 à 80ko pour une page web graphismes compris, semble correct) et la Dimension (la norme reste encore la résolution 800x600, très largement utilisée. [Cf statistiques du W3schools](#))

Pour analyser en profondeur l'ergonomie d'un site, il est possible de faire des audits d'accessibilité et des test utilisateurs, mais il existe des principes de bases dont voici une liste (non exhaustive) :

Objectif du site :

- Afficher le nom et le logo de l'entreprise en gros et bien en vue
- Ajouter une signature / slogan qui résume explicitement l'activité du site
- Mettre en valeur les fonctions principales pour que la page d'accueil remplisse pleinement son rôle de point d'orientation

Présentation des informations :

- Inclure dans la page d'accueil un lien Contactez-nous qui pointe sur une page contenant toutes les coordonnées de l'entreprise

- Si le site contient des informations sur les clients, ajouter sur la page d'accueil un lien Clause de confidentialité

Rédaction du contenu :

- Privilégier un vocabulaire centré sur les clients (pas de termes internes, trop techniques ou jargon commercial)
- Eviter les redondances, même pour souligner leur importance
- Veiller à la cohérence de la casse (majuscules/minuscules)
- Eviter les listes à puces contenant un seul élément
- Décrire les actions à accomplir de façon claire, employer de préférence l'impératif ("*découvrez ce CD*" est plus accrocheur que "*vous pouvez découvrir ce CD ici*" par exemple)
- Développer la première occurrence de chaque abréviation et de chaque sigle
- Eviter les points d'exclamation !
- Ne pas abuser des majuscules

Illustration du contenu du site par des exemples :

- Afficher une vignette : ne pas se contenter de décrire
- Pour chaque exemple : proposer un lien direct vers l'article et non une page générique de catégorie
- Placer un lien vers la catégorie à côté de l'exemple

Liens :

- Différencier les liens et les rendre facilement identifiables
- Ne pas utiliser de terme générique, comme "cliquez ici"
- Attribuer une couleur différente aux liens visités et non-visités

Navigation :

- Installer la zone de navigation principale en un point stratégique, de préférence juste à côté du contenu principal de la page
- Regrouper les contrôles de navigation similaires
- Si le site propose une fonction de panier, insérer sur la page d'accueil un lien vers cette fonction
- Utiliser des icônes de navigation seulement si elles sont claires

Recherche :

- Proposer sur la page d'accueil une zone de saisie des critères de recherche (d'une taille suffisante et placée en haut de page). La recherche peut également être située visuellement en dessous du menu, à condition de rester sur le premier écran. Mais dans un tel cas, il faut veiller à rajouter un point d'accès en début de page.

Outils et raccourcis aux fonctions :

- Donner aux internautes un accès direct aux fonctions principales du site (technique du "zéro clic")
- Ne pas proposer d'outils qui se contentent de dupliquer des fonctions du navigateur (ajout aux favoris, en page de démarrage,...)

Images et animations :

- Se servir des images avant tout pour mettre en valeur le contenu plutôt que pour décorer simplement la page
- Ajouter une légende aux images et aux photos si le contexte ne suffit pas à les rendre explicites
- Ajuster les images à la taille d'affichage (plutôt rogner que rapetisser pour du jpg)
- Eviter les éléments graphiques en filigrane (images en arrière-plan et texte au premier plan)
- Ne pas utiliser d'animations en page d'accueil : déconseillées parce qu'elles n'apportent pas d'information et détournent l'utilisateur du contenu véritable
- Pas d'animation pour les éléments essentiels (logo, titre, signature): c'est souvent assimilé à de la pub

Conception graphique :

- Utiliser avec modération les différentes polices de caractère et autres enrichissements typographiques
Au delà de 3 polices de caractère, la lecture peut s'en trouver perturbée.
- Rendre le texte lisible (contraste suffisant avec le fond de page) et taille raisonnable. Il convient de systématiquement indiquer la couleur du texte ET la couleur de fond.
- Eviter le défilement horizontal avec une résolution 800x600 (cette résolution est encore largement utilisée)
- En 800x600 : les éléments les plus importants doivent être visibles d'entrée

