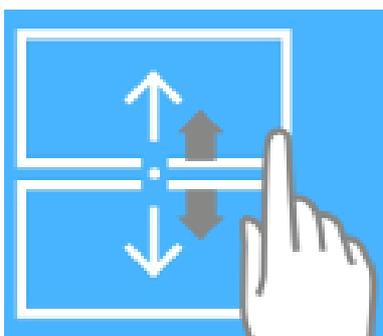


<http://icietla-ge.ch/voir/spip.php?article269>

Ici & Là

Sites « One Page » : « Long Scrolling » et « Infinite Scrolling »



- NTIC
- Ergonomie
- Environnements utilisateurs
-

Date de mise en ligne : jeudi 5 janvier 2017

Copyright © Ici et Là - Tous droits réservés

Un bref article pour planter le décors des sites « One Page » (« Long scrolling » et « Infinite Scrolling ») qui favorisent le scrolling plutôt que le clic. L'internaute est maintenant familiarisé avec les réseaux sociaux et les écrans mobiles de toutes définitions et a l'habitude de découvrir intégralement les longues pages de haut en bas de façon intuitive en exploitant le scrolling.

Tapoter et scroller sont les deux gestes que l'utilisateur maîtrise pour naviguer dans n'importe quel site sur les mobiles, ainsi le Long Scrolling capitalise sur cette habitude utilisateur.

Sommaire

- [Préambule](#)
- [La ligne de flottaison : \(...\)](#)
- [Les sites « One-Page »](#)
- [Les sites « Infinite Scrolling »](#)
- [Atteindre le pied de page \(...\)](#)
- [Naviguer dans une « Long \(...\)](#)
- [Vocabulaire, taxonomie, \(...\)](#)
- [La compétence des internautes](#)
- [Penser mobile first](#)
- [Indexation Mobile First](#)
- [Du Mobile First au Mobile \(...\)](#)
- [Quatre devises du « Long \(...\)](#)
- [Le meilleur format pour \(...\)](#)
- [« Effet Parallaxe » ou « \(...\)](#)
- [Bibliographie](#)

Préambule

Les articles de la bibliographie ci-dessous décrivent de manière détaillée les divers aspects des sites « One Page ». Aussi nous ne donnons pas ici une énième présentation du sujet, nous nous limitons à planter le décors et renvoyons le lecteur à l'un ou l'autre de ces articles.

La ligne de flottaison : un concept qui tombe doucement en désuétude

Aujourd'hui, les réseaux sociaux, les sites « Long scrolling » et les écrans tactiles & mobiles

La vie de nombreux sites se passe en dessous du fold

ont profondément modifié les usages en imposant la lecture verticale. Nous avons pris l'habitude de scroller sans fin et l'essentiel de la vie d'un très grand nombre de sites se passe en dessous de « la ligne de flottaison » (« the fold » : « le pli ») [1]. C'est un fait établi depuis plusieurs années ainsi qu'en témoignent les nombreuses études citées dans l'article « [Mythe 3 : On n'utilise pas le scroll](#) » d'avril 2016, il n'est donc plus nécessaire de « faire tenir » l'essentiel du contenu en haut de la page dans la zone visible sans défilement, c-à-d au-dessus du fold.

Les sites « One-Page » n'ont qu'une seule longue page

Les sites « One-Page »

Les sites « One-Page » ne présentent qu'une seule longue page (« Long scrolling ») pour l'ensemble du site web.

Ils sont souvent utilisés dans divers domaines pour des lancements de produits, des promotions, dans le cas d'un site vitrine pour présenter une entreprise, un produit ou encore un service.

Les sites « Infinite Scrolling »

Les sites « Infinite Scrolling » sont « à scrolling infini », ils ont pour objectif de supprimer la pagination et de proposer l'ensemble du contenu sur une seule et même page sans préchargement. Ils permettent à l'internaute de faire défiler sans fin une très grande page (de longueur quasi infinie), les contenus de la suite de la page se chargeant automatiquement au fur et à mesure que l'internaute la fait défiler vers le bas. Ainsi l'internaute visualise un contenu de départ qui s'étoffe au fur et à mesure que la page est scrollée vers le bas. Ce contenu s'affiche à l'infini (ou presque), sans jamais atteindre le bas de la page.

Efficace pour parcourir un océan d'informations

La longueur de la page augmente en conséquence et la barre de scroll s'agrandit. Il n'y a plus vraiment de repère, ce qui encourage à rester et continuer à défiler tant que le contenu intéresse l'internaute. A chaque défilement vers le bas l'utilisateur pense se rapprocher de la fin de la page mais un nouveau contenu apparaît, n'arrêtant jamais l'utilisateur. C'est un moyen efficace pour parcourir un océan d'informations, sans avoir à attendre que la page soit préchargée. Il est adapté aux internautes qui ont une démarche de découverte, il n'est adapté qu'à une catégorie de sites, d'usage très spécifique.

Atteindre le pied de page des sites « Infinite Scrolling » !

Un pied de page fixé à la fenêtre du navigateur lors du scroll

Le pied de page (footer) existe pour une raison : il contient du contenu dont l'utilisateur a parfois besoin. Mais généralement le script charge les nouveaux posts très tôt, à tel point que le pied de page en devient inatteignable. Ainsi chercher une information dans le footer et ne jamais pouvoir y parvenir peut être très agaçant.

Les sites qui implémentent le scrolling infini doivent donc rendre le pied de page accessible en le rendant collant ou en déplaçant les liens vers une barre supérieure ou latérale.

Naviguer dans une « Long Scroll Page » ou une « Infinite Scroll Page »

Menus « sticky » et navigation « sticky »

Menus stickys : fixés à la fenêtre du navigateur lors du scroll

Avec la technique du scrolling il est difficile d'accéder à la navigation placée en haut de page qui disparaît lors du défilement si ce n'est avec un bouton « back to top », situé en bas de page.

La bonne solution est fournie par les « menu sticky » qui restent ferrés en haut (ou en bas) de la fenêtre du navigateur lors du scroll devenant ainsi toujours visibles et accessibles à tout moment. Ils permettent une navigation permanente sur le site. Ainsi, le défilement de la page n'a plus d'effet sur la navigation dans le menu.

Indicateurs de scroll : le menu latéral

Certains sites, par exemple [bootstrap](#), vont plus loin en proposant également un menu hiérarchique latéral ferré sur le côté de la fenêtre du navigateur, permettant ainsi de visualiser dans quelle section de la page l'utilisateur se trouve. Mais cette fois, la navigation porte sur le contenu de la page plutôt que sur la navigation globale du site.

Autres fonctions

Des éléments comme par exemple le bouton hamburger, des barres de navigation en largeur pleine ou partielle, des boutons de réseaux sociaux ou le pied de page peuvent également devenir « collants » (fixés à la fenêtre du navigateur) et donc toujours visibles et accessibles.

Vocabulaire, taxonomie, volksonomie

Pour désigner les sites de type « One Page » de nombreuses expressions sont utilisées, elles sont déclinées avec divers substantifs, nous en donnons ici les déclinaisons avec les mots « Page » et « Website ». Voici donc deux listes indépendantes non exhaustives d'expressions utilisées, l'une en anglais, l'autre en français mais n'étant pas la traduction l'une de l'autre :

No	Anglais	Français
1	Continuous Page Scroll	page longue à scroller
2	Continuous Page Scrolling	pagination infinie
3	Continuous Scroll	site à défilement infini
4	Continuous Scroll Page	site à défilement vertical
5	Continuous Scroll Website	site à page unique

Sites « One Page » : « Long Scrolling » et « Infinite Scrolling »

6	Continuous Scrolling	site à scroll infini
7	Continuous Scrolling Page	site à scrolling infini
8	Continuous Scrolling Website	site à une seule page
9	Endless Scrolling Website	site en une page
10	Infinite Scroll	site long scrolling
11	Infinite Scroll One Page Websites	site one page
12	Infinite Scroll Page	
13	Infinite Scroll Site	
14	Infinite Scroll Website	
15	Infinite Scrolling	
16	Infinite Scrolling Page	
17	Infinite Scrolling Website	
18	Long Page Scroll	
19	Long Page Scrolling	
20	Long Page Website	
21	Long Scroll Page	
22	Long Scroll Website	
23	Long Scrolling	
24	long Scrolling Page	
25	Long Scrolling Site	
26	Long Scrolling Website	
27	One Page	
28	One Page Scroll	
29	One Page Scroller Website	
30	One Page Scrolling	
31	One Page Website	
32	Scroll Website	
33	Scrolling Website	
34	Single Page Vertical Scrolling Website	

35	Single Page Website	
36	Vertical Page Scroll	
37	Vertical Page Scrolling	
38	Vertical Scroll Page	
39	Vertical Scroll Website	
40	Vertical Scrolling	
41	Vertical Scrolling Page	
42	Vertical Scrolling Website	
43	Website with Continuous Scrolling	

La compétence des internautes

Navigation verticale intuitive en tapotant et scrollant

Avec la grande popularité des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram, Pinterest etc.) et des supports mobiles (tablettes et smartphones) les internautes ont maintenant l'habitude de découvrir une page de haut en bas intégralement de façon intuitive en exploitant le scroll (défilement de la page grâce à la souris ou au doigt pour les mobinautes [2]), révélant au fur et à mesure les différents contenus disposés par étages que propose la page. Il n'est donc plus nécessaire de concentrer toute l'information en haut de page pour être certain que les visiteurs ne passent pas à côté.

La verticalité (sites à défilement vertical) est devenue une constante du webdesign depuis plusieurs années. Sur mobiles la contrainte consiste à fournir un maximum d'informations au sein d'une interface relativement étroite et de permettre la consultation de toute la page Web à l'aide d'un simple geste du doigt.

Tapoter et scroller sont les deux gestes que l'utilisateur maîtrise pour naviguer dans n'importe quel site sur les mobiles, ainsi **le Long Scrolling capitalise sur cette habitude utilisateur.**

Penser mobile first

« Desktop-first » versus « Mobile-first »

Depuis plusieurs années, les équipes web conçoivent et optimisent les sites web pour les ordinateurs de bureau (desktop) et ensuite ces sites sont adaptés aux autres appareils, en terminant par l'interface des smartphones. On **décline donc vers le bas**. C'est l'approche « **graceful degradation** » (dégradation progressive), ou « **desktop-first** ». Malheureusement, dans cette démarche l'optimisation pour desktop n'est pas toujours optimale sur un mobile.

Par contre avec le « **mobile-first** » ou « **progressive enhancement** » (amélioration progressive) on inverse

l'approche de programmation des sites Web et on conçoit le design d'abord en parfaite adéquation pour les mobiles, puis le design est **adapté vers le haut** jusqu'à l'interface pour desktop. [3] Ainsi le processus de design prend en compte, dès le départ, les contraintes et les spécificités des mobiles en relation avec les éléments visuels et fonctionnels des sites web.

Remarque : D'autres expressions sont utilisées pour nommer ces deux processus que sont le « desktop-first » et le « mobile-first » [4].

- Pour la Dégradation progressive on parle :
 1. de Mode dégradé,
 2. de Dégradation gracieuse,
 3. de Dégradation élégante et
 4. d'Approche top-down.
- Pour l'Amélioration progressive on parle :
 1. d'Amélioration par couches successives,
 2. d'Enrichissement progressif,
 3. de Mode rehaussé,
 4. de Rehaussement progressif et
 5. d'Approche bottom-up.

Les courbes « Desktops » et « Mobiles » se croisent

En Octobre 2016 les courbes de % d'utilisation mondiale des « Desktops » et des « Mobiles » (y inclus les tablettes) de 2009 à 2016 se sont croisées, la navigation mobile a dépassé la navigation classique de bureau avec 51,3% des internautes qui utilisaient internet sur mobile. En 2017, le mobile a représenté un taux de pénétration du marché de 66% ce qui correspond à une augmentation de 5% depuis février 2016.



Oct 2016, la navigation mobile dépasse la navigation desktop avec 51,3% de mobinautes.

Parts de marché mondiales de Desktop vs Mobile vs Tablet, Jan 2014 à Dec 2017.

En 2017, 72% des internautes suisses sont des mobinautes

Statcounter indique les Part de marché dans le monde en Décembre 2017 pour Desktop vs Mobile vs Tablet : Mobile : 52.48%, Desktop : 43.26%, Tablet : 4.26%.

L'Office fédéral de la statistique (OFS, Confédération suisse) compare l'Utilisation d'internet en suisse hors de la maison et du lieu de travail : en 2017, 72% des internautes sont des utilisateurs mobiles (soit une progression de 29 points de pourcentage en comparaison avec 2010). Ce résultat illustre bien l'évolution actuelle de l'utilisation d'internet vers une mobilité toujours accrue.

Avec une telle domination du trafic internet mondial, il ne fait plus aucun doute : le mobile est roi !

Le design d'un site web est pensé Long Scrolling et Responsive/Adaptatif sur mobile

Le web a basculé vers le mobile

Le web est ainsi devenu principalement mobile [5] et les écrans sont de toutes toutes dimensions et de toutes définitions [6]. Les designers réalisent donc des sites conviviaux capable de s'adapter à tous les écrans en faisant la part belle au mobile, au Long Scrolling, au **responsive** et à l'**adaptatif** design.

Indexation Mobile First

Ainsi aujourd'hui, le terme « mobile first » prend tout son sens et lorsque l'on crée un site web, on pense le design d'abord sur mobile. Cela a incité Google à créer l'indexation Mobile First. Avant 2018 Google se basait sur la version affichée sur desktop des pages web pour classer ses résultats, y compris sur mobile. Mais cela va changer. Annoncé pour 2018, l'index Mobile First est finalement en avance et [a commencé son déploiement](#) en octobre 2017 sur un faible nombre de sites. Ainsi, c'est la version mobile qui va progressivement être prise en compte, même pour les résultats générés sur desktop.

Du Mobile First au Mobile Always

Aujourd'hui, une nouvelle vague de consommateurs est entrée sur le marché, et leurs doigts touchent rarement, voire jamais, un clavier traditionnel [7]. Selon Harvard Business Review, le prochain milliard de personnes à se connecter le fera en utilisant uniquement des appareils mobiles. Le mobile est devenu un état d'être. Maintenant, les designers doivent recentrer les stratégies mobiles autour de toute l'expérience utilisateur et fournir un contenu pertinent à chaque point de contact.

Pour de nombreux consommateurs, la personnalisation est au sommet de leurs listes de souhaits. Il faut donner aux clients ce qu'ils veulent exactement au bon moment, par exemple proposer des offres, des recommandations ou des informations pertinentes à l'emplacement et aux préférences du consommateur (recommander une boutique ou un restaurant à proximité via une application mobile basée sur l'emplacement et l'historique des achats d'un consommateur). Comme les commerçants commencent à faire l'expérience de cette nouvelle démographie des consommateurs toujours mobiles, ils doivent être préparés avec des stratégies mobiles qui vont au-delà de la simple conception de sites et d'applications.

L'intégration, la pertinence et la personnalisation sont les clés du succès de la téléphonie mobile

Quatre devises du « Long Scrolling » :

Scrolling is better than clicking

Mobile-First Design + Responsive Web Design + Long Scrolling = Multi-Screen Ready

Mobile-First Design + Adaptative Web Design + Long Scrolling = Multi-Screen Ready

Long Scrolling + Slogan + Humour = Communication en Directe

et pour ceux qui aiment les acronymes :

MFD + RWD + LS = MSR

MFD + AWD + LS = MSR

Le meilleur format pour le storytelling digital

Une storytelling pour générer des émotions fortes qui influencent le comportement à la place d'arguments conventionnels

Le « story telling » c'est Raconter une histoire. Selon Wikipédia, [le storytelling](#) (en français la mise en récit ou l'accroche narrative) est une méthode de communication fondée sur une structure narrative du discours qui s'apparente à celle des contes, des récits.

Les sites à « longue page unique » et les « longues pages » en général donnent l'occasion de disposer les éléments de façon à raconter une histoire captivante, pour inviter les visiteurs à défiler la page et à cliquer sur les liens afin de les garder plus longtemps sur le site.

Ainsi, dans un contexte marketing cette technique de communication narrative vise à capter l'attention du client, le rendre plus réceptif aux produits, à générer des émotions fortes qui influenceront son comportement d'achat plutôt que tenter de le convaincre avec une argumentation commerciale plus conventionnelle.

« Effet Parallaxe » ou « Parallaxe Scrolling »

L'effet Parallaxe est une technique de conception Web moderne où l'image et/ou les éléments du second plan bougent ou défilent plus lentement que ceux placés au premier plan, ce qui donne une sensation de profondeur.

Effet 3D par déplacement d'éléments sur des couches et à des vitesses différentes

On peut généraliser en citant [Simon-K sur alsacreation](#) : « *il s'agit du déplacement de plusieurs éléments sur des couches et à des vitesses différentes. Au scroll (défilement de la vue) ou en fonction des coordonnées de la souris, les positions des différents fonds (ou éléments à animer) vont changer, ce qui va générer un effet de profondeur. Ce principe concerne au minimum deux éléments et peut être appliqué à plusieurs endroits : sur les images de fond, sur un en-tête ou un pied de page, sur des images... etc.* »

Sur une longue page le designer peut ainsi créer des effets visuels de profondeur et de mouvement intégrant des éléments interactifs qui se marient parfaitement avec la narration interactive (storytelling). Le site web apparaît alors

comme une animation 3D qui se déroule en faisant défiler la page vers le bas avec des éléments qui se déplacent à des rythmes différents.

Bibliographie

- **Ergonomie web - Comment choisir entre scrolling infini et pagination ?**
www.lafabriquedunet.fr, 15 novembre 2017 Publié par La Fabrique du net
- **Un site internet à une page (long scrolling) est-ce le bon choix pour son entreprise ?**
snabb.ca
- **Infinite scrolling : si efficace qu'on le prétend ?**
pardiredaction.com, 5 janvier 2017 par Annie Lafrenière
- **Quels sont les avantages et les inconvénients d'un site one-page ?**
www.e-monsite.com, Le 02/01/2017 Par Thomas Desjardins
- **[Dossier] Webdesign : Scroller ou ne pas scroller**
www.olybop.fr, Corporate 30 septembre 2014
- **Atouts & Inconvénients du Long Scrolling : l'exemple de l'agence Ydyle**
www.matthieu-tranvan.fr, 28 mai 2017
- **MYTHE #3 : ON N'UTILISE PAS LE SCROLL**
Mythe #3 : Les gens n'utilisent pas le scroll
Avr 14, 2016, www.ux-republic.com
- **Web design : la mode du scrolling a-t-il coulé la ligne de flottaison ?**
Publié le 5 octobre 2012 par Chob, choblab.com/web-design
- **UX : le scroll n'est plus tabou**
20/03/2015, Usabilis, www.usabilis.com
- **Nouveauté WebSelf : les sites « long-scrolling »**
www.webself.net/blog/2017/01/17
- **Tendance webdesign : Long scrolling**
fr.wix.com/blog/2013/12/10, 10 Decembre 2013, Le Blog Officiel de Wix
- **L'art du site web en une page**
www.lafabriquedunet.fr
- **One Page Websites : L'immersion par le scrolling et la parallaxe**
web.smile.eu/Veille, Auteur de l'article Victoire DOUWES, Ergonome - Smile Digital
- **Zoom sur l'effet parallaxe**
Publié par Simon-K le 02 Mars 2012, mis à jour le 21 Décembre 2012, www.alsacreations.com
- **Parallax scrolling**
https://fr.ryte.com/wiki/Parallax_scrolling

- **Qu'est-ce que l'effet Parallaxe et comment en faire bon usage ?**
19 Octobre 2015, fr.wix.com
- **Révolutionnaire ! 3 nouveaux effets Parallaxe pour animer votre site**
8 Août 2016, fr.wix.com
- **L'art du site web en une page**
Les avantages et inconvénients du site web en une page, exemples & templates
www.lafabriquedunet.fr/creation-site-vitrine, 17 avril 2016, Publié par La Fabrique du net
- **Tendance web design : page longue à scroller**
fr.wix.com, 10 Decembre 2013
- **Une tendance du webdesign : les sites one page**
La mise en page d'un site one page, tout sauf simpliste
www.1and1.fr, 09.08.17 Web design
- **Pourquoi la toile voit-elle fleurir pléthore de sites « long scrolling » ?**
August 12, 2016 par Violette Wisser, www.violette-wisser-communication.com
- **Sites one page, long scrolling : et les contenus défilent...**
24 juin 2015 par Frédéric, www.gazelle-du-web.com
- **Le long scrolling, la tendance web design orientée mobile**
Le long scrolling est l'une des tendances les plus récentes dans le domaine du web design. À découvrir sur WIS
Publié le mardi 21 octobre 2014, www.wis-ecoles.com
- **La nouvelle tendance des sites web à défilement infini**
par Benoit Laporte , le 29 avril 2015, www.labemarketing.com
- **Sites en scroll infini : comment les rendre « Google friendly » ?**
Date de parution : Lundi 16 mars 2015, recherche-referencement.abondance.com
- **Long Scrolling : ça défile de haut en bas**
21/08/2014//par Jean Lagarrigue, freepixel.net
- **La tendance du long scrolling : 10 sites géniaux qui sortent du lot**
5 octobre 2015 / Laura, fr.tuto.com
- **Sticky navigation**
Définition : Que veut dire Sticky navigation ? blog.object23.fr
- **Avantages et inconvénients de la « sticky navigation »**
08 novembre 2013 par Harald Bröcker, www.amyma.lu
- **[Tutoriel] CSS - Barre de navigation fixe (Sticky Nav)**
Published by Paul Gruson on 06/05/2014, paulgruson.fr
- **Tendance du webdesign : sticky navigation**
10 avril 2012 / Webdesign, www.webdesignertrends.com

- **Le site de bootstrap**
Getting started : An overview of Bootstrap, how to download and use, basic templates and examples, and more.
Excellent exemple de menu latéral dans une long page scroll, getbootstrap.com
- **L'infinite scroll, qu'en penser ?**
Écrit par Christophe le 29 octobre 2015, www.toopixel.swiss
- **Les 10 tendances web design de 2016**
www.pic.digital
- **Zoom sur les 6 tendances 2016 en matière de design de site web**
www.lafabriquedunet.fr
- **Les 8 tendances Web design 2018 incontournables**
Tendances Web design 2018 : smartphones et contenus - 1&1 -
28.11.17, www.1and1.fr
- **Site web : les grandes tendances 2017 du webdesign**
6 février 2017 ParEricNuevo, siecledigital.fr
- **4 grandes tendances web design à adopter en 2017**
igencia - l'agence web - Valais/Vaud, www.igencia.ch
- **Quelles tendances graphiques et ergonomiques pour 2017 ?**
5 TENDANCES DU WEBDESIGN. Webdesign : quelles sont les tendances pour 2017 ?
Publié le 3 janvier 2017 par Christophe, blog.jetpulp.fr
- **9 tendances web design à suivre en 2017 - 99designs Blog**
20 Février 2017 par Joanna Krenz Kurowska & Jerzy Kurowski, 99designs.fr
- **Comment créer un site long scrolling impressionnant ?**
21 Septembre 2015, fr.wix.com
- **Créer un site long scrolling**
support.wix.com
- **WiX com how to add more content for vertical scrolling**
Ajoutée le 12 oct. 2015 par lisa lonning, <https://youtu.be/EbWZrmzJ8EY>
- **Défilement parallax | Ajoutez facilement des effets parallax à votre site Wix**
Ajoutée le 6 nov. 2016, Wix Français, https://youtu.be/QPISj_jFII
- **Activer le parallax scrolling sur votre bande**
support.wix.com

Long scrolling : 11 sites de web designers qui méritent de défiler
<https://fr.wix.com/blog/2015/05/20/long-scrolling-sites-web-designers/>
20 Mai 2015 by WiXBlog

5 sites qui utilisent le Parallax Scrolling à merveille
<https://fr.wix.com/blog/2015/12/03/5-sites-qui-utilisent-le-parallax-scrolling-a-merveille/>

3 Decembre 2015 by WiXBlog

[Webdesign] Quelles tendances 2017 pour les sites e-commerce ? | Comarketing-News

<https://comarketing-news.fr/webdesign-queelles-tendances-2017-pour-les-sites-e-commerce/>

Publié il y a 9 mois le 5 avril 2017

Les tendances webdesign pour 2016

<https://graphiste.com/blog/tendances-webdesign-2016>

Février 2016 Publié par Fabien

Site Web pour Association : Les 7 Tendances du Design

<https://www.assoconnect.com/articles/14898-les-7-tendances-du-design-a-appliquer-au-site-web-de-votre-association>

Le 14 mars 2017 par Anaïs Limpalaer

Les tendances webdesign 2017 - Pitaya communication

<https://mypitaya.fr/webdesign2017/>

30 janvier 2017 Par Romain Jolivot

Créer et présenter son site internet : wix.com, solution cool et design !

<http://prezz.fr/creer-et-presenter-son-site-internet-wix-com-solution-cool-et-design/>

03 Mar 2015 Par prezz.fr

Wix, Squarespace, Weebly, Jimdo : le comparatif pour s'y retrouver parmi les générateurs de site

<https://digitalinsiders.feelandclic.com/concevoir/wix-squarespace-weebly-jimdo-le-comparatif-pour-sy-retrouver-parmi-les-generateurs-de-site>

Website Builders Comparison Chart for 2017

<https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders-comparison-chart/>

Last updated on December 30, 2017 By Jeremy Wong

Wix ou Weebly ? Comparatif des deux leaders de la création de site clé en main

<https://www.lancerunsite.com/wix-ou-weebly/>

Créer un site internet : beau, facile et GRATUIT avec WebSelf !

<https://www.webself.net/>

Voici les nouveaux designs WebSelf !

<https://www.webself.net/blog/2017/05/02/voici-les-nouveaux-designs-webself>

Les questions les plus fréquentes concernant l'utilisation de WebSelf

<https://www.webself.net/blog/2016/07/21/les-questions-les-plus-frequentes-concernant-lutilisation-de-webself>

Comment créer un site internet professionnel - Wix.com

<https://fr.wix.com/blog/2017/08/16/comment-creer-site-internet-debutants-2/>

16 Août 2017

Et si vous testiez le scrolling infini sur vos pages de Catégories Produits ?

<http://www.skeelbox.com/supprimer-pagination-pages-categorie-produits/>

14 septembre 2013 Par Ludovic Passamonti - Directeur Associé

â€” -Spécifique au e-commerce

Et si on supprimait la pagination sur les sites e-commerce ?

par Benoit Gaillat - Janvier 2014

<http://www.info-ecommerce.fr/7957/et-si-on-supprimer-la-pagination-sur-les-sites-e-commerce>

â€” -Spécifique au e-commerce

Pourquoi la navigation en page unique et scroll (presque) infini pénalise le SEO ?

<https://www.definitions-marketing.com/f-a-q-marketing/pourquoi-la-navigation-en-page-unique-et-scroll-presque-infini-penalise-le-seo/>

le 24 avril 2017, Ecrit par B.Bathelot

Scroll, Scrolling, Scroller

<https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/scroll-scrolling-scroller>

14 avril 2014 Posté par Gabriel Dabi-Schwebel

Long scrolling

<https://www.wearecom.fr/dictionnaire/long-scrolling/>

Définition : Scroll infini

<https://www.definitions-marketing.com/definition/scroll-infini/>

Ecrit par B.Bathelot, mis à jour le 13 mars 2017.

Tendance Webdesign 2016

<https://www.pulsar-informatique.com/actus-blog/entry/tendance-webdesign-2016>

mercredi 5 octobre 2016

Infographie - Capturer une page à scroller

<http://www.commentcamarche.net/faq/5002-infographie-capturer-une-page-a-scroller>

Décembre 2017

[Traduction] Adaptive VS Responsive Design : quelle est la différence ?

Publié le 18 juin 2013 dans Mobile et Responsive Web Design

<https://blog.stephaniewalter.fr/traduction-adaptive-vs-responsive-quelle-est-la-difference/>

Adaptive VS Responsive Design | It Web Solution

08 janvier 2018 par Omar Thiam

<http://www.it-web-solution.com/adaptive-vs-responsive-design>

La différence entre adaptive et responsive design

<http://www.site-web-formation.com/blog/difference-entre-adaptive-et-responsive-design/>

Sites Web adaptatifs ou « Responsive Web design »

Un site Web qui s'adapte aussi bien aux appareils mobiles qu'aux ordinateurs de bureau.

<https://www.penseweb.com/fr/responsive-web-design-site-adaptatif.htm>

Le design responsive ou adaptatif : la différence

29 août 2017

<https://mind.engineering/le-design-responsive-et-adaptatif/>

Responsive vs. Adaptive Design : lequel est fait pour vous ?

05/09/2015 - Sybille De Poortere

<https://www.ecrirepourleweb.com/responsive-vs-adaptive-design/>

Étendue et prévisions de l'utilisation mobile en chiffres pour 2017

<http://www.slapdigital.fr/blog/chiffres-et-tendances-du-mobile-en-2017>

Mobile and tablet internet usage exceeds desktop for first time worldwide

Tuesday 1st November 2016

<http://gs.statcounter.com/press/mobile-and-tablet-internet-usage-exceeds-desktop-for-first-time-worldwide>

L'index Mobile First a commencé son déploiement !

27 octobre 2017 à 8:14 par Olivier Andrieu

<https://www.abondance.com/actualites/20171027-18578-lindex-mobile-first-a-commence-deploiement.html>

Définition et stratégie digitale du mobile first et web design

<https://smart-seven.fr/definition-strategie-digitale-du-mobile-first-web-design/>

Mobile-first, adaptatif et responsive : comment s'y retrouver ?

Frederic Gonzalo

<http://fredericgonzalo.com/2017/02/21/mobile-first-adaptatif-responsive-sy-retrouver/>

Pourquoi et comment penser mobile first aujourd'hui ?

<http://www.slapdigital.fr/blog/pourquoi-comment-penser-mobile-first-aujourd'hui>

Le mobile-first : une nouvelle façon de penser les sites web

Bruno Guyot

<http://www.chablais-web.fr/mobile-first-nouvelle-facon-de-penser-les-sites-web.php>

7 conseils pour mettre en place une stratégie mobile first

27 février 2017 par Matthieu Cheminal

<https://hubinstitute.com/2017/02/7-conseils-mettre-place-strategie-mobile-first/>

[1] La ligne de flottaison

La « ligne de flottaison », appelée « The fold » en anglais (littéralement : « le pli »), vient de l'expression « Above the fold » qui signifie « au dessus de la pliure ». Cette expression a pour origine la partie visible des journaux pliés sur les présentoirs de presse.

Aujourd'hui le fold est une ligne virtuelle qui est représentée par la limite basse de ce que nous voyons à l'écran quand nous affichons une page

web. Pour en voir plus, nous devons naviguer verticalement en dessous du pli en « scrollant ». Malheureusement, la position de la ligne de flottaison varie en fonction de la définition de l'écran.

[2] **Mobinaute** : Personne qui navigue sur Internet à partir d'un appareil mobile

[3] **Mobile-first, adaptatif et responsive : comment s'y retrouver ?**

21 février 2017 par Frederic Gonzalo

<http://fredericgonzalo.com/2017/02/21/mobile-first-adaptatif-responsive-sy-retrouver/>

[4] **Vocabulaire complémentaire pour « desktop-first » et « mobile-first »**

- **1. Dégradation gracieuse**

- **Responsive Web Design**

La Rochelle, Avril 2014, Mohamed Belmokhtar et Germain Souquet - Université de La Rochelle

www.esup-portail.org

- **2. Mode dégradé ou dégradation gracieuse et Mode rehaussé ou rehaussement progressif**

- **Responsive web design**

indico.math.cnrs.fr

- **Conception dans le navigateur avec HTML5 & CSS3 (amélioration progressive)**

*Travailler directement dans le navigateur est l'occasion de pratiquer l'amélioration progressive ou la **dégradation gracieuse** selon le côté où l'on se place. L'amélioration progressive est une méthode de conception centrée sur le contenu : les effets graphiques sont ajoutés dans un deuxième temps pour les navigateurs modernes. La dégradation gracieuse privilégie l'apparence : utilisation des dernières technologies en première intention et mise en place de fallbacks pour que la page reste fonctionnelle sur les configurations plus modestes. Opposées en apparence, ces deux approches sont souvent complémentaires dans la pratique.*

Publié le 24 août 2010 par Bruno Bichet

4design.xyz

- **Mode dégradé et mode rehaussé**

Le **mode dégradé** (ou **dégradation gracieuse**) et le **mode rehaussé** (ou **rehaussement progressif**) sont les deux côtés d'une même pièce. Dans ce contexte, ils concourent tous deux à rendre un site Web accessible à tout agent d'utilisateur, en procurant une esthétique et/ou une convivialité améliorées aux navigateurs capables de plus.

Tommy Olsson. Article original publié le 6 février 2007, traduction le 7 mai 2007.

www.yoyodesign.org

- **3. A l'inverse de la dégradation gracieuse, l'amélioration progressive est une stratégie de conception web en couches successives**

- **Amélioration progressive : Modernizr et sélecteurs CSS avancés**

*A l'inverse du concept de **dégradation gracieuse**, le principe d'amélioration progressive (« progressive enhancement » en anglais) est une stratégie de conception web **en couches successives**, qui permet à chacun d'accéder au contenu et aux fonctionnalités de base d'une page web en utilisant n'importe quel navigateur, tout en offrant une version améliorée aux utilisateurs disposant de navigateurs plus récents ou plus évolués.*

Publié par Raphael le 22 Février 2011, mis à jour le 19 Avril 2014

www.alsacreations.com

- **4. Dégradation élégante, approche top-down. Amélioration progressive, approche bottom-up, par couches**

- **Amélioration progressive vs. dégradation élégante**

*1er cas : la **dégradation élégante**. Son approche est dite **top-down**, on développe d'abord pour une configuration précise, puis on s'efforce d'étendre le nombre de configurations capables de rendre le contenu correctement.*

*2e cas : l'amélioration progressive : l'approche est dite **bottom-up** ou **par couches** ; les couches sont développées de la plus basique et la plus universelle à la plus spécifique.*

avril 2010 par saymoneu

www.developpez.net

- **Amélioration progressive**

***dégradation élégante** : l'approche est dite **top-down**, on développe d'abord pour une configuration précise, puis on s'efforce d'étendre le nombre de configurations capables de rendre le contenu correctement ;*

*l'amélioration progressive : l'approche est dite **bottom-up** ou **par couches** ; les couches sont développées de la plus basique et la plus universelle à la plus spécifique.*

fr.m.wikipedia.org

- **Dégradation élégante & Amélioration progressive**

Dégradation élégante et amélioration progressive sont les deux faces d'une même pièce. La dégradation élégante est le plus vieux des deux concepts. Le terme se retrouve aussi dans d'autres domaines que la conception Web, tel que la mécanique de précision ou les systèmes électriques.

Par Tommy Olsson, Date de parution : février 2007, Traduction : Nicolas Nutten, Date de traduction : juin 2008
www.pompage.net

• 5. Enrichissement progressif

• **Mobile First définition**

...Cette stratégie de conception consiste à penser d'abord la navigation, l'ergonomie et le contenu d'un site Internet pour les plus petits supports de consultation (écran de smartphone, tablette), pour ensuite les adapter aux plus « grands » supports (écran d'ordinateur portable, d'ordinateur de bureau). On parle généralement d'**enrichissement progressif** vs dégradation gracieuse...

www.exclamative.com

• **L'approche « mobile first » dans une stratégie responsive design**

...l'approche « mobile first »... consiste à penser d'abord la navigation, l'ergonomie et le contenu du site pour les plus petits supports de consultation, pour ensuite les adapter aux plus « grands » supports. On parle alors de « progressive enhancement vs graceful degradation » (**enrichissement progressif** vs dégradation gracieuse)...

converteo.com

• **Menu de navigation avec amélioration progressive**

Publié par Raphael le 14 Août 2013, mis à jour le 25 Janvier 2017

www.alsacreations.com

• **C'est quoi le Responsive Web Design ?**

Publié par Raphael le 25 Février 2014, mis à jour le 25 Janvier 2017

...Une philosophie « Mobile First » et « **Enrichissement progressif** » facilitant l'accessibilité, la compatibilité et la performance des pages produites...

<https://www.alsacreations.com/article/lire/1615-Cest-quoi-le-Responsive-Web-Design-.html>

[5] Le web est ainsi devenu principalement mobile

• **Chiffres & tendances du web 2018 : SEO, e-commerce, marketing, réseaux sociaux**

Sarah Laurent, jeudi 11 janvier 2018

Vous le savez, notre environnement digital est en constante évolution.

Les stratégies marketing, SEO et social media, ainsi que les façons dont les gens interagissent avec les appareils mobiles, effectuent des achats en ligne, consomment du contenu ou recherchent des informations sont ainsi autant d'enjeux à connaître pour mieux s'adapter aux nouveaux comportements et usages d'Internet.

Voici donc une compilation des statistiques, faits et tendances du web les plus utiles pour 2018.

<https://www.alioze.com/web-2018>

• **20 chiffres sur le marché mobile à connaître en 2018**

Par La Redaction le lundi 8 janvier 2018

<http://www.servicesmobiles.fr/20-chiffres-sur-le-marche-mobile-a-connaître-en-2018-38749/>

• **100 statistiques stupéfiantes sur les sites internet en 2018**

09/01/2018 par Tsi-Fei Chan

La liste ultime, sur les statistiques et chiffres clés, liés aux sites internet et à l'usage d'internet.

Entrepreneurs, marketeurs, rédacteurs, community managers, vous cherchez des statistiques pour compléter vos articles, cet article est fait pour vous et rassemble près de 100 statistiques clés concernant la création de sites internet, l'internet mobile et les réseaux sociaux.

<https://blog-fr.orson.io/100-statistiques-sites-internet-2018#statistiques-sur-l-internet-mobile>

• **Comment les Progressive Web Apps peuvent vous aider à (ré)engager vos utilisateurs**

Ecrit par Stéphanie Guerreiro le Dimanche 14 Janvier 2018

Avec plus de la moitié du trafic internet mondial s'effectuant à partir d'appareils mobiles, il ne fait plus aucun doute : le mobile est roi !

Le comportement des utilisateurs semble cependant se diriger vers un "ras-le-bol de l'installation d'application". Malgré l'engouement général pour l'UX des applications natives, seulement environ un tiers des possesseurs de smartphone téléchargent des applications chaque mois.

Face à ce paradoxe, les Progressive Web Apps sont bien parties pour contourner cet épuisement du téléchargement d'applications. La preuve par 4 à continuation.

https://blog.goodbarber.com/fr/Comment-les-Progressive-Web-Apps-peuvent-vous-aider-a-re-engager-vos-utilisateurs_a851.html

• **Applis mobiles : nous passons 7 fois plus de temps sur les applications mobiles que sur les navigateurs mobiles**

Publié le 10 novembre 2017 par Emmanuel Forsans

Les applications mobiles, utilisées 13 fois plus souvent que les navigateurs mobiles.

https://www.afiv.com/news/8201_applications-mobiles-vs-navigateurs-mobiles.htm

- **État des lieux 2017 : l'usage d'Internet, des réseaux sociaux, des messageries et du mobile**
Thomas Coëffé, le 24 janvier 2017
Comme chaque année, We are social publie son récapitulatif chiffré sur Internet et les réseaux sociaux. La première partie du document vient d'être mise en ligne. Elle rassemble de très nombreux chiffres, à jour, sur l'usage d'Internet, des réseaux sociaux, des messageries et du mobile à travers le monde. Dans quelques jours, l'agence publiera la seconde partie du document, qui permet de connaître les chiffres d'usage d'Internet et des réseaux sociaux dans presque tous les pays du monde.
<https://www.blogdumoderateur.com/etat-lieux-2017-internet-reseaux-sociaux/>
- **Chiffres Internet - 2017**
Thomas Coëffé, le 13 avril 2017
Nous rassemblons sur cette page toutes les statistiques liées à Internet : pourcentage d'internautes, nombre d'inscrits sur les réseaux sociaux, usages du web en France et dans le monde, sites et applications les plus populaires...
<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>

[6] La « Définition » d'un écran

La « Définition » d'un écran est « le nombre de pixels qui composent l'écran ». C'est donc le produit du nombre de pixels qui le compose selon la largeur multiplié par celui de sa hauteur.

Définition = (nb pixel en Largeur) x (nb pixel en Hauteur)

La « Résolution » d'un écran

La « Résolution » d'un écran est une dimension de **densité de pixel**, c'est le nombre de pixel par inch (pouce). On parle par exemple d'écran de 72 pixels par inch :

Résolution = Définition sur la Longueur (px) / Longueur de l'écran (inch)

ou

Résolution = Définition sur la Hauteur (px) / Hauteur de l'écran (inch)

ou

Résolution = Définition sur la Diagonale (px) / dimension de la Diagonale de l'écran (inch)

Nous donnons ici ces précisions sur la « Définition » et la « Résolution » d'un écran car nombreux sont ceux qui utilisent « Résolution » pour « Définition », et étonnamment l'erreur est souvent commise par des spécialistes d'une discipline ou l'autre des médias, du design et/ou de l'informatique.

[7] Mobile First to Mobile Always : Create the Right Customer Experience

by Scott Anderson , Op-Ed Contributor, May 22, 2017

<https://www.mediapost.com/publications/article/301523/mobile-first-to-mobile-always-create-the-right-cu.html>