



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**Ministère du Budget, des Comptes publics
et de la Fonction publique**

Charte ergonomique des sites Internet publics

Date : 19 décembre 2008 **Nombre de pages** : 115
Rédacteur : DGME – Projets d'administration électronique **Version** : 2.0

TABLE DES MATIERES

1. REGLES D'ORDRE GENERAL	9
1.1. ARCHITECTURE DE L'INFORMATION	9
1.1.1. Définition de l'architecture de l'information.....	9
1.1.2. Largeur et profondeur d'un site.....	10
1.2. SYSTEMES DE NAVIGATION.....	11
1.2.1. Système de navigation principal et secondaire.....	12
1.2.1.1. Système de navigation horizontal	13
1.2.1.2. Système de navigation vertical	14
1.2.1.3. Système de navigation par onglets.....	15
1.2.1.4. Combinaison des différents systèmes de navigation	16
1.2.2. Autres éléments d'orientation et de navigation.....	17
1.2.2.1. Fil d'Ariane (chemin de navigation).....	17
1.2.2.2. Adresse du site (URL)	18
1.2.2.3. Zone de fonctions transverses (liens utiles).....	19
1.2.2.4. Pied de page.....	20
1.2.3. Positionnement des systèmes de navigation (zoning)	20
1.2.3.1. Exemple 1 de zoning.....	21
1.2.3.2. Exemple 2 de zoning.....	22
1.2.4. Cas particulier de la navigation guidée.....	23
1.3. LISIBILITE	25
1.3.1. Polices de caractères	25
1.3.2. Utilisation des styles	26
1.3.3. Couleurs.....	27
1.3.4. Pictogrammes et icônes	28
1.3.5. Lisibilité cognitive.....	31
1.3.5.1. Titres et hiérarchisation de l'information.....	31
1.3.5.2. Regroupement de l'information.....	32
1.3.5.3. Faciliter la compréhension de l'information présentée	32
1.3.6. Aspects linguistiques.....	33
1.4. CONSIDERATIONS TECHNIQUES	34
1.4.1. Navigateurs.....	34
1.4.1.1. Compatibilité des navigateurs	34
1.4.1.2. Fonctions navigateur.....	35
1.4.2. Résolutions d'écran	37
1.4.2.1. Résolution pour écrans standards.....	37
1.4.2.2. Résolution pour écrans spécifiques.....	38
1.4.2.3. Résolutions pour appareils mobiles	38
1.4.3. Langages et normes de développement.....	39
1.4.3.1. Langages	39
1.4.3.2. Normes de développement.....	40
1.4.3.3. Cadres (frames).....	41
1.4.4. Technologies.....	41
1.4.5. Recours aux plug-ins, scripts et applets.....	42
1.5. SITES ACCESSIBLES APRES AUTHENTIFICATION	43
1.5.1. Principe de continuité du mode visiteur au mode authentifié.....	43
1.5.2. Authentification.....	44
1.5.3. Déconnexion	45
1.5.4. Gestion des informations personnelles	46
1.6. REFERENCEMENT MUTUEL DES SITES PUBLICS.....	47
1.6.1. Cas de service-public.fr	47
1.6.2. Cas de mon-service-public.fr	47
1.7. STAT@GOUV	48
1.8. ARCHIVAGE.....	49
2. REGLES SUR LES OBJETS	51
2.1. LIENS HYPERTEXTES	51
2.1.1. Utilisation des liens	51
2.1.2. Présentation des liens	52

2.1.3.	<i>Signification des liens</i>	53
2.1.4.	<i>Liens de type « ancre »</i>	53
2.2.	FICHIERS EN TELECHARGEMENT	54
2.2.1.	<i>Téléchargement descendant (download)</i>	54
2.2.2.	<i>Téléchargement montant (upload)</i>	55
2.3.	FORMULAIRES	56
2.3.1.	<i>Présentation et structuration des formulaires</i>	56
2.3.2.	<i>Minimisation de la charge de travail</i>	58
2.3.3.	<i>Gestion des erreurs de saisie</i>	59
2.3.4.	<i>Types de champs de saisie et sélection</i>	60
2.3.4.1.	Champs libres	60
2.3.4.2.	Boîte de listes.....	61
2.3.4.3.	Listes déroulantes	62
2.3.4.4.	Boutons radio.....	62
2.3.4.5.	Cases à cocher.....	63
2.3.5.	<i>Cas particulier des formulaires CERFA</i>	64
2.4.	BOUTONS D’ACTION	64
2.4.1.	<i>Libellés des boutons d’action</i>	64
2.4.2.	<i>Présentation des boutons d’action</i>	65
2.4.3.	<i>Les boutons d’action dans un formulaire en ligne</i>	66
2.5.	ARBRES	67
2.6.	TABLEAUX.....	67
2.6.1.	<i>Lisibilité des tableaux</i>	67
2.6.2.	<i>Pagination des tableaux</i>	69
2.6.3.	<i>Manipulation des tableaux</i>	70
2.7.	IMAGES.....	71
2.7.1.	<i>Format, taille et poids des images</i>	71
2.7.2.	<i>Présentation des images</i>	71
2.7.3.	<i>Signification des images</i>	72
2.8.	OBJETS MULTIMEDIAS	73
2.8.1.	<i>Objets audio (baladodiffusion ou podcast)</i>	74
2.8.2.	<i>Objets vidéo</i>	76
2.8.3.	<i>Animations</i>	77
2.9.	BANNIERES PROMOTIONNELLES E-REGIE	78
3.	REGLES SUR LES CONTENUS.....	81
3.1.	PAGE D’ACCUEIL	81
3.1.1.	<i>Facilités d’accès à la page d’accueil</i>	81
3.1.2.	<i>Valorisation des contenus de la page d’accueil</i>	82
3.1.3.	<i>Identité commune de la page d’accueil des sites publics</i>	83
3.1.3.1.	Le système de navigation principal.....	83
3.1.3.2.	Les liens externes vers des sites publics.....	83
3.1.3.3.	Le bloc Marianne	84
3.1.3.4.	Les bannières E-régie.....	86
3.1.3.5.	La signature du site	86
3.1.3.6.	Les fonctions transverses	86
3.1.3.7.	Le pied de page	86
3.1.3.8.	Exemple de zoning.....	90
3.1.4.	<i>Page d’accueil des démarches en ligne</i>	91
3.2.	AUTRES PAGES SPECIFIQUES	92
3.2.1.	<i>Pages de contenu type « article »</i>	92
3.2.1.1.	Présentation d’un contenu de type article	92
3.2.1.2.	Longueur du texte	93
3.2.1.3.	Fonctions associées à l’article.....	94
3.2.2.	<i>Plan du site</i>	95
3.2.3.	<i>Page « Contact »</i>	96
3.2.4.	<i>Moteur de recherche</i>	97
3.2.4.1.	Généralités	97
3.2.4.2.	Recherche avancée.....	98
3.2.4.3.	Résultat de la recherche	99
3.2.5.	<i>Répertoire des informations publiques</i>	99
3.3.	CAS DES DEMARCHES EN LIGNE	100

3.3.1.	<i>Présentation des démarches en ligne</i>	100
3.3.2.	<i>Navigation dans la démarche</i>	101
3.3.3.	<i>Assistance à l'utilisateur dans la démarche</i>	102
3.3.3.1.	Aide générale de la démarche et aides contextuelles	102
3.3.3.2.	Questions fréquentes relatives à la démarche	103
3.3.3.3.	Visite guidée	103
3.3.4.	<i>Confirmation de la démarche et accusé de réception</i>	104
3.4.	ASSISTANCE A L'UTILISATEUR.....	105
3.4.1.	<i>Aide générale</i>	105
3.4.2.	<i>Aides contextuelles</i>	105
3.4.3.	<i>Foire aux questions (FAQ)</i>	106
3.4.4.	<i>Assistance téléphonique</i>	107
3.5.	TERMINOLOGIE.....	108
3.6.	CONTENUS 2.0.....	108
3.6.1.	<i>Flux RSS</i>	109
3.6.1.1.	Syndication de flux RSS	109
3.6.1.2.	Production de flux RSS.....	110
3.6.2.	<i>Widgets</i>	111
3.6.3.	<i>Mashups</i>	112
3.6.4.	<i>Partage communautaire de contenus</i>	112

INTRODUCTION

Qu'est-ce que l'ergonomie informatique ?

L'ergonomie (du grec « ergon » - travail, et « nomos » - loi) est la discipline recherchant l'**adéquation entre les caractéristiques humaines et les caractéristiques d'un outil**. Apparue dans le domaine de l'optimisation du poste de travail, elle consiste à adapter l'environnement de travail et le comportement de la machine en fonction des caractéristiques du travailleur (et non l'inverse). L'ergonomie informatique a pour objectif l'**amélioration du dialogue homme – ordinateur** dans deux domaines principaux : l'**ergonomie du logiciel** et l'**ergonomie du Web**. La distinction entre ces deux domaines tend d'ailleurs à s'estomper compte tenu des récentes évolutions technologiques.

A l'heure où les contenus sur Internet se multiplient, le temps d'accès à l'information recherchée et la facilité d'utilisation d'un site deviennent déterminants. La réflexion sur l'ergonomie des sites Web revêt donc un caractère de plus en plus stratégique à mesure que les usages se généralisent et que la production de sites s'industrialise. La démarche ergonomique consiste à améliorer l'**utilisabilité** des sites, c'est-à-dire le degré selon lequel un site peut être utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficience et satisfaction. Les études en utilisabilité menées auprès des internautes ont ainsi permis d'identifier quelques facteurs de réussite pour un site :

- un contenu de qualité ;
- des mises à jour fréquentes ;
- des temps de téléchargement minimaux ;
- un usage facile.

Pour qu'un site réponde à ces critères, on considère en ergonomie qu'il doit être à la fois utile, c'est-à-dire adapté aux besoins et attentes des utilisateurs, et utilisable, c'est-à-dire facile à appréhender et à utiliser. L'intégration de la dimension ergonomique dans le cycle de développement d'un site Internet est donc indispensable à l'amélioration significative de son degré d'utilité et d'utilisabilité.

Pourquoi une charte ergonomique unique des sites publics ?

On constate une forte progression du canal Web dans la **relation entre les usagers et l'administration**, tant en termes de volumes d'échanges que d'augmentation de l'offre de sites et services en ligne. Dans un tel contexte, il est indispensable de **maintenir la cohérence du paysage des sites Internet publics**. Cette cohérence exige, entre autres, l'adoption de principes communs dans la conception des sites. Il y va de la continuité de la navigation sur les sites publics et de la confiance que les utilisateurs accordent à ceux-ci.

C'est pourquoi le Conseil de Modernisation des Politiques Publiques du 12 décembre 2007 a prévu l'adoption d'une charte ergonomique unique pour tous les services en ligne » dans le cadre de l'amélioration de l'accueil des usagers dans les services publics. En offrant une vision cohérente et unifiée des services publics en ligne pour les usagers, cette charte ergonomique commune aux sites Internet publics participe à la démarche d'amélioration de l'accueil via le canal Web. Le respect des principes édictés par cette charte permettra ainsi de garantir pour les sites publics un niveau minimum de confort d'utilisation et d'accessibilité, l'homogénéité des codes visuels courants et des principes de navigation et l'amélioration des processus de conception et d'alimentation en contenu.

La charte a donc pour objet de définir un ensemble de règles ergonomiques communes aux interfaces des sites Internet publics. Elle s'inscrit par ailleurs dans le respect des standards du Word Wide Web Consortium (W3C) et des principes d'interopérabilité, d'accessibilité et de sécurité des référentiels généraux (RGI, RGAA, RGS).

Quel est le champ d'application de cette charte ?

Cette charte fait suite à la charte des téléprocédures publiques (DGME – 2006) qu'elle annule et remplace. Son champ d'application dépasse désormais les sites de démarches en ligne : la charte s'applique en effet à **tout site Internet émanant d'un organisme assurant un service public**, que celui-ci soit une autorité administrative ou qu'il agisse par délégation d'une telle autorité. **Le contenu de la charte vise particulièrement les sites institutionnels ainsi que les sites de services en ligne (notamment les sites de démarches en ligne) de ces organisations.** Elle peut éventuellement servir de référence pour les sites événementiels, les sites Intranet ou les applications métier Web, bien que ces cas particuliers nécessitent l'adoption de règles ergonomiques spécifiques.

La charte s'applique **nécessairement** aux sites Internet institutionnels et aux sites de démarches en ligne de l'Etat. Elle peut aussi s'appliquer **utilement** à tous les autres sites de la sphère publique (juridictions judiciaires et administratives, collectivités territoriales, établissements hospitaliers, établissements publics divers, organismes gérant des régimes de protection sociale, organismes chargés de la gestion d'un service public administratif, établissements de l'Education Nationale, etc.).

Que contient cette charte ?

Les articles de la charte respectent la structure suivante :

- une **description** de la notion abordée dans le chapitre (facultatif) ;
 - les **règles d'ergonomie** associées à cette notion, classées en deux catégories :
 - **recommandé** : ce niveau de préconisation indique que la règle édictée représente une exigence forte de la charte ergonomique ;
 - **utile** : ce niveau de préconisation indique que la règle édictée constitue seulement une bonne pratique ergonomique ;
- Les règles spécifiques à la sphère gouvernementale sont signalées par un pictogramme Marianne.
- les chapitres issus des référentiels généraux en relation avec la notion d'ergonomie.

Il est important de noter que **cette charte ergonomique n'est pas une charte graphique** : les éléments constituant l'identité graphique des sites restent à l'initiative des administrations émettrices. Cette charte constitue donc le cadre de référence sur lequel pourront s'appuyer les administrations pour réaliser la déclinaison graphique de leurs sites Internet.

Par ailleurs, il importe de rappeler que l'ergonomie des sites Internet doit s'accommoder des principes **d'accessibilité**. Ceux-ci garantissent que l'accès aux services en ligne est donné au plus grand nombre d'utilisateurs, y compris aux personnes atteintes d'un handicap. C'est pourquoi la charte ergonomique est complémentaire du référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA), auquel elle fait référence quand les notions d'ergonomie ont impact en matière d'accessibilité.

Comment utiliser cette charte ?

La charte a vocation à **guider les concepteurs et les développeurs de sites Internet publics** dans leur démarche de réalisation et d'harmonisation des sites. A ce titre, elle peut être **annexée aux cahiers des charges des marchés publics** afin de fixer le cadre ergonomique de référence. Ce cadre est à dessein large et exhaustif ; en fonction des objectifs spécifiques des administrations, du public visé, de la nature du message à véhiculer, les administrations pourront bâtir à partir de ce cadre des règles ergonomiques spécifiques. En tant que **recueil des bonnes pratiques ergonomiques**, la charte peut également être utilisée en tant que support de référence par les chefs de projet, les concepteurs et développeurs, les services de communication.

La charte ergonomique fera l'objet d'un **processus de révision régulier** permettant de l'adapter à l'évolution des usages d'Internet et aux spécificités des administrations. Les évolutions de la charte ayant un impact potentiel sur les sites publics font l'objet d'une concertation au sein du club des webmasters gouvernementaux réunis par le Service d'Information du Gouvernement (SIG).

Comment se mettre en conformité

La conformité d'un site Internet avec la charte ergonomique repose sur une démarche d'auto-déclaration. Cette déclaration de mise en conformité se fait à partir d'un guide d'auto-évaluation à remplir directement par le responsable du site. A l'issue de l'évaluation, un système de notation indiquera le niveau de respect de la charte. La DGME délivrera alors une attestation de conformité, si le site atteint un seuil minimal de règles respectées. L'émetteur du site peut alors signaler la conformité du site en question dans les mentions légales.

Ce dispositif repose donc sur la confiance envers les émetteurs de site, la DGME se réservant toutefois la possibilité de procéder à des sondages pour s'assurer du respect des principes de la charte ergonomique sur les sites ayant effectué une déclaration.

1. REGLES D'ORDRE GENERAL

Cette première partie s'attache à définir les règles d'ergonomie d'ordre général dans des domaines clé tels que la navigation à l'intérieur d'un site, la lisibilité et la structuration de l'information. Les aspects techniques liés aux navigateurs, résolutions, langages seront également abordés dans cette partie sous l'angle de l'ergonomie. Des questions plus spécifiques à la sphère publique, tels que le référencement entre sites publics ou les dispositifs d'analyse statistique seront également traités en fin de partie.

1.1. ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

1.1.1. Définition de l'architecture de l'information

L'architecture de l'information est l'art d'organiser le contenu pour aider les utilisateurs à combler leurs besoins en information. Dans sa **définition minimale**, l'architecture de l'information consiste en **une approche raisonnée de l'organisation de contenus interactifs**. De l'architecture de l'information vont donc dépendre la structure, la navigation et l'interactivité de l'application.

La définition de l'architecture de l'information est une étape clé dans la conception d'un site. Elle consiste à modéliser la structure d'un site, notamment :

- le système de navigation ;
- la structure et l'organisation ;
- le système de recherche ;
- le plan de site.

Une mauvaise architecture d'information présente donc les risques suivants :

- un site mal structuré ne permet pas une utilisation efficace, ce qui se traduit par une limitation du trafic ;
- un site mal structuré est plus long à développer et cela accroît son coût final ;
- un site mal structuré est plus difficile et coûteux à faire évoluer.

La définition de l'architecture de l'information permettra de circonscrire précisément le périmètre fonctionnel du site, les contenus traités par le site et l'articulation entre ces contenus.

Recommandé L'architecture de l'information doit être définie dès le début de la conception d'un site. Cette étape est d'autant plus critique que le contenu du site est complexe.

La définition de l'architecture de l'information d'un site se fait en trois étapes :

- 1^{ère} étape : recenser de façon exhaustive les contenus (contenus existants, attentes supposées ou exprimées des utilisateurs, etc.) ;
- 2^e étape : catégoriser les contenus afin de les regrouper par affiliation (cette étape peut se faire collectivement sous la forme de tri de cartes, chaque carte correspondant à un contenu) ;
- 3^e étape : structurer les contenus (définition des hiérarchies entre les contenus, des liens transversaux entre les contenus, etc.).

Ces étapes sont réalisées en fonction de considérations ergonomiques de base telles que :

- la rapidité d'accès à l'information (les informations les plus recherchées doivent être accessibles rapidement, la hiérarchie des niveaux d'information doit correspondre à la vision de l'utilisateur, etc.) ;
- la cohérence des regroupements d'information (regroupement des contenus de même nature, non redondance de l'information, etc.) ;
- la clarté de l'organisation du contenu (équilibre entre les rubriques, titres de rubriques explicites et compréhensibles par les utilisateurs, etc.).

Utile

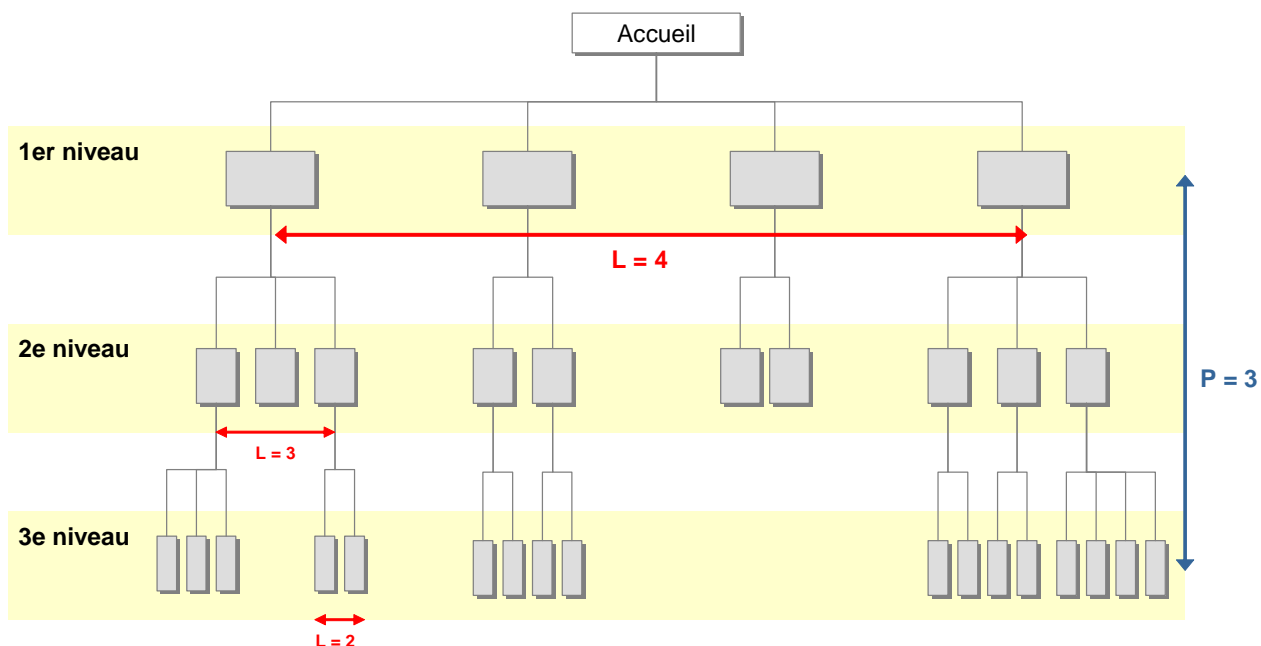
Il est conseillé de définir l'architecture de l'information sur la base d'une hypothèse de parcours logique et cohérent de consultation des utilisateurs. L'architecture de l'information ne doit pas être le simple reflet de la structure organisationnelle de l'administration émettrice.

1.1.2. Largeur et profondeur d'un site

L'étape de structuration des contenus va permettre de définir deux notions essentielles de l'architecture du site :

- **La largeur du site** : la largeur correspond au nombre d'items (appelés rubriques) par niveau d'information. Par abus de langage, on entend par largeur du site le nombre de rubriques de premier niveau, même si cette largeur varie d'un niveau d'information à l'autre.
- **La profondeur du site** : la profondeur correspond au nombre de niveaux d'informations contenus dans le site.

Exemple d'architecture de l'information (largeur du premier niveau : 4 ; profondeur = 3)



La définition de l'architecture de l'information aboutit à une cartographie des rubriques du site. L'équilibre entre largeur et profondeur du site répond à quelques principes de bases.

- Utile** Il est conseillé de ne pas dépasser 7 rubriques plus ou moins 2 en largeur par niveau d'information. Au-delà, la mémoire à court terme n'est plus capable d'intégrer l'organisation du contenu.
- Utile** Il est conseillé de ne pas dépasser une profondeur de 3 à 4 niveaux d'information. Au-delà, l'information risque d'être trop enfouie et l'utilisateur sera découragé dans sa navigation.
- Utile** Il est conseillé de trouver un bon compromis entre largeur et profondeur du site : les rubriques et niveaux d'informations doivent être équilibrés et le site ne doit être ni trop large, ni trop profond.

1.2. SYSTEMES DE NAVIGATION

Une fois l'architecture de l'information arrêtée, il faut concevoir les éléments qui permettront de garantir une bonne navigation dans le site. Ces éléments, appelés « systèmes de navigation », définissent la manière dont les écrans s'enchaînent (on parle alors de cinématique des écrans) via des outils spécifiques : bandeau de navigation, menus contextuels, fonctions transverses, etc.

La navigation dans le site doit être suffisamment cohérente et intuitive pour devenir transparente aux yeux des utilisateurs. Ceux-ci doivent pouvoir se concentrer sur le contenu présenté dans le site et non pas sur la recherche et la compréhension des mécanismes de navigation permettant d'y avoir accès. Par le biais de fils conducteurs (guidage), l'utilisateur doit comprendre rapidement où aller chercher l'information et comment accéder aux fonctionnalités dont il a besoin.

La navigation et l'accès aux divers éléments du site se fait au travers des systèmes de navigation généralement classés en deux catégories :

- les menus ou boutons de navigation, regroupés dans un bandeau de navigation, souvent désignés comme « **système de navigation principal** » ;
- les liens ou icônes qui servent d'**éléments d'orientation de navigation complémentaires**. Ils complètent le système de navigation principal et permettent d'accéder aux différents contenus et fonctionnalités du site.

Recommandé La position de tous les systèmes de navigation doit être constante sur l'ensemble des pages du site.

Recommandé Chaque page du site doit comporter des éléments de navigation et de repérage permettant à l'utilisateur de répondre à trois questions :

- Où suis-je ?
- D'où viens-je ?
- Où puis-je aller ?

Autrement dit, l'utilisateur doit pouvoir localiser la page affichée parmi l'ensemble des pages du site et poursuivre sa navigation en consultant d'autres pages.

Utile Il est conseillé de concevoir les éléments de navigation de telle sorte que l'utilisateur puisse accéder aux contenus du site via deux parcours distincts (un chemin principal et un ou plusieurs chemins alternatifs).

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none">➤ 13.4 : Fournir des mécanismes de navigation cohérents➤ 13.6 : Regrouper les liens par type de fonction

1.2.1. Système de navigation principal et secondaire

Recommandé Les éléments du système de navigation principal doivent impérativement être visibles et présentés de façon cohérente sur toutes les pages du site (format et localisation) sous forme d'un bandeau de navigation (horizontal, vertical ou mixte).

Une présentation cohérente diminue grandement la durée d'apprentissage des

mécanismes de navigation et favorise le développement de réflexes de navigation chez les utilisateurs. À l’opposé, une présentation incohérente a pour conséquence de favoriser les risques d’erreur dans les choix de navigation.

Recommandé Le système de navigation principal doit indiquer visuellement à l’utilisateur dans quel menu ou rubrique il se trouve (mise en surbrillance, code couleur, etc.).

Utile L’utilisation d’images cliquables plutôt que de boutons textuels pour la réalisation du bandeau de navigation permet un gain de place. Dans ce cas, un équivalent textuel de chacun des boutons doit être ajouté dans un souci d’accessibilité.

En dehors du système de navigation, les boutons d’action doivent être réalisés en mode texte HTML. Voir à ce sujet le chapitre 2.4 – Boutons d’action.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	➤ 13.5 : Proposer une barre ou un menu de navigation
RGI	➤ 5.3 – Volet technique : indépendance par rapport aux appareils et à leur IHM

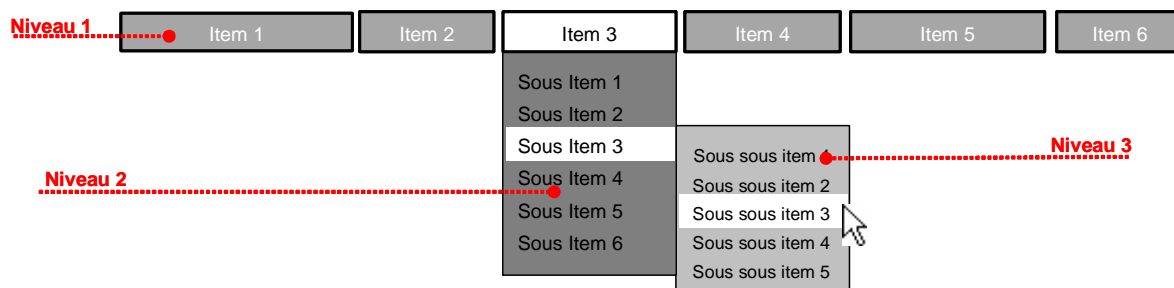
1.2.1.1. Système de navigation horizontal

Le **système de navigation horizontal** est le style le plus courant et il convient à tous les types d’architecture. Il est suffisant pour les sites dont la profondeur n’excède pas trois niveaux de profondeur (au-delà, il faut le coupler avec un système de navigation secondaire). Il consiste à présenter toutes les options de navigation possibles (ou au moins celles de premier niveau) sur chaque page. L’avantage est qu’il permet d’offrir à l’utilisateur une vue d’ensemble de l’architecture du site. L’inconvénient est que la liste des options de navigation peut requérir un espace relativement important dans la page, surtout dans le cas d’un site avec une architecture complexe, ce qui peut réduire considérablement la place réservée au contenu.

Le système de navigation horizontal est souvent complété par des **menus déroulants** et/ou des **menus en cascade** accessibles à partir du premier niveau d’information. Ces menus apparaissent lors du survol de la zone à l’aide de la souris (ce survol s’appelle « roll-over »). L’avantage de cette navigation permet de limiter le nombre de clics pour l’utilisateur et d’accéder rapidement à l’information recherchée. Quelque soit la solution technique retenue, une attention particulière doit être apportée à l’accessibilité de ce type de système de navigation.

