Quentin Quiros
Arts et industries

Design vertical :

Pourquoi le smartphone recrée un web à son image ?

7 avril 2016

Master 1er année - Design & environnements

Introduction :
Smartphone, objet de culture

Précédé par la télévision et l'ordinateur, le smartphone en s'adaptant à une taille d'écran universelle est devenu un objet de culture. Cette taille d'écran universelle, c'est le 16/9e. Les interfaces à écran numérique se retrouvent propulsées malgré elles vers un standard dans le but de pouvoir offrir un support natif à la lecture vidéo et aux expériences vidéo-ludiques. Cependant, ce dimensionnement que l'on retrouve actuellement sur nos ordinateurs s'oppose à l'usage quotidien que l'on fait des sites web et à la consultation de nos courriels.[1] « De manière imagée, l'écran informatique constitue une « lucarne » par lequel l'internaute a une vision restreinte du contenu. »[2]

Il existe une réelle opposition entre les affichages horizontaux, davantage dédiés aux contenus dynamiques (film, images, jeux vidéo) et les affichages verticaux, tournés vers les contenus fixes (journaux, courriels, traitement de texte). Pour illustrer cela, on peut analyser la disposition du site web YouTube (image 1) qui intègre ces deux sources de médias.

La vidéo est affichée sur une surface horizontale tandis que les commentaires constituent la plus grande partie verticale. Les sites web agissent comme ponts entre ces deux environnements, disposants à la fois de contenus fixes (textes, images, etc.) se mêlant à des vidéos.

En 2007, Steves Jobs présenta le premier téléphone qui démocratisa l'utilisation des interfaces tactiles[3]. Lors de sa présentation, il ne montra pas le produit en tant que tel mais la nouvelle navigation induite par cette interface, offrant une lisibilité maximale du contenu en supprimant les boutons.

---

1 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, Eyrolles, 2009, p 168.

2 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 168.

3 *Steve Jobs iPhone 2007 Presentation*, enregistrement de la conférence par Jonathan Turetta, 2007, 51 min, Apple.

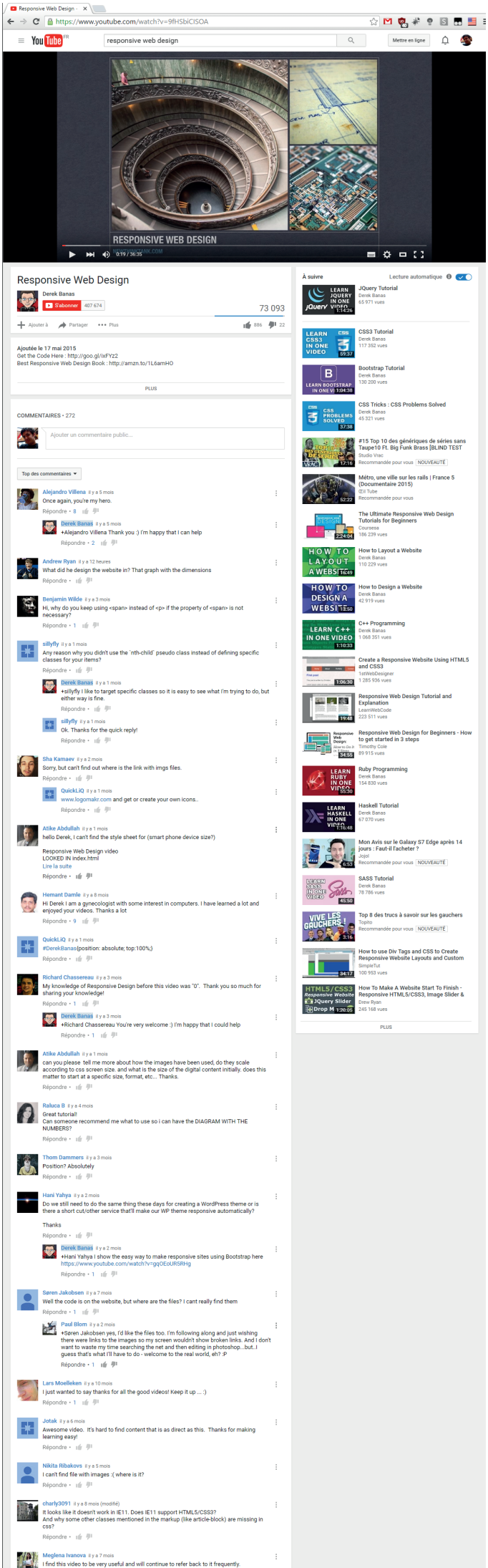


Image 1 : capture d'écran du site web YouTube.
On remarque de façon très évidente la vidéo en affichage horizontal opposée aux commentaires en affiche vertical.
URL : https://www.youtube.com/watch?v=9fHSbiCISOA

Image 2 :
Steve Jobs présentant l'*iPhone* en 2007. Crédits photo : Apple

Image 3 :
Exemples de taille de bouton pour une interface tactile.
Crédits Photo : smashingmagazine.com

Comment s'adapter au smartphone qui change les habitudes de navigation ?

Les sites existants à la sortie des premiers smartphones tactiles ne sont pas adaptés, le parcours en est difficile principalement, car ils sont conçus pour des interfaces horizontales. Depuis un smartphone, le zoom devient donc un outil nécessaire rendant la navigation particulièrement lourde. Cependant, pour adapter l'affichage au smartphone, le seul redimensionnement n'est pas suffisant : il faut une réflexion concernant les liens et les boutons (image 3). « Les doigts ne sont pas aussi précis qu'un curseur de souris, aussi devons-nous élargir les boutons et les liens pour qu'ils soient plus simples à toucher. »[4] [5]

Au vue des besoins d'accessibilités précédemment cités, recourir au design vertical sur smartphone simplifie-t-il les mécaniques de navigation ?

Le design vertical passe principalement par des visuels omniprésents. Il a pour but de supprimer les catégories pour offrir une navigation sur une seule et unique page avec une ergonomie simple adaptée aux mobiles. Pour transmettre une information sur ces écrans réduits, la taille des messages est raccourcie pour les rendre plus impactant. La navigation ne passe plus par les boutons mais seulement par l'action des doigts (ou de la molette sur ordinateur). De plus, le smartphone pousse à son adoption puisqu'en 2015, c'est 44 % de l'accès aux sites web qui se fait depuis ce terminal.[6]

Héritage des blogs des années 1990 et des réseaux sociaux

La disposition en design vertical, empilant les articles les uns au-dessus des autres est un héritage « des usages de lecture des blogs apparus à la fin des années 1990 aux États-Unis »[7].

Cela explique que les sites web en flux[8] aient adopté ce modèle : il consiste à empiler les articles et les images. Nous nous y sommes habitués grâce à la « navigation sociale »[9] car celle-ci fait partie intégrante de nos vies.

Réelle remise en question des règles établies

« Les internautes *scrollent*[10] tout à fait naturellement pour lire la suite d'un article, d'une recette, d'un descriptif produit, etc. Toutefois, ils ne devraient pas avoir besoin de *scroller*[10] pour voir et actionner les éléments primordiaux de votre page »[11]. Cette affirmation d'Amélie Boucher dans l'*Ergonomie Web* est réellement remise en question par le design vertical, car c'est la molette et le tactile qui deviennent des éléments essentiels de la navigation, moteurs de l'interaction et de l'expérience utilisateur.

---

4 Scott Jehl, *Design web responsive et responsable*, Eyrolles, 2015, p 34.

5 Finger-Friendly Design: Ideal Mobile Touchscreen Target Sizes. **[en ligne]. In :** Smashing Magazine, 2012.

6 44 % de l'accès au Web se fait depuis un smart-phone. **[en ligne]. In :** L'actualité informatique et high-tech pour décideurs IT, 2015.

7 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 193.

8 Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, etc.

9 Webdesign : Scroller ou ne pas scroller. [en ligne]. In : #Olybop, 2014.

10 (Anglicisme informatique) Faire défiler verticalement le contenu d'un document sur un écran d'ordinateur à l'aide de la molette d'une souris

11 Amélie Boucher, *Ergonomie web : Pour des sites web efficaces*, Eyrolles, 2011, p 33.

Image 4 :
Le site du journal économique en ligne E24 (groupe Schibsted) figure parmi les précurseurs du design vertical.
URL : http://e24.no/

Lecture simplifiée : avantage majeur du design vertical

« La lecture d'une page très verticale est parfaitement appropriée aux activités d'exploration de contenu et de découverte. »[12] Comme exemple, prenons le site web norvégien E24 (image 4) qui propose, depuis 2006, une expérience visuelle proche du tabloïd. Les titres sont disposés sur une unique page très haute. « La conception de ce site envisage là un comportement passif et linéaire de l'internaute, dont le seul effort consiste à *scroller* indéfiniment la page web, jusqu'à rencontrer l'information qui le concerne »[13]

Le menu devient démodé et seul le défilement du contenu est nécessaire puisqu'il s'étale sur cette unique page. Ce défilement permet de nous fournir en informations autant que nous sommes capables de digérer dans un geste devenu simple. Rendu possible par la combinaison de deux technologies totalement différentes : le tactile sur les mobiles et la molette de la souris sur l'ordinateur, permettant une synergie entre les tous les terminaux accédant aux sites web.

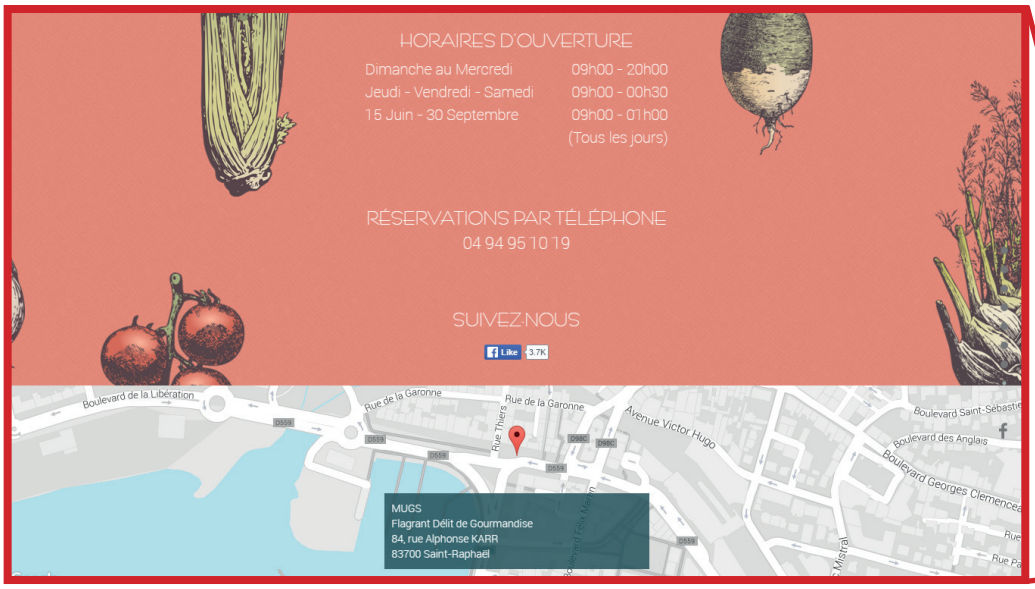
12 Amélie Boucher, *Ergonomie web : Pour des sites web efficaces*, op. cit., p 30.

13 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 191.

Image 5 : site web pour le stylo à bille 848 Paul Smith.
Le texte « Défilez pour en savoir plus » accueille le visiteur.
URL : http://www.carandache.com/849paulsmith/

Image 6 :
Vision d'ensemble du site web du restaurant MUGS à Saint-Raphael (France).
La hauteur totale du site web est d'environ 13 400 pixels.
Cela correspond sