

AUDIT SITES DES PARCS NATIONAUX

Adria - Arlène

LES POINTS POSITIFS À CONSERVER

Les points positifs à conserver sur ce site sont, le logo en haut à gauche, placé de manière conventionnelle, et qui permet de revenir à la page d'accueil de manière intuitive pour l'utilisateur.

D'autre part, les identités graphiques des sites sont cohérentes et peuvent être conservées, avec un logo et une disposition globale dans le header toujours identique et une couleur différente pour chacun des sites des parcs nationaux, qui permet de les identifier rapidement. Le positionnement des éléments au sein du header est aussi la même sur chaque site, cette structure commune apporte de la cohérence. Les éléments sont également bien visibles et lisibles avec assez de contraste.

Ensuite, le lien entre chacun des sites est bien fait, grâce à un menu déroulant, qui permet de naviguer entre les sites mais aussi de nous amener à un portail.

Enfin, l'utilisateur comprend rapidement le fonctionnement du menu latéral.

LES ÉLÉMENTS À AMÉLIORER

En se situant le sur le site des Calanques, à la différence de celui de la Vanoise ou des autres sites, dans le top-header en haut à droite, on trouve un menu déroulant du pictogramme drapeau.



La possibilité de changer de langue n'est pas présente sur tous les sites des parcs nationaux. Selon les critères de Bastien et Scapin d'homogénéité, d'adaptabilité, de compatibilité et de cohérence des améliorations peuvent être faites.

Nos utilisateurs non francophones ne pourront pas accéder à l'information. Cela pourra aussi provoquer un manque de repères pour l'utilisateur qui va sur le site des calanques puis sur un autre site, on risque de la perdre.

Comme le recommande le référentiel de Bastien et Scapin sur les critères de compatibilité, il faudrait élargir ce choix de langues à tous les sites.

Cela permettra d'élargir la cible des utilisateurs en leur proposant des contenus accessibles dans leur langue, gain économique et stratégique, on facilite l'accès à l'info pour les publics étrangers. On recommande donc de mettre cette option sur tous les sites et d'ajouter d'autres langues en fonction des données qu'on a sur les cibles.

On peut voir sur le site d'airbnb que cette option est modifiable via l'icône du globe.



Logements

Expériences

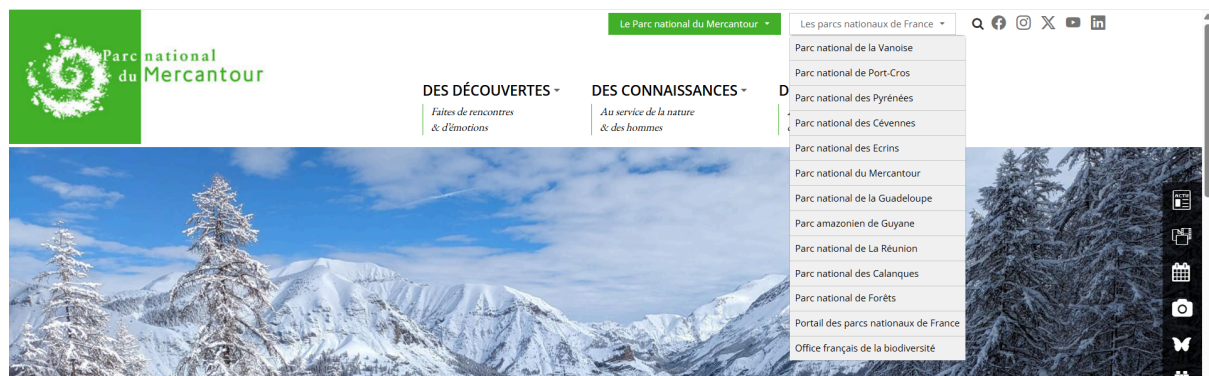
Mettre mon logement sur Airbnb



ARLENE :

Liste des parc → 1 paragraphe

En se plaçant dans au niveau du header, nous pouvons apercevoir à droite un menu déroulant nommé "Les parcs nationaux de France", qui permet d'accéder au site d'un autre parc national de France, mais aussi au site de l'Office Français de la Biodiversité et au portail des parcs nationaux de France.



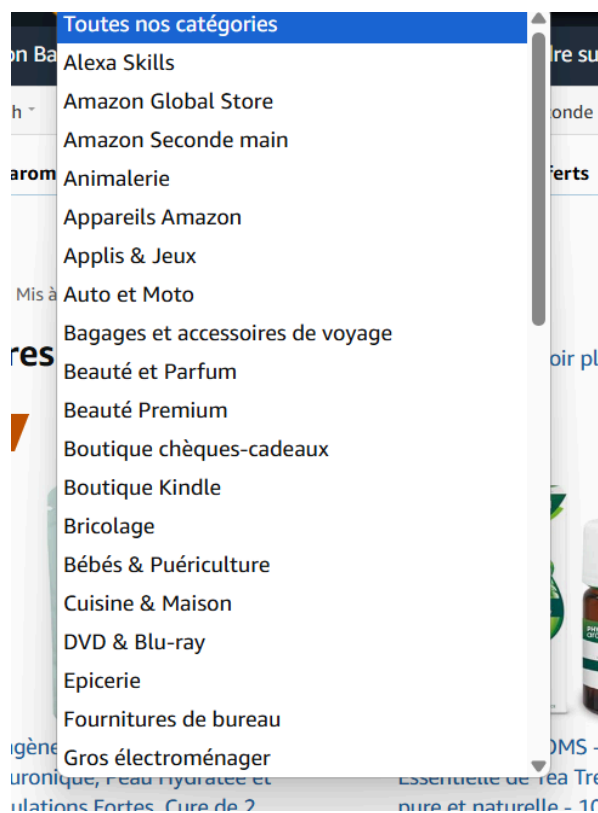
Le problème ici est que les deux derniers éléments mentionnés dans ce menu ne sont pas des parcs et ne correspondent donc pas au libellé du menu déroulant. De plus, ceux-ci ont la même esthétique visuelle (même couleur et même police) que les autres éléments présents dans le menu et ils sont également placés en dernier. Il n'y a aussi pas d'ordre de classement mis en évidence et compréhensible pour l'utilisateur, ce qui peut lui causer d'une part de passer à côté de ces deux options car il pensera que ce sont des parcs, et d'autre part d'être confus par cet ordre de classement.

Or comme l'indiquent les critères ergonomiques de Bastien et Scapin et les heuristiques de Nielsen sur le guidage, la cohérence et la comptabilité, il faut créer une distinction entre les

différentes informations, maintenir une certaine cohérence visuelle au niveau de l'interface, et prendre en compte les habitudes de l'utilisateur.

En s'appuyant sur cela, il serait donc préférable de différencier les informations présentes dans ce menu afin de permettre à l'utilisateur de faire la distinction entre celles-ci, de repérer plus aisément ce qu'il cherche, de savoir où il en est, de gagner du temps en ne cliquant pas par erreur sur un élément ne correspondant pas à un parc par exemple et de définir un ordre de classement, par défaut alphabétique.

Voici l'exemple du site amazon qui respecte bien ces principes :



Confusion sur la recherche + partie réseaux sociaux + visibilité générale → 1 paragraphe

Toujours en restant dans le header, nous pouvons maintenant nous intéresser aux pictogrammes situés à droite.



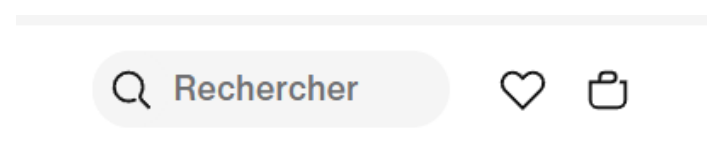
Ici, nous pouvons voir que tous les pictogrammes, que ce soit ceux représentant des réseaux sociaux ou bien celui indiquant un champ de recherche sont de la même couleur et mis ensemble ce qui fait qu'il n'y a pas de différenciation entre ceux-ci. Ces pictogrammes sont également petits visuellement, peu intuitifs de par le fait qu'il ne soient accompagnés d'aucun écrit et ils sont de plus placés dans le header.

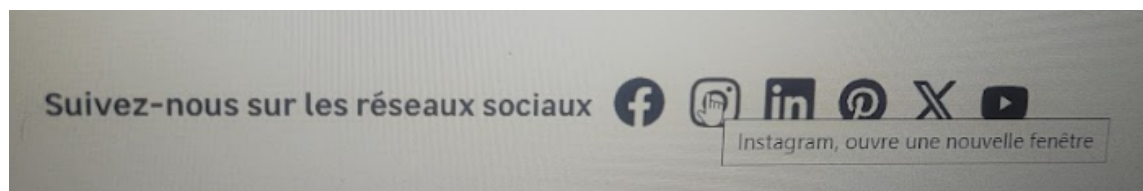
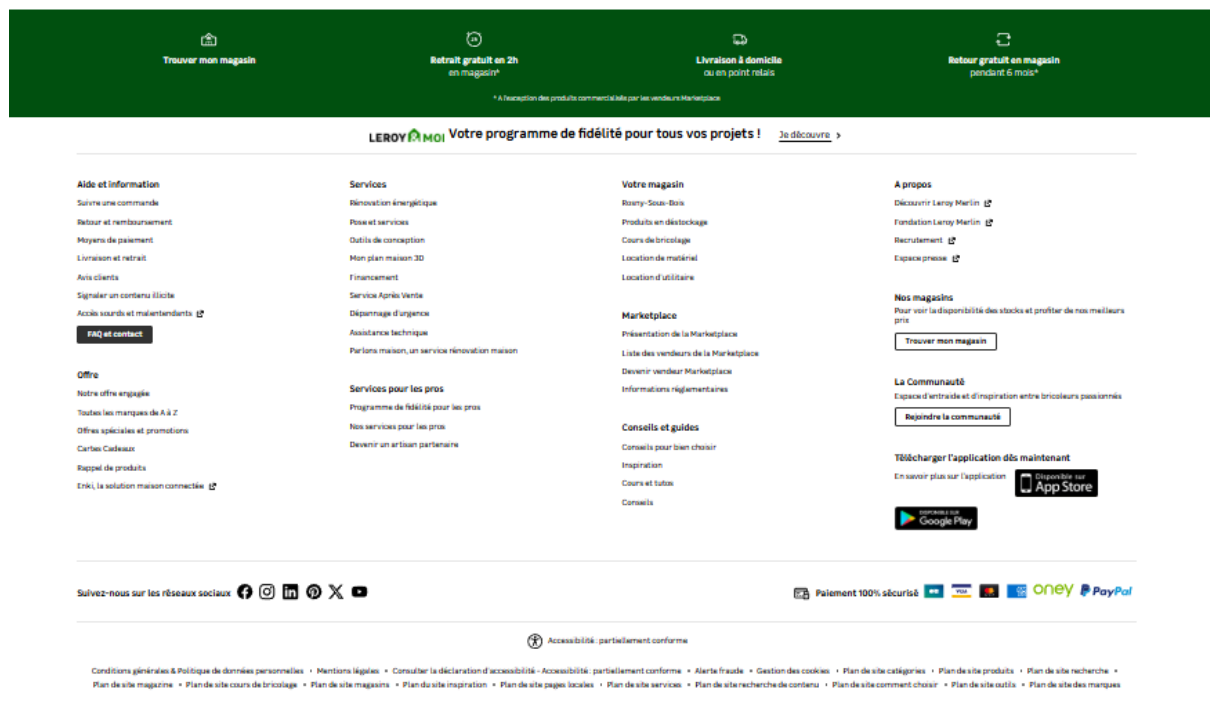
L'utilisateur va donc premièrement croire que la loupe indique un réseau social et passer à côté du champ de recherche, le fait qu'aucun écrit n'accompagne ces pictogrammes et n'indique à quoi ils correspondent peut créer de la confusion auprès de l'utilisateur qui ne saura pas à quoi ils font référence. Il peut aussi ne pas voir ces éléments de par leur taille et le fait qu'ils soient placés dans le header va conduire l'utilisateur à cliquer sur l'un des pictogrammes et à ainsi sortir du site alors que celui-ci vient juste d'y atterrir et également de passer à côté d'informations importantes.

Or d'après les critères ergonomiques de Bastien et Scapin sur le guidage et le contrôle explicite, les éléments présents doivent être facilement lisibles afin d'être identifiés, il faut de plus créer une distinction entre les différentes informations et fournir un moyen via des informations à l'utilisateur de savoir quelle prochaine action il effectuera, comprendre le contexte dans lequel il se trouve et les actions permises. De plus, les actions que l'utilisateur s'apprête à effectuer doivent être explicites et il doit toujours garder le contrôle dans ses actions et être averti si cela n'est pas possible.

En s'appuyant sur cela, il serait donc préférable de premièrement déplacer les pictogrammes représentant les réseaux sociaux dans le footer afin de maintenir l'utilisateur sur le site, augmenter leur taille afin de les rendre plus visible aux yeux de l'utilisateur et lui permettre de ne pas les manquer, les accompagner d'un texte indiquant précisément ce à quoi ils font référence afin de faire gagner du temps à l'utilisateur qui ne cliquera donc pas par erreur dessus et lui permettre de savoir exactement ce qu'il s'apprête à faire. Il faut aussi faire la distinction entre le champ de recherche et les réseaux sociaux afin de ne pas induire l'utilisateur en erreur.

Voici les exemples des sites Nike et Leroy Merlin prenant en compte ces aspects :





ADRIA :

Proportion et apparence des infos affichées, répétitions trop d'infos, éléments graphiques → 1 paragraphe

En se plaçant sur le site du parc de la Vanoise, les menus sont surchargés avec des menus à deux niveaux qui donnent accès à un très grand choix d'informations, ce qui va avoir tendance à perdre l'utilisateur, car la prise en main de ces différents menus n'est pas guidée. Comme l'indique l'heuristique de Nielsen, l'utilisateur doit reconnaître plutôt que se souvenir, il doit pouvoir retrouver ses marques rapidement. Ici, il serait intéressant d'alléger les menus et de guider davantage l'utilisateur avec des instructions explicites, comme nous le conseille le ergonomique critère de guidage de Bastien et Scapin.

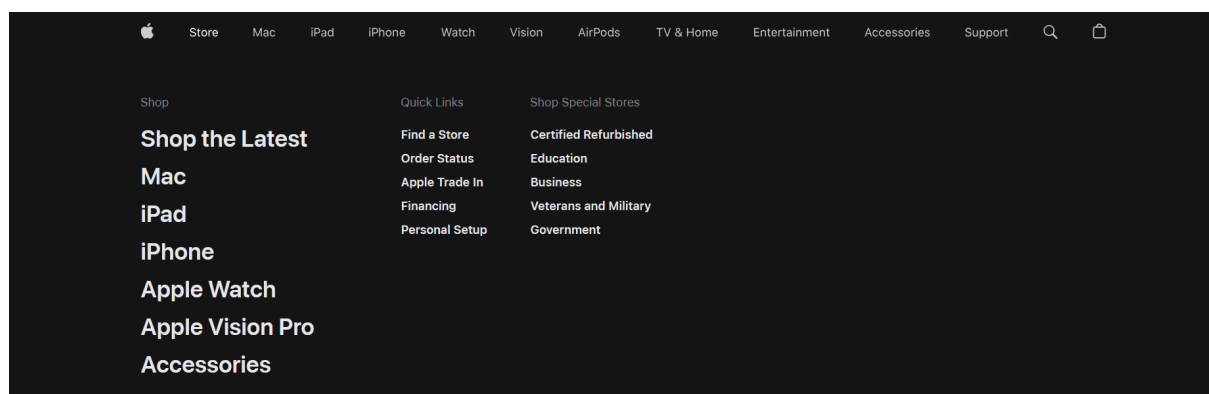
La surcharge de différentes informations graphique accentue cet effet de quantité d'information, avec un changement de couleur additionné à un surlignement. Les

proportions dans le top header ne sont pas correctement gérées, avec un logo très grand proportionnellement aux autres éléments et des espaces vides non exploités.

Toujours d'après les heuristiques de Nielsen, il est important de faire preuve de minimalisme et d'esthétique, et donc d'éliminer tous les éléments qui ne sont pas utiles. S'il y a trop d'informations, la charge mentale de l'utilisateur sera davantage requise et il aura un sentiment de concurrence entre les différentes options.



Comme exemple d'une bonne gestion de l'espace et de minimalisme, il est possible de s'inspirer du site d'Apple.



**Pictos + liens non explicites + entre N1 N2 et N3 différents + différents menus latéraux
→ 1 paragraphe**

Toujours en se plaçant sur le site du parc de la Vanoise, un autre point d'amélioration sur le menu déroulant est la présence de liens non explicites. Sur les titres des grandes catégories des menus ou les titres : "Parc de la Vanoise" et "Les parcs nationaux de France", rien n'indique immédiatement qu'il est possible de cliquer dessus pour nous amener sur une autre page. D'après les heuristiques de Nielsen et le critère ergonomique de Bastien et Scapin du guidage, il est recommandé d'avoir toujours une visibilité de l'état du système, un feedback doit être mis en place de manière explicite. Par exemple, le portail des parcs nationaux de France est accessible en cliquant sur le menu déroulant plutôt qu'en cliquant sur la flèche qui permet de dérouler.

Il serait possible de mettre en place des indicateurs qui montrent explicitement qu'il s'agit de liens, par exemple une icône qui nous indique l'ouverture d'une autre page.

Lien cliquables non-visibles :



D'autre part, si l'on se place sur le site de la Vanoise, puis sur le site de Port-Cros, le contenu des menus latéraux change, le nombre de pictogrammes n'est plus le même. A l'intérieur des menus "Des Découvertes", "Des Connaissances", "Des Actions" les sous-parties ne sont pas les mêmes. Cela va à l'encontre de l'heuristique de Nielsen nous indiquant qu'il vaut mieux reconnaître plutôt que se rappeler mais aussi celle sur la cohérence et les standards, une interface qui requiert trop la mémoire de l'utilisateur est mal conçue. Les critères ergonomiques de Bastien et Scapin nous recommandent également de mettre en place de l'homogénéité et de la cohérence, les codes graphiques et visuels doivent être les mêmes sur chaque site.

Il serait ainsi judicieux de réduire le nombre d'icônes du menu latéral pour avoir quelque chose d'identique sur chaque site, mais aussi de mettre des intitulés de menu et sous-catégories de menus identiques sur chaque page.

Différence entre les deux sites :



On peut prendre pour exemple le site des services publics qui met bien en avant les liens vers d'autres pages :

Fiches pratiques
par événement de vie ^

Fiches pratiques
par thème

Je déménage

Je cherche un emploi

J'attends un enfant

Je veux obtenir un crédit immobilier

J'achète un logement

Je prépare ma retraite

Un proche est décédé

+ Voir tous les événements de vie