Utile Les sites ayant un système de navigation principal horizontal n’excèdent pas trois niveaux de profondeur d’information.

Exemple de système de navigation horizontal avec menu déroulant en deuxième niveau et menu en cascade en troisième niveau.



1.2.1.2. Système de navigation vertical

Le **système de navigation vertical** peut également être retenu comme système de navigation principal. Il s'apparente à l'arborescence du poste de travail et de ce fait est en général bien compris par les utilisateurs. Il convient particulièrement aux sites souhaitant mettre en valeur la hiérarchie des niveaux d'informations. Il sert de « colonne vertébrale » structurante et rassurante en affichant constamment la position dans l'architecture du site.

La navigation dans un système de navigation vertical se fait en cliquant sur les items (menus) constituant les différents niveaux hiérarchiques. Le niveau de navigation en cours est repéré graphiquement (couleur, éclairage, style, etc.).

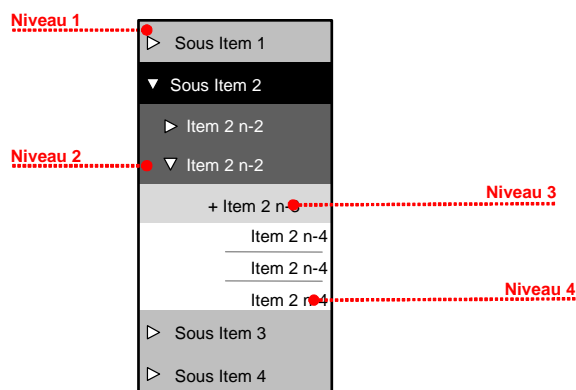
- Si un niveau de navigation donné n'est pas déroulé, un visuel distinctif et compréhensible (flèche, signe « + », etc.) invite à le dérouler. Un clic sur cet item déroule le niveau de navigation inférieur.
- Si un niveau de navigation donné est déroulé, un visuel distinctif et compréhensible (flèche, signe « - », etc.) invite à le refermer. Un clic sur cet item referme tous les niveaux de navigation inférieurs.

Ce système présente l'avantage d'occuper peu de place à l'écran mais il nécessite de cliquer sur les éléments pour « plier » et « déplier » les menus, ce qui peut devenir fastidieux en cas de navigation intensive. De plus, il s'accommode mal des navigations transverses puisqu'il ne permet pas de passer directement entre deux sous-niveaux situés dans des branches différentes de l'architecture du site.

Utile Le système de navigation vertical est conseillé lorsque le premier niveau d'information est important (gain de place par rapport au système de navigation horizontal limité à environ 7 rubriques) ou lorsqu'il est susceptible d'augmenter régulièrement. Il est en effet plus facile d'ajouter des rubriques verticalement qu'horizontalement. Il convient toutefois de rappeler que la limitation du nombre de rubriques à 7 [± 2] constitue une bonne pratique.

Utile Les sites dont les parcours de navigation attendus sont transverses aux rubriques (logique de survol plutôt que d'approfondissement d'une rubrique) ne doivent pas privilégier un système vertical d'arborescence nécessitant de nombreux clics avant d'accéder à la rubrique désirée.

Exemple de système de navigation vertical à 4 niveaux



1.2.1.3. Système de navigation par onglets

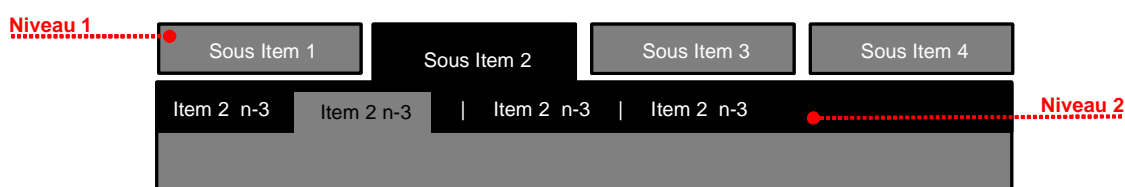
La navigation par onglet constitue un mode de navigation très courant s'apparentant au système de navigation horizontal pour le premier niveau, mais elle ne fait en général pas appel aux menus déroulants. La prise en main par les utilisateurs de ce type de navigation est très aisée et intuitive.

Le système de navigation par onglet est particulièrement adapté dans le cas de pages dont le cheminement est déterminé par un ordre établi (formulaires à étapes, démarche en ligne, etc.). Elle structure et facilite le repérage (localisation) de l'utilisateur au sein de l'interface. Voir à ce sujet le chapitre 1.2.4 Cas particulier de la navigation guidée.

Utile

Il est conseillé de limiter l'utilisation d'un système de navigation par onglet aux architectures ne comprenant que deux voire trois niveaux d'information.

Exemple de système de navigation par onglets à deux niveaux



1.2.1.4. Combinaison des différents systèmes de navigation

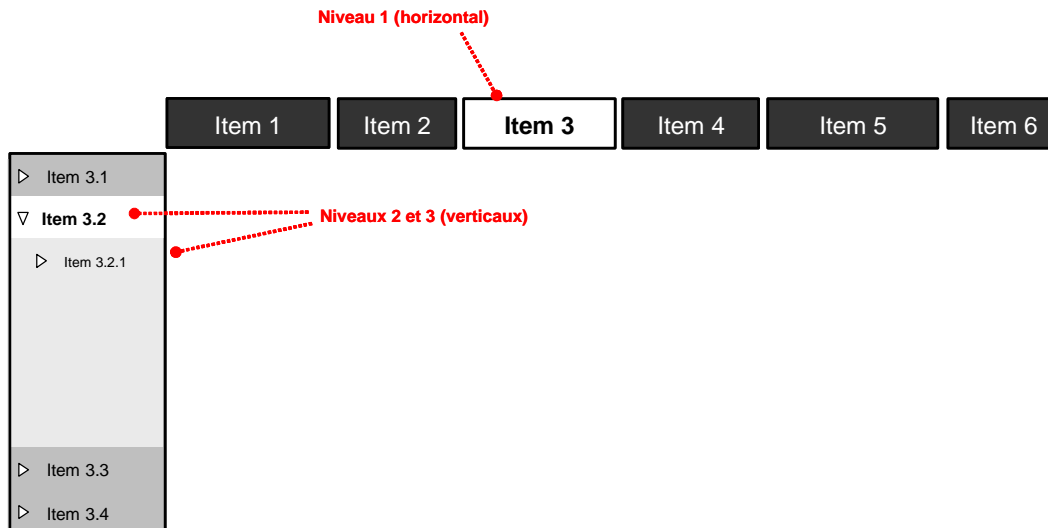
L'utilisation des différents systèmes de navigation ne se fait pas nécessairement de façon exclusive. En fonction des objectifs du site et des caractéristiques de son contenu, il peut être nécessaire de combiner des systèmes verticaux avec des systèmes horizontaux ou par onglets.

Recommandé Dans le cas où les niveaux d'information ont recours à des systèmes de navigation distincts au sein du site (horizontal, vertical, onglets), la hiérarchie entre les niveaux d'information doit être évidente pour les utilisateurs. Le positionnement hiérarchique des différents niveaux d'information ne doit donc pas être source d'ambiguïté.

Par exemple, en cas de recours à un système horizontal et vertical, le système horizontal prime sur le système vertical. Par conséquent, le premier niveau d'information est réservé au système horizontal et le second niveau d'information est traité par le système vertical.

Le graphisme des systèmes de navigation peut également permettre de renforcer la hiérarchie entre les niveaux d'information.

Exemple d'un système de navigation combinant un premier niveau affiché horizontalement et les niveaux suivants affichés verticalement



1.2.2. Autres éléments d'orientation et de navigation

1.2.2.1. Fil d'Ariane (chemin de navigation)

Le fil d'Ariane (également appelé chemin de navigation, chemin de fer ou encore « petit poucet ») est un repère pour la navigation à l'intérieur d'un site Web. Il constitue donc une aide aux systèmes de navigation.

Il est constitué d'une suite ordonnée de liens hiérarchiques représentant chacun un niveau de l'arborescence parcouru par l'utilisateur. Il permet ainsi à l'internaute de repérer sa position dans l'arborescence du site.

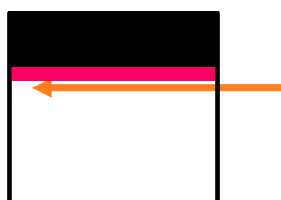
Recommandé Le fil d'Ariane est recommandé à partir de 3 niveaux de navigation.

Exemple de fil d'Ariane

[Accueil particuliers](#) > [Elections](#) > [Elections politiques](#) > [Inscription sur les listes et carte électorales](#)

Recommandé Chaque élément du fil d'Ariane est un lien hypertexte accessible directement. Le niveau de navigation en cours doit être différencié des niveaux supérieurs (par exemple par l'adoption d'un code couleur différent).

Recommandé Le fil d'Ariane doit être facilement repérable par l'utilisateur : l'emplacement le plus courant se situe en haut à gauche de l'écran, sous le système de navigation principal et au-dessus du contenu de la page.



Utile Les libellés du fil d'Ariane doivent correspondre aux titres des pages afin d'optimiser le référencement de celles-ci par les moteurs de recherche. Si le titre est trop long, il est possible de le raccourcir à une trentaine de caractères suivis de points de suspension.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 13.3 : Fournir des informations sur l'architecture générale du site

Recommandé



La création d'un nouveau nom de domaine en .gouv.fr nécessite une demande préalable au Département Rédaction & Multimédia du Service d'Information du Gouvernement.

Un formulaire d'agrément à compléter sera alors envoyé à l'émetteur du site. Une fois le formulaire dûment rempli et retourné au SIG, celui-ci sera examiné. Le nom de domaine soumis sera évalué en fonction de :

- sa bonne articulation avec les sites gouvernementaux existants ;
- sa cohérence avec le contenu du site ;
- sa pertinence en termes de communication vers le grand public ;
- sa capacité à être référencé efficacement dans les moteurs de recherche.

En cas d'agrément de principe, une lettre d'agrément définitif parviendra au demandant, signé par le directeur du Service d'information du Gouvernement.

Après obtention de l'agrément votre demande sera transmise à l'AFNIC, organisme chargé de la gestion des noms de domaine en France.

Contact [veronique.valentin\[at\]pm.gouv.fr](mailto:veronique.valentin[at]pm.gouv.fr) - 01 42 75 76 56

URL pour les appareils mobiles - Paragraphe en cours de construction

1.2.2.3. Zone de fonctions transverses (liens utilitaires)

La zone de fonctions transverses regroupe les liens utilitaires destinés à aider l'utilisateur dans sa navigation. En fonction de la nature et des caractéristiques du site, elle comprend généralement les éléments suivants :

- le moteur de recherche ;
- un bloc d'identification si le site dispose d'un accès restreint ;
- le choix de la langue pour les sites proposant des contenus dans plusieurs langues ;
- un lien « contact » si l'émetteur du site souhaite valoriser sa politique d'accueil (cette fonction peut également être insérée dans le bas de page selon l'importance que souhaite lui accorder l'émetteur du site).

Utile

Les fonctions transverses sont regroupées dans une zone généralement située en haut à droite. Sa position est constante sur l'ensemble du site.



1.2.2.4. Pied de page

Le pied de page se situe en bas de chaque page du site. Il constitue un point de repère tout au long du site et comprend généralement, selon de la nature et des caractéristiques du site, les éléments suivants :

- les mentions légales ;
- le plan du site ;
- un lien vers la page « presse » ;
- un lien vers les horaires et le plan d'accès si l'émetteur du site reçoit du public ;
- un lien vers la page accessibilité (voir à ce sujet, le chapitre 1.3.4 – Pictogrammes et icônes) ;
- un rappel du nom de l'émetteur du site et l'année de réalisation ou de refonte du site ;
- un lien vers la page « répertoire des informations publiques » ;
- un lien « contact » si l'émetteur du site ne souhaite pas particulièrement valoriser sa politique d'accueil (voir à ce sujet le chapitre 3.2.3 – Page « Contact ») ;
- un lien vers la page d'aide ou la page FAQ, si elles existent.

Recommandé Le pied de page doit apparaître sur l'ensemble des pages du site, en bas de page.



1.2.3. Positionnement des systèmes de navigation (zoning)

Lorsque l'architecture de l'information a été définie, le choix des systèmes de navigation s'appuie généralement sur une étape de « zoning ». Cette phase consiste à définir visuellement les grands espaces d'actions d'une interface sur lesquels l'utilisateur devra interagir. Les écrans sont représentés de façon générique afin de garder une bonne lisibilité. L'approche choisie pour le zoning conditionne :

- **L'organisation de l'information sur le site** : les contenus aux fonctions similaires sont regroupés dans une même zone pour rendre l'interface plus intuitive.
- **La hiérarchisation des zones d'information** : le zoning prend en compte la nature du site, ses objectifs, et l'importance stratégique des différents éléments de la page pour les positionner dans l'interface. En fonction de son importance stratégique, une zone peut être mise en avant, ou en retrait. Pour cela, on va la positionner à la place qui lui convient le mieux dans le sens de lecture de la page, et lui accorder l'espace d'encombrement qui convient à son importance dans la hiérarchisation de l'information.

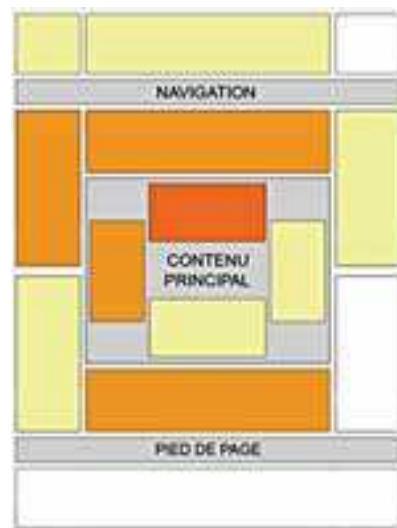
- **La cohérence de l'organisation du contenu sur les différents types de modèle de page (gabarits) :** Le zoning représente les différents modèles de page présents dans le site. La représentation de chaque modèle de page permet d'assurer une cohérence ergonomique sur l'ensemble du site.

En analysant ces différents points stratégiques, et en proposant des solutions pour chacun d'entre eux, la phase de zoning garantit la conception d'une interface entièrement adaptée aux objectifs du site.

La phase de zoning propose généralement plusieurs scénarios permettant de comparer des orientations différant notamment par leurs systèmes de navigation. Elle se conclut par la rédaction du « document de zoning » précis et opérationnel.

Le zoning doit également prendre en compte les pratiques de lecture des internautes. Certaines zones de l'écran sont statistiquement plus « vues » que d'autres, appelées zones morte.

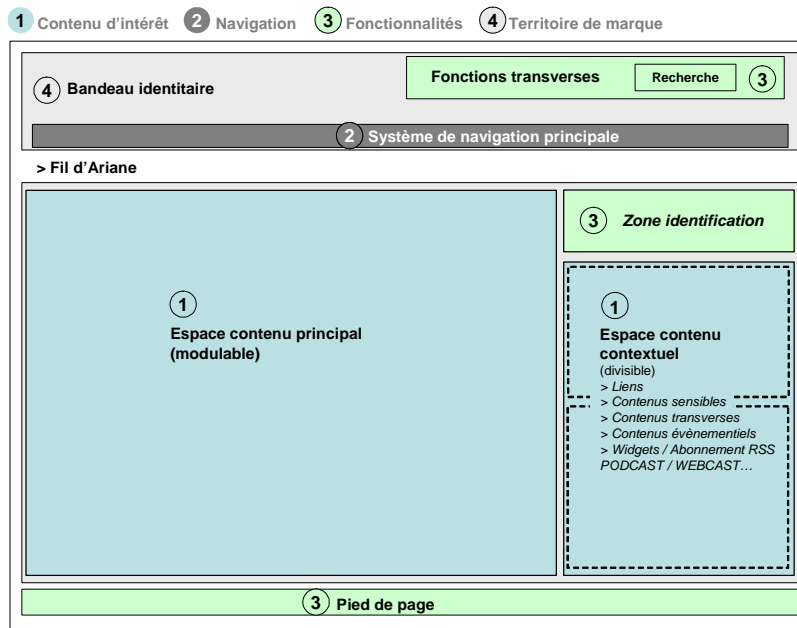
Découpage de l'écran en fonction de la fréquentation de la zone (plus la zone est foncée, plus elle est consultée). Source : Google.



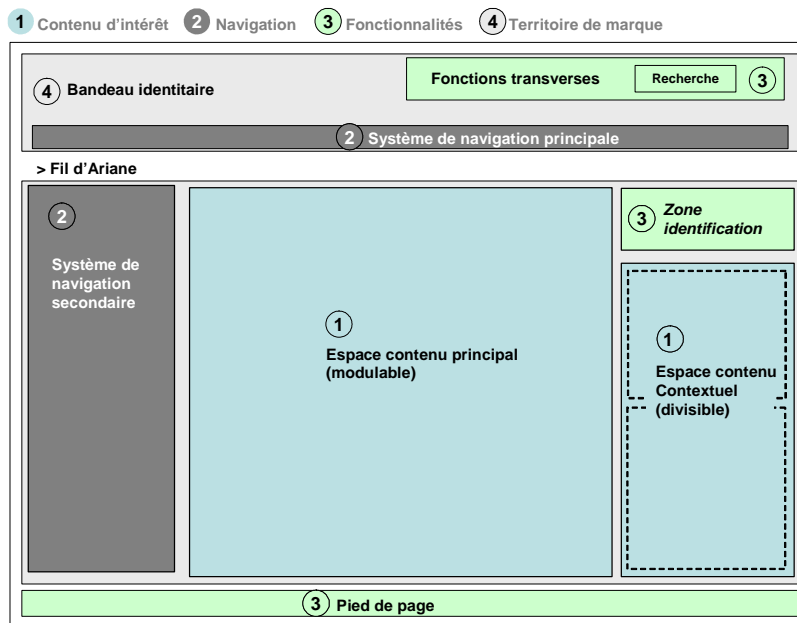
1.2.3.1. Exemple 1 de zoning

Les écrans suivants constituent un exemple de zoning pour une page de premier niveau de navigation et une page de niveau secondaire. Dans cet exemple, les systèmes de navigation combinent un niveau principal horizontal et un niveau secondaire vertical.

Premier niveau de navigation (exemple 1)



Niveau de navigation secondaire (exemple 1)

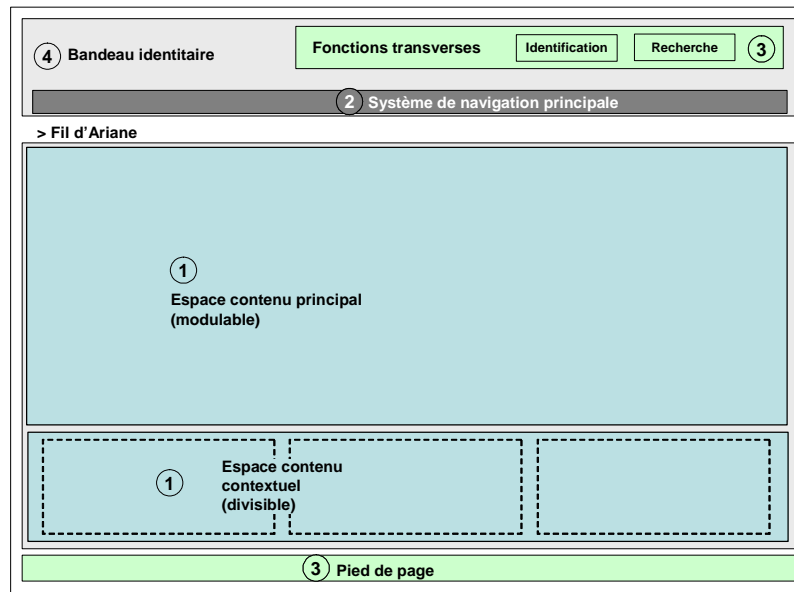


1.2.3.2. Exemple 2 de zoning

Les écrans suivants constituent un exemple de zoning pour une page de premier niveau de navigation et une page de niveau secondaire. Dans cet exemple, les systèmes de navigation combinent un niveau principal horizontal et un niveau secondaire en onglets.

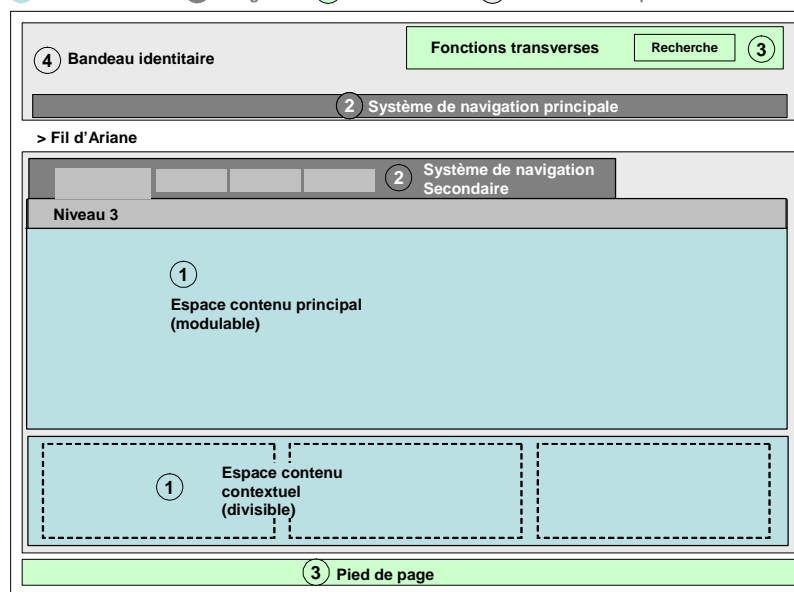
Premier niveau de navigation (exemple 2)

1 Contenu d'intérêt 2 Navigation 3 Fonctionnalités 4 Territoire de marque



Premier niveau de navigation (exemple 2)

1 Contenu d'intérêt 2 Navigation 3 Fonctionnalités 4 Territoire de marque



1.2.4. Cas particulier de la navigation guidée

La navigation guidée, par opposition à la navigation libre, consiste à imposer à l'utilisateur un parcours prédéfini. C'est le cas par exemple pour une démarche en ligne nécessitant le renseignement de nombreux champs selon un ordre précis. Dans ce mode, les étapes se succèdent de façon linéaire sans offrir de choix à l'utilisateur.

Dans d'autres cas, la navigation est dite « semi-guidée » : c'est-à-dire que l'utilisateur doit passer par un certain nombre d'étapes à effectuer sans ordre prédéfini (exemple : le renseignement d'un *curriculum vitae* en ligne).

Recommandé Dans le cas d'une navigation « semi-guidée », l'utilisateur est libre de modifier sa saisie pour chaque étape tant que la totalité des étapes n'a pas été validée. Il ne faut donc pas recourir dans ce cas aux boutons de type « page précédente » ou « page suivante », car on ne peut pas présumer du parcours de l'utilisateur.

Recommandé Il faut fournir à l'utilisateur un retour visuel (distinction graphique) sur l'étape en cours.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 13.9 : Faciliter la navigation sur des groupes de pages

1.3. LISIBILITE

1.3.1. Polices de caractères

Bien que l'utilisateur puisse toujours modifier les polices affichées par défaut dans son navigateur, le recours aux polices de caractères doit respecter certaines règles.

Recommandé Pour garantir la meilleure lisibilité, il faut employer une police sans serif (empatement), telles que Verdana, Arial ou Helvetica (ou leur équivalent), conçues pour la lecture à l'écran. D'une manière générale, il convient de choisir des polices disponibles en standard sur toutes les plates-formes (PC, Macintosh, etc.).

Recommandé Pour garder le texte courant lisible, il faut utiliser au minimum un corps de 10 pixels (11 pixels conseillés) pour le texte normal. Les polices sont indiquées en taille relative afin que l'utilisateur puisse redimensionner la taille des caractères affichés. Attention : le comportement de ces tailles relatives peut différer d'un navigateur à l'autre.

Utile Il est conseillé d'avoir recours à 3 polices différentes, avec un maximum de 4. Chaque police doit remplir une fonction distincte : une pour les titres, l'autre pour les boutons, etc.

L'affichage des polices choisies peut différer selon les caractéristiques du poste de travail. Les couples suivants peuvent notamment poser des problèmes : X et K; l et L; O et Q; u et v; t et y; S et 5; l et 1.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	➤ 3.4 : Utiliser des unités relatives pour la présentation
RGI	➤ 3.2 – Volet technique : Polices d'écriture et fontes de caractères

1.3.2. Utilisation des styles

Un style définit la police, le corps (taille) de la police, les attributs de la police (droit, italique, gras, etc.), la casse (majuscule, minuscule), l'interlignage, l'interlettrage, la couleur et l'alignement du texte.

Recommandé Dans un souci de cohérence entre les éléments textuels, des styles doivent être bien définis pour chaque catégorie d'objet dans la mise en page. Ces styles sont appliqués à l'ensemble du site.

Recommandé La hiérarchie des niveaux d'information (notamment les titres) doit être respectée, afin par exemple de ne pas donner une taille de police trop grosse pour une information secondaire.

Recommandé Les textes qui clignotent ou défilent sont à éviter. Ils détournent l'attention plutôt qu'ils ne l'attirent et sont souvent mal perçus par les utilisateurs.

Pour le texte normal, il faut éviter les textes en lettres majuscules. L'utilisation des majuscules est toutefois admise pour des informations brèves (intitulé d'un bouton, titre de page, titre de rubrique, etc.) ou pour signaler un avertissement.

Par ailleurs, le soulignement doit être réservé aux liens hypertextes.

Utile Les phrases longues en italique, moins lisibles, sont à éviter.

Utile Il est conseillé d'aligner le texte d'un seul côté (généralement à gauche), plutôt que de le justifier de chaque côté. En effet, la justification des textes (alignement du texte à gauche ET à droite) perturbe la lecture, en particulier quand les lignes possèdent peu de caractères.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	➤ 7.3 : Eviter les mouvements de contenus

1.3.3. Couleurs

Les couleurs sont un élément important de la signalétique : elles facilitent le guidage de l'utilisateur en regroupant visuellement les différentes catégories d'objets composant l'interface, contribuant ainsi à un plus grand confort d'utilisation. Les couleurs permettent également de mettre en valeur certaines informations.

Recommandé Les couleurs ne doivent pas fatiguer les yeux ou gêner la lecture. Le fond de page doit être de préférence de couleur claire pour garantir une bonne lisibilité et faciliter l'impression des pages du site. Afin d'augmenter le confort visuel, on recherchera un fort contraste entre le fond de page et les textes. Ce contraste doit également être positif (texte foncé sur fond clair).

Un test pratique pour évaluer la qualité du contraste consiste à visualiser les pages sur un écran monochrome. Les couleurs seront alors transformées en niveaux de gris. Par ailleurs, il est conseillé de toujours vérifier le résultat de l'impression d'une page avant d'arrêter les choix de couleurs.

Utile Il est préférable de ne pas utiliser plus de 3 couleurs dominantes sur une même page (hormis les couleurs des liens et du texte). Privilégier les couleurs pastel pour ne pas gêner la lecture. Un site Web trop coloré ou dans lequel les couleurs sont utilisées sans cohérence risque de nuire considérablement à sa consultation. Les utilisateurs risquent d'y voir soit un défaut de conception soit une source d'irritation.

Certaines combinaisons de couleurs sont à éviter comme les lettres jaunes sur fond blanc, les lettres rouges ou bleues sur fond noir, etc.; par exemple, un message d'erreur en rouge pur sur fond noir sera difficile à lire.

Couleur du texte	Couleur de fond à éviter	Couleur de fond à utiliser
Blanc	Jaune	Magenta, Rouge, Vert, Bleu
Jaune	Blanc, Cyan	Bleu, (Rouge), (Magenta)
Cyan	Vert, Jaune	Bleu, (Blanc), (Rouge)
Vert	Cyan, Bleu	Jaune, Blanc, (Rouge), (Magenta)
Magenta	Rouge	Bleu, Blanc, (Cyan), (Vert)
Rouge	Magenta, Bleu	Blanc, Jaune, Cyan, Vert
Bleu	Rouge	Blanc, (Jaune), (Vert)

Utile Pour les typographies, on définira une couleur pour le texte de contenu, une couleur de liens pour chaque état (actif, visité).

Utile Les conventions en matière de codes couleurs doivent être respectées. Par exemple, le rouge signifie « arrêt » ou « danger », le vert, « départ » ou « repos », etc.

Utile Il est conseillé de réserver les couleurs vives pour attirer et capter l'attention. Par exemple, le rouge est utile pour signaler des champs de saisie obligatoires.

Utile L'utilisation de fonds texturés ou avec des motifs doit être évitée car cela nuit à la lisibilité du texte.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA	<ul style="list-style-type: none">➤ 2.1 : Ne pas utiliser uniquement la couleur pour donner accès à l'information➤ 2.2 : Proposer des contrastes de couleurs suffisants➤ 7.1 : Eviter les changements brusques de luminosité➤ 7.2 : Eviter les clignotements des éléments
-------------	--

1.3.4. Pictogrammes et icônes

Un **pictogramme** désigne un visuel de petite taille contribuant à la compréhension des contenus. Sa fonction est de délivrer une information d'ordre général, mais il ne joue aucun rôle dans la navigation.

Exemple de pictogramme :



Une **icône** désigne également un visuel de petite taille dont la fonction est d'aider l'utilisateur à se repérer et à naviguer dans l'interface. Elle constitue notamment un code très efficace pour illustrer un accès direct à certaines fonctions transverses (par exemple : retour à la page d'accueil, accès à un formulaire pour poser une question, moteur de recherche, etc.).

Exemple d'icône :



Recommandé Les icônes et pictogrammes non usuels ou équivoques, sont doublés d'un libellé explicite.

Recommandé Les pictogrammes et les icônes doivent inclure la balise ALT au même titre que toutes les images significatives du site.

Utile Les formats d'icônes conseillés sont : 12×12, 24×24 ou 48×48 pixels.

Certaines certifications propres aux services publics peuvent faire l'objet d'un pictogramme particulier. C'est le cas du **RGAA** (référentiel général d'accessibilité pour les administrations) et du **référentiel Marianne**.

Recommandé Les organismes publics ayant déposé une déclaration de conformité feront apparaître un pictogramme RGAA au niveau du pied de page. La balise TITLE du pictogramme sera renseignée avec la mention « Conforme RGAA » et précisera le niveau d'accessibilité atteint.

Le pictogramme RGAA contient idéalement un lien renvoyant vers la page d'aide accessibilité du site. Cette page liste les pages ou secteurs du site dérogeant aux exigences d'accessibilité, leur type de contenu et les solutions alternatives pour y remédier (cf. document d'accompagnement du RGAA).

Pictogramme RGAA (à venir)

Recommandé Le **label Marianne** garantit le respect des exigences du référentiel Marianne qui définit la qualité de la relation entre l'administration et les usagers : accès aux services, écoute, orientation et courtoisie, clarté et justesse des réponses, respect des délais, traitement des réclamations, prise en compte des attentes, évaluation du niveau de satisfaction, etc.

Les établissements publics ayant obtenu le label Marianne font apparaître le pictogramme « labellisé Marianne » dans le pied de page de leur site institutionnel.

Pictogramme « labellisé Marianne »



Dans ce cas, l'info-bulle associée au pictogramme mentionne le texte suivant :

Cet établissement a obtenu le label Marianne auprès d'un organisme de certification habilité [nom_du_certificateur].

Un lien vers un éventuel article spécifique au label rédigé par l'émetteur du site est associé au pictogramme. A défaut d'article spécifique, le lien pointe vers la présentation du référentiel Marianne :

<http://www.modernisation.gouv.fr/piliers/ameliorer/le-label-marianne/index.html>

Utile Les établissements publics ayant engagé **officiellement** une démarche de mise en conformité avec les exigences du référentiel Marianne peuvent faire apparaître le pictogramme « engagements Marianne » dans le pied de page de leur site institutionnel.

Pictogramme « engagements Marianne »



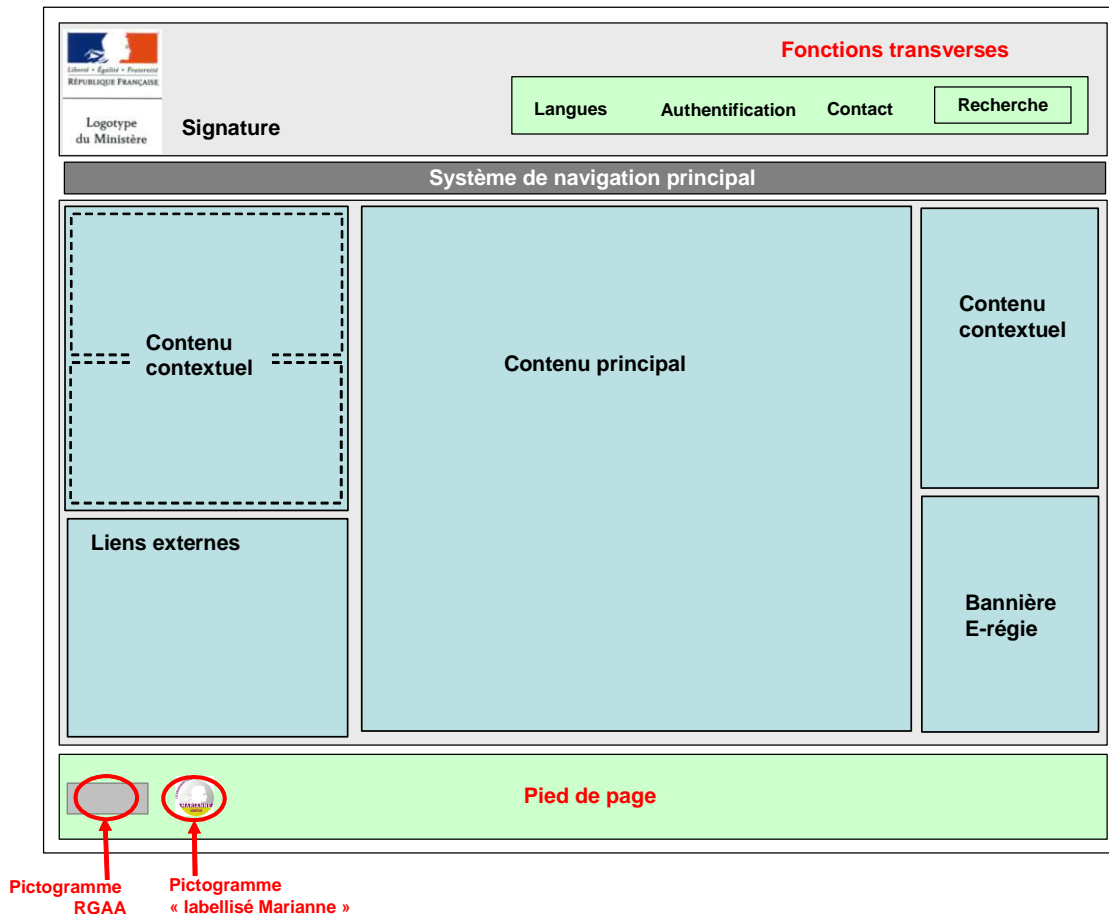
Dans ce cas, l'info-bulle associée au pictogramme mentionne le texte suivant :

Cet établissement s'est engagé officiellement à respecter les exigences du référentiel Marianne auprès d'un organisme de certification habilité [nom_du_certificateur].

Un lien vers un éventuel article spécifique à la démarche engagée par l'émetteur du site est associé au pictogramme. A défaut d'article spécifique, le lien pointe vers la présentation du référentiel Marianne :

<http://www.modernisation.gouv.fr/piliers/ameliorer/le-label-marianne/index.html>

Emplacement des pictogrammes RGAA et label Marianne



1.3.5. Lisibilité cognitive

La lisibilité cognitive désigne la façon dont un texte peut être compris et interprété par un utilisateur, en complément de la lisibilité visuelle abordée dans les sous-chapitres précédents (polices de caractères, styles, couleurs et pictogrammes).

La lecture sur Internet n'est pas une transposition de la lecture sur papier : le confort visuel, l'organisation de l'information, la présentation du contenu et les modes de navigation diffèrent sensiblement d'un support à l'autre. Les études tendent à montrer que la majorité du temps de navigation est consacré au survol des sites et à l'exploration du contenu, au détriment de la lecture mot à mot du contenu lui-même. Ce deuxième niveau de lecture, où la qualité du texte est déterminante, n'intervient que lorsque l'information recherchée a été localisée.

L'utilisateur doit donc comprendre très rapidement si le contenu d'une page est susceptible de l'intéresser ou correspond à l'information qu'il recherche. Les principes suivants permettent d'optimiser la lisibilité cognitive des sites Internet.

Utile L'organisation de l'information et la hiérarchisation des contenus sont basées sur les parcours de consultation prévisibles des différents profils d'utilisateurs.

Utile Il faut bannir la redondance des contenus qui peut avoir pour effet de perdre l'utilisateur : autrement dit, un même contenu ne doit pas être répété à différents endroits du même site. Par contre, il est utile de multiplier les points d'accès à ces contenus en proposant des chemins alternatifs.

1.3.5.1. Titres et hiérarchisation de l'information

Le titre de la page correspond au titre du contenu éditorial de la page HTML.

Exemple de titre de page : « Une charte ergonomique unique pour les sites Internet publics »

The image shows a screenshot of a web page. The main heading is "Améliorer la qualité des services" in pink. Below it are three icons: a printer, a person with a magnifying glass, and a person with a speech bubble. The text reads "L'accueil des services publics" and "Une charte ergonomique unique pour les sites Internet publics". A date "13-11-08" is visible. Below the text is a small image of a website interface. To the right is a "SOMMAIRE" sidebar with a list of links: "L'essentiel", "Une charte ergonomique unique pour les sites Internet publics", "Cnaf, les trois révolutions de la simplification", "39 39 : le service public au bout du fil", "Une ambition européenne", and "Les trophées de la qualité des services publics".

Dans une page HTML, **le titre de fenêtre** correspond au libellé apparaissant dans la barre de fenêtre du navigateur.

Exemple de titre de fenêtre : « le portail de la modernisation de l'Etat »



Recommandé Chaque page du site doit être identifiée par un **titre de page** décrivant le contenu de la page. Un bon titre ne dépasse en général pas 30 caractères.

Recommandé Chaque page du site doit adopter un **titre de fenêtre** en relation avec le contenu affiché. Ce titre est composé de 1 à 6 mots et compte 60 caractères maximum. Les titres choisis doivent être suffisamment précis car ce sont eux qui sont enregistrés en signet.

1.3.5.2. Regroupement de l'information

Utile Les informations de même nature doivent être regroupés ; les éléments hétérogènes sont distingués. Cette catégorisation peut être physique (localisation dans la page) ou liée au format (styles, couleurs, etc.).

Utile Au-delà de trois éléments, l'utilisation de **listes à puces ou à numéros** permet de regrouper visuellement des informations et d'en fournir une vision synthétique à l'utilisateur. L'ergonomie des listes à puce respecte les principes suivants :

- la présentation des listes est homogène sur l'ensemble du site ;
- les listes sont aérées et légèrement séparées du texte pour améliorer la lisibilité ;
- les items de la liste sont cohérents dans leur rédaction et commencent par le même type de mot (par exemple un infinitif, un impératif, un nom, etc.) ;
- le contenu commun à chaque item est factorisé dans l'introduction de la liste ;
- la séparation des items de la liste peut se faire de deux façons :
 - pas de virgule à la fin de chaque item, ni de point à la fin ;
 - un point virgule à la fin de chaque item et un point à la fin.

1.3.5.3. Faciliter la compréhension de l'information présentée

Recommandé Les textes de support à la navigation et à la compréhension du contenu du site sont courts et explicites. Dans ce cas, un principe ergonomique de base consiste à n'afficher que les informations essentielles permettant de couvrir 80% des besoins et proposer des liens permettant d'accéder aux informations complémentaires (détail) pour traiter les 20% restants.

Les textes de contenus (article, mode d'emploi, texte officiel, etc.) sont par définition plus longs.

- Utile** La mise en valeur des informations importantes et des mots-clés via le recours aux styles permet de renseigner rapidement l'utilisateur sur la nature du contenu de la page.
- Utile** Les contractions, acronymes, abréviations, ainsi que les césures sont à proscrire, dans un mot ou dans une phrase. Il est conseillé d'employer tant que possible des termes clairs, simples et sans ambiguïté possible pour l'utilisateur.
- Utile** Il est conseillé de ne pas écrire de ligne de texte sur toute la largeur de l'écran. Cela risque de générer des problèmes de présentation en cas de redimensionnement de la fenêtre par l'utilisateur.

Que disent les référentiels généraux ?

- RGAA**
- 3.4 : Utiliser des unités relatives pour la présentation
 - 3.5 : Utiliser la hiérarchie de titres
 - 3.6 : Utiliser les éléments de liste de manière appropriée
 - 3.7 : Baliser correctement les citations
 - 4.2 : Spécifier la forme complète des abréviations et acronymes
 - 12.1 : Donner un titre à chaque cadre
 - 12.2 : Décrire l'objectif et les interactions entre les cadres
 - 12.3 : Regrouper les informations de même nature
 - 13.2 : Fournir des méta-données dans les pages
 - 13.8 : Rédiger les contenus de façon simple, logique et ordonnée
 - 14.1 : Utiliser un langage clair et simple
 - 14.2 : Proposer des illustrations visuelles ou sonores

1.3.6. Aspects linguistiques

Recommandé Conformément à l'article 11 du décret n° [96-602 du 3 juillet 1996](#), il faut préférer un équivalent français lorsqu'il existe à la place des termes et expressions en langues étrangères.

Pour le bon usage de la langue française, se référer à la [liste des termes](#) adoptés par la commission générale de terminologie et de néologie : http://fr.wikipedia.org/wiki/Commission_g%C3%A9n%C3%A9rale_de_terminologie_et_de_n%C3%A9ologie.

Recommandé Conformément à l'article 4 de la [loi du 4 août 1994](#), dite « loi Toubon », lorsque des textes font l'objet de traductions, celles-ci sont au moins au nombre de deux. Ceci participe au pluralisme linguistique, à l'accessibilité pour les publics non

francophones et, sous un angle pédagogique, à la familiarisation et à l'apprentissage des langues étrangères par les citoyens.

Utile Si le site dispose de versions en langues étrangères, il est conseillé de positionner la zone dédiée au choix de la langue dans la zone de fonctions transverses. Dans ce cas, il faut privilégier le nom (ou l'abréviation) de la langue à un drapeau national (par exemple EN pour l'anglais, plutôt que le drapeau du Royaume-Uni).

Choix des langues sur service-public.fr

Deutsch | English | Español

Utile La traduction des contenus dépend du public visé par les contenus. En fonction des objectifs de l'émetteur du site, il peut être utile de traduire les contenus susceptibles de concerner un public étranger (démarches concernant un public étranger, contenus à vocation touristique, présentation institutionnelle de l'administration, etc.).

Utile Dans le cas d'un site présentant un contenu spécialisé, il est utile de fournir un glossaire.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA	➤ 4.1 : Indiquer les changements de langue
	➤ 4.3 : Identifier la langue de traitement d'une page et son sens de lecture

1.4. CONSIDERATIONS TECHNIQUES

1.4.1. Navigateurs

1.4.1.1. Compatibilité des navigateurs

Les pages doivent être développées et testées pour une visualisation optimale quelle que soit la plate-forme de l'utilisateur (Windows, Mac ou Linux) et le navigateur utilisé.

Recommandé Les sites doivent être compatibles avec les principaux navigateurs du marché :

- Internet Explorer 6 et versions supérieures ;
- Mozilla Firefox 1.4 et versions supérieures.

Utile Les sites doivent être compatibles avec les navigateurs secondaires du marché :

- Safari 1.2 et versions supérieures ;
- Opéra 7.6 et versions supérieures ;
- Netscape 6 et versions supérieures.

Il est conseillé de vérifier le bon affichage des pages dans ces différents navigateurs afin de valider la bonne prise en charge des CSS.

Que disent les référentiels généraux ?

RGI ➤ 5 – Volet technique : Recommandations sur les IHM.

En matière de **navigateurs pour appareils mobiles**, l'insuffisance du niveau de maturité du secteur rend les préconisations difficiles. Les navigateurs se distinguent notamment par leur capacité à fournir une restitution authentique de la page consultée sur un écran classique. On parle alors de restitution **fidèle** ou de restitution **allégée**.

Les navigateurs de la première catégorie tentent de restituer le plus fidèlement possible les pages HTML en préservant, dans la mesure du possible, les contenus enrichis. Ces navigateurs supportent donc les standards XHTML, CSS, RSS, JavaScript, Flash, etc. Les navigateurs les plus avancés dans ce domaine sont réservés aux appareils haut de gamme. On citera à titre d'exemple :

- Mobile Internet Explorer de Microsoft ;
- Safari Mobile d'Apple ;
- Opera Mobile d'Opera Software ;
- NetFront d'Access Systems.

Les navigateurs de la seconde catégorie reformatent les pages du site en passant par un serveur intermédiaire chargé d'alléger le contenu original du site. On citera à titre d'exemple :

- Opera Mini d'Opera Software ;
- ThunderHawk de Bitstream.

1.4.1.2. Fonctions navigateur

L'objectif est de prendre en compte les habitudes d'utilisation des fonctions du navigateur. En complément de la navigation du site, les utilisateurs se servent des fonctionnalités du navigateur pour maîtriser l'interface : bouton « page précédente » (« back ») pour revenir en arrière, ouverture de nouvelles fenêtres de navigateur (Ctrl + n), etc.

Gestion du multi-fenêtrage

Dans le cas de sites dynamiques, le multi-fenêtrage (plusieurs fenêtres du même site ouvertes simultanément) peut entraîner une désynchronisation entre les fenêtres et la base de données. L'expiration de la session dans l'une des fenêtres, la prise en compte de données actualisées dans une fenêtre, etc. sont autant de facteurs susceptibles d'entraîner des incohérences entre l'affichage des différentes fenêtres. Quelques précautions de base permettent de limiter ces désagréments.

Recommandé Le multi-fenêtrage ne doit pas être empêché par le site. L'ouverture délibérée de plusieurs fenêtres fait partie du comportement des utilisateurs « avancés » pour davantage d'efficacité et de confort.

Recommandé Quelle que soit la fenêtre, un clic sur le bouton « actualiser » (F5) du navigateur actualise la page avec les dernières données enregistrées en session.

En cours de saisie, si des données sont appelées alors qu'elles ne sont plus disponibles en base ou si des actions non applicables sont lancées, alors la page est rafraîchie et comporte un message d'erreur explicite (données non disponibles, etc.).

Utile L'utilisation de fenêtres de type « pop-ups » est fortement déconseillée. Le paramétrage des navigateurs risque en effet de bloquer leur ouverture et donc de dérouter l'utilisateur.

Que disent les référentiels généraux ?

RGI ➤ 10.1 – Volet technique : le protocole HTTP

Cohabitation des signets et des sessions

Recommandé Les pages dynamiques d'une application, normalement accessibles après identification (compte personnalisé, services en ligne), peuvent être accédées directement en saisissant directement leur URL ou depuis un signet (favori). Dans ce cas, si aucune session d'identification n'est active, le site doit demander préalablement l'identification de l'utilisateur avant d'afficher la page sollicitée.

Recommandé Si une session est déjà ouverte et que l'utilisateur clique sur un signet d'une page du site ou en saisit son URL, la page sollicitée s'affiche directement.

Fonctions « retour » (back) et « suivant » (forward)

Recommandé Les fonctions « retour » et « suivant » du navigateur peuvent avoir un comportement distinct d'un navigateur à l'autre ; celles-ci doivent donc être réservées à un usage d'appoint. Les sites proposant un contenu nécessitant des parcours de navigation complexes (en particulier les sites proposant du contenu dynamique) mettront à disposition un système de navigation spécifique permettant de naviguer entre

plusieurs séquences de pages.

Utile

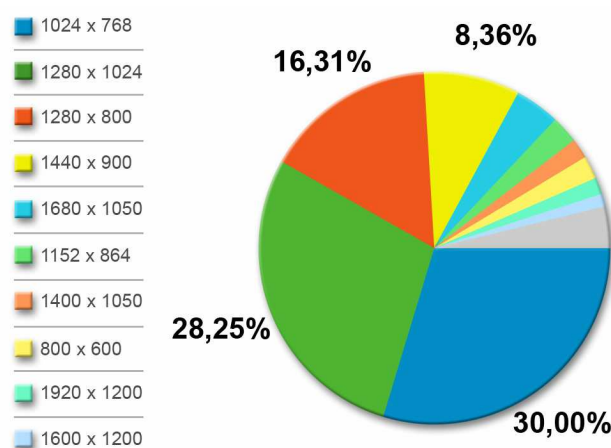
Les boutons « retour » et « suivant » du navigateur doivent toujours être disponibles, c'est-à-dire que l'utilisateur doit pouvoir retourner en arrière à tout moment, sauf dans le cas de certaines procédures en ligne où le remplissage des formulaires de la procédure pourrait être perturbé par l'utilisation de ces boutons

Que disent les référentiels généraux ?

- | | |
|-------------|---|
| RGAA | ➤ 7.4 : Ne pas rafraîchir automatiquement les pages |
| | ➤ 10.1 : Signaler l'ouverture de nouvelles fenêtres |

1.4.2. Résolutions d'écran

Répartition des résolutions d'écran sur les sites français en 2007 – (Source Ergolab)



1.4.2.1. Résolution pour écrans standards

Recommandé Les pages sont optimisées pour s'afficher sans ascenseur horizontal en résolution 1024×768 avec un impératif de bonne lisibilité des systèmes de navigation sous 800×600.

Utile L'extensibilité (ou fluidité) d'une page Web désigne sa capacité à adapter la disposition des contenus en fonction de la taille de la fenêtre du navigateur.

Il est utile de permettre l'extensibilité des pages entre 800×600 et 1248×1024 afin d'adapter la présentation des pages à la largeur des fenêtres en cas de redimensionnement de celles-ci.

Dans le cas où cette option est retenue (totalement ou partiellement), il faut veiller à ce que les systèmes de navigation ne soient pas perturbés par le redimensionnement de la fenêtre.

L'extensibilité est par ailleurs déconseillée pour les sites dont les systèmes de navigation occupent une surface importante et les sites dont le contenu informationnel est complexe. La hiérarchie des informations risquerait en effet d'être perturbée.

Utile L'ascenseur horizontal doit être systématiquement évité ; l'ascenseur vertical est utilisé si nécessaire (jusqu'à trois fois la hauteur de l'écran).

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 3.4 : Utiliser des unités relatives pour la présentation

1.4.2.2. Résolution pour écrans spécifiques

Le pourcentage d'utilisateurs de grands écrans à très haute résolution (1600×1200 jusqu'à 2048×1536) augmente régulièrement. L'affichage des sites pouvant varier sensiblement en fonction des caractéristiques techniques de ce type d'écrans, il est conseillé de vérifier pour les hautes résolutions les critères suivants :

- **Visibilité directe** : l'information essentielle est-elle visible d'un seul coup d'œil par l'internaute sans utiliser l'ascenseur (scrolling) ?
- **Lisibilité** : l'information reste-t-elle lisible malgré la variation de la largeur des différentes colonnes en fonction de la résolution ?
- **Esthétique** : comment la page apparaît-elle une fois les éléments, titres, photos, etc. positionnés pour une taille d'écran donnée ? L'alignement de l'ensemble est-il respecté ? D'autre part, le redimensionnement successif de la fenêtre du navigateur restitue-t-il convenablement la disposition des pages ?

Utile Dans le cas de sites dont le besoin d'affichage sur des écrans à très haute résolution est avéré, il est conseillé d'adopter une structure extensible (fluide) dont la taille des pages s'adapte à la largeur du support d'affichage. Quelle que soit la résolution de l'écran ou la taille de la fenêtre, le contenu des pages occupe ainsi harmonieusement l'espace alloué.

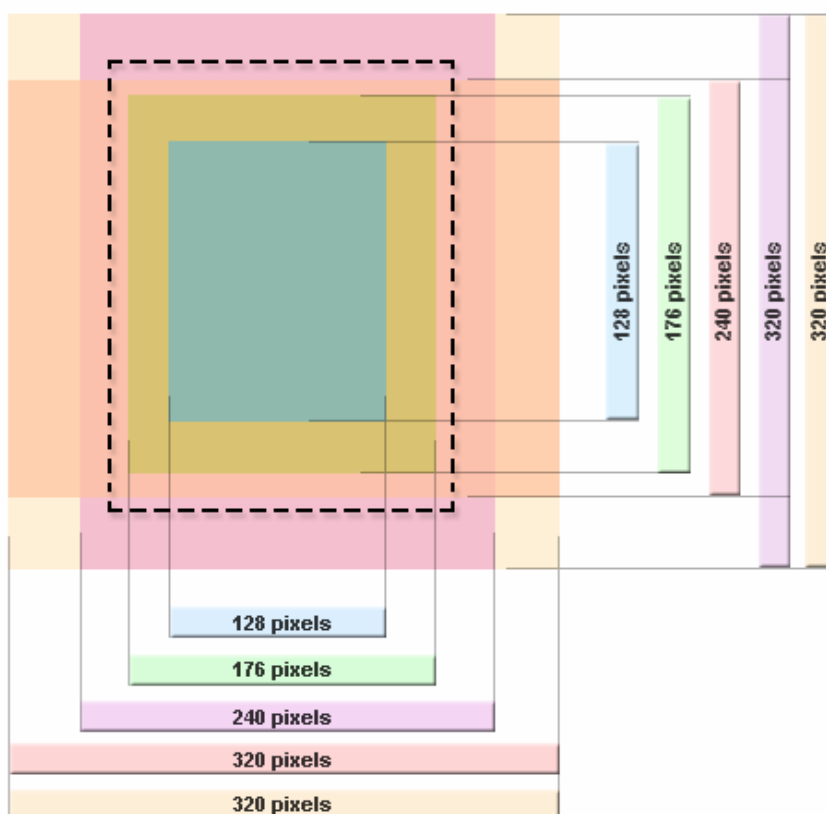
1.4.2.3. Résolutions pour appareils mobiles

Sur le Web mobile, la multiplicité des tailles d'interface et des particularités propres aux appareils complique les problématiques d'affichage : l'éventail des résolutions possibles s'étend de 128 à 320 pixels. De plus, certains offrent la possibilité d'afficher le contenu verticalement ou horizontalement. Il faut prendre en fin en compte la présence ou non selon les appareils d'outils de navigation très divers (clavier, souris, stylet, écran tactile, etc.).

Utile

Dans le cas où le site offre certaines pages spécialement dédiées aux appareils mobiles, il est conseillé d'optimiser les pages pour une résolution en 200×250 pixels.

Eventail de résolutions proposées sur les appareils mobiles



1.4.3. Langages et normes de développement

1.4.3.1. Langages

Recommandé Les normes de développement préconisées sont :

- le HTML 4.01 (HyperText Markup Language) au minimum, sachant que le XHTML 1.0 (reformulation du HTML 4.0 en XML 1.0) doit être privilégié pour les nouveaux sites ;
- le XML 1.0 (Extensible Markup Language) avec DTD (Document Type Declaration = DOCTYPE) et / ou schémas ;

- feuille de style CSS 1 au minimum (Cascading Style Sheets), sachant que le CSS 2 doit être privilégié pour les nouveaux sites.

Le HTML dynamique (ou DHTML, i.e. l'utilisation de JavaScript pour agir sur l'affichage de la page) présente des variations selon le poste, en fonction notamment du navigateur et des fonctions JavaScript non filtrées par le pare-feu Internet. Son utilisation doit donc respecter les critères d'accessibilité (voir à ce sujet le chapitre 1.4.4 - Technologies).

Il faut également éviter l'utilisation d'un éditeur HTML automatique et proscrire l'usage de balises propriétaires à certains navigateurs.

Utile

Pour le développement de pages spécialement dédiées aux appareils mobiles, les langages conseillés sont le XHTML Mobile Profile (spécialisation du langage XHTML destinée à incorporer des éléments au contexte d'utilisation des appareils mobiles) et XHTML Basic.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 11.1 : Privilégier les technologies du W3C ➤ 11.2 : Ne pas utiliser de composants obsolètes ou dépréciés ➤ 14.1 : Proposer une présentation cohérente sur tout le site
RGI	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 5.2 – Volet technique : Technologies pour construire les IHM Web

1.4.3.2. Normes de développement

Recommandé Afin de garantir la cohérence dans les styles et conserver l'homogénéité graphique et fonctionnelle entre les pages d'un site ou entre un groupe de sites, il faut recourir au feuilles de styles CSS 1.

Cette remarque s'applique également au développement de pages pour les appareils mobiles.

Utile

Une moyenne de 100 Ko par page (hors page d'accueil) constitue actuellement une norme pour le poids des pages (code HTML, Javascripts, CSS, textes et images). Il faut donc parvenir à un rapport équilibré entre présentation et poids.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 3.1 : Remplacer les éléments non textuels par des styles CSS ➤ 3.2 : Créer des pages valides ➤ 3.3 : Privilégier l'utilisation des feuilles de styles par rapport au balisage pour la présentation ➤ 6.1 : Maintenir la lisibilité et la compréhension des contenus lorsque les

1.4.3.3. Cadres (frames)

L'un des principes du Web est que chaque page est représentée par une URL unique. Dans le cas de pages contenant des **cadres** (frames), cette règle est brisée rendant la compréhension de la structure du site plus complexe. De plus, les cadres rendent difficile l'indexation des pages par les moteurs de recherche, complexifient l'impression des documents, perturbent l'enregistrement des signets, etc.

Recommandé L'utilisation de cadres (frames) est proscrite.

1.4.4. Technologies

Les technologies comme Ajax, Flash, Flex et Java permettent de développer des sites particulièrement dynamiques et participent à l'expérience utilisateur. Cependant, certains inconvénients plaident pour une utilisation parcimonieuse de ces technologies.

- Certains éléments programmés dans ce type de technologies peuvent se révéler particulièrement lourds à charger pour les utilisateurs.
- L'ergonomie spécifique des animations peut troubler certains utilisateurs et les empêcher d'atteindre facilement et rapidement le contenu recherché.
- La plupart de ces technologies ont recours à un plug-in (voir à ce sujet le chapitre 1.4.5 – Recours aux plug-ins), sauf AJAX qui repose sur JavaScript.
- Ces technologies peuvent poser des difficultés d'accessibilité.

Recommandé Un site ne doit pas être entièrement construit sur une technologie telle que Flash, Flex, Ajax.

Utile Il est conseillé de limiter l'usage de ces technologies à des animations ludiques, expériences interactives événementielles, etc. Les contenus critiques d'un site ne doivent pas dépendre de ce type de technologies.

Utile Il est conseillé de doser justement l'utilisation de ces technologies et les mettre en valeur afin d'en valoriser l'impact visuel (des animations Flash trop voyantes risquent de noyer l'utilisateur dans un univers trop différent de celui auquel il est habitué). De plus, la mise en valeur d'une animation dans une page a plus d'impact qu'une page complètement animée.

Afin de ne pas bloquer l'internaute dans sa progression **il est nécessaire de ne pas placer de « code obstrusif » dans les pages**. Cela signifie que les morceaux de code en **JavaScript** ou de type **Applet** ne doivent pas être indispensables à la navigation ou à la bonne compréhension du contenu, de manière à ne pas pénaliser les utilisateurs n'ayant pas d'interpréteur JavaScript. La population d'internautes ayant désactivé l'exécution de JavaScript est estimée de 6 à 8%.

Recommandé L'utilisation du JavaScript, en particulier dans les éléments de navigation doit respecter les critères d'accessibilité : l'utilisateur ayant désactivé le JavaScript doit pouvoir accéder aux éléments de navigation.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 6.2 : Mettre à jour les alternatives aux contenus dynamiques ➤ 6.3 : Proposer une alternative au code javascript et aux éléments programmables ➤ 6.4 : Assurer l'indépendance du périphérique d'accès aux fonctions javascript ➤ 6.5 : Assurer l'accessibilité des contenus dynamiques ➤ 8.1 : Rendre accessibles les éléments programmables ➤ 9.2 : Assurer l'indépendance d'accès aux interfaces spécifiques par les périphériques ➤ 9.3 : Assurer l'indépendance d'accès aux gestionnaires d'évènements par les périphériques ➤ 11.4 : En dernier recours, fournir une version alternative accessible.
RGI	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 5.2 – Volet technique : Technologies pour construire les IHM Web

1.4.5. Recours aux plug-ins, scripts et applets

Le recours aux plug-ins peut poser des problèmes d'accessibilité et de compatibilité (absence éventuelle du plug-in sur le système de l'utilisateur, temps du téléchargement des données associées et du plug-in le cas échéant).

Ci-dessous une liste des plug-ins courants :

- **Acrobat Reader** (Adobe) : permet de visionner et d'imprimer les documents PDF (Adobe Portable Document Format).
- **Flash Player** (Adobe) : permet de visionner des animations vectorielles interactives et des vidéos parmi la plupart des systèmes d'opération majeurs, navigateurs, téléphones mobiles et autres outils. Le tableau ci-dessous résume les versions de Flash déployées en Europe (source Adobe.com – mars 2008).

- **Java** (Sun) : permet de mettre en place des applications dites "applets" écrites dans le langage de programmation Java.
- **QuickTime** (Apple) : permet de visionner des vidéos, des trames sonores, des images virtuelles, et autres fichiers graphiques. L'usage de ce plug-in tend à diminuer.
- **Windows Media Player** (Microsoft) : permet de jouer des fichiers vidéo et audio sur Internet en temps réel.
- **RealPlayer** (Real Networks) : permet de jouer des fichiers RealVideo et RealAudio sur Internet en temps réel. L'usage de ce plug-in temps à diminuer.

Recommandé Il ne faut faire appel aux plug-ins que dans les cas où ils apportent une réelle valeur ajoutée.

Recommandé Dans le cas où le recours à un plug-in s'avère indispensable, il faut fournir une information claire des procédures à suivre pour le télécharger et l'installer. Par exemple : « si vous ne disposez pas de Acrobat Reader pour la lecture des fichiers de format PDF, vous pouvez le télécharger, en cliquant sur l'icône... ».

Utile Il est conseillé de ne pas avoir recours aux versions majeures de plug-ins moins d'un an après leur sortie.

Que disent les référentiels généraux ?

RGI ➤ 5.2 – Volet technique : Technologies pour construire les IHM Web

1.5. SITES ACCESSIBLES APRES AUTHENTIFICATION

Certains sites restreignent l'accès à tout ou partie du contenu via un système d'authentification. Cela peut être le cas notamment pour des services en ligne nécessitant une authentification préalable ou pour l'accès à des fonctionnalités et des informations correspondant au profil de l'utilisateur.

L'accès à ces sites est alors conditionné par une page d'authentification (identifiant, mot de passe) qui garantira l'accès aux services proposés aux seules personnes autorisées et permettra d'identifier le niveau de droits de l'utilisateur.

1.5.1. Principe de continuité du mode visiteur au mode authentifié

Certains sites offrant des services nécessitant une authentification proposeront également un accès en mode visiteur. Dans ce cas, il doit y avoir une continuité entre le site « visiteur » (non authentifié) et le site « authentifié », tant dans les aspects graphiques et ergonomiques que les services proposés.

Recommandé Lorsqu'un site offre des services en mode visiteur et des services supplémentaires en mode authentifié, il ne peut y avoir de régression fonctionnelle lors du passage du mode visiteur au mode identifié. L'utilisateur authentifié dispose *a minima* des services accessibles en mode visiteur, en plus des services accessibles en mode authentifié.

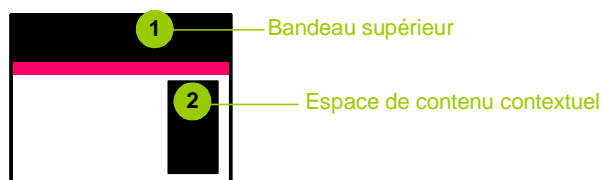
Recommandé Lorsqu'un site offre des services en mode visiteur et des services supplémentaires en mode authentifié, les systèmes de navigation, la présentation du contenu et les aspects graphiques doivent être conservés d'un mode à l'autre.

Utile En mode visiteur, l'utilisateur doit être clairement informé des services accessibles en mode authentifié. La mise en valeur de ces services peut se faire via plusieurs moyens :

- réservation d'une rubrique spécifique proposant l'ensemble des services restreints ;
- utilisation d'un visuel distinctif pour l'accès aux services restreints ;
- une incitation à cliquer sur le bloc d'authentification pour accéder aux services restreints.

1.5.2. Authentification

Utile Le bloc d'authentification présente un champ identifiant, un champ mot de passe et un bouton de validation bien mis en valeur. Deux endroits sont conseillés pour le positionnement du bloc : le bandeau supérieur ou l'espace de contenu contextuel.



Utile La page d'authentification inclut idéalement un lien « mot de passe oublié » ainsi qu'un lien invitant l'utilisateur à créer son propre compte s'il ne possède pas encore de compte.

Recommandé Si le site est partenaire de mon-service-public.fr, le bloc d'authentification mon-service-public.fr est positionné en-dessous du module d'authentification propre au site partenaire.



Que disent les référentiels généraux ?

RGI	<ul style="list-style-type: none">➤ 2 – Volet organisationnel : Gestion des identités et des d'accès aux téléservices➤ 3 – Volet organisationnel : Gestion des Identités des Usagers➤ 4 – Volet organisationnel : Gestion des Accès aux téléservices
------------	--

1.5.3. Déconnexion

Recommandé La fermeture du navigateur par l'utilisateur génère la fermeture de session.

Recommandé En cas d'inactivité prolongée, la session utilisateur est automatiquement fermée au-delà d'un certain temps déterminé en fonction du niveau de sécurité requis par le service.

Utile En cas de déconnexion automatique, il peut être utile de prévenir l'utilisateur de la fermeture imminente de la session et lui permettre de prolonger cette session (dans ce cas, le système d'alerte ne doit pas être intrusif). Après un délai d'affichage de 10 secondes environ, en l'absence de réponse, la déconnexion est automatique.

Dans ce cas, il faut afficher la page d'authentification avec une mention prévenant l'utilisateur que sa session a expiré. Si l'utilisateur s'authentifie à nouveau, il accède idéalement à la dernière page consultée si celle-ci est toujours disponible.

Utile Lorsque l'utilisateur navigue en mode connecté, il est conseillé de lui fournir sur toutes les pages du site la possibilité d'interrompre sa session via un bouton « déconnexion » ou « quitter » bien mis en valeur.

Un clic sur ce lien ferme la session de l'utilisateur et affiche la page de connexion avec les champs d'authentification vides. Cela permet une nouvelle authentification du même utilisateur ou d'un autre.

Recommandé Si le site est partenaire de mon.service-public.fr, un bouton de déconnexion globale de mon.service-public.fr et des sites partenaires doit être inséré dans la barre de navigation.

Bouton de connexion / déconnexion mon.service-public.fr



Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 10.1 : Signaler l'ouverture de nouvelles fenêtres

1.5.4. Gestion des informations personnelles

Recommandé Si la création de compte nécessite le renseignement de données à caractère personnel, l'utilisateur doit avoir connaissance du traitement réservé à ces données (confidentialité, droits d'accès aux données, conservation des données).

Ces informations apparaissent dans les conditions générales d'utilisation du service et les mentions légales et sont accessibles depuis le formulaire de création de compte.

Utile Si le site est partenaire de mon.service-public.fr, le formulaire de création de compte doit proposer de créer une liaison entre le compte partenaire nouvellement créé et le compte mon.service-public.fr conformément au kit d'intégration mon.service-public.fr à destination des partenaires.

Bouton de création de liaison avec mon.service-public.fr



Utile En cas de gestion d'informations personnelles, il est conseillé de proposer un accès à ces informations. L'utilisateur a un accès en écriture aux champs susceptibles d'être modifiés (adresse, courriel, etc.) sauf lorsque le changement de ces informations fait l'objet d'une procédure particulière.

Que disent les référentiels généraux ?

RGI

➤ 7 – Volet organisationnel : Protection des données personnelles

1.6. REFERENCEMENT MUTUEL DES SITES PUBLICS

1.6.1. Cas de service-public.fr

Recommandé Conformément à la circulaire du 7 octobre 1999 relative aux sites Internet des services et des établissements publics de l'Etat, les responsables des sites Internet publics veillent à ce que des liens soient établis vers le portail de l'administration française service-public.fr et vers le site juridique Legifrance.gouv.fr qui met à la disposition du public les textes législatifs et réglementaires essentiels.

1.6.2. Cas de mon-service-public.fr

Recommandé Lorsqu'un utilisateur s'authentifie sur un site partenaire de mon.service-public.fr, une référence au bandeau mon-service-public.fr apparaît tout au long de son parcours de navigation. Ce référencement se fait par l'intermédiaire des bandeaux fournis dans le kit graphique et ergonomique mon-service-public.fr établi par la Direction générale de la modernisation de l'Etat (DGME).

Exemples de bandeaux mon.service-public.fr fournis dans le kit d'intégration :



1.7. STAT@GOUV

Stat@gouv est un baromètre d'audience des sites gouvernementaux qui utilise la technologie des marqueurs de bas de page. Ce service mis à disposition par le Service d'information du Gouvernement permet à un niveau global de :

- mesurer la volumétrie et les performances de l'ensemble des sites gouvernementaux ;
- identifier le cheminement des internautes à travers les différents sites gouvernementaux ;
- comparer les résultats des différents sites et rubriques, dans un objectif d'optimisation et de répartition du trafic en fonction de la saisonnalité.

Au niveau de chaque site, Stat@gouv permet de :

- mesurer l'efficacité des choix éditoriaux et ergonomiques (place de rubrique, dossiers en une, etc.) ;
- mieux comprendre et connaître le comportement des internautes à l'intérieur du site (sources d'accès, cheminement, pages de sortie) ;
- identifier les éventuels problèmes liés à l'accès aux pages (erreurs 404, formulaires) ;
- communiquer sur les performances du site et les résultats des campagnes de communication.

Recommandé L'intégration de marqueurs de mesure d'audience XiTi dans les pages est recommandée pour les sites gouvernementaux.



Pour ce faire, il faut dans un premier temps demander une ouverture de compte au SIG en précisant l'intitulé du site, le nom de domaine et l'adresse électronique de la personne qui sera administrateur du compte. Chaque émetteur de site a la charge d'administrer son compte Xiti, de marquer le site et d'analyser l'audience. Le SIG met à disposition un [guide de marquage XiTi](#) et un [guide d'utilisation XiTi](#) sur Intercom.

Des formations peuvent être organisées avec le prestataire du SIG (coordination et prise en charge par le SIG).

Contact SIG - Département Rédaction & Multimédia

Etienne Godfroy - 01 42 75 78 02

Utile



Les responsables de site peuvent créer autant d'identifiants de rubrique « S2 » que souhaité. Il est conseillé de suivre l'architecture du site pour la création des « S2 », afin d'identifier très facilement à quelle partie du site correspondent les statistiques (exemple : un site comporte 3 rubriques, l'*accueil*, une partie *actualité* et une partie *le ministère*).

Le plan de marquage serait le suivant :

- **S2=accueil** (regroupant les différentes versions éventuelles de la page d'accueil en français : IE, Firefox, txt, etc.) ;

- **S2=actualite** (si une telle rubrique existe) ;
- **S2=ministere;**
- **S2=secretariat_etat;** etc. (regroupant les pages relatives à la présentation du ministère : services, missions, organigramme, infos pratiques, offres d'emploi, etc.) ;
- **S2=page 404** (création de page 404 propre sur un S2 spécifique pour analyser les flux) ;
- **S2=info site** (pour mettre des éléments, comme le plan du site, les mentions légales ou les contacts, qui sont indépendants de l'architecture principale).

Exemple de tableau de bord général Stat@gouv :



1.8. ARCHIVAGE

L'archivage d'un site Web gouvernemental, visant à préserver la mémoire du Web, peut intervenir pour plusieurs raisons :

- en cas de refonte ou de nouvelle version d'un site : il convient de proposer aux internautes un accès à l'ancienne version du site ;
- en cas de changement de gouvernement ou de ministre.

Préparation d'un emplacement d'archivage

- Préparation de l'URL : la version archivée du site devrait être placée sur un sous-domaine différent de celui du site actif. On utilisera l'adresse `www.site.gouv.fr` pour le site Web et l'adresse `archives.site.gouv.fr` pour les archives (notez l'absence de `www`).
- Identifiant visuel : afin d'être facilement identifiable, le site archivé doit arborer un élément graphique indiquant clairement à l'internaute qu'il n'est plus sur le site actualisé. L'ajout d'un "tampon archives" dans le graphisme d'en-tête du site est un des éléments les plus couramment utilisés pour signifier cette démarcation.
- Sélection des pages archivables : afin de préparer la tâche du webmestre qui se chargera de l'archivage, il est recommandé à l'équipe éditoriale du site de sélectionner les rubriques, dossiers ou pages qui doivent être ciblés par la procédure d'archivage. Cela peut se faire en plaçant le statut "archivé" sur les articles concernés si l'interface d'administration le permet, ou bien en sélectionnant manuellement les pages susceptibles d'être archivées, en fonction des objectifs éditoriaux.

L'archivage en pratique

Il existe divers logiciels libres destinés à l'archivage d'un site. Le but pour le webmestre est d'utiliser ces logiciels dans leur mode de fonctionnement "aspirateur" afin de créer un miroir du site.

Le logiciel se chargera de surfer sur le site et sur toutes ses sous-pages afin de les enregistrer au format HTML brut. À noter que les pages uniquement accessibles par formulaire et destinées à l'archivage peuvent échapper à cette opération.

Une fois l'archivage terminé, le webmestre possède donc une série de fichiers à l'image du site web. Il suffira de placer ces fichiers dans l'espace prévu pour accueillir les archives et de lier cet espace à partir de la page d'accueil afin que les internautes puissent y avoir accès. Il est recommandé de conserver un accès à ces fichiers en cas de modifications ultérieures.

Le déréférencement du site archivé

Le site d'archive ne doit pas entrer en concurrence avec le site actif. Seule la page d'accueil du site d'archive doit rester indexable par les moteurs de recherche. En revanche, toutes les pages du site archivé doivent être désindexées.

2. REGLES SUR LES OBJETS

Cette deuxième partie s'attache à définir les règles d'ergonomie sur les objets couramment présents sur les sites Internet : liens hypertextes, fichiers en téléchargement, formulaires, boutons d'action, tableaux, images, objets multimédias, etc. Les règles d'ergonomie énoncées dans cette partie portent sur la forme et non pas sur le fond : les objets présentés sont ainsi abordés en tant que « réceptacles » (contenant) mais le contenu susceptible d'être accueilli par ces objets n'est pas traité.

2.1. LIENS HYPERTEXTES

2.1.1. Utilisation des liens

Un lien hypertexte est un moyen de navigation, généralement entre deux pages s'ouvrant dans une même fenêtre ou déclenchant l'ouverture d'une autre fenêtre. On distingue généralement les types de liens suivants :

- les liens internes qui conduisent vers d'autres pages du site (navigation contextuelle) ;
- les liens externes qui s'ouvrent dans une nouvelle fenêtre de navigateur ;
- les liens de téléchargement qui permettent de lancer des documents non HTML ;
- les ancres qui renvoient à une rubrique spécifique d'une même page HTML ;
- les liens s'apparentant à un bouton d'action.

Utile Il faut éviter le plus possible les liens vers des pages vides, incomplètes ou « en construction ». Dans ce cas, privilégier une explication succincte du service qui sera fourni. De même, un message spécifique renseigne l'utilisateur lorsque le site est en maintenance.

De même, il faut veiller à ne jamais acheminer l'utilisateur vers une page dénuée de liens, ce qui aurait pour effet de « casser » le parcours de l'utilisateur.

Dans le cas d'une page inexistante (erreur URL, page supprimée, lien brisé, etc.), un message spécifique indique à l'utilisateur l'absence de la ressource et propose un lien vers une page spécifique permettant de se réorienter dans le site.

Utile Dans le cas des pages spécifiquement dédiées aux appareils mobiles, il est conseillé de limiter le nombre de liens par page à 10 et de les numéroter dans une liste à puces ordonnée associée aux touches 0 à 9 de l'appareil (*accesskeys*). Les liens sont alors classés par ordre décroissant en fonction de leur popularité.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 7.5 : Ne pas placer de redirections automatiques à partir des pages

2.1.2. Présentation des liens

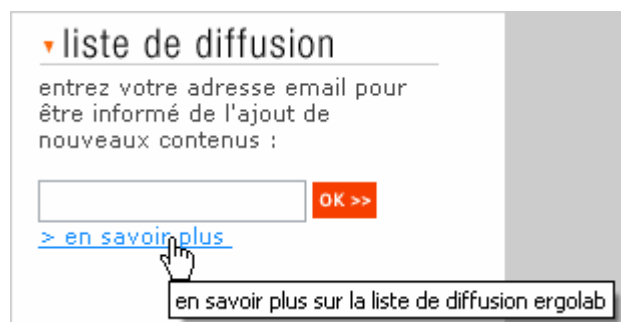
Recommandé Un lien hypertexte, lorsqu'il est composé de texte simple (c'est-à-dire non inclus dans un composant JavaScript ou un bouton) doit pouvoir être distingué par l'utilisateur du texte normal.

Recommandé La présentation retenue pour les liens hypertextes doit être systématiquement homogène sur tout le site afin d'ancrer chez l'utilisateur une équivalence entre la structure d'un objet et sa fonction.

Cette remarque vaut particulièrement lorsque plusieurs styles de liens sont définis en fonction de la nature du lien (interne, externe, téléchargement, etc.).

Recommandé Au passage du pointeur sur un lien explicite, le curseur prend la forme d'une main afin de bien signifier qu'il est cliquable. L'adresse de destination (URL) du lien apparaît en bas à gauche du navigateur.

Recommandé La balise TITLE du lien doit être systématiquement renseignée. Ce commentaire doit fournir des informations plus détaillées à l'utilisateur sans l'obliger à cliquer sur le lien. Ces informations apparaissent sous forme d'info-bulles au passage de la souris sur le lien. Il n'y a pas de limite précise sur la longueur des textes dans les info-bulles mais l'usage recommande de ne pas dépasser 80 caractères.



Recommandé Le lien doit être limité à un mot ou un groupe de mots pertinents. Il ne faut pas utiliser une phrase entière comme lien car cela rend la lecture difficile.

Recommandé L'ouverture de liens externes (i.e. renvoyant vers un autre site) doit se faire dans une nouvelle fenêtre ou onglet du navigateur.

Utile Le soulignement est identifié comme le principal signalement du lien (avant passage de la souris). Le texte normal ne doit pas être souligné car les utilisateurs seraient tentés de cliquer sur ce texte. D'une manière générale, il ne faut pas suggérer qu'un élément est cliquable s'il ne l'est pas.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA	<ul style="list-style-type: none">➤ 1.2 : Doubler les zones cliquables côté serveur➤ 10.5 : Séparer visuellement les liens adjacents de manière explicite➤ 13.1 : Identifier la destination des liens➤ 13.6 : Regrouper les liens par type de fonction
-------------	---

2.1.3. Signification des liens

Recommandé Un lien doit être explicite dans son contexte : l'utilisateur doit savoir s'il renvoie vers une autre page, s'il ouvre un document bureautique ou s'il correspond à une adresse électronique.

Recommandé Un même lien doit adopter un comportement constant sur l'ensemble du site.

Recommandé Les intitulés des liens doivent être clairs, concis (un maximum de 80 caractères est conseillé), compréhensibles et refléter le contenu des pages sur lesquelles ils pointent. On doit s'assurer qu'ils ne comportent pas de termes qui risquent de ne pas être compris par la population visée.

Recommandé Les boutons d'action et les liens doivent être représentés de manière distincte. Pour l'utilisateur un lien déclenche une navigation tandis qu'un bouton correspond à un traitement.

Exemple de lien :

[Accès à la procédure](#)

Exemple de bouton d'action :



Utile Dans le cas d'un lien interne, le libellé du lien est idéalement le même que le titre de l'écran cible.

2.1.4. Liens de type « ancre »

Utile Lorsque le contenu de la page est long (article, formulaire), il est possible d'avoir recours à des ancres afin de faciliter la navigation en donnant des accès directs aux rubriques de la page.

Les ancres sont placées en haut de la page sous forme de sommaire et renvoient aux différentes rubriques de la page. Il est également conseillé de l'afficher en bas de page lorsque la longueur du contenu est importante.

Utile

En cas de recours aux ancres, des fonctions de type « accordéon » (plier – déplier) permettent de limiter l'utilisation de l'ascenseur.

Exemple de texte en version « pliée » (à gauche) et « dépliée » (à droite) :

Un projet de grande ampleur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Historique du projet ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Etat d'avancement du projet ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Un projet de grande ampleur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

Historique du projet ▶

Etat d'avancement du projet ▶

2.2. FICHIERS EN TELECHARGEMENT

2.2.1. Téléchargement descendant (download)

Le téléchargement descendant de fichiers correspond à la mise à disposition de fichiers par l'émetteur sur une page du site. L'utilisateur peut alors ouvrir le fichier ou l'enregistrer localement sur son disque dur.

Recommandé Il faut indiquer le nom du fichier, le type de format et la taille du document correspondant à la page. L'utilisateur ne doit pas être « surpris » par l'ouverture d'un document bureautique ou par un lecteur multimédia.

Recommandé Un texte d'explication dans la balise TITLE du lien de téléchargement doit renseigner l'utilisateur sur l'ouverture du lien dans une nouvelle fenêtre (ou onglet) ou dans la fenêtre courante.

Utile Il est conseillé d'ouvrir les fichiers en téléchargement dans une nouvelle fenêtre ou

un nouvel onglet afin d'éviter les conflits de navigation susceptibles de survenir entre le système de navigation du site et un éventuel plug-in.

Utile Un pictogramme associé à chaque type de document permet de faciliter l'identification des types de documents. Il faut veiller à utiliser des pictogrammes libres de droit.

Exemple de pictogramme permettant d'identifier le type du document :

Téléchargez le rapport de présentation :

 Rapport_2008.pdf (PDF, 530 Ko)

Utile L'affichage d'un temps de téléchargement estimé en fonction de la nature de la connexion Internet (modem 56K, ADSL, ADSL+, réseaux câblés, fibre optique, etc.) renseigne l'utilisateur sur l'optimisation de son temps de navigation.

Il faut veiller à ne pas mettre en téléchargement des fichiers trop volumineux (10 Mo semble constituer une limite à ne pas dépasser) sous peine d'entraîner une rupture d'égalité d'accès à l'information entre les usagers.

Recommandé Les formats de fichiers proposés en téléchargement doivent être conformes aux préconisations du volet technique du RGI.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none">➤ 10.1 : Signaler l'ouverture de nouvelles fenêtres➤ 13.3 : Permettre aux utilisateurs de recevoir des documents conformes à leurs préférences
RGI	<ul style="list-style-type: none">➤ Volet technique – chapitre 3 : Interopérabilité des formats de données ;➤ Volet technique – chapitre 4 : Interopérabilité des formats de documents.

2.2.2. Téléchargement montant (upload)

Le téléchargement montant de fichiers consiste pour l'utilisateur à envoyer un document stocké sur son disque dur vers le site de l'émetteur. Cette démarche s'apparente à l'attachement d'une pièce-jointe dans un courriel.

Recommandé En cas de proposition d'une fonctionnalité de téléchargement montant (upload), il doit être fait mention de la liste des formats acceptés et la taille limite acceptée.

Les formats de fichiers proposés en téléchargement doivent être conformes aux préconisations du volet technique du RGI.

- Recommandé** Il faut signaler à l'utilisateur le succès ou non du téléchargement par un message explicite.
- Utile** Il est conseillé de mentionner l'éventuelle possibilité de compresser un fichier trop volumineux et d'indiquer dans ce cas les formats acceptés.
- Utile** Lors du téléchargement montant, il est conseillé de faire un test sur la taille du fichier avant le début du téléchargement et d'empêcher immédiatement le téléchargement si le fichier dépasse la taille limite autorisée. Ceci constitue un gain de temps précieux pour l'utilisateur.
- Ce principe s'applique également au format de fichier (format accepté ou non).
- Utile** Il est conseillé de ne pas bloquer la navigation de l'utilisateur pendant le temps de téléchargement du fichier. Selon les situations, il faut :
- proposer le téléchargement dans une fenêtre spécifique, afin que l'utilisateur puisse poursuivre sa navigation pendant le temps de téléchargement ;
 - autoriser la poursuite de la navigation dans la page pendant le temps de téléchargement dans le cas des pages de type formulaires (sous réserve de faisabilité technique).

Que disent les référentiels généraux ?

- RGI**
- Volet technique – chapitre 3 : Interopérabilité des formats de données ;
 - Volet technique – chapitre 4 : Interopérabilité des formats de documents.

2.3. FORMULAIRES

Dans un site Internet, les formulaires désignent les objets permettant de recueillir des informations de la part des utilisateurs. Un champ de moteur de recherche constitue à ce titre un « formulaire ». Ce chapitre traite plus spécifiquement des formulaires complexes, permettant de recueillir les informations nécessaires à la réalisation d'une véritable démarche en ligne, éventuellement structurée en plusieurs étapes (chaque étape étant matérialisée par un ou plusieurs formulaires).

2.3.1. Présentation et structuration des formulaires

La structuration des formulaires est essentielle, tant sur le fond que sur la forme, pour le bon renseignement des champs de saisie par l'utilisateur. L'objectif est de faire en sorte que l'utilisateur remplisse le formulaire le plus vite possible avec le moins d'erreurs possibles.

- Recommandé** Au sein d'une même page de formulaire, il faut regrouper les champs en fonction de leur nature sémantique en blocs distincts, portant un titre explicite.
- Recommandé** Afin de rester lisibles, les formulaires doivent être présentés dans une seule colonne (un champ de saisie par ligne).
- Recommandé** La signalétique employée dans le formulaire doit figurer en début de page (par exemple, le code adopté pour les champs obligatoires).
- Recommandé** Les champs de saisie sont alignés à gauche et les informations de guidage sont situées à droite des champs de saisie. Pour les boîtes de liste et les boutons radio, les libellés sont placés à droite des cases.

Exemple de présentation des champs de formulaire

Vos coordonnées

Le symbole * indique les champs obligatoires

Le document doit être envoyé: En France OU A l'étranger ?

Indiquez l'adresse:

Numéro* : ex: 103

Rue, Boulevard, Avenue...* : ex: Rue Brune

Code postal (5 caractères)* : ex: 75016 pour Paris 16e

- Recommandé** Les actions de validation, annulation, passage à l'étape suivante, etc. liées à la saisie du (des) formulaire(s) doivent être signalées par des boutons d'action situés en bas du formulaire (voir à ce sujet le chapitre 2.4.3 - Les boutons d'action dans un formulaire en ligne).

- Utile** Si le formulaire est long (au-delà de trois fois la hauteur de l'écran), il convient de scinder le formulaire en plusieurs pages (formulaire multipages).

Idéalement, le bouton de validation d'un formulaire doit idéalement être visible sans avoir recours à l'ascenseur vertical sur un écran en résolution 1024x768. De même, le formulaire et les aides contextuelles ne doivent pas nécessiter le recours à l'ascenseur horizontal en 800x600.

En cas de formulaire multipages, il est important de fournir des éléments de guidage pour assister la navigation de l'utilisateur, qu'il s'agisse d'une navigation guidée ou semi-guidée. Voir à ce sujet le chapitre 1.2.4 - Cas particulier de la navigation guidée.

Exemple de champ avec complètement automatique (auto-complétion)

PAYS :

F
Fidji
Finlande
France

Utile Il est conseillé de fournir une aide contextuelle (info-bulle, icône spécifique, etc.) pour la saisie des champs pouvant présenter une difficulté d'interprétation. Celles-ci visent à créer un climat d'accompagnement pour faciliter la tâche de l'utilisateur, par de brèves informations incitatives ou pédagogiques (voir à ce sujet le chapitre 3.4.2 - Aides contextuelles).

Que disent les référentiels généraux ?

- | | |
|-------------|--|
| RGAA | ➤ 9.4 : Proposer un ordre logique de parcours au clavier |
| | ➤ 9.5 : Proposer des raccourcis clavier |

2.3.3. Gestion des erreurs de saisie

La bonne gestion des erreurs est primordiale pour garantir une saisie optimale des données de formulaires. Une bonne gestion commence par une prévention efficace : il faut mettre en œuvre des moyens pour éviter d'induire l'utilisateur en erreur.

- Recommandé** Les champs obligatoires sont signalés par un astérisque rouge (*).
- Recommandé** Dans le cas d'un formulaire multipages, il faut effectuer la vérification de l'intégrité des données à chaque validation de page.
- Recommandé** En cas d'erreur lors de la validation d'un formulaire, les erreurs doivent être listées en début de page. De plus, chaque champ erroné ou incomplet doit être signalé par un pictogramme et un changement de couleur dans le formulaire (et non pas dans une deuxième fenêtre, boîte de dialogue ou autre).
- Recommandé** En cas d'erreur lors de la validation d'un formulaire, seules les données erronées sont à ressaisir (et indiquées à l'utilisateur), le reste du formulaire devant rester inchangé.
- Recommandé** Dans le cas de saisies partielles ou erronées, le formulaire doit être réaffiché, sans perte des champs précédemment renseignés.
- Utile** Le texte des messages d'erreur doit être précis et proposer une solution plutôt que de se limiter au constat de l'anomalie.
- Utile** Il est conseillé d'effectuer les vérifications à deux niveaux :

- côté client (au minimum pour les champs obligatoires), de sorte qu'un message d'erreur s'affiche à côté du champ erroné lors du passage d'un champ à l'autre ;
- côté serveur à la validation du formulaire, sur l'ensemble des champs.

Le contrôle côté client doit être effectué par un script avant envoi des informations au serveur. Ce type de contrôle à la volée permet de conserver le formulaire de saisie dans le navigateur en limitant le nombre d'allers-retours entre le client et le serveur. Il faut dans ce cas prévoir une alternative pour les clients n'interprétant pas les scripts.

Utile Le système doit prévoir la gestion de l'envoi du formulaire en double : certains utilisateurs peuvent cliquer plusieurs fois consécutivement sur le bouton de validation du formulaire en cas de temps de réponse long.

Utile Lorsqu'il existe des contraintes sur la saisie des champs (par exemple un nombre de caractères maximum, un format de date), il faut indiquer ces contraintes à l'utilisateur afin de limiter le risque d'erreur de saisie.

2.3.4. Types de champs de saisie et sélection

La bonne saisie des informations dépend du choix des types de champs de saisie. Bien choisir les éléments d'interface pour chaque fonction de saisie participe donc à l'ergonomie des formulaires. Chaque format de champ doit ainsi être adapté à la saisie attendue.

Recommandé La nature et la taille des champs de saisie doit être adaptée à la nature des informations attendues.

2.3.4.1. Champs libres

La boîte de saisie de champ libre est utilisée pour saisir du texte de longueur limitée, sur une seule ligne. Il est possible de limiter le nombre de caractères à saisir, et le nombre de caractères visibles en même temps. C'est le champ de saisie de texte le plus utilisé car il répond à la majorité des besoins.

Recommandé Le champ de saisie doit être dimensionné selon le nombre de caractères attendu.

Il faut éviter les champs trop petits qui obligerait l'utilisateur à accomplir une action du clavier ou de la souris pour visualiser l'ensemble des données saisies.

Utile Pour la saisie de textes longs (sur plusieurs lignes), il est conseillé d'avoir recours à la boîte de saisie multi-lignes. Dans ce cas, la taille de la zone doit être adaptée à une bonne visibilité (par exemple les 2/3 de la zone communément saisie doivent apparaître sans avoir recours à l'ascenseur).

Exemple de champ de saisie simple :

* Localité

Exemple de boîte de saisie multi-lignes :

Commentaire :

2.3.4.2. Boîte de listes

Si les valeurs possibles pour un champ sont connues (une liste de codes référencés, par exemple), utiliser une boîte de liste ou une liste déroulante au lieu d'un champ de saisie texte libre.

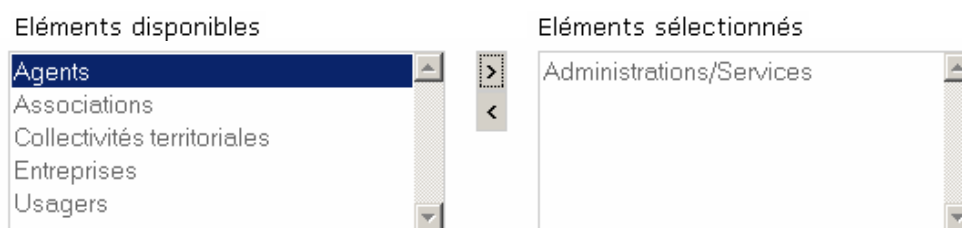
Dans une boîte de liste, les éléments de la liste sont affichés en permanence, en déroulé dans la boîte de liste. L'utilisateur peut sélectionner dans la liste un ou plusieurs éléments.

Recommandé Le nombre de lignes à afficher est de 7 (plus ou moins 2).

Recommandé Le nombre d'éléments contenus dans la liste ne doit pas dépasser 100 (50 est une borne plus réaliste). Au delà de 100 éléments, concevoir une page de recherche intermédiaire.

Utile L'ordre de présentation des items dépend du nombre d'éléments présentés : si la liste contient peu d'éléments (jusqu'à 5 éléments), il est possible de les classer par ordre de fréquence de sélection. Au-delà, il est conseillé d'adopter un ordre « logique » (ordre alphabétique par exemple).

Exemple de boîte de liste à sélection multiple



D'autres modèles de boîtes de liste existent, notamment le modèle permettant de sélectionner plusieurs items en maintenant les touches CTRL et SHIFT appuyées. Ce modèle est déconseillé car trop compliqué pour les utilisateurs.

2.3.4.3. Listes déroulantes

Egalement appelée « menu déroulant », elle se comporte exactement comme une boîte de liste, hormis le fait qu'un seul élément de la liste est visible par défaut. Pour afficher les autres éléments, l'utilisateur doit cliquer dans cet élément d'interface. Ce type de contrôle est utile pour économiser de la place dans la page. Il ne permet de sélectionner qu'un seul élément à la fois.

Recommandé Dans un questionnaire, afin d'inciter l'utilisateur à saisir le champ, un item défaut est proposé ou une incitation à la saisie (« choisir *item* », par exemple).

Cette règle ne prévaut pas dans le cas d'un formulaire de moteur de recherche par exemple.

Recommandé Le nombre d'éléments affichés dans une liste déroulante est limité à 50 maximum. Au-delà, il faut scinder l'information en étapes supplémentaires (pages ou fenêtre d'assistants) ou en plusieurs listes.

Exemple de liste déroulante



2.3.4.4. Boutons radio

Les boutons radio sont utilisés pour inciter l'internaute à sélectionner un seul élément parmi plusieurs.

Recommandé Le nombre d'éléments dans un regroupement de boutons radio est de 12 maximum.

- Recommandé** Les libellés des boutons radio sont placés à droite des cases.
- Utile** L'utilisation des boutons radio est conseillée pour les choix exclusifs (par exemple « Oui – Non ») et permet d'insister sur le caractère binaire de l'information demandée.
- Utile** Il est possible de sélectionner par défaut un des éléments proposés par les boutons radio.

Cette possibilité permet de réduire le nombre d'actions de l'utilisateur, mais elle contraint l'utilisateur à choisir obligatoirement un des éléments. Elle est donc à réserver pour les cas où le renseignement du champ est obligatoire. Dans ce cas, le bouton radio sélectionné par défaut doit correspondre à l'option supposément la plus appropriée en fonction du contexte.

Si le champ n'est pas obligatoire, les boutons radio doivent être laissés décochés.

Exemple de boutons radio

Le document
doit être envoyé: En France OU A l'étranger

2.3.4.5. Cases à cocher

Les cases à cocher servent pour des choix multiples, non exclusifs les uns des autres. Comme pour les boutons radio, ce champ sélection présente l'avantage de rendre toutes les options visibles sans nécessiter d'action de la part de l'utilisateur (contrairement à une liste déroulante par exemple). En contrepartie, ce type de champs occupe une place importante à l'écran et peut compliquer la lecture du formulaire.

La case à cocher est aussi employée pour des choix binaires (activation ou désactivation d'une option, confirmation d'un choix, etc.).

- Utile** Le nombre d'éléments dans un regroupement de cases à cocher est de 12 maximum.
- Recommandé** Les libellés des cases à cocher sont placés à droite des cases.

Exemples de cases à cocher

Quel sport pratiquez-vous ? Cyclisme
 Equitation
 Escrime

J'accepte les conditions générales d'utilisation du service.

2.3.5. Cas particulier des formulaires CERFA

Recommandé Tous les formulaires CERFA sont accessibles sur service-public.fr (qui les référence mais ne les héberge pas).

Ils sont hébergés sur un seul site à la fois, à savoir :

- soit sur le site de l'organisme émetteur ;
- soit sur le serveur de formulaire de la DGME.

Les autres sites publics peuvent y donner accès en faisant des liens fins vers le site hébergeur du formulaire (ou un lien global vers service-public.fr).

Recommandé Les administrations locales ne doivent pas héberger et diffuser leurs propres versions de formulaires lorsqu'il en existe une version nationale homologuée référencée sur service-public.fr.

Avant la publication d'un arrêté au Journal Officiel impliquant la création ou la modification d'un formulaire, l'administration émettrice doit contacter la DGME pour :

- faire une demande d'homologation ;
- convenir des modalités de mise en ligne du formulaire (sur son propre site ou sur le serveur de formulaires géré par la DGME).

Le jour de la publication de l'arrêté au Journal Officiel, les organismes publics :

- mettent en ligne leurs formulaires administratifs ;
- signalent à service-public.fr l'URL du formulaire afin qu'il soit référencé sur le portail de l'administration et que les usagers en soit informés : http://interactif.service-public.fr/cgi-bin/posez_question/akio.cgi?page=posez_question/site.html.

Si un nouveau formulaire, publié au Journal Officiel et donc en vigueur, connaît un délai important pour sa mise à disposition dans les guichets, il convient d'avertir service-public.fr et la DGME afin de le préciser dans les pages de service-public.fr de présentation des formulaires.

2.4. BOUTONS D'ACTION

Un bouton d'action sert à valider ou déclencher un traitement.

2.4.1. Libellés des boutons d'action

Recommandé Le titre du bouton doit être adapté au contexte et assez explicite pour être compris par les utilisateurs. Il convient d'utiliser des verbes d'action (de préférence à l'infinitif)

décrivant la fonction qui fait suite à l'action de l'utilisateur. Un pictogramme visuel peut-être associé au libellé pour renforcer sa signification (une croix pour « Annuler » par exemple). En fonction de la charte graphique retenue par le site, le recours à la couleur peut être un moyen de renforcer la signification des libellés.

Exemples de boutons d'action :



Exemples de fonctions associées aux libellés :

Libellé	Fonction	Commentaire
OK	Valider un choix ou une entrée d'information	Est utilisé pour valider un choix ou l'entrée d'une information dans un ou plusieurs champs de saisie.
Envoyer	Poster un formulaire	Est utilisé pour envoyer ou poster un formulaire complété.
Chercher	Lancer une requête	Est utilisé pour lancer une requête, typiquement dans le cas d'une recherche.
Annuler	Annuler une ou plusieurs entrées d'information	Est utilisé pour effacer l'information entrée dans un champ de saisie ou dans tous les champs d'un formulaire ; remet éventuellement les valeurs par défaut.

Utile Pour un bouton d'action standard, le libellé ne dépasse généralement pas 15 caractères. Il n'est donc pas nécessaire de préciser le détail de l'action par rapport au contenu hormis quand le contexte de l'action le nécessite.

Exemple : « Imprimer » plutôt que « Imprimer le formulaire de demande de subvention ».

2.4.2. Présentation des boutons d'action

Recommandé Dans un souci d'accessibilité, les boutons d'action doivent être réalisés en mode texte HTML (et non pas une image) afin d'être facilement interprétables par les lecteurs alternatifs. Ceci permet également de faciliter l'adaptation des libellés en cas de version du site en langues étrangères.

Recommandé Les boutons sont disposés de manière fonctionnelle et cohérente dans l'ensemble du site. Les boutons de même nature fonctionnelle sont donc regroupés. Il doit y avoir une cohérence globale des boutons d'action sur tout le site : ainsi, une même action ne pourra pas être déclenchée par deux boutons d'action différents.

Recommandé Au passage de la souris sur un bouton, un changement d'état de souris et/ou du bouton permet de signifier à l'utilisateur que le bouton est actif.

Exemple de changement d'état du bouton au passage de la souris



L'action du bouton est alors déclenchée, soit par le clic de la souris, soit par la touche <ENTREE> en cas de navigation avec le clavier (tabulation, flèches, etc.).

- Recommandé** Le libellé des boutons doit être centré.
- Recommandé** Les boutons adoptent une norme graphique commune : la hauteur doit toujours être identique. La largeur doit être homogène, sauf lorsque pour des raisons de contexte, le libellé du bouton est plus long.
- Utile** Il est conseillé de renseigner la balise TITLE du bouton afin qu'une info-bulle apparaisse lorsque la souris survole le bouton. L'info-bulle décrit l'action liée au bouton d'action.

2.4.3. Les boutons d'action dans un formulaire en ligne

- Recommandé** Lorsque qu'une même page propose une action de validation ou d'annulation, l'ordre des boutons à privilégier est : « Valider – Annuler ».
- Recommandé** Les boutons d'action sont disposés en bas du formulaire. Si le formulaire est long (hauteur supérieure à un écran), il est conseillé de rappeler les boutons en haut du formulaire afin de limiter le recours à l'ascenseur.
- Utile** Dans le cadre de procédures guidées et linéaires, utiliser un bouton « Valider et continuer » pour passer à l'étape suivante. Le bouton « Valider et terminer » permet de marquer la fin de la procédure. Il déclenche alors l'affichage de la page de confirmation.
- Utile** Le bouton « Modifier » permet de rendre les champs éditables et de modifier les données d'un formulaire. Ce bouton est à utiliser dans le cadre d'une page de confirmation avant envoi des informations.
- Utile** A toute étape, la fonction « Abandonner la procédure ? » est proposée en bas de page. Ce lien déclenche l'affichage d'une page explicative alertant sur la perte des données saisies et valorisant la fonction d'ouverture de compte si existante.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 1.1 : Fournir une alternative textuelle aux éléments non textuels

2.5. ARBRES

Un arbre permet de représenter une information hiérarchisée de manière synthétique. Chaque niveau de l'arbre est renseigné par un titre regroupant une information explicite et concise, éventuellement accompagnée d'un pictogramme.

Recommandé Chaque niveau d'un objet arbre est soit un répertoire (père), soit un élément (fils). Le clic sur un élément de l'arbre peut avoir deux types de comportement :

- s'il s'agit d'un père, le contenu du répertoire est déployé (sous-répertoire(s) et/ou élément(s) fils) ;
- s'il s'agit d'un fils, cela déclenche une action liée à cet élément fils (ouverture d'un document, affichage d'un contenu, renvoi vers un lien externe ou interne, etc.).

Recommandé Ce composant est à utiliser uniquement lorsque l'on veut faire apparaître une notion de hiérarchie (exemple : plan du site, organigramme, etc.).

La représentation sous forme d'arbre est également bien adaptée pour les plans de site, notamment ceux dont la profondeur dépasserait 4 niveaux. L'arbre est alors un outil complémentaire facilitant la navigation au sein du site.

2.6. TABLEAUX

Les tableaux permettent de restituer des informations classifiées et éventuellement de proposer des actions particulières (voir le détail, supprimer, sélectionner, etc.) sur la ligne sélectionnée. Ils nécessitent une présentation soignée pour ne pas alourdir visuellement la page.

2.6.1. Lisibilité des tableaux

Un tableau comporte les éléments suivants : un cadre ou bordure, une zone d'en-tête avec un libellé descriptif par colonne et N lignes de champs (1 champ par colonne). Une cellule correspond à l'intersection d'une ligne et d'une colonne.

Recommandé Les **bordures** permettent de distinguer les zones du tableau. Leur matérialisation (bordures internes et externes) est optionnelle. En l'absence de matérialisation, celles-ci prennent la couleur du fond du tableau.

Le choix de l'encadrement dépend de l'utilisation qui est faite du tableau. D'une manière générale, il est conseillé de ne pas marquer les bordures, notamment si le tableau s'intègre au sein d'un formulaire. En cas d'affichage des bordures, il faut retenir une couleur claire afin de ne pas surcharger la page.

Recommandé Les tableaux comportent obligatoirement **un en-tête** pour chaque colonne faisant office de libellé pour les champs contenus dans la colonne. Les en-têtes de colonnes sont différenciés des lignes de champ (par un fond de couleur plus foncé et des caractères en gras par exemple).

Recommandé Les **champs** d'une même colonne doivent toujours être de même nature. L'alignement des contenus de cellules varient en fonction de leur nature : les textes sont justifiés à gauche tandis que les chiffres sont justifiés à droite.

Pour une meilleure lisibilité d'ensemble du tableau, il faut éviter les champs de texte sur deux lignes, préférer l'utilisation des troncatures associées à l'attribut TITLE pour afficher l'ensemble du contenu.

Un tableau peut également intégrer des éléments de saisie utilisés dans les formulaires tels que des listes déroulantes, boutons radio, cases à cocher, etc.

Recommandé Afin de faciliter la lisibilité, il faut alterner la couleur les lignes du tableau (couleurs les plus claires de la palette HTML de préférence). Pour la mise en avant d'une (ou plusieurs) colonne, on peut mettre en gras son contenu ou utiliser des couleurs plus saillantes.

Utile Si le tableau présente des informations « cliquables », la cellule cliquable ou la ligne du tableau de l'utilisateur doit être différenciée visuellement lors du passage de la souris sur la zone cliquable (mise en gras, soulignement, changement de couleur, mise en relief, etc.). Une info-bulle apparaît lors du passage de la souris indiquant l'action réalisée par le lien (voir détail de la ligne, téléchargement de document, etc.).

Exemple de présentation de tableau

N° de centre	Nom	Adresse	CP	Ville
123 456 789	Nom 1	55, rue des Lauriers	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 2	48, rue des Gardes	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 3	13, rue de le Bretonnière	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 4	50, rue des Grandes Mottes	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 5	6, rue de la Pommeraie	77 288	MELUN
123 456 789	Voir les horaires et le plan d'accès des Gardes		77 288	MELUN
123 456 789	Nom 7	13, rue de le Bretonnière	77 288	MELUN

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA

- 5.1 : Baliser les en-têtes de lignes et de colonnes
- 5.2 : Associer les cellules de données aux en-têtes de lignes et de colonnes
- 5.3 : N'utiliser des tableaux pour la mise en page que si leur linéarisation est correcte
- 5.4 : Ne pas utiliser d'éléments de tableaux de données pour des tableaux de mise en page

- 5.5 : Donner des informations complémentaires sur les tableaux de données
- 5.6 : Proposer des valeurs de remplacement pour les en-têtes de tableaux de données

2.6.2. Pagination des tableaux

Recommandé Le principe de fluidité de la navigation impose que les pages de tableaux ne soient pas trop lourdes. Pour des raisons de performance du serveur et de l’affichage, ces tableaux seront paginés : le nombre d’éléments affichés sur la même page ne peut dépasser un maximum de deux fois la hauteur de la fenêtre (au-delà de cette hauteur, la consultation de la fin du tableau nécessite plus d’un clic dans la barre d’ascenseur vertical).

Exemple de tableau paginé

43 résultats 10 par page OK ◀ 1|2|3|4 ▶

N° de centre	Nom	Adresse	CP	Ville
123 456 789	Nom 1	55, rue des Lauriers	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 2	48, rue des Gardes	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 3	13, rue de le Bretonnière	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 4	50, rue des Grandes Mottes	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 5	6, rue de la Pommeraie	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 6	38, square des Moines	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 7	38, rue des Noés	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 8	48, rue des Gardes	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 9	13, rue de le Bretonnière	77 288	MELUN
123 456 789	Nom 10	50, rue des Grandes Mottes	77 288	MELUN

43 résultats 10 par page OK ▶ 1|2|3|4 ◀
 ▲ Retour en haut de page

Utile En cas de pagination, un système de navigation de type « page suivante », « page précédente » permet d’accéder aux différentes pages du tableau, y compris via un accès direct à ces pages (les numéros de page sont cliquables, sauf le numéro de la page courante repéré un style distinct des autres pages). Ce système de navigation est répété dans le bas du tableau.

Utile Il est également conseillé d’afficher le nombre de lignes du tableau et de permettre à l’utilisateur de paramétrer le nombre d’éléments affichés par page. Si le nombre de lignes autorisés par page est important, un bouton « Retour en haut de page » positionné sous le tableau permet de revenir facilement en haut de l’écran.

2.6.3. Manipulation des tableaux

Recommandé Lorsque l'utilisateur peut déclencher une action sur les items du tableau (suppression d'un item, sélection multiple, etc.), il faut offrir la possibilité à l'utilisateur de cocher individuellement chaque ligne ou toutes les lignes pour appliquer cette action.

Si le nombre de lignes du tableau est important, il est conseillé de rappeler le bouton d'action déclenchant le traitement de masse sur les items sélectionnés en haut et en bas du tableau. Le lien entre le(s) bouton(s) d'action(s) et les items sélectionnés doit être explicite (message avant validation, intitulé du bouton, etc.).

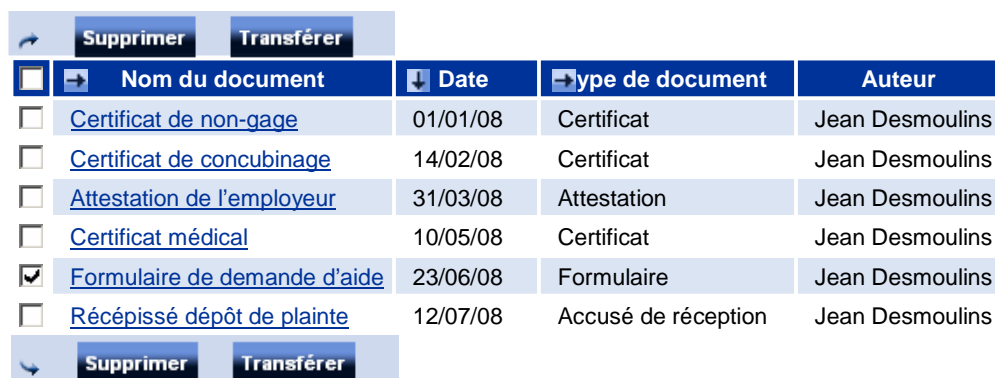
Dans le cas d'un tableau paginé, l'action ne s'applique qu'à la page visualisée à l'écran.




Utile Les items du tableau sont présentés de façon ordonnée. Par défaut le tri est fait sur la première colonne, par ordre alphabétique s'il s'agit d'un champ alphanumérique, par ordre croissant s'il s'agit d'un champ numérique.

Le tableau doit proposer lorsque cela se justifie des possibilités de tris sur certaines colonnes du tableau. Un clic sur un bouton de tri ou l'en-tête de colonne permet de réafficher la liste en fonction des champs de la colonne sélectionnée. Un second clic permet d'inverser l'ordre de tri.

Un indicateur visuel (pictogramme) permet à l'utilisateur de savoir sur quelle colonne est fait le tri.

Utile En cas de tableau multi-pages, il est conseillé de conserver en mémoire le tri sur les en-têtes de colonnes lorsque l'utilisateur navigue entre les pages du tableau.



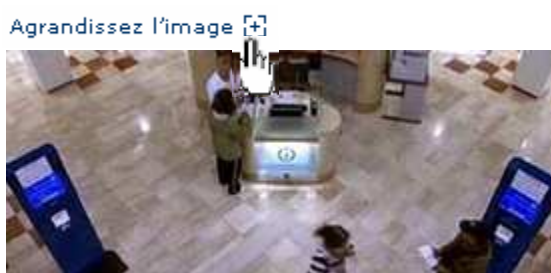
<input type="checkbox"/>	 Nom du document	 Date	 type de document	Auteur
<input type="checkbox"/>	Certificat de non-gage	01/01/08	Certificat	Jean Desmoulins
<input type="checkbox"/>	Certificat de concubinage	14/02/08	Certificat	Jean Desmoulins
<input type="checkbox"/>	Attestation de l'employeur	31/03/08	Attestation	Jean Desmoulins
<input type="checkbox"/>	Certificat médical	10/05/08	Certificat	Jean Desmoulins
<input checked="" type="checkbox"/>	Formulaire de demande d'aide	23/06/08	Formulaire	Jean Desmoulins
<input type="checkbox"/>	Récépissé dépôt de plainte	12/07/08	Accusé de réception	Jean Desmoulins

- les images se chargent plus lentement que le texte ;
- elles ne possèdent pas par défaut d'éléments distinctifs liés à la possibilité de cliquer dessus ;
- elles ne possèdent pas d'éléments signifiant qu'elles ont déjà été visitées.