Interface Utilisateurs :

- Eviter l'abondance de menus déroulants, surtout s'ils sont peu explicites

Barre de titre :

- Commencer le titre de la page par le terme le plus informatif (nom de l'entreprise)
- Ne pas mettre le nom de domaine, sauf s'il fait partie du nom de l'entreprise
- Inclure un bref descriptif du site
- Limiter le nombre de mots à 7 ou 8 au total

Standards du web

Les langages du web (HTML, XHTML, XML, CSS,...) reposent sur des normes et des Standards. Les organisations de normalisation, comme le W3C, créent un consensus à travers ces groupes et ces experts pour maintenir et développer des principes architecturaux cohérents. Utiliser une norme permet la compatibilité du langage, de bénéficier des dernières innovations mais aussi de s'assurer de la pérennité des documents dans le futur.

La norme actuelle est le XHTML (version 2.0 en préparation), en attendant le XML. Le XHTML est l'évolution du HTML dans la mesure où il facilite la maintenance et la relecture du code grâce à sa rigidité.

De ces normes découlent plusieurs avantages importants :

- Utiliser les dernières technologies standard vous assure un site web fait pour durer, tout au long de l'évolution des langages et des navigateurs
- La norme est universelle et votre site sera compatible avec tous les navigateurs respectant cette norme. Fini les codes propriétaires qui ne fonctionnent que sous certains navigateurs ou systèmes d'exploitation !
- Des coûts et du temps de maintenance réduits. En effet, la rigueur du XHTML permettent une lecture facile du code et une mise à jour très simple du design et de la mise en forme, celle-ci étant séparée du contenu.
- Un design accessible. L'accessibilité aux divers handicaps (visuels, moteurs, auditifs, ...) a été intégrée dans un nombre important de normes. Un site doit pouvoir être disponible pour des utilisateurs aux demandes toujours plus importantes (voir partie suivante)
- Allègement du code et accélération des pages : le code xhtml strict est léger du fait de sa séparation en feuilles de styles. La feuille de style étant placée en mémoire sur l'ordinateur (cache), la vitesse d'affichage des pages s'en trouve grandement améliorée.

Le XHTML repose sur le HTML (il ne lui rajoute rien mais lui retire certaines balises et attributs) ni plus, ni moins. La grande différence du XHTML avec son jumeau HTML est que sa syntaxe ne souffre d'aucune souplesse.

Pourquoi alors avoir créé le XHTML si c'est pareil à du HTML ? Pour habituer les webdesigners à la rigidité syntaxique du XML qui détrône peu à peu le HTML. Mais le XHTML n'est pas uniquement destiné à servir de transition, il reste un langage à part qui suit lui-aussi des évolutions.

Syntaxe

La grammaire du XHTML répond à certaines règles :

- Les noms des balises et des attributs sont en minuscules.
On écrit : <p> et plus <P>.
- Les valeurs des attributs sont entre simple ou doubles quotes.
On écrit : <p class="center"> et plus <p class=center>.
- Tout attribut doit impérativement avoir une valeur.
On écrit : <input type="checkbox" checked= "checked">et plus <input type="checkbox" checked>..
- Toute balise ouvrante doit être refermée.
On écrit : <p>blabla</p> et plus <p>blabla.
- Toute balises unique doit également être refermée.
On écrit :
 et plus
 ou encore : <hr class="top" /> et plus <hr class="top">.
- Les balises doivent être correctement imbriquées.
On écrit : <p><i>blabla</i></p> et pas <p><i>blabla</p></i>.

Tout document qui se conforme strictement à ces règles sera dit bien formé syntaxiquement.

Mise en forme logique

Le XML étant un système de balisage du contenu, les mises en forme qu'il opère sont purement logiques. Ainsi avec le XML, on ne se préoccupe que de la structure logique du document. Pour la mise en forme (caractères, couleurs, marges...), on utilisera les feuilles de styles.

