

1 Les contrastes de couleurs

Pour faciliter la lecture, prévoyez un bon contraste entre la couleur du texte et la couleur du fond. Bien sûr, la couleur sert aussi à créer une ambiance. Mais sur un site d'information, la lisibilité est primordiale.

Le noir sur fond blanc reste la meilleure solution. Voire un gris très foncé, un peu plus reposant pour l'œil.

Le blanc sur fond noir est moins lisible que le noir sur fond blanc.

Évitez ce genre d'horreurs. Laissez ça aux amateurs.

Outil en ligne

www.checkmycolours.com

Encodrez l'URL de votre site web, vous aurez droit à un audit détaillé et immédiat de la lisibilité de vos choix de couleurs, basé sur les standards du W3C.



2 Les choix typographiques

Les polices de caractères, la taille des caractères, leur graisse, leur inclinaison en italiques influencent le guidage de l'œil et le confort de lecture.

Les polices de caractères ARIAL et VERDANA, conçues pour l'écran, offrent une parfaite lisibilité.

Utilisez modérément le gras pour souligner les mots importants, de manière très sélective.

Les caractères italiques sont très peu lisibles à l'écran. Réservez-les aux citations ou légendes courtes.

Le TIMES NEW ROMAN convient mieux pour les gros titres. Il n'est pas très lisible à l'écran en petits caractères.

Les titres... sont 5 fois plus lus que le corps de texte. La taille guide l'œil.

Utilisez maximum 2 polices de caractères. Le mélange des styles n'est pas TRÈS professionnel.

Outil en ligne

www.typetester.org

Comparez instantanément la lisibilité de différents choix typographiques.



3 Les espaces et alignements

Vos visiteurs vous liront d'autant plus facilement que vos textes seront alignés à gauche et raisonnablement aérés.

L'alignement à droite ou l'alignement centré occasionnent une perte de lisibilité. Préférez leur l'alignement à gauche dans la grosse majorité des cas.

L'interligne par défaut reste souvent trop serré. Un conseil : augmentez-le en jouant avec la propriété "line-height" dans la feuille de style.

Esthétique en apparence, le texte justifié perd en lisibilité en raison des espaces inégaux entre les mots. Un effet "gruyère" d'autant plus marqué que la colonne de texte est étroite.

4 Les zones de lecture

- Guidez l'œil grâce à une mise en page structurée, où apparaissent clairement les niveaux de lecture.
- Placez les éléments de contenu là où les visiteurs s'attendent à les trouver (voyez le modèle ci-contre).
- Regroupez les informations qui vont ensemble (sur un même fond de couleur par exemple).
- Triez l'information de manière logique (par défaut, adoptez l'ordre alphabétique).

La navigation transversale

Le logo

Le titre et le chapô

La navigation détaillée

Le moteur de recherche

Les « autres » ressources disponibles

Le corps de l'article

5 L'écriture : simple et concise

- Découpez vos textes en paragraphes courts. Les gros blocs de texte font fuir les lecteurs.
- Privilégiez les phrases courtes et les syntaxes simples. Visez des phrases de 15 à 20 mots, en moyenne.
- Choisissez les mots les plus simples, les plus courts, les plus concrets. Évitez le jargon technique ou administratif. Expliquez les acronymes la première fois qu'ils apparaissent dans un texte.

Ne dites pas :

« Nous avons été amenés à réaliser une étude portant sur la dangerosité du tabagisme »

Dites :

« Nous avons conduit une étude sur les dangers du tabac »

Outil en ligne

www.textalyser.net

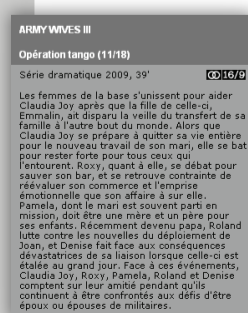
Outil en ligne gratuit pour analyser la complexité de vos textes. Par exemple la longueur moyenne des phrases dans un texte



6 L'habillage : ni pavés, ni sapins de Noël



La page d'accueil de France 2 télévision s'apparente à un vrai sapin de Noël. Difficile d'y reposer l'œil.



Les descriptifs de films sur le site Be tv sont présentés sous la forme de gros blocs de texte très indigestes.

La page d'accueil du site ARTE télévision offre des zones plus confortables et plus contrastées que France 2.