Utile

Afin d'inciter l'utilisateur à cliquer sur les images-liens, celles-ci doivent changer d'état au passage de la souris. De plus, l'insertion sous l'image d'une légende constitue une incitation à cliquer sur l'image. Dans ce cas, l'adresse du lien associé à la légende doit être identique au lien associé à l'image.

Exemple d'incitation pour cliquer sur l'image



Une image peut être décomposée en sous-blocs auxquels on associe un lien hypertexte spécifique ; on parle alors d'image-map. La navigation par image-map peut être pertinente dans certains cas particuliers : cartes géographiques, photo de groupe interactive, etc.

Utile

Il est conseillé d'associer une distinction visuelle aux images composant une image-map lorsque la souris survole la zone du sous-bloc. Ceci peut se faire via la balise ALT associée aux images (info-bulle) ou un changement d'aspect visuel de l'image (surbrillance, etc.).

Utile

Il est conseillé de ne pas avoir recours aux image-maps pour les sites qui recherchent une visibilité sur les appareils mobiles. Les tailles d'écran, les caractéristiques liées à la navigation (clavier, stylet, etc.), le poids des pages et l'accessibilité font que cette fonctionnalité n'est pas optimisée pour ce type de support.

2.7.3. Signification des images

Dans une page Internet, l'image peut revêtir plusieurs fonctions et significations. Elle peut être :

- un élément d'information complémentaire d'un contenu (schémas, illustrations...etc.) ;

- un élément de navigation de type image-map (cartes, organigramme interactif, etc..) ;
- un élément de mise en page (icône, bouton du système de navigation, pictogramme, puces, etc.) ;
- un élément décoratif (ensemble des éléments graphiques dénués de fonction informative ou de navigation).

Utile Il est conseillé de minimiser le recours aux images, graphiques, animations, vidéos ou effets multimédias purement esthétiques et sans plus-value informationnelle.

En effet, la présence d'images ou de schémas complexes ou de grande taille (même s'ils sont présentés dans une perspective pédagogique) peut nuire à la consultation d'une page en raison de la difficulté de la lecture à l'écran.

Utile En cas d'utilisation de graphiques, le choix du style de graphique doit correspondre aux normes couramment admises (par exemple, un diagramme circulaire pour représenter des proportions, un histogramme pour représenter des tendances, etc.).

Utile Il est conseillé de ne pas utiliser d'image pour les puces d'énumération, sauf si les choix d'identité graphique du site sont prépondérants.

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1.1 : Fournir une alternative textuelle aux éléments non textuels ➤ 1.2 : Doubler les zones cliquables côté serveur ➤ 3.6 : Utiliser les éléments de liste de manière appropriée ➤ 9.1 : Fournir des images avec zones cliquables côté client
RGI	➤ Volet technique – chapitre 3 : Interopérabilité des formats de données.

2.8. OBJETS MULTIMEDIAS

En matière d'utilisation des objets multimédias (audio, vidéo, animations) dans un site, la règle de base est la modération. Certes, les choix effectués peuvent contribuer à l'amélioration esthétique des pages mais ils doivent avant tout viser la lisibilité et la compréhension du contenu informationnel du site. Pour ces raisons, le recours aux objets multimédias est plus fréquent pour les sites à fort pouvoir communicant (site promotionnel, événementiel) ou pédagogique.

Utile Il est conseillé de n'utiliser les animations ou effets multimédias que s'ils apportent une réelle plus-value au site – que ce soit sur le plan informationnel ou en termes d'image du site – et si l'équipement des utilisateurs visés supporte la technologie utilisée. Dans tous les cas, il faut prévoir leur équivalent textuel.

- Utile** Il est conseillé de s'assurer que le temps de chargement des pages ne sera pas affecté par la présence d'objets multimédias.
- Utile** Il est conseillé de placer les objets multimédias dans des pages ne contenant que peu d'information textuelle ou sur la page d'accueil (vitrine du site).
- Utile** Dans un souci d'accessibilité et de référencement, il est conseillé de fournir un équivalent textuel aux fichiers multimédias. Cet équivalent doit comprendre des mots-clés pertinents afin d'améliorer le référencement des éléments multimédias présents sur le site par les moteurs de recherche.

L'utilisation d'effets visuels dynamiques (HTML dynamique, Flash, ...) convient bien aux sites ou sections de sites à but promotionnel (exemple : visite virtuelle d'un site) ou pédagogique (exemple : illustration graphique d'un contenu textuel dans le souci d'en favoriser la compréhension).

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1.1 : Fournir une alternative textuelle aux éléments non textuels ➤ 1.3 : Fournir une description audio des contenus multimédias ➤ 1.4 : Synchroniser les équivalents des contenus multimédias ➤ 6.5 : Assurer l'accessibilité des contenus dynamiques ➤ 11.4 : En dernier recours, fournir une version alternative accessible

2.8.1. Objets audio (baladodiffusion ou podcast)

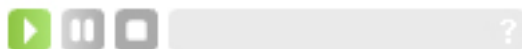
La baladodiffusion (podcasting) est un système de diffusion et d'agrégation de contenus audio destinés aux baladeurs numériques. Cette technique utilise le format de syndication de contenus RSS 2.0, pour rendre les enregistrements sonores automatiquement disponibles aux abonnés, de la même manière que l'on s'abonne à un flux RSS de contenus écrits. Le programme qui capture le flux audio et le synchronise avec le diffuseur est appelé un podcatcher.

Un balado (podcast) est constitué d'un fichier audio (MP3 par exemple) encapsulé dans un fil XML auquel peut s'abonner un internaute. Une fois publié en ligne, il est possible d'écouter le podcast de deux manières :

- directement sur le site via un plug-in dédié à la lecture du podcast ;
- sur un baladeur numérique après téléchargement automatique.

Enfin, un podcast peut être accompagné de photos ou de textes. Dans le cas d'une vidéo on parle alors de **vidéocast**.

Exemple de plug-in dédié à la lecture du podcast :



Recommandé En cas de lecture directement sur le site, l'utilisateur doit conserver le contrôle du déroulement du podcast. Celui-ci ne doit pas se lancer sans que l'utilisateur l'ait explicitement décidé. L'utilisateur doit pouvoir interrompre le déroulement du podcast à tout moment. Le système doit également le renseigner sur la durée du podcast, le temps restant et un indicateur de progression du chargement. L'utilisateur doit enfin pouvoir contrôler le volume sonore.

Recommandé Il est recommandé de mentionner pour chaque document audio la taille du fichier ainsi que son format et sa durée.

Utile Il est conseillé d'associer au podcast un titre, une date de création ainsi qu'un bref descriptif du contenu audio.

Utile Il est conseillé de prévoir une rubrique dédiée aux conditions d'utilisation ainsi qu'une liste présentant le matériel nécessaire à l'écoute du podcast.

Recommandé Il faut prendre en compte les spécificités du matériel audio de l'internaute en mettant à disposition :

- un mode d'emploi détaillant pas-à-pas la procédure permettant d'accéder au contenu audio ;
- de questions-réponses sur le téléchargement du podcast au sein de la rubrique « questions fréquentes » (FAQ).

Exemple de mode de questions réponse et de mode d'emploi :

Foire aux questions

Qu'est-ce que le podcasting?

Il s'agit d'un mode de diffusion de contenus sonores ou audiovisuels qui permet de télécharger automatiquement sur son ordinateur, à l'aide de logiciels spécialisés, les émissions préalablement sélectionnées, et par la suite de les transférer sur un baladeur numérique pour les écouter en différé. La sélection se fait au moyen d'un abonnement à des listes de téléchargements.

Comment s'abonner?

- 1- Pour accéder aux contenus , vous avez besoin d'un ordinateur avec accès Internet et d'un logiciel qui puisse lire et télécharger les fichiers MP3, M4A et M4V. Par exemple, le logiciel gratuit iTunes (à partir de la version 6) vous permet de vous abonner et d'écouter vos émissions baladodiffusées.
- 2- Suivez le mode d'emploi ci-dessous afin de compléter votre abonnement.
- 3- Pour pouvoir écouter les podcasts sur votre baladeur numérique, il vous suffit de brancher ce dernier à votre ordinateur et de procéder à un transfert manuel ou automatique.

Quand vos produits sont-ils disponibles?

..... (préciser ici la nature des contenus, la fréquence de mise à jour, ainsi que la profondeur des archives disponibles)

Dois-je avoir un lecteur numérique portatif (baladeur) pour écouter les émissions en baladodiffusion?

Il n'est pas nécessaire d'avoir un lecteur numérique portatif pour écouter ces émissions. Elles peuvent être écoutées directement sur votre ordinateur personnel au moment qui vous convient.

Dois-je avoir un iPod comme lecteur numérique?

Tout lecteur numérique portatif peut être utilisé.

Quelles sont les technologies nécessaires pour consulter les contenus vidéo?

Si vous désirez consulter les contenus vidéo sur un baladeur numérique, vous devez disposer d'un baladeur qui supporte le format vidéo.

Y aura-t-il d'autres émissions ajoutées en baladodiffusion?

Préciser la future politique prévue

Quelles sont les conditions d'utilisation

Préciser les conditions d'utilisation

Mode d'emploi

1. Téléchargez et installez le logiciel de podcast de votre choix sur votre ordinateur. Ouvrez le logiciel et sélectionnez la fonction : "s'abonner au Podcast" (ou équivalent). Dans la fenêtre qui s'ouvre, recopiez l'adresse URL du flux que vous souhaitez recevoir.
2. Le logiciel affiche alors la liste des documents vidéo et audio disponibles à l'écoute. Vous devrez les télécharger afin de les écouter et éventuellement les exporter vers votre baladeur MP3.
3. Selon les options que propose votre logiciel, vous serez prévenu automatiquement ou manuellement des mises à jour du flux.

L'équipe du site à votre écoute : si vous avez des demandes spécifiques concernant les podcasts, vous pouvez contacter le webmestre.

Que disent les référentiels généraux ?

RGI	<ul style="list-style-type: none">➤ 3.12 – Volet technique : Formats pour les séquences sonores.➤ 3.15 – Volet technique : Diffusion en mode continu de flux audio ou vidéo
------------	--

2.8.2. Objets vidéo

La vidéo doit être utilisée avec modération compte tenu des limites en termes de bande passante et seulement dans des contextes particuliers (exemple : présentation d'un échantillon de contenu cinématographique ou télévisuel, démonstration d'un phénomène dans une perspective pédagogique ou informative; etc.).

Il existe deux manières de proposer de la vidéo sur un site Internet :

- le fichier est proposé en **téléchargement** sur le site ;
- le fichier est proposé en **lecture continue** sur le site (streaming).

Dans le premier cas, l'utilisateur télécharge directement la vidéo sur son poste de travail. Dans le second, la vidéo est lue directement sur le site au moyen d'un plug-in (Windows Media, Flash, Real, QuickTime, etc.).

Recommandé Une vidéo doit être accompagnée d'un bref descriptif de son contenu consultable avant le visionnage. Pour des raisons d'accessibilité, il faut également fournir l'équivalent textuel des contenus vidéo.

Recommandé Dans le cas d'une lecture en continu sur le site, l'utilisateur doit conserver le contrôle du déroulement de la vidéo et du volume sonore de la vidéo. La vidéo ne doit pas se lancer sans que l'utilisateur l'ait explicitement décidé. L'utilisateur doit pouvoir interrompre le déroulement de la vidéo à tout moment. Le système doit également le renseigner sur la durée de la vidéo, le temps restant et un indicateur de progression du chargement.

Utile Il est conseillé d'utiliser la lecture en continu des vidéos qui ne nécessite pas de téléchargement ni de lecteur spécifique en dehors d'un plug-in courant.

Le téléchargement de la vidéo sera plutôt réservé aux vidéos pour lesquelles un haut niveau de qualité de l'image est recherché.

Utile Il est conseillé de sous-titrer les vidéos pour des raisons d'accessibilité.

Exemple de vidéo en lecture continue



Que disent les référentiels généraux ?

- RGI**
- 3.13 – Volet technique : Formats pour la vidéo basse définition
 - 3.14 – Volet technique : Formats pour l’audiovisuel et la vidéo HD
 - 3.15 – Volet technique : Diffusion en mode continu de flux audio ou vidéo

2.8.3. Animations

Le recours aux animations est très courant pour la mise en valeur de certains éléments ou les explications à caractères didactiques (visite guidée, explication d’un processus, etc.).

Recommandé L’utilisateur doit toujours conserver le contrôle de l’animation. Celle-ci ne doit pas se lancer sans l’accord explicite de l’utilisateur qui peut également l’arrêter à tout moment.

Si le site propose une introduction animée en page d’accueil, il faut lui fournir les moyens d’accéder directement au contenu du site sans visionner toute l’animation.

Recommandé Si l’animation comporte des éléments sonores, il faut proposer à l’utilisateur un système permettant de désactiver le son.

Utile Il est conseillé de découper les animations didactiques en tranches logiques de façon à ce que l’utilisateur puisse organiser son parcours dans l’animation via un système de navigation propre (menu, précédent, suivant, etc.).

Utile Il est conseillé de ne jouer les animations qu'une seule fois, afin que l'utilisateur les remarque lors des premières secondes de sa visite, et puisse continuer son exploration du reste du contenu sans être perturbé.

Utile Le recours au clignotement et au défilement est déconseillé pour des raisons d'accessibilité.

S'ils sont utilisés dans un contexte particulier, ils doivent s'arrêter après un court laps de temps et ne pas se poursuivre indéfiniment car un mouvement permanent nuit considérablement à la lecture du texte.

Que disent les référentiels généraux ?

- | | |
|------------|---|
| RGI | <ul style="list-style-type: none">➤ 3.10 – Volet technique : Formats pour l'animation simple d'images➤ 3.11 – Volet technique : Formats pour l'animation complexe d'images |
|------------|---|

2.9. BANNIÈRES PROMOTIONNELLES E-REGIE

E-régie est un dispositif informatique (logiciel+serveur) de gestion de campagnes promotionnelles qui permet de programmer l'affichage dynamique des bannières dans les espaces prévus sur les sites Internet gouvernementaux. Ce dispositif piloté par le Service d'information du Gouvernement permet (SIG) de :

- Diffuser les campagnes ministérielles qui comportent un volet en ligne sur les sites du dispositif E-régie pour les faire bénéficier de l'audience des sites gouvernementaux.
- Permettre de diffuser des bannières d'information de manière instantanée en cas de communication de crise sur tous les sites « E-régie ».
- Favoriser le trafic à l'intérieur de la toile gouvernementale (diffusion de campagnes spécifiques en fonction des affinités et des usages constatés des internautes des différents sites de la toile gouvernementale, création de campagnes ad hoc pour les sites gouvernementaux ne disposant pas de budget de communication Web).
- Analyser et suivre le plus finement possible les taux de transformations de ces campagnes en vue de leur pilotage fin et dynamique.

En cas de communication de crise, une procédure de réquisition de l'espace bannière peut être décidée. Cette procédure entraîne la suspension des campagnes en cours au profit d'une campagne de communication de crise sur tout ou partie des sites participant à E-régie. La procédure d'intégration des sites Internet publics au dispositif E-régie est la suivante :

- Le webmestre ou le directeur de la communication du site émetteur fait part au SIG de sa volonté d'intégrer le projet.
- Le prestataire du SIG propose plusieurs maquettes d'intégration de bannières dans la page d'accueil. Les maquettes sont transmises par le SIG.

- Le webmestre ou le directeur de la communication choisit un format de bannière à intégrer à la page d'accueil du site.
- La balise correspondant au format de bannière est transmise au webmestre par le SIG. La balise est à intégrer dans la page d'accueil à l'endroit où le webmestre souhaite faire apparaître la bannière.
- La demande de diffusion d'une nouvelle campagne devra faire l'objet d'une demande du directeur de la communication du ministère au directeur du SIG.
- Pour toute demande de suppression d'une campagne, le directeur de la communication adresse sa demande au directeur du SIG.

La diffusion d'une bannière via le dispositif E-régie doit respecter le planning suivant :

- **jusqu'au 15 du mois** : transmission au SIG des projets de campagnes pour le mois suivant ;
- **entre le 15 et le 20 du mois** : réunion au SIG entre le département Campagnes et le département Multimédia pour finaliser le plan de programmation du mois suivant ;
- **entre le 20 et le 25 du mois** : envoi du plan de programmation du mois suivant pour validation ;
- **entre le 25 et le 31 du mois** : programmation des campagnes par le SIG ;
- **entre le 1er et le 5 du mois suivant** : lancement des campagnes. Envoi des rapports statistiques par site et/ou campagne aux webmestres concernés.

Recommandé Les bannières E-régie doivent être au format GIF (ou GIF animé) et correspondre aux standards de l'[IAB](#) (Internet Architecture Board) :



- 468×60, 25 Ko ;
- 728×90, 25 Ko ;
- 250×250, 25 Ko ;
- 180×150, 25 Ko.

Recommandé Les pages d'accueil et les pages les plus consultées des sites arborent des bannières E-régie visibles sans avoir recours à l'ascenseur vertical. Au maximum, 10 campagnes simultanées peuvent figurer sur un site.



Recommandé Les bannières doivent intégrer la « Marianne » pour que l'internaute puisse identifier la campagne comme une campagne gouvernementale, avec le nom du ministère ou le nom du site.



Recommandé Les bannières intègrent un visuel ou un texte pour inciter au clic vers une page spécifique du site émetteur de la bannière.



Recommandé Les bannières intègrent à la fin des séquences une signature avec l'URL du site de l'émetteur (éventuellement, ajouter « cliquez ici »).



Utile



Les bannières doivent respecter un scénario de 3 à 4 étapes maximum. Les animations excessives risquant de perturber le message sont à éviter. Les animations présentant des difficultés d'accessibilité (clignotement, défilement rapide) doivent proposer une alternative.

Utile



Les bannières transmettent un message simple qui ne défile pas trop rapidement.

Utile



Marquer la page de destination de la campagne (stat@gouv). Voir à ce sujet le chapitre 1.7 - Stat@gouv.

3. REGLES SUR LES CONTENUS

Cette troisième partie s'attache à définir les règles d'ergonomie des contenus courants des sites Internet : la page d'accueil, les pages à vocation éditoriale (articles), etc. Elle aborde également un contenu très spécifique aux sites Internet publics : les démarches en ligne et les fonctions d'aide en ligne qui y sont associées. Enfin, le chapitre sur les contenus 2.0 constitue un résumé des bonnes pratiques liées au Web 2.0, domaine où les standards commencent seulement à émerger.

3.1. PAGE D'ACCUEIL

La « page d'accueil » désigne la principale page d'un site Web, accessible par le nom de domaine (URL) et permettant l'accès aux autres pages du site. La page d'accueil constitue une vitrine du site : elle doit donc donner au visiteur une vision globale du site, lui offrir un accès à l'ensemble des contenus et le renseigner sur l'émetteur du site, les contenus abordés et les éventuels services proposés.

La page d'accueil est un point d'entrée fréquent dans le site et est de loin la page la plus visitée du site. Sa perception est donc déterminante pour la navigation dans le site car elle conditionne la visite des pages de contenus à l'intérieur du site.

3.1.1. Facilités d'accès à la page d'accueil

La facilité d'accès à la page d'accueil doit être pris en compte tant dans le cas d'un premier accès (lien depuis un moteur de recherche ou un autre site, saisie manuelle de l'URL, etc.) que dans le cas d'un accès récurrent via les signets (favoris) du navigateur ou l'historique de navigation. Un accès facile à la page d'accueil permet d'optimiser le trafic vers les pages intérieures du site ; l'objectif est de perdre le moins possible de visiteurs dès la première page du site et de les inciter au contraire à naviguer à l'intérieur du site.

Recommandé La page d'accueil est accessible depuis l'URL racine du nom de domaine et ne comporte pas d'autres extensions.

Recommandé Il est recommandé de bien spécifier l'attribut « TITLE » affecté à la page d'accueil afin d'en optimiser le référencement (pertinence des résultats des moteurs de recherches), sa visibilité (affichage dans les navigateurs) et son accessibilité (nom proposé par défaut dans les signets ou favoris). Ce titre doit renseigner sur l'ensemble des contenus présents sur le site.

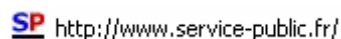
Utile Il est conseillé d'optimiser le temps de chargement de la page d'accueil : les tests en utilisabilité préconisent un temps de chargement inférieur à 3 secondes, ce qui suppose un poids de page compris entre 100 et 250 Ko (le temps de chargement dépend également de la nature du matériel et de la connexion de l'utilisateur).

La balise « ALT » des images présentes sur la page d'accueil doit être renseignée,

notamment celles supportant la navigation afin de permettre aux utilisateurs qui connaissent déjà le site de cliquer sur les boutons de navigation avant l'affichage complet des images.

Utile Il est conseillé d'utiliser pour les sites à fort trafic une « favicône » afin de renforcer l'identité visuelle du site. Une favicône est un pictogramme qui s'affiche avant l'URL dans la barre d'adresses du navigateur, dans la liste des favoris et dans l'historique de navigation. Cette marque visuelle permet de retrouver le site plus facilement dans une liste de site et contribue à renforcer le sentiment de « familiarité » avec le site.

Exemple de favicône pour le site service-public.fr



Utile Il est conseillé de ne pas avoir recours à des pages d'introduction s'intercalant avant la véritable page d'accueil (page intermédiaire présentant souvent une animation à fort pouvoir communicant). Ce type de page impose une étape supplémentaire inutile et souvent dissuasive à l'utilisateur avant l'accès aux contenus.

3.1.2. Valorisation des contenus de la page d'accueil

La présentation des contenus de la page d'accueil est cruciale pour inciter l'utilisateur à naviguer dans le site. La page répond à la fois à une fonction de navigation dans le site et aux besoins de valorisation des contenus présents sur le site. Elle résulte toujours d'un bon compromis entre une présentation exhaustive des fonctions principales du site, les impératifs de lisibilité (la page d'accueil ne doit pas être surchargée) et le temps de chargement de la page.

Recommandé La page d'accueil est le point d'entrée du site et doit se distinguer des autres pages par une mise en page spécifique tout en restant cohérente avec l'ensemble du site : les systèmes de navigation et les styles adoptés sur la page d'accueil doivent ainsi être repris sur l'ensemble du site.

Recommandé Toutes les pages du site doivent comporter un lien vers la page d'accueil. Il est courant d'appliquer ce lien sur le logo ou sur un bouton/icône « Accueil ». Ce lien doit être désactivé sur la page d'accueil elle-même.

Utile Il est conseillé d'utiliser les principes de remontées d'informations (liens contextuels, transversaux etc.) pour dynamiser la page d'accueil et permettre à l'utilisateur d'accéder rapidement à des contenus spécifiques.

Pour les sites à fort contenu éditorial, la page d'accueil ne doit pas être statique mais doit au contraire refléter la vie du site et donner des indications implicites sur les mises à jour récentes.

Il est conseillé de mettre en avant certaines rubriques afin d'inciter l'utilisateur à « aller plus loin » et fournissant des liens transversaux, des menus contextuels, des indices sur le contenu des rubriques ou en donnant un aperçu de certains articles.


Utile

Il est conseillé d'optimiser la présentation de la page d'accueil afin de permettre aux utilisateurs de retrouver les informations facilement et de réduire ainsi le temps de recherche.

Pour les pages d'accueil ayant un recours à un ascenseur vertical, il est donc conseillé de faire apparaître les contenus les plus recherchés dans la première partie de la page d'accueil sans que l'utilisateur n'ait besoin d'utiliser l'ascenseur.

3.1.3. Identité commune de la page d'accueil des sites publics

La définition d'une « marque commune » caractéristique des sites Internet publics passe aussi par l'harmonisation des contenus présents sur les pages d'accueil des sites Internet publics. A l'heure où la ressemblance de certains sites commerciaux avec des sites publics perturbe les repères, le respect de principes communs dans la présentation des pages d'accueil vise à renforcer la confiance des usagers envers les sites Internet publics.

Les recommandations en matière de présentation des pages d'accueil portent uniquement sur les contenus, le graphisme restant à l'initiative de l'administration émettrice. Certaines règles sont spécifiques à la sphère gouvernementale. Elles sont alors signalées par le pictogramme Marianne :  .

3.1.3.1. Le système de navigation principal

Recommandé Le système de navigation principal (bandeau horizontal ou vertical de navigation de premier niveau) est présent dès la première page du site et son positionnement est constant sur l'ensemble du site. Afin de faciliter le repérage, la rubrique courante est mise en valeur par une distinction graphique (surbrillance, changement de couleur).

*Exemple de système de navigation principale
(sites www.premier-ministre.gouv.fr et pme.service-public.fr)*



3.1.3.2. Les liens externes vers des sites publics

Recommandé Les liens externes vers d'autres sites publics sont regroupés dans une zone spécifique sur la page d'accueil.

Recommandé Un lien permet notamment d'accéder aux sites service-public.fr et Legifrance dès la page d'accueil, conformément à la [circulaire Premier ministre du 7 octobre 1999](#) relative aux sites Internet des services et des établissements publics de l'Etat.



3.1.3.3. Le bloc Marianne

Recommandé L'émetteur du site est signalé par un bloc marque situé en haut à gauche des pages du site. Dans le cas des sites gouvernementaux, le bloc marque reprend la Marianne qui marque l'appartenance à la sphère gouvernementale.



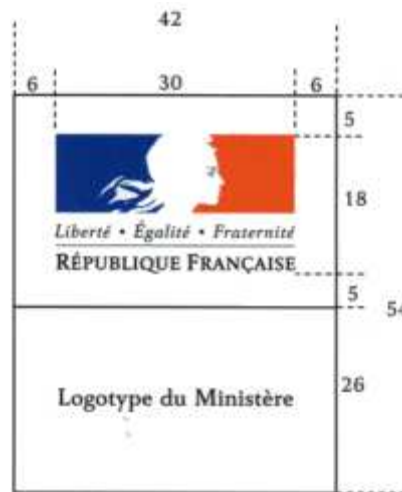
Recommandé Si le site dépend de plusieurs émetteurs, ceux-ci doivent être présents dans le bloc marque.



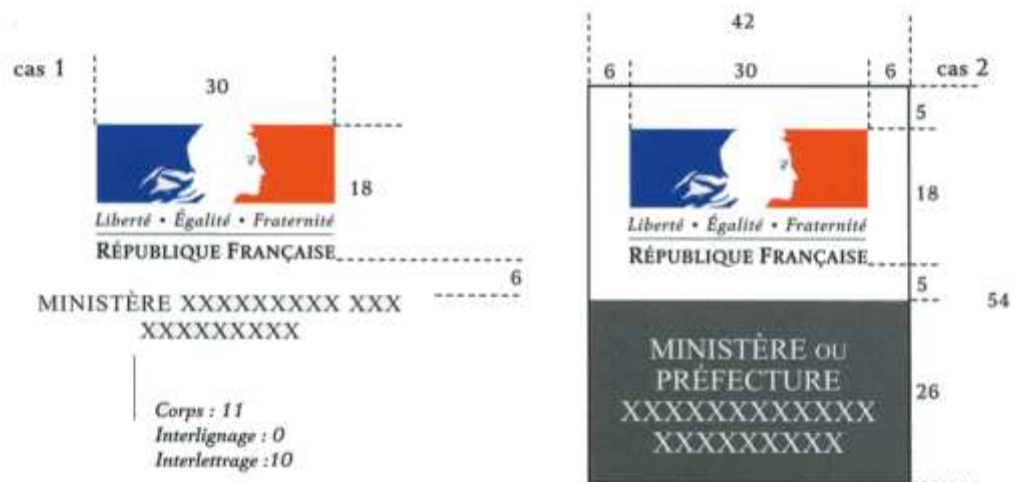
Recommandé La typographie à utiliser pour le nom de l'administration est le TIMES NEW ROMAN, en toutes capitales. Pour le bloc marque, la typographie doit venir en défoncé blanc sur un fond de couleur, ou être en couleur sur un fond blanc.



Exemples de bloc-marques :



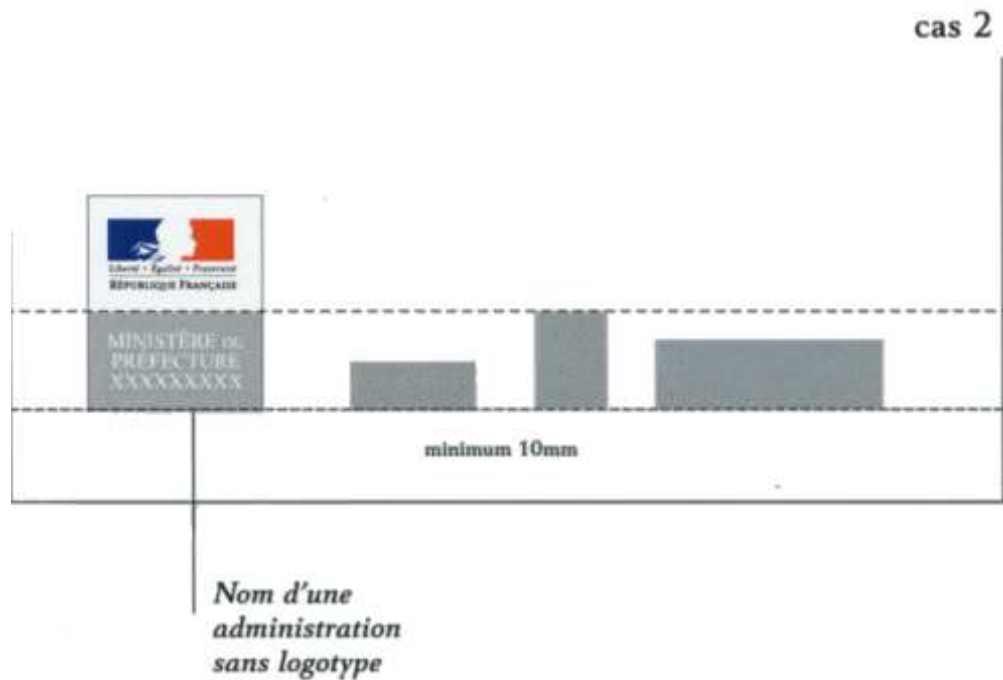
Filets : 1 pt - noir 100%



Recommandé Les éventuels partenaires du site sont signalés en bas de la page d'accueil du site, en respectant le format du bloc-marque de l'administration émettrice.



Exemple de rappel des partenaires du site en bas de page :



Utile Les administrations peuvent avoir recours à un logotype spécifique (en dehors du bloc-marque) si celui-ci est bien identifiable et utilisé de façon constante dans tous les éléments de communication.

3.1.3.4. Les bannières E-régie

Recommandé La page d'accueil des sites gouvernementaux arbore des bannières E-régie. Celles-ci doivent être visibles sans avoir recours à l'ascenseur. Voir à ce sujet le chapitre 2.9 - Bannières E-régie.



3.1.3.5. La signature du site

Certains sites peuvent avoir recours à une signature (également appelée « baseline »), c'est-à-dire une petite ligne ou phrase d'accroche résumant le positionnement du site. Dans ce cas, la signature répond à certaines caractéristiques.

Utile Le recours à une signature permet de contextualiser un site dont le positionnement n'est pas explicite. En cas de recours à une signature, celle-ci est courte (quelques mots), explicite, sobre, apposée au bloc-marque (en dessous ou à droite) et non animée.

3.1.3.6. Les fonctions transverses

Les fonctions transverses, également appelées liens utilitaires, permettent d'aider l'utilisateur dans sa navigation au sein du site (voir à ce sujet le chapitre 3.1.3.1 – Zone de fonctions transverses). Ces fonctions sont regroupées dans une zone située généralement en haut à droite.

Utile En fonction de la nature et des caractéristiques du site, cette zone de fonctions transverses contient les éléments suivants :

- le moteur de recherche (voir à ce sujet le chapitre 3.2.4 – Moteur de recherche) ;
- un bloc d'authentification si le site dispose d'un accès restreint (voir à ce sujet le chapitre 1.5 – Sites accessibles après authentification) ;
- le choix de la langue si le site propose des contenus traduits (voir à ce sujet le chapitre 1.3.6 – Aspects linguistiques) ;
- un lien « contact » si l'émetteur du site souhaite valoriser sa politique d'accueil (voir à ce sujet le chapitre 3.2.3 – Page « Contact »).

3.1.3.7. Le pied de page

Le pied de page est, comme son nom l'indique, situé en bas de la page d'accueil et présent sur toutes les pages du site. En fonction de la nature et des caractéristiques du site, le pied de page contient généralement les éléments suivants :

- les mentions légales ;
- le plan du site ;
- un lien vers la page « presse » ;
- un lien vers les horaires et le plan d'accès si l'émetteur du site reçoit du public ;
- un lien vers la page accessibilité (voir à ce sujet le chapitre 1.3.4 – Pictogrammes et icônes) ;
- un rappel du nom de l'émetteur du site et l'année de réalisation ou de refonte du site ;
- un lien vers la page « répertoire des informations publiques » ;
- un lien « contact » si l'émetteur du site ne souhaite pas particulièrement valoriser sa politique d'accueil (voir à ce sujet le chapitre 3.2.3 – Page « Contact ») ;
- un lien vers la page d'aide ou la page FAQ, si elles existent.

Recommandé Les **mentions légales** sont rappelées dans le pied de page. Elles contiennent les informations suivantes :

1) Informations éditoriales

Doivent figurer sur les sites Internet publics un ensemble d'informations obligatoires analogues à l'ours d'une publication papier traditionnelle : publication spécifique des noms, prénoms et qualités du/des directeurs de la publication, ainsi que les noms, prénoms et qualités du/des membres de l'équipe éditoriale et, le cas échéant, ceux du responsable de la rédaction.

De même, doivent être indiqués, pour les personnes morales, leur dénomination ou leur raison sociale et leur siège social, leur numéro de téléphone.

Pour éviter le spam, il est recommandé de ne pas mentionner les adresses électroniques.

2) Informations relatives au traitement de données à caractère personnel

Dès lors que des données personnelles (au sens de l'article 2 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés) sont collectées sur un site Internet, il est nécessaire :

- d'indiquer quelles données personnelles sont collectées ;
- les droits des internautes associés à cette collecte (rectification, opposition, désinscription des listes de diffusion).

Exemple de rédaction :

Ce site internet a fait l'objet d'une déclaration à la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) sous le n[...]. Conformément aux dispositions de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent. Ce droit s'exerce, en justifiant de son identité [...] par voie postale : (...), par courrier électronique : contact[arobase]siteinternet.gouv.fr]

De plus, le traitement de ces données doit correspondre à une finalité légitime, et ne pas servir à d'autres fins que celles pour lesquelles les données sont initialement collectées et traitées.

La loi impose la signalisation des personnes responsables du traitement des données ainsi que l'indication des moyens dont dispose la personne pour lui permettre de faire valoir les droits susmentionnés.

3) Informations relatives aux prestataires d'hébergement

Doivent être publiés sur le site, le nom, la dénomination ou la raison sociale, l'adresse et le numéro de téléphone de l'hébergeur du site et, le cas échéant, de l'hébergeur de la liste de diffusion, de l'organisateur des éventuels "chats", du gestionnaire des statistiques de fréquentation du site.

4) Informations relatives aux données et aux informations publiques

Depuis l'ordonnance n° 2005-650 du 6 juin 2005 relative à la liberté d'accès aux documents administratifs et à la réutilisation des informations publiques, les données publiques peuvent être réutilisées et retraitées mais il faut en garantir leur intégrité. Il est donc nécessaire d'indiquer les conditions de réutilisation de ces données, avec la possibilité pour l'Administration d'indiquer la mention « tous droits réservés » au bas de chaque écran, précisant la propriété de l'Administration sur le contenu de son site.

En cas de diffusion de photographies, vidéos, logos sur votre site, doivent être respectées la législation en matière de droit d'auteur, avec notamment l'indication des sources.

5) Informations relatives aux liens hypertextes

Lorsque des liens renvoient l'internaute vers des sites non publics, il est préférable de rappeler que le service en charge du site public ne peut être tenu pour responsable des contenus vers lesquels ces liens pointent.

6) Informations relatives aux espaces de discussion (forum)

Sur la page d'accueil des forums de discussion, il est recommandé d'indiquer, outre le thème du forum, le type de modération, l'utilisation et l'archivage éventuels des contributions ainsi que les modalités de clôture de l'espace de discussion.

7) Conformité avec la charte ergonomique

Il est possible de faire mention du niveau de conformité du site Internet avec la charte ergonomique dans cette section.

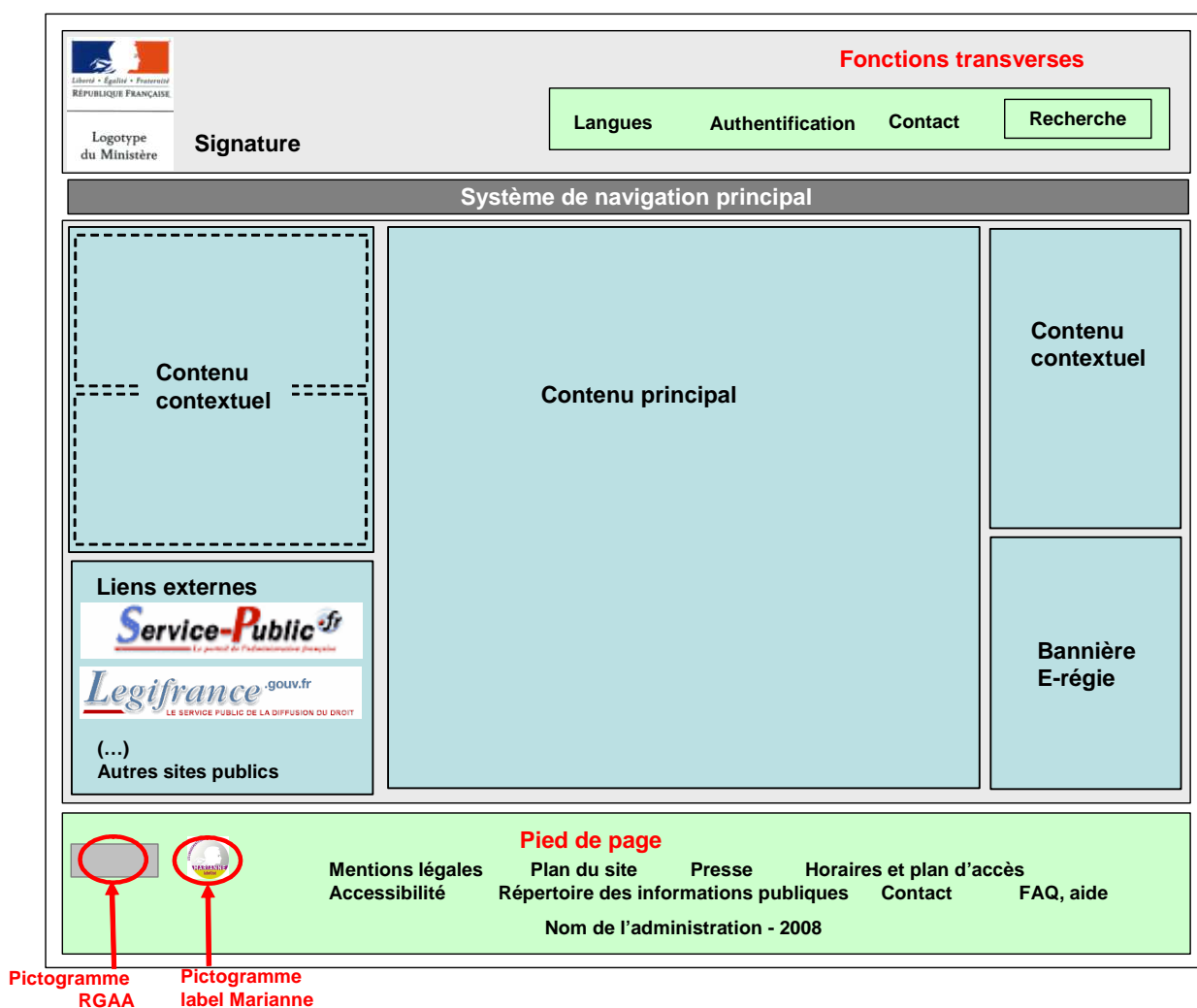
- Recommandé** Le **plan du site** fait l'objet d'un lien dans le pied de page.
- Le plan du site donne aux utilisateurs une vision globale de l'architecture du site et constitue un moyen alternatif de navigation. Il permet de repérer la partie du site susceptible de contenir l'information recherchée.
- Recommandé** La rubrique ou la page « **presse** », lorsqu'elle existe, est rappelée dans le pied de page.
- Cette règle n'interdit pas aux sites à forte notoriété de valoriser cette rubrique en premier niveau d'information, accessible dès le système de navigation principal.
- Recommandé** Les établissements recevant du public fournissent dans le bas de page de leur site Internet un lien vers les **horaires d'ouverture et le plan d'accès** à l'établissement.
- Recommandé** La page **accessibilité** est signalée dans le bas de page.
- Cette page liste les pages ou secteurs du site dérogeant aux exigences d'accessibilité (cf. document d'accompagnement du RGAA). Voir à ce sujet le chapitre 1.3.4 – Pictogrammes et icônes.
- Pour les sites Internet ayant déposé un dossier de conformité RGAA, cette page est également accessible par le pictogramme RGAA.
- Recommandé** Le **nom de l'émetteur du site et l'année** de réalisation (ou de refonte du site) sont rappelés dans le pied de page.
- Il peut être rappelé que le contenu informationnel du site est protégé par les dispositions du code de la propriété intellectuelle. Il est préférable d'éviter la l'utilisation du terme *copyright* qui correspond à une notion de droit anglo-saxon.
- Recommandé** Les administrations qui produisent ou détiennent des informations publiques doivent mettre en ligne sur leur site Internet un répertoire des principaux documents dans lesquels ces informations figurent.
- Ce répertoire est accessible dans une rubrique (ou page) intitulée « **Répertoire des informations publiques** ». Un lien vers cette rubrique (ou page) figure au minimum dans le pied de page.
- Pour les administrations disposant d'un répertoire atteignant une taille conséquente ou souhaitant lui donner une plus grande visibilité, il peut s'avérer utile de créer une rubrique directement accessible depuis le système de navigation principal du site.
- Dans le cas où une administration exploite plusieurs sites Internet en plus de son site institutionnel, il est possible de ne faire figurer le répertoire des informations publiques relevant de cette administration que sur le site principal et que l'ensemble des liens de bas de page des différents sites pointent vers ce répertoire.
- Utile** Le lien « **contact** », si la politique d'accueil de l'émetteur n'est pas particulièrement valorisée, peut figurer dans le pied de page.
- Utile** La page « **Aide** » et / ou la page « **FAQ** » est indispensable pour les services en ligne et peut être rappelée dans le bas de page.
- La page FAQ répond aux principales questions posées par les utilisateurs et est

accompagnée d'un dispositif de remontée des questions (voir à ce sujet le chapitre 3.4.3 – Foire aux questions (FAQ)).

3.1.3.8. Exemple de zoning

L'image ci-dessous constitue un exemple de zoning d'une page d'accueil respectant les recommandations énoncées plus haut.

Exemple de zoning de page d'accueil type (à titre indicatif)



3.1.4. Page d'accueil des démarches en ligne

La page d'accueil des sites dédiés à la réalisation d'une démarche en ligne doit respecter certains principes spécifiques. L'objectif de cette page d'accueil est de démystifier la démarche et sa complexité en permettant à l'utilisateur d'anticiper la succession des étapes. Elle doit également aider l'utilisateur à évaluer la nature et la quantité d'informations qu'il aura à saisir, et le temps que cela lui prendra en employant un ton pédagogique et rassurant.

Page d'accueil de la démarche de demande d'acte d'état-civil :

Actes d'état civil en ligne

1 Avant de commencer

PRÉSENTATION DU SERVICE

Vous souhaitez obtenir **une copie ou un extrait d'acte d'état civil, pour une personne née en France métropolitaine ou dans les DOM-TOM.**

Vous pouvez effectuer votre demande en ligne auprès de la commune concernée. Suivant la commune, vous la transmettez de façon électronique ou par courrier postal.

Votre commune vous expédiera le document demandé par courrier postal.

Ce service est ouvert exclusivement **aux particuliers.**

[En savoir +](#)

2 Vous êtes prêt ?

ENTRE 5 ET 10 MINUTES

Les trois étapes de la procédure

1. **Recherchez** votre commune. Le cas échéant, vous terminerez votre demande sur son site Internet.
2. **Remplissez** la demande d'acte.
3. **Validez votre demande.** Selon la commune, vous la transmettez de façon électronique ou par courrier postal après avoir imprimé la demande dûment remplie.

Actes d'état civil effectués en France

Toute personne majeure ou émancipée peut obtenir, si sa qualité le permet, une copie intégrale ou un extrait avec filiation d'un acte d'état civil en fournissant les éléments concernant la personne faisant l'objet de la demande.

C'est parti...

[Commencer la démarche](#)

Actes effectués à l'étranger

Formulez votre demande directement auprès du [Service Central d'Etat Civil du ministère des Affaires étrangères](#).

Administration → 24h/24
Mes démarches quand je veux

[Accès agents publics](#)

Accueil | Guide pratique | Questions fréquentes | Conditions générales d'utilisation | Mentions légales | Contact

Recommandé La page d'accueil doit être structurée en deux blocs nommés comme suit :

- « Avant de commencer » permettant succinctement de présenter la démarche ainsi que les conditions administratives et pièces nécessaires ;
- « Vous êtes prêt ? » informant du temps nécessaire (estimation), présentant les étapes, les conditions générales d'utilisation et proposant un accès simple à la démarche en ligne.

Recommandé Le bouton « Commencer » doit être mis en valeur pour inciter l'utilisateur à initier la démarche.

Recommandé La hauteur de la page d'accueil doit être limitée à la hauteur d'un écran 1024×768. Le bloc « Avant de commencer » doit être visible sans ascenseur en 800×600.

- Recommandé** Les pré-requis techniques doivent être résumés dans le bloc « Avant de commencer ». Si besoin, il est possible d’avoir recours à un lien complémentaire (En savoir plus) vers une page dédiée.
- Recommandé** Le nombre d’étapes de la démarche doit être indiqué (à défaut, une indication sur les grands moments de la procédure). Ces étapes doivent adopter un titre en langage courant (30 caractères maximum).
- Recommandé** Le format du produit final (fichier à imprimer ou transmission de demande électronique ou autre) doit être indiqué à l’utilisateur dès la page d’accueil.
- Utile** Il est conseillé de donner la durée approximative d’achèvement pour une personne non experte.

3.2. AUTRES PAGES SPECIFIQUES

3.2.1. Pages de contenu type « article »

Les sites à fort contenu éditorial se sont beaucoup développés ces dernières années avec l’apparition d’outils dédiés à la publication et à la gestion de contenu (en anglais CMS pour Content Management System). Ce type d’outil dispose de fonctionnalités de publication et offre une interface d’administration permettant à un administrateur et/ou rédacteur de site de créer, organiser et partager les différentes rubriques et contenus qui les composent. La publication des articles s’appuie sur un processus régissant les règles de validation avant la publication (workflow).

Que disent les référentiels généraux ?	
RGAA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 11.4 : En dernier recours, fournir une version alternative accessible ➤ 13.8 : Rédiger les contenus de façon simple, logique et ordonnée ➤ 14.1 : Utiliser un langage clair et simple ➤ 14.2 : Proposer des illustrations visuelles ou sonores

3.2.1.1. Présentation d’un contenu de type article

Dans un site à fort contenu éditorial, le contenu de base est l’article. La présentation d’un contenu de type article répond à quelques principes ergonomiques de base, en particulier les principes liés à lisibilité cognitive (hiérarchisation et regroupement de l’information, cohérence du vocabulaire, longueur des textes, etc.). Voir à ce sujet le chapitre 1.3.5 – Lisibilité cognitive.

Recommandé Les articles du site doivent adopter une présentation homogène et reprendre les mêmes éléments sur tout le site.

Les éléments de base d'un article respectent les règles suivantes :

Utile **Le titre** : il est court, explicatif et suscite l'intérêt (la moitié des lecteurs délaissent une page dont le titre ne leur paraît pas intéressant).

Utile **La date** : il est vivement conseillé de faire figurer la date de publication des articles (ou de mise à jour en cas de modification). Compte tenu du taux très élevé de renouvellement des informations sur Internet, la date de l'article permet de matérialiser la « pertinence » et l'actualité du contenu de l'article.

Utile **Le chapeau** (optionnel) : il s'agit d'un texte court (souvent en caractère gras) sous le titre de l'article. Il résume l'essentiel de la page en 2 à 5 lignes. Il permet de renseigner l'utilisateur sur le contenu de l'article. Le chapeau constitue une accroche et doit donner envie de lire l'article.

Utile **Les sous-titres** (optionnel) : il est conseillé de sectionner le texte via des sous-titres donc la fonction est d'entretenir l'attention du lecteur et préserver la dynamique de lecture. Les sous-titres doivent être distingués visuellement du reste du texte et adoptent des styles différents en fonction de la hiérarchie du sous-titre.

Utile **Le corps de texte** (paragraphe) : il est conseillé de découper le corps de texte en paragraphes courts séparés régulièrement par des sous-titres. Chaque paragraphe doit être court et développe en général une seule idée principale. Il est à noter que la majorité des utilisateurs ne lit pas les paragraphes en entier mais effectue une lecture en diagonale destinée à extraire les idées essentielles. Une présentation des éléments sous forme de listes, tableaux, etc. lorsque cela est possible permet de fournir une vision synthétique des contenus adaptée à la lecture rapide du Web.

Utile **Les images** (optionnel) : il est conseillé d'intégrer au moins une image par page pour reposer l'œil du lecteur et susciter son attention. Les images doivent être à la fois illustratives et explicatives ; elles comportent également une légende. Il faut veiller à utiliser des images libres de droit.

Utile **Les encadrés** (optionnel) : pour « casser » les mises en page trop rigides, il est conseillé d'utiliser des encadrés (cadre graphique, couleur de fond, police spécifique, etc.) contenant un complément d'information ou une synthèse des éléments les plus importants de l'article.

3.2.1.2. Longueur du texte

Les pages contenant beaucoup d'information sont longues et « mesurent » plusieurs pages d'écran, ce qui rend la lecture ligne à ligne fastidieuse pour l'utilisateur. Il importe dans ce cas de respecter quelques préconisations propres aux textes longs.

Recommandé Il est important de limiter la taille des pages à trois écrans en résolution 1024×768 avec une taille de police standard.

- Recommandé** Pour les contenus de type « dossier », il est nécessaire de fournir à l'utilisateur une navigation interne (exemple : un sommaire propre à la page) pour l'aider à lire la page dans les meilleures conditions (pas plus de trois écrans en résolution 1024×768 entre chaque lien de navigation interne). Une fois que l'utilisateur a lu la page, il est important de lui donner la possibilité de revenir à ce sommaire.
- Recommandé** Pour les articles longs, il est indispensable de fournir à l'utilisateur des moyens de contourner la lecture à l'écran, par exemple en lui proposant une version imprimable ou un fichier PDF à télécharger.
- Utile** En cas de version imprimable ou téléchargeable (PDF) de l'article, il est conseillé de soigner la mise en page de l'article, en ayant recours à une feuille de style CSS dédiée à l'impression. Afin de resituer le contexte de la page imprimée, celle-ci reprend les éléments suivants :
- l'émetteur du site ;
 - la date de l'impression ;
 - l'URL de la page ;
 - le chemin de la page dans le site (fil d'Ariane par exemple).
- Utile** En cas de textes longs, les textes sont parfois découpés en plusieurs pages articulées entre elles via un système de navigation minimaliste (page suivante, page précédente). Cette pratique est déconseillée pour les articles car elle nécessite le chargement successif des pages.
- Son utilisation doit donc être limitée aux articles thématiques (dossiers). Il est conseillé dans ce cas de proposer ce type de liens sous formes d'encadrés contextuels du type « voir aussi ».

3.2.1.3. Fonctions associées à l'article

Un certain nombre de fonctions associées à l'article permettent d'enrichir les utilisations de l'article. Les fonctions proposées peuvent être classées en trois catégories :

- Les fonctions de base :
 - imprimer ;
 - envoyer l'article à un tiers ;
 - télécharger.
- Les fonctions d'accessibilité :
 - augmenter la taille de la police ;
 - accéder à une version de l'article dans une autre langue.
- Les fonctions interactives :
 - commenter ;
 - partager l'article sur une plateforme de réseau social ;

- s'abonner au flux RSS de la rubrique de publication de l'article ;
- attribuer une note ou recommander l'article, etc.

Utile

En cas d'utilisation des fonctions associées aux articles, il est conseillé de regrouper ces fonctions dans une zone spécifique de l'article et d'associer à chaque fonction une icône explicite.

Exemple de barre de fonctions associées à un article (lemonde.fr)



3.2.2. Plan du site

La présence d'un plan permet de répondre aux préférences de certains utilisateurs en terme de stratégie de navigation, surtout dans le cas d'un site avec une architecture complexe.

Le plan doit permettre à l'utilisateur de repérer rapidement la partie du site la plus susceptible de contenir l'information recherchée (sinon de trouver directement l'information). Le plan reflète l'architecture du site et contient l'ensemble des catégories d'information présentées dans les pages, de façon à ce que l'utilisateur puisse se rendre directement à un point donné du site sans avoir à retourner à la page d'accueil.

Recommandé Le plan du site est rappelé dans le pied de page afin d'être accessible à partir de toutes les pages du site.

Utile Il est conseillé de faire figurer une marque visuelle du type « Vous êtes ici » afin de signifier à l'utilisateur l'endroit où il se trouve dans le site (page depuis laquelle le plan du site est appelé).

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 13.3 : Fournir des informations sur l'architecture générale du site

3.2.3. Page « Contact »

La page « contact » (parfois appelée « Contact » ou « nous écrire ») permet aux utilisateurs d'interagir avec l'émetteur du site en posant une question ou en donnant son avis ou faire des suggestions à l'émetteur du site. Quelques principes de base s'appliquent à la mise en place d'un tel dispositif.

Recommandé Il est conseillé de privilégier la mise en place d'un formulaire plutôt qu'une adresse courriel cliquable du type contact@administration.gouv.fr.

Le formulaire évitera les allers et retours successifs entre l'utilisateur et l'émetteur du site, permettra de recueillir des renseignements spécifiques afin d'améliorer le traitement des questions (un objet de message pré-typé permet d'aiguiller le message vers les bons répondants par exemple). De plus, une adresse de type SMTP présentée sur une page Internet constitue une proie vulnérable pour les automates chargés de collecter des banques d'adresses courriel. La mise en place d'un formulaire permet donc de limiter les messages non désirés (spams).

Utile En cas de mise en place d'un formulaire, il est conseillé d'avoir recours à un « captcha », c'est-à-dire un dispositif visuel destiné à se prémunir contre les questions automatisées et intensives réalisées par des automates.

Exemple de formulaire avec captcha

Votre adresse électronique :

L'objet de votre message : Suggestions

Votre message :



Si vous n'arrivez pas à lire le code, [cliquez-ici](#) pour en créer un autre

Utile Le traitement des messages postés sur un site nécessite bien souvent une organisation particulière et des outils de suivis spécifiques, sous peine de créer une attente chez l'utilisateur à laquelle on ne pourra pas répondre convenablement.

Utile Si le volume de questions posées est important, il est conseillé de proposer une présélection des sujets (ou objets) de question posées afin de mettre en place un aiguillage des messages vers les répondants compétents.

Recommandé Le moteur de recherche se présente sous la forme d'une boîte de texte (et non pas sous la forme d'un lien à cliquer).



Utile L'usage le plus courant positionne le moteur de recherche en haut à droite de la page.



Utile L'utilisation du moteur de recherche peut être facilitée par le recours à l'auto-complétion, appelé aussi « complètement automatique », qui consiste à proposer des saisies afin d'aider l'utilisateur dans ses choix. Elle permet donc d'accélérer la saisie sur un site (recherche, formulaire...), ce qui rend la navigation moins pénible. Elle permet également de limiter les erreurs de saisie, en entrant sans intervention humaine les caractères qu'il reste à inscrire.

Exemple de complètement automatique



Utile Il est conseillé de faire porter la recherche sur tous les contenus du site, y compris les documents téléchargeables depuis le site (on parle alors de recherche plein texte).

3.2.4.2. Recherche avancée

Utile La présence d'une fonction de recherche avancée est conseillée dans le cas d'un site au contenu riche et complexe afin de permettre à l'utilisateur de préciser sa requête pour trouver plus rapidement l'information recherchée.

Utile Il est conseillé de fournir une aide à l'utilisation de la fonction de recherche avancée sous la forme d'exemples et de consignes claires. Cette aide doit être rapidement accessible (idéalement lisible depuis la page de recherche avancée).

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 13.7 : Faciliter l'usage du moteur de recherche

3.2.4.3. Résultat de la recherche

Recommandé Le résultat de la recherche doit être affiché sous forme d'une liste triée par ordre de pertinence.

Recommandé Il est recommandé d'afficher les éléments suivants dans la page de résultat d'une recherche :

- le nombre de résultats de la recherche ;
- le titre de la page contenant la chaîne de recherche ;
- un lien vers la page contenant la chaîne de recherche ;
- la nature du résultat de la recherche : page HTML ou document (s'il s'agit d'un document, afficher le format et le poids du document).

Utile Il est conseillé d'afficher les éléments suivants dans la page de résultat d'une recherche :

- un (des) extrait(s) de la page de résultat comportant la chaîne de recherche (idéalement avec mise en exergue de la chaîne recherchée) ;
- un système de pagination permettant en cas de nombre de résultats importants (idéalement, l'utilisateur peut paramétrer le nombre de résultats à afficher par page) ;
- un classement des résultats par catégorie de contenus si les contenus du site sont catégorisés par typologie (par exemple : articles, vidéos, document légaux, formulaires, etc.).

3.2.5. Répertoire des informations publiques

La loi [n°78-753 du 17 juillet 1978](#) portant diverses mesures d'amélioration des relations entre l'administration et le public et diverses dispositions d'ordre administratif, social et fiscal prévoit que les administrations qui produisent ou détiennent des informations publiques tiennent à la disposition des usagers un répertoire des principaux documents dans lesquels ces informations figurent. Lorsque l'administration dispose d'un site Internet, elle rend le répertoire accessible en ligne.

Recommandé Chaque document figurant dans le « répertoire des informations publiques » est accompagné des renseignements suivants :

- son titre exact ;
- son objet (descriptif des informations) ;
- la date de sa création ;
- les conditions de sa réutilisation ;

➤ le cas échéant, la date et l'objet de ses mises à jour.

Recommandé Le répertoire pourra également contenir d'autres renseignements, facultatifs, mais très utiles pour les ré-utilisateurs des informations publiques, comme le format dans lequel les informations sont disponibles.

Il pourra aussi indiquer le nom de la personne responsable de l'accès aux documents administratifs et des questions relatives aux informations publiques afin de faciliter son utilisation et le traitement des demandes de réutilisation par les demandeurs.

Dans le cas où la réutilisation des informations contenues dans le répertoire est conditionnée par le paiement d'une redevance et la délivrance d'une licence, un lien Internet pourra donner accès à la licence-type et aux informations concernant le montant de la redevance.

Recommandé Dans un premier temps, il est recommandé de présenter les documents sous la forme de simples tableaux ou listes.

Dans un souci de lisibilité par les divers publics et pour faciliter la navigation, il est recommandé que l'objet du document reste bref. De même, il est recommandé que le descriptif des modifications apportées à l'issue des mises à jour soit court.

Dans le même souci, il est aussi recommandé d'organiser le répertoire en fonction de grandes thématiques et d'en limiter le nombre.

3.3. CAS DES DEMARCHES EN LIGNE

3.3.1. Présentation des démarches en ligne

Avant même le démarrage d'une procédure, le site émetteur doit faciliter l'accès aux démarches en ligne et promouvoir les autres démarches en ligne présente sur le site.

Recommandé Un site proposant plusieurs démarches en ligne en fournit la liste globale avec une description synthétique pour chaque démarche.

Recommandé Toute nouvelle démarche en ligne offerte sur un site public doit être signalée à la Documentation Française au minimum une semaine avant sa mise en ligne pour mise à jour du site service-public.fr. Il convient également de signaler si la démarche est accessible via mon.service-public.fr.

Le signalement est réalisé via ce lien : http://interactif.service-public.fr/cgi-bin/posez_question/akio.cgi?page=posez_question/site.html

La démarche sera alors référencée dans les pages du portail et annoncée dans la lettre hebdomadaire de service-public.fr.

Utile Tout site proposant un ou des démarches en ligne fournit un lien vers vers la rubrique « Démarches en ligne » de service-public.fr (<http://www.service-public.fr/demarches24h24/>). Cette rubrique référence l'ensemble des démarches en ligne offertes aux particuliers dans la sphère publique.

3.3.2. Navigation dans la démarche

Etapes de la démarche

Une démarche en ligne est toujours structurée en étapes présentant le cheminement de la procédure.

Exemple de présentation des étapes : le cas du changement d'adresse en ligne



Recommandé Le site doit afficher la liste des étapes de la démarche. Un traitement graphique approprié permet de distinguer les étapes réalisées, l'étape en cours et les étapes à venir.

Utile Une barre de progression indiquant à l'utilisateur le chemin réalisé et le chemin restant constitue un indicateur apprécié afin d'aider l'utilisateur à optimiser la gestion de son temps.

Exemple de barre de progression :



Récapitulatif de la démarche

Dans certains cas, la démarche en ligne est proposée au sein d'un site disposant déjà de son propre système de navigation. L'interaction entre la navigation dans le site et la navigation dans la procédure doit alors faire l'objet d'une attention particulière. Dans d'autres cas, la démarche fait l'objet d'un site dédié qui dispose donc d'un seul système de navigation.

Utile Pour la présentation (page d'accueil) d'une démarche en ligne, il convient d'utiliser la structure de navigation du site global. Cela permet à l'utilisateur d'accéder aux autres types de contenu. Mais une fois la démarche initiée, la barre d'étapes de la démarche constitue l'unique système de navigation actif. Les menus de navigation autres que ceux de la procédure ne sont plus accessibles ou sont provisoirement désactivés pour éviter les conflits de navigation.

A la fin de la démarche, il faut fournir une page de récapitulatif permettant à l'utilisateur de vérifier l'exactitude des données renseignées. Elle lui permet de transmettre sa demande ou bien de modifier les données ou étapes renseignées.

Recommandé Le récapitulatif constitue la dernière étape de la démarche. Elle doit donc figurer dans la barre d'étapes et n'est accessible qu'une fois les étapes précédentes renseignées.

Recommandé La page récapitulative reprend les données précédemment saisies dans la page, en mode consultation (non saisissables directement). Il faut alors fournir un bouton d'action « Modifier » permettant de retourner à la page de formulaire correspondante en mode saisie.

Dans le cas de démarches comportant plusieurs étapes, il faut répéter ce bouton autant de fois que d'étapes.

Recommandé La démarche se conclut toujours par un bouton d'action « Valider et terminer » pour envoyer le questionnaire rempli.

Que disent les référentiels généraux ?

RGAA ➤ 13.9 : Faciliter la navigation sur des groupes de pages

3.3.3. Assistance à l'utilisateur dans la démarche

3.3.3.1. Aide générale de la démarche et aides contextuelles

En plus des règles présentées pour la construction de formulaires, l'utilisateur se voit proposer divers éléments d'assistance visant à le guider au mieux dans la démarche et lui éviter les erreurs.

Recommandé Toute démarche en ligne comporte **une page d'aide**. Celle-ci doit être accessible depuis toutes les pages de la démarche, et s'ouvre dans une nouvelle fenêtre (ou onglet) de navigateur (de sorte à conserver la procédure en cours) et est disponible en

version imprimable. Cette aide doit être organisée selon la succession des étapes de la procédure. Voir à ce sujet le chapitre 3.4.1 - Aide générale.

Utile Des aides contextuelles permettent utilement d'assister l'utilisateur dans la saisie des champs de formulaire. Voir à ce sujet le chapitre 3.4.2 - Aides contextuelles.

3.3.3.2. Questions fréquentes relatives à la démarche

Recommandé Une démarche en ligne comporte obligatoirement **une page de questions fréquentes** (FAQ) fournissant des réponses aux questions susceptibles d'empêcher les utilisateurs de démarrer la procédure ou de la réaliser correctement.

La page « questions fréquentes » contient :

- au minimum les informations suivantes :
 - à qui s'adresse la démarche en ligne ;
 - les pré-requis techniques ;
 - les pré-requis administratifs ;
 - le responsable technique de la démarche en ligne ;
- de façon facultative les informations suivantes :
 - les délais de réponse ;
 - le service traitant.

3.3.3.3. Visite guidée

La visite guidée (ou démonstration) représente un mode d'assistance spécifique aux sites proposant des services en ligne (notamment les démarches en ligne). Elle vise à présenter à l'utilisateur tous les éléments avec lesquels il va devoir interagir de façon autonome lors la réalisation de la démarche en ligne. Ce dernier peut ainsi se familiariser avec la présentation des informations, le vocabulaire employé, les actions à réaliser. Son caractère pédagogique permet de minimiser les efforts d'apprentissage lors de la réalisation effective de la démarche.

Recommandé Si le site propose une visite guidée, celle-ci s'ouvre dans une nouvelle fenêtre de navigateur (pour conserver la procédure active).

Recommandé Si le site propose une visite guidée, celle-ci est accessible en page d'accueil de la démarche.

Recommandé Si le site propose une visite guidée en flash ou un tutoriel animé, il faut également proposer une alternative au format texte ou HTML.

Utile Les démarches en ligne de plus d'une étape proposent une démonstration au minimum faite d'écrans HTML simulant le déroulement des écrans en cours de remplissage.

Utile Il est conseillé de faire apparaître les éléments décrits dans la visite guidée de manière distinctive (par exemple en surbrillance) dans un souci de pédagogie.

3.3.4. Confirmation de la démarche et accusé de réception

En fin de procédure, après validation de sa démarche ou à certaines étapes clés, il faut rassurer l'utilisateur, l'informer et lui faire découvrir les autres démarches en ligne, dans une optique de qualité de la « relation usager ». A minima, une confirmation de la transaction réalisée est systématiquement présentée à l'utilisateur à l'issue d'une démarche en ligne.

Recommandé Il faut informer l'utilisateur de la réussite de la transmission et lui fournir un récapitulatif (non modifiable et imprimable) des données envoyées disponible en version imprimable.

Recommandé Sur la page de confirmation, il faut permettre à l'utilisateur de poursuivre sa navigation par des liens (exemples : « retour à l'accueil », « retour à la liste des démarches en ligne ») ou par le système de navigation.

Utile Afin d'améliorer la qualité du service rendu, il est possible de proposer le remplissage d'un questionnaire de satisfaction à la fin de la démarche.

Si l'utilisateur est identifié et conformément aux dispositions du référentiel général de Sécurité (RGS) un accusé de réception est produit à l'intention de l'utilisateur pour tout échange engagé avec l'administration par voie électronique. En fonction du canal d'émission retenu (courriel, courrier, SMS, etc.), l'accusé de réception peut revêtir des formes distinctes. Par ailleurs, son contenu dépend du niveau de criticité de la transaction engagée entre l'utilisateur et l'administration. Dans certains cas, l'accusé de réception peut être précédé d'un accusé d'enregistrement qui atteste la bonne réception de la demande mais n'engage pas l'administration sur un délai de traitement.

La confirmation de transaction et l'accusé de réception sont des documents non éditables soumis aux mêmes règles d'ergonomie et d'accessibilité que les autres formulaires. Les mentions obligatoires portées par ces documents seront détaillées dans le décret du RGS relatif à l'ordonnance 2005-1516. Les principes généraux suivants peuvent s'appliquer à ces documents :

- la confirmation est présentée en ligne, via le navigateur ;
- l'accusé de réception (respectivement d'enregistrement) est affiché à l'écran et peut-être envoyé à l'utilisateur par le canal retenu (courriel, courrier, SMS, etc.) et à l'adresse qu'il aura préalablement fournie à l'administration (durant la démarche en ligne ou lors d'une précédente démarche).

Recommandé Suivant la nature de la démarche, un accusé de réception (ou d'enregistrement) est envoyé à l'utilisateur à l'adresse qu'il aura préalablement fournie).

3.4. ASSISTANCE A L'UTILISATEUR

3.4.1. Aide générale

Certains sites, notamment ceux proposant des services en ligne, nécessitent la mise à disposition d'une aide générale afin de renseigner au mieux l'utilisateur sur l'utilisation du site.

Recommandé Lorsqu'elle existe, l'aide générale est accessible depuis toute page, et s'ouvre dans une fenêtre dédiée. L'objectif est de permettre à l'utilisateur de continuer sa navigation dans le site tout en ayant ponctuellement recours à l'aide.

Recommandé L'aide générale est rédigée dans un langage clair, non technique.

Recommandé Les aides de plus d'une page écran sont segmentées en sections dont une liste est présentée en début d'aide. Cette liste fournit également un accès direct à chacune des sections (ancres ou liens inter-pages selon le volume d'information). A chaque section, un lien permet de revenir vers l'accueil de l'aide.

Utile Il est conseillé de fournir une version imprimable de l'aide générale. De façon facultative, cette aide est également téléchargeable.

Utile Il est conseillé de fournir dans l'aide générale un accès direct aux éventuels autres éléments d'assistance du site (questions fréquentes, visite guidée, etc.).

3.4.2. Aides contextuelles

L'objectif des aides contextuelles est d'apporter des réponses précises à des problèmes locaux liés à une étape de la procédure et à la saisie d'informations. On distingue deux types d'aides contextuelles :

- **les informations de guidage** affichées dans un formulaire et apposées aux champs de saisie ;
- **les renvois ponctuels** à un endroit précis de l'aide générale.

Recommandé Dans le cas des informations de guidage, celles-ci doivent être affichées directement près du champ, sans clic supplémentaire pour l'utilisateur ou sous forme d'info-bulle apparaissant lors du survol de la zone par la souris. Dans ce dernier cas, un signalement visuel permet d'inciter l'utilisateur à survoler la zone.

Exemple d'information de guidage située à droite des champs de saisie

Identité de la personne faisant l'objet de la demande

Vous même :

Nom : *

Prénoms : *

Date de naissance : 1 | Janvier | 2008

Informations relatives à l'identité de la personne pour laquelle la copie d'acte d'état civil est demandée

- Nom de famille, obligatoire (gras) : C'est votre nom de famille ; ou votre nom de jeune fille, dans le cas d'une femme mariée.
- Prénom : Prénom(s)
- Seul le premier prénom dans l'ordre de l'état civil est obligatoire.
- Le trait d'union ne doit être utilisé que pour un prénom composé exemple : Jean-Pierre

Exemple d'information de guidage affichée dans une info-bulle lors du passage de la souris

Eléments disponibles

- Agents
- Associations
- Collectivités territoriales
- Entreprises
- Usagers

Eléments sélectionnés

- Administrations/Services

Vous pouvez saisir plusieurs éléments en les déplaçant de la gauche vers la droite grâce aux flèches.

Recommandé Dans le cas des renvois ponctuels à l'aide générale, ceux-ci doivent être signalés par une icône spécifique et constante sur tout le site à chaque fois que cela est nécessaire. Cette icône cliquable renvoie automatiquement à la partie correspondante de l'aide générale.

Exemple d'icône de renvoi ponctuel à l'aide générale



3.4.3. Foire aux questions (FAQ)

La présence d'une foire aux questions (FAQ, questions fréquentes, etc.) est utile pour présenter une vision synthétique du contenu du site et réduire ainsi les demandes de renseignement émanant de nouveaux utilisateurs. Le contenu de la FAQ est alimenté par les questions et retours des utilisateurs du site. Pour les sites complexes, une étape d'analyse des besoins des utilisateurs permet notamment d'améliorer la pertinence du contenu de la FAQ.

- Recommandé** La FAQ doit proposer en haut de page un sommaire des questions ou des thèmes renvoyant vers la liste des réponses ou des thèmes. A la fin de la réponse, un lien permet de renvoyer vers le sommaire.
- Recommandé** Dans la liste des réponses, il faut répéter la question avant la réponse. La question et la réponse sont distinguées visuellement par l'emploi de styles distincts.
- Utile** Il est conseillé de fournir une version imprimable de la FAQ.
- Utile** La FAQ offre la possibilité aux utilisateurs d'ajouter une question à la liste des questions référencées. Un lien vers le formulaire de contact (avec idéalement le renseignement automatique de l'objet de la question) permet de faire remonter progressivement les questions pour lesquelles les utilisateurs ne trouvent pas de réponse dans la FAQ.

3.4.4. Assistance téléphonique

Certains sites proposant des services en ligne disposent d'une assistance téléphonique destinée à guider téléphoniquement l'utilisateur dans l'utilisation du service.

- Recommandé** Si le site propose une assistance téléphonique, il faut veiller à bien faire figurer le prix de l'appel pour l'usager et les horaires d'ouverture du service d'assistance par des répondants.
- Utile** Si le site propose une assistance téléphonique, il est conseillé de faire apparaître le numéro de contact téléphonique sur les seules pages d'aide générale et de questions fréquentes (FAQ).

En matière d'assistance dans l'utilisation d'un service en ligne, le canal téléphonique est une assistance accessible en second recours, après les modes d'assistance en ligne. Compte tenu du coût de traitement des appels téléphoniques pour l'administration, il faut favoriser en priorité le renseignement de l'utilisateur via les systèmes d'aide en ligne et de questions fréquentes.

Exemple de présentation pour l'assistance téléphonique



Si vous n'avez pas trouvé la réponse, vous pouvez contacter l'assistance par téléphone au 0800 123 456 (coût d'un appel local depuis un poste fixe), tous les jours, de 8h à minuit.

3.5. TERMINOLOGIE

Terminologie - Paragraphe en cours de construction

Afin de renforcer le sentiment de confiance de l'utilisateur lorsqu'il navigue sur un site Internet de service public, il convient d'harmoniser les pratiques en matière de sémantique. Les émetteurs de sites publics doivent veiller à adopter un terme commun pour les éléments suivants (liste en cours de recensement ; arbitrage à réaliser en réunion inter-administrations).

3.6. CONTENUS 2.0

Les sites Internet ont subi de profondes mutations ces dernières années sous l'effet des évolutions technologiques. L'usage de l'Internet en a par ailleurs été profondément modifié. Ces évolutions sont couramment regroupées sous l'appellation « 2.0 » (par opposition à la première génération de sites, désormais appelée Web 1.0). Concrètement, le concept du Web 2.0 regroupe trois notions fondamentales :

- l'évolution des usages et des modes de consultation d'Internet (offre de services accrue, participation la participation active des utilisateurs à la production de contenu- cf. l'encyclopédie libre et collaborative [Wikipedia](#)) ;
- l'évolution des interfaces Web grâce à l'émergence de nouvelles technologies (ces interfaces se rapprochent progressivement des standards du client lourd) ;
- la capacité à mélanger des services issus de sites distincts sur une même page.

L'évolution des usages est de loin l'innovation la plus marquante du 2.0. D'une utilisation passive et consumériste de l'Internet, l'internaute s'est transformé en « producteur de contenus » : les outils de wikis, blogs et de partage de contenus multimédias permettent désormais à des millions d'utilisateurs de s'exprimer, de partager et de devenir acteurs de l'Internet.

Cette vulgarisation de la production de contenus pose de nouvelles contraintes ergonomiques pour adapter les interfaces aux besoins toujours plus complexes des utilisateurs. Les sites Internet arborent de plus en plus des éléments d'interface « 2.0 » quand ils ne sont pas entièrement conçus en mode 2.0. Ceci fait émerger de nouvelles pratiques ergonomiques qu'il faut désormais intégrer dans la conception des sites Internet publics.

3.6.1. Flux RSS

Un flux RSS (ou flux d'actualités) est un format de syndication de contenus basé sur XML qui permet de mettre à disposition tout ou partie des productions éditoriales d'un site Internet. Concrètement, un flux RSS permet de récupérer les nouveaux contenus publiés sur un site sans avoir à visiter ce site. Ces contenus peuvent alors être affichés dans un logiciel dédié à l'agrégation de flux RSS : au même titre qu'un outil de messagerie permet de collecter et organiser les courriels, il existe des agrégateurs de flux qui permettent de consolider l'ensemble des flux RSS sélectionnés par un utilisateur et de les trier, regrouper, etc. Ces contenus peuvent également être réaffichés, reformatés et actualisés en temps réel sur un autre site Internet.

3.6.1.1. Syndication de flux RSS

La syndication de flux RSS consiste à rendre disponible le contenu d'un site instantanément à disposition d'autres sites. Ainsi, dès lors que le contenu syndiqué d'un site est mis à jour (création ou modification d'un article), le flux RSS est automatiquement mis à jour.

Responsabilité sur les flux agrégés

Si un site Internet public agrège sur ces pages un flux RSS issu d'un site tiers, il peut potentiellement encourir une responsabilité propre à un éditeur de contenu.

Recommandé Avant d'agréger un fil RSS sur un site public, il convient de vérifier sa qualité rédactionnelle et ses conditions générales d'utilisation. Les contenus de ces fils RSS syndiqués sont régulièrement vérifiés.

Ouverture des liens d'un flux RSS

Recommandé L'ouverture des liens d'un flux RSS doit être différenciée selon la nature du lien :

- dans le cas d'un lien interne (flux des derniers articles ou commentaires publiés sur le site par exemple), l'ouverture du lien se fait dans la même fenêtre ;
- dans le cas d'un lien externe (flux RSS provenant d'un autre site), l'ouverture du lien se fait dans une autre fenêtre.

Cas des univers Netvibes

Les univers Netvibes sont des pages personnalisables thématiques qui agrègent des dizaines, parfois des centaines de flux RSS. Ces univers sont ouverts à tous et permettent de centraliser les flux RSS de différents sites d'un même thème. Il est également possible de créer un univers regroupant les flux d'un même site. La création d'un tel univers nécessite également la définition d'un thème graphique propre à l'univers.

Par exemple, la Documentation française propose une page qui regroupe l'ensemble des flux RSS mis à disposition sur les différents sites dont elle a la responsabilité. Cette page permet de centraliser une large gamme de productions éditoriales : rapports publics, publications, concours, lois, discours, etc.

Exemple d'univers Netvibes : l'univers de la Documentation française



3.6.1.2. Production de flux RSS

Pour les sites à fort contenu éditorial, la mise à disposition d'un ou de plusieurs flux RSS contribue à :

- la fidélisation du lectorat car il permet aux utilisateurs du site de se tenir au courant des nouveaux contenus mis en ligne sans avoir besoin de se rendre sur le site ;
- l'élargissement de l'audience du site en offrant la possibilité d'agrèger ses contenus sur d'autres sites tiers.

3.6.3. Mashups

Un **mashup** désigne la combinaison de plusieurs applications Web au sein d'une application unique afin de créer un nouveau service. Le contenu de ces applications peut provenir de sites tiers et être mis à disposition par le biais d'**API** (Application Programming Interface ou interface de programmation), c'est-à-dire des services Web autorisant l'extraction et le traitement d'informations.

Les mashups ont quelques points communs avec les widgets puisqu'ils sont, dans les deux cas, à intégrer dans une zone définie dans une page existante. L'intégration d'un mashup reste aussi simple que l'intégration d'un widget puisqu'il suffit souvent de copier du code XHTML et du Javascript dans la page hôte. Un mashup peut être ainsi intégré aussi bien dans un site développé en Java, .NET ou PHP.

L'intégration d'un mashup dans un site nécessite au préalable de prendre en compte certains aspects de sécurité tels que l'authentification du producteur des contenus repris dans le mashup et la protection des canaux de communication (usage de protocoles cryptographiés, etc.).

Utile Un widget doit être intégré dans les espaces réservés au contenu principal et secondaire. Les éléments des systèmes de navigation du site doivent être conservés.

3.6.4. Partage communautaire de contenus

Le partage communautaire de contenus ou encore partage de signets (*social bookmarking*) permet aux internautes de stocker, classer, chercher et partager leurs liens favoris. Dans un système ou réseau de partage de signets, les utilisateurs enregistrent des listes de ressources Internet qu'ils trouvent utiles (pages, vidéos, etc.) sur des plateformes de réseaux sociaux Facebook, Digg, del.icio.us, Technorati, etc. D'autres utilisateurs ayant les mêmes centres d'intérêt peuvent consulter les liens par sujet, catégorie, étiquette, etc. Les sites à fort contenu éditorial peuvent mettre à disposition une fonctionnalité de partage communautaire de contenus à tout ou partie des articles d'un site.

Utile Si un site propose une fonctionnalité de partage communautaire, celle-ci sera placée dans la zone de fonctions associées à l'article (Voir à ce sujet le chapitre 3.6.4.1 – Fonctions associées à l'article).

Exemple d'un article du quotidien Le Monde proposant des fonctionnalités de partage communautaire de contenus via 6 réseaux



HTML (HyperText Markup Language) : Le langage HTML, est le format de données conçu pour représenter les pages Web. Il permet notamment d'implanter de l'hypertexte dans le contenu des pages et repose sur un langage de balisage, d'où son nom. HTML permet aussi de structurer sémantiquement et de mettre en forme le contenu des pages, d'inclure des ressources multimédias dont des images, des formulaires de saisie, et des éléments programmables tels que des applets. Il permet de créer des documents interopérables avec des équipements très variés de manière conforme aux exigences de l'accessibilité du web. Il est souvent utilisé conjointement avec des langages de programmation (JavaScript) et des formats de présentation (feuilles de style en cascade). HTML est initialement dérivé du Standard Generalized Markup Language (SGML).

Infobulle : Message apparaissant lors du passage de la souris sur certains éléments. Elle tire son nom de sa proximité avec les bulles des bandes dessinées.

Liens hypertextes : Moyen très simple de navigation dans un ensemble de pages Internet. Lorsque un utilisateur active un lien dans une page, il aboutit directement au point correspondant dans une autre page, et ainsi de suite.

Maquettage / Gabarits (templates) : Représentations statiques d'une page d'un site ou d'une application. On doit y formaliser les éléments présents, leur taille approximative, leur localisation, leur appellation. Ces gabarits de pages peuvent intégrer des notions de zoning (division de la page en espaces d'information). Ils mentionnent alors la taille relative des éléments en nombre de pixels. Ils visent à harmoniser la construction des pages d'un site.

Mashup : Une application composite est une application qui combine du contenu provenant de plusieurs applications plus ou moins hétérogènes. On parle de mashup artistique ou de mashup technologiques. Le principe d'un mashup est donc d'agréger du contenu provenant d'autres sites, afin de créer un site nouveau.

Navigateur : application permettant de consulter des sites web ou des applications multimédia à partir de son ordinateur.

Pied de page : Le pied de page est une zone de liens secondaires située en bas de l'interface. Il comporte souvent des informations de crédits, mentions légales, et/ou des liens redondants avec la navigation principale, afin d'en faciliter l'accès si le défilement de la page est nécessaire pour y accéder.

Podcast (ballado-diffusion) : Technique de diffusion de fichiers sonores ou vidéos permettant à l'internaute de le télécharger ou de s'y abonner par le biais des flux RSS afin de recevoir automatiquement les derniers enregistrements. Le podcasting est une émission reprenant la technique du podcast.

Pop-up (fenêtre surgissante) : Fenêtre apparaissant subitement lors de la sélection d'une option ou d'une fonction clé spéciale. Habituellement, les fenêtres pop up contiennent des menus de commandes. Elles restent à l'écran jusqu'à la sélection de l'une de ces commandes.

Psychologie cognitive : La psychologie cognitive est une démarche scientifique qui vise à décrire et à expliquer les mécanismes par lesquels un organisme acquiert de l'information, la traite, la conserve et l'exploite. Ainsi, elle concerne notamment la mémoire, le langage, le raisonnement, la résolution de problèmes, la perception et l'attention.

Roll-over : Action consistant à bouger le curseur de la souris pour provoquer des événements, simplement en passant sur un objet, sans avoir à cliquer.