Voici donc la principale ligne de conduite du XHTML : **séparer le contenu de la mise en forme.**

De même, en XHTML, il est recommandé d'abandonner les balises de mise en forme physique comme `<i>` (italique pour mettre en italique) au profit des balises de mise en forme logique comme `` (emphase pour mettre en valeur) ; idem pour la balise `` utilisée au profit de la balise ``.

La sémantique

La sémantique d'un objet, c'est son SENS, ce pour quoi il est FAIT. Pour des questions d'Accessibilité (aux handicaps par exemple) et de maintenance, il est recommandé d'utiliser chaque balise de façon sémantiquement correcte.

Exemple imagé :

Quand vous buvez une soupe, vous utilisez une cuillère à soupe. Après, si vous tombez à cours, vous pouvez toujours vous rattraper en utilisant une cuillère à café. Ca sera moins pratique mais vous arriverez quand même à boire votre soupe. Le problème, c'est qu'elle risque d'être froide avant que vous l'ayez terminée.

Pour le (X)HTML, c'est pareil. Pour définir un titre, on utilise la balise `<h1>`, mais on pourrait arriver au même résultat VISUEL avec un `<p font-face=7>`. Seulement, c'est plus long à écrire, c'est pas fait pour, lorsque vous aurez à changer tous vos titres, vous mettrez nettement plus de temps que si vous aviez simplement à modifier UNE feuille de style.

Dans le respect des règles, il y a non seulement l'aspect syntaxique, déjà souvent rapelé par divers sites, mais également l'aspect sémantique, trop souvent oublié. Il est tout a fait possible de faire un site rempli de tableaux pour la mise en page qui passera sans problème au validateur.

Or un tableau est conçu initialement pour afficher des données... tabulaires (un forum par exemple) et non pour faire la présentation de sa page.

Feuilles de styles

L'idéal est d'abandonner toute balise de mise en forme pour n'utiliser que les deux balises suivantes : `span` et `div`. Ainsi, fini les `font`, `center` et autres aberrations !

Evidemment, ces deux balises devront être associées à des feuilles de style pour pouvoir mettre en forme les pages.

Exemple : `<div style="font-family:verdana,arial; font-weight:bold; color:red;">` ou mieux : `<div class="erreur">`.

Note : Les balises `<div>` sont des balises neutres servant de conteneurs, de blocs. Ils désignent une boîte rectangulaire invisible.

Généralement, la balise `<div>` est assimilée au concept de "calque" (surtout sur les éditeurs html comme Dreamweaver).

Un calque est un <div> qui a été positionné avec la propriété "position: absolute", "position: relative" ou "position: fixed" .

Mais rien ne nous oblige à imposer cette propriété de position, on peut souvent s'en passer en plaçant les div les uns par rapport aux autres grâce à la propriété "margin".

Pourquoi le XHTML, pourquoi valider ?

Le HTML 2 date de 1994 et le 3.2 de 1996. Le langage évoluait surtout suivant l'impulsion des éditeurs de navigateurs (d'abord Netscape puis Microsoft). La guerre entre MS et NS a vraiment éclaté avec Netscape 3 en 1996, soit à peu près en même temps que la recommandation 3.2. Le HTML 4.0 est le résultat d'un véritable travail de mise en commun des acteurs du net dont MS et NS ont fait partie. Les principaux ajouts dans cette version sont des balises sémantiques (les "span" entre autres) et quelques balises moins heureuses (les iframes).

Devant cette jungle et le danger réel pour que chacun parle son propre langage sur le Web, ce qui allait à l'encontre des principes d'Internet (libre accès aux données, interopérabilité), le W3C a sorti plusieurs normes sur le HTML (2.0, 3.2, 4.0...) qui se sont efforcées de coller le plus possibles aux fonctionnalités des navigateurs. Aujourd'hui la situation est inversée : les normes actuelles sont clairement en avance par rapport aux navigateurs dans certains cas.

Le XHTML n'apporte rien d'autre qu'une simplification du langage, par la suppression d'attributs et un formalisme plus strict. On ne peut donc pas dire qu'il soit "en avance" vu qu'il se base sur le HTML 4 qui date de 1997 et que tous les navigateurs actuels supportent à 99%. Pour ce qui est du CSS, effectivement, il est encore en avance, bien que le CSS 1 soit compris par tous les navigateurs dignes de ce nom... même si certains gros navigateurs (IE entre autres) buttent encore parfois dessus.

Le XHTML 1.0 et le HTML 4.01 existent en fait en 2 versions :

- une version dite Transitional. Cette version sert juste à valider la syntaxe par étape. Elle se contente donc de vérifier que le balisage est correct sans traiter les attributs qui sont retirés par après lors du passage à la version strict.
- une version dite Strict. Beaucoup d'éléments ou d'attributs sont dépréciés (et donc interdits). Ce sont en particuliers les balises de mise en forme (<center>, ...). Le but est de pousser les développeurs à utiliser le CSS pour la présentation et de ne laisser dans le document HTML que le contenu.

Faire un site aux normes, revient à faire 2 choses :

- Dire quelle version du HTML ou du XHTML on utilise. On doit pour cela déclarer au début du document HTML un DOCTYPE (cf Références ci-dessous)
- Se conformer à cette norme. On peut pour cela utiliser les Validateurs du W3C, en sachant que le Validateurs ne font pas tout : un document peut être valide sans pour autant être propre sémantiquement parlant.

Le validateur (X)HTML : <http://validator.w3.org/>

Le validateur CSS : <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>

Bien entendu, rien n'oblige un développeur à se conformer à une norme, mais cela présente plusieurs avantages : assurance que le site ne sera pas dégradé dans le futur, affichage correct sur un plus large panel de navigateurs, meilleure accessibilité,...

De plus, faire un site aux normes "strict" c'est faire un code plus propre et plus facilement évolutif (par rapport aux futures normes). L'inconvénient est qu'il est beaucoup plus difficile d'avoir un site qui passe parfaitement sur les anciens navigateurs et sur les nouveaux. (mais on peut aussi tourner la question autrement. Avec les anciennes "techniques", peut-on faire la même chose qu'avec les CSS? La réponse est non. Les torts sont donc partagés.)

Normes d'Accessibilité

Chaque individu est différent et internet doit être adapté à tout le monde, quel que soit son handicap (physique, auditif, visuel,...).

C'est pour cela qu'il existe également des standards et des normes d'Accessibilité du Web ([WCAG](#))

Pour info : l'agence fédérale américaine pour le handicap considère que l'obligation d'accessibilité aux lieux publics s'applique aussi à tous les sites Web. Rappelons que la Section 508 oblige déjà les sites gouvernementaux (ainsi que ceux qui sont financés en partie par le gouvernement, dont les fournisseurs du gouvernement) à être accessibles.

Un mot sur l'Accessibilité

Les handicaps affectant l'accès au web peuvent être regroupés en quatre catégories :

- Les déficiences visuelles. L'utilisateur peut être aveugle, avoir une vision très faible, ne pas reconnaître les couleurs ou tout simplement porter des verres correcteurs. Les objets graphiques qui n'ont pas d'intitulé ou de descriptif, des caractères trop petits ou des couleurs peu contrastées sont autant de barrières pour accéder à l'information.
- Les déficiences auditives. Le manque d'explications ou de transcription des éléments sonores peut priver les personnes malentendantes de certaines informations.
- Les handicaps physiques. Certains utilisateurs peuvent avoir du mal à manipuler le clavier ou la souris. S'il existe des périphériques optiques ou manuels mieux adaptés, il n'en demeure pas moins que des caractères trop petits, notamment au niveau des liens, ne permettront pas à certains utilisateurs de pointer ou de sélectionner convenablement, ce qui les privera d'un accès complet au site. Il en est de même pour certains scripts ou menu qui exigent la souris et qui sont inutilisables pour cette catégorie de personnes.
- Les déficiences mentales ou neurologiques. Le manque de repères clairs et précis ainsi qu'un système de navigation non intuitif peuvent troubler de nombreux utilisateurs. L'utilisation excessive de certains jargons dans des sites grand public peut fortement réduire l'intérêt ou la compréhension. L'abus d'effets visuels de type clignotement ou d'animations dont la fréquence est trop élevée peut avoir de sérieuses conséquences sur des sujets sensibles ou épileptiques.

On estime que de 10 à 20% des individus présentent telle ou telle déficience dans la plupart des pays dits développés. Certaines de ces déficiences ne sont pas un obstacle pour accéder au web, mais n'oublions pas que nous serons tous plus ou moins affectés un jour ou l'autre par le vieillissement.

Le W3C a donc lancé une Initiative pour l'Accessibilité au Web (WAI) en 1997 qui se donne pour objectif de s'assurer que les nouvelles technologies prennent en charge les questions d'accessibilité.

C'est dans cette optique qu'à été créé le WCAG (Web Content Authoring Guidelines). Il s'agit de 14 directives qui décrivent les principes généraux du concept d'Accessibilité. Des points spécifiques sont proposés pour chacune des directives et donnent des applications pratiques pour chaque principe.

Ces points de contrôle ont trois niveaux de priorité :

- niveau 1 : le point DOIT être satisfait
- niveau 2 : le point DEVRAIT être satisfait
- niveau 3 : le point POURRAIT être satisfait

La conformité à ces trois niveaux est codée de la manière suivante :

- "A" lorsqu'un site répond à toutes les exigences d'un point de contrôle
- "AA" lorsque le site répond à deux points de contrôle.
- "AAA" lorsque le site répond à toutes les exigences.

Il existe sur le net plusieurs outils de validation :

- [Bobby](#)
- [Wave 3](#)
- [Cynthia's Report](#)
- [Acces-pour-tous](#) (fr)

Chacun de ces sites web propose des outils de validation et de correction des erreurs.

A l'heure actuelle la plupart des sites internet, même professionnels ou soi-disant Grand Public, ne sont pas du tout accessibles au handicaps.

C'est pourtant la moindre des choses à faire, surtout lorsque ça ne nécessite pas de gros travail pour le mettre en oeuvre. Dans la vie "réelle", les choses bougent petit à petit pour les handicapés : places de parking, accès réservés, toilettes, accès spéciaux aux lieux publics... La prise en compte du handicap est devenu une évidence dans tous les cahiers des charges des travaux publics ou en architecture.

Pourquoi le web devrait-il laisser cette population à l'écart ? La proportion de sites institutionnels ou gouvernementaux qui ne respectent ni les Standards ni l'Accessibilité est considérable.

En annexe : liste des points de contrôle pour l'Accessibilité

[Pourquoi les Standards sont-ils si importants ?](#)

Raphaël GOETTER
www.alsacreations.com

et Olivier HUBAUT

Références :

- "L'art de la page d'accueil" de Jakob Nielsen et Marie Tahir, éditions Eyrolles
- ["CSS2 Pratique du design web"](#) de Raphael Goetter, éditions Eyrolles
- [developpez.com](#)
- [Hardware.fr](#)
- "XHTML" de Ann Navarro, aux éditions "solutions.net"
- Liste des points de contrôle pour l'Accessibilité : <http://www.la-grange.net/w3c/wcag1/full-checklist.html>
- Le doctype : <http://pompage.net/pompe/doctype/>

[A propos du Modèle de boîte Microsoft \(ou "quirks"\)](#)

Internet Explorer interprète les dimensions CSS différemment des autres navigateurs, ou plutôt *interprétait*... Contrairement à ce que laissent supposer certains articles et propos de designers "chevronnés" qui n'en démordent pas, Internet Explorer 6 de Microsoft interprète les dimensions CSS des pages html et xhtml valides de la même manière que les autres navigateurs de même génération.

[\(Lire l'article\)](#)

[Afficher / Masquer des éléments sans javascript](#)

Vous avez envie d'afficher un "calque" de contenu, ou une image lorsque le visiteur survole un lien quelconque. La plupart du temps, c'est Flash ou javascript et sa gestion de "calques" affichés/masqués qui vous permettent de réaliser vos vœux.

Pourtant, il existe une manière plus compatible de réaliser cette technique sans langage de programmation, ni flash.

[\(Lire l'article\)](#)

[Comprendre l'héritage et la parenté des styles CSS](#)

Les styles CSS fonctionnent sur le principe d'imbrication, de parenté et d'héritage, quelques explications.

[\(Lire l'article\)](#)

[Créer une lettrine sur du texte](#)

Une lettrine est la première lettre d'un paragraphe dans les récits. Large et bien mise en valeur, elle représente en général trois hauteurs de ligne.

[\(Lire l'article\)](#)

[Des statistiques graphiques grâce aux CSS](#)

Fans des statistiques en tout genre, mais plutôt feignant en ce qui concerne leur réalisation picturale, voici une solution basée sur les feuilles de style CSS pour mettre en valeur de façon *élégante* et *élégantesimple* diverses données à présenter.

[\(Lire l'article\)](#)

[Faire un site pour toutes les résolutions](#)

La question des dimensions idéales d'un site est souvent posée.

Les résolutions d'écran varient généralement de 800x600 pixels à 1280x960 pixels, en passant par 1024x768. Quelle est donc la résolution à privilégier ? Quelle est la dimension idéale pour un site web ?

[\(Lire l'article\)](#)

[Faire une feuille de style pour l'impression](#)

On se focalise souvent sur les feuilles de style pour le rendu à l'écran, mais une page web peut également se décliner sous la forme d'un document imprimé. Coup de chance : les feuilles de style CSS servent aussi à définir les styles pour l'impression des pages web. Elle est pas belle, la vie ?

[\(Lire l'article\)](#)

[Les balises et propriétés HTML dépréciées et obsolètes](#)

Les balises dépréciées sont l'ensemble des balises qu'il est déconseillé d'utiliser car elles pourraient devenir obsolètes et ne plus fonctionner sur les futurs navigateurs

[\(Lire l'article\)](#)

[Les standards du Web : aucune contre-indication !](#)

Les langages du web (HTML, XHTML, XML, CSS,...) reposent sur des normes et des standards. Les organisations de normalisation, comme le W3C (World Wide Web Consortium), créent un consensus à travers ces groupes et ces experts pour maintenir et développer des principes architecturaux cohérents. Utiliser une norme permet la compatibilité du langage, de bénéficier des dernières innovations mais aussi de s'assurer de la pérennité des documents dans le futur.

[\(Lire l'article\)](#)

Négociation de contenu

Une fois n'est pas coutume, un terme lié à internet n'est ni un mot anglais francisé ni une abréviation tordue mais une simple description. Passons la définition de négociation, il reste trois interrogations: qui négocie, quel est ce contenu et surtout quelle utilité pour tout ceci ?

[\(Lire l'article\)](#)

Optimiser le poids de son site web (CSS séparée et include PHP)

Il existe de multiples techniques pour réduire le poids de ses pages web. Les plus fondamentales passent par l'optimisation du code HTML (supprimer les balises et scripts inutiles) et par l'optimisation des images et illustrations (choix du format, compression).

Nous supposons dans cet article que ces deux premières étapes ont été correctement réalisées et nous allons nous pencher sur deux autres méthodes qui peuvent avoir un effet très bénéfique sur la lourdeur de votre site web : les Feuilles de Style séparées et l'instruction Include.

[\(Lire l'article\)](#)

Principes à suivre pour un site web de qualité : Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité

Les enjeux d'un site web sont multiples et sa compatibilité ainsi que sa qualité comptent parmi les premiers critères de sa réussite, tant au niveau quantitatif (trafic, nombre de commandes) que qualitatif.

[\(Lire l'article\)](#)

STRONG, B, I, EM : quelle balise utiliser et pourquoi ?

Une question se pose fréquemment : quel est le "bon" usage des balises , , et <i> ? La tendance générale est à remplacer systématiquement par et <i> par .

[\(Lire l'article\)](#)

Typographie web : gérer la taille du texte avec les « em »

Pour améliorer sensiblement l'accessibilité d'un site web, il faut permettre le redimensionnement du texte, afin qu'il s'adapte aux résolutions et aux paramètres des utilisateurs. Pour cela, on utilisera les unités relatives, et en particulier l'unité em. Mais beaucoup de webmasters, peu familiers avec cette unité, répugnent à l'utiliser. Dommage...

Ce tutoriel présente l'unité emem et la démarche à suivre pour l'utiliser à bon escient, ainsi que quelques conseils pour vous aider à assurer autant que possible la lisibilité du texte sur votre site... et donc à en améliorer la qualité générale.

[\(Lire l'article\)](#)

[Une image réactive en CSS avec une seule image et sans javascript](#)

Ce petit tutoriel simple vous explique comment réaliser un menu codé en xhtml et mis en forme grâce aux css, le menu réagit au passage de la souris pour laisser apparaître une nouvelle image de fond.

L'avantage de la méthode utilisée ici, est de n'utiliser qu'une seule image contenant l'état normal et l'état survolé. Ceci permet de découvrir l'image instantanément après le passage de la souris, l'image étant chargée une bonne fois pour toute dès l'affichage de la page.

Idée originale de la technique présentée ici : <http://wellstyled.com/css-nopreload-rollovers.html>, cette technique est aussi grandement utilisée par Dave Shea dans son exemple des « sprites », article traduit sur pompage.net.

[\(Lire l'article\)](#)

[XML en quelques mots](#)

Ce tutoriel expose les bases de ce qu'il est nécessaire de connaître quand on doit aborder un document XML. Nous allons commencer par décrire en quoi consiste le format, continuer en décrivant quelles sont les briques qui constituent un document XML, voir quels sont les formats qui permettent de définir de nouveaux langages XML et enfin décrire le principe de la transformation d'XML, un processus qui est au cœur de la portabilité de ce format.

Comment définir la qualité des sites web ?

1. [La perception d'Internet](#)
2. [La mauvaise réputation](#)
3. [Que recouvre la notion de qualité pour un site Web ?](#)

1 La perception d'Internet ▲

La juxtaposition des deux mots "qualité" et "Web" risque de faire sourire les habitués de la navigation sur Internet. Généralement, lorsque nous évoquons ce sujet auprès de d'utilisateurs du réseau, qu'ils soient aguerris ou débutants, ceux-ci lèvent les yeux au ciel et nous disent sans doute à juste raison : "Il y a du boulot !".

En effet, et curieusement, même si chaque utilisateur possède une liste de favoris, même si chacun est capable de citer un ou plusieurs sites "de qualité", **la perception de la qualité de l'Internet dans son ensemble par les utilisateurs semble globalement mauvaise.**

Il existe de multiples raisons à cet état de fait, liées à la qualité même des sites Web, et nous aurons souvent l'occasion de les évoquer dans ce dossier. Ceci dit, à ce stade de notre réflexion, trois aspects macroscopiques, relatifs à Internet dans son ensemble nous semblent essentiels à mentionner.

2 La mauvaise réputation ▲

Première raison :

L'extrême hétérogénéité du réseau. Du point de vue de la diversité, de la liberté d'expression, ou encore de la quantité d'information disponible, cette hétérogénéité constitue bien évidemment d'une richesse. Mais assez paradoxalement, si on l'analyse en **termes de qualité**, elle devient un défaut. Le pire côtoie le meilleur, mais c'est le pire qui marque les esprits. Ainsi, très souvent, pour un utilisateur individuel, une mauvaise expérience sur un site Internet, et plus encore, une répétition de ces expériences, peuvent générer un jugement défavorable sur l'Internet dans son ensemble.

Deuxième raison :

Une confiance insuffisante. En tant qu'utilisateurs fréquents de l'Internet, nous oublions souvent qu'une majorité de personnes n'y a pas encore accédé, soit parce qu'elles ne le veulent pas, soit parce qu'elles n'en ont pas les moyens (financiers, formation, infrastructures). Si l'on se penche exclusivement sur celles qui ne souhaitent pas accéder à Internet, chaque

information négative sur le fonctionnement du réseau viendra les conforter dans leur jugement. Certains journalistes, parfois en recherche de sensationnalisme, qui sont d'ailleurs les premiers à utiliser Internet pour leurs recherches, l'ont très bien compris. Toute information qui amplifiera les risques et les non-qualités que l'on peut rencontrer sur Internet sera promise à un plus large retentissement que les autres, et donc à des ventes de papier garanties. Déroute des start-up, paiement mal sécurisé, virus, arnaques, porno... : Nous avons eu droit à toutes les "unes", et **une partie du monde médiatique continue à décourager de nombreux utilisateurs potentiels**. Faut-il s'étonner dès lors qu'Internet soit perçu par beaucoup comme un outil peu fiable, pas assez crédible, mal sécurisé ?

Troisième raison :

Nous sommes tous des débutants. Il serait cependant malhonnête de notre part de nier les problèmes existants, et d'affirmer que les détracteurs de l'Internet n'ont aucune raison valable pour stigmatiser les défauts de cet outil. Mais pour mieux comprendre ce qui se passe actuellement, il faut se remettre à l'esprit une donnée essentielle : **pour apprendre un métier, il faut de nombreuses années**. Or, dans le cadre d'Internet, les Webmasters avec dix ans d'expérience sont rarissimes. Nous sommes en train de nous former, et la vitesse et la complexité des transformations du secteur dans lequel nous évoluons fait que notre formation ne sera probablement jamais terminée. Restons modestes et pragmatiques. La qualité d'Internet ne sera perçue globalement comme correcte que lorsque nous aurons suffisamment capitalisé d'expérience sur les techniques, les pratiques efficaces, et le comportement des utilisateurs. Aussi est-il normal, dans la phase de bouillonnement expérimental que nous venons de traverser, que des erreurs aient été commises, pénalisant la qualité globale du vécu des utilisateurs d'internet.

3 Que recouvre la notion de qualité pour un site Web ? ▲

Nous allons maintenant envisager le cas de la qualité d'un site web à titre individuel. C'est en effet à ce niveau que l'on peut réellement agir, et nous irons même plus loin, c'est absolument nécessaire si l'on veut **améliorer l'image générale du net**.

Tout d'abord, il est essentiel de rappeler qu'un site Internet est un objet qui n'a de valeur qu'à travers l'utilisation qui peut en être faite, et donc à travers la perception qu'en ont ses utilisateurs. Nous allons tenter de comprendre ce que recouvre la notion d'**expérience utilisateur**, et montrer comment sa bonne compréhension peut aider à améliorer la qualité d'un site Web.

Il serait cependant réducteur d'affirmer que l'étude de la perception par l'utilisateur final constitue le moyen exclusif d'appréhender la qualité des services en ligne. Nous le verrons dans cette série d'articles, il s'agit en fait d'un angle d'attaque, certes privilégié, mais qui conduit inévitablement à se pencher sur d'autres aspects moins visibles, mais tout aussi essentiels, liés à la **qualité de l'organisation** qui produit le site.

Ces deux aspects, "**qualité perçue du résultat final**" et "**qualité de la production du site**", sont totalement imbriqués, interdépendants et se répondent en permanence à travers un certain nombre d'indicateurs liés au fonctionnement du site (audience, fonctionnement technique, qualité du contenu, qualité des services...).

Pour réaliser ce dossier, nous avons souhaité vous proposer un point de vue qui présente conjointement ces deux aspects. C'est pourquoi nous avons décidé de l'écrire à quatre mains : il sera le fruit d'une collaboration entre Vincent Bénard, fondateur du site Veblog (<http://www.veblog.com>), qui étudie de très près la notion d'expérience utilisateur, et Elie Sloïm, fondateur du site qualité des services en ligne (<http://www.e-qualite.com>), qui se penche sur l'évaluation, la gestion et la garantie de la qualité des services en ligne.

Nous tenterons dans ce dossier de vous donner **une vue d'ensemble et non partisane d'un sujet qui mérite beaucoup d'attention**, car la qualité des services en ligne aura probablement des répercussions non seulement dans notre vie quotidienne, mais aussi sur la prospérité des organisations et des nations qui sauront mieux que les autres la mettre en oeuvre.

Dans l'article suivant, nous analyserons ce que recouvre la notion d'expérience utilisateur et de qualité perçue pour un site Web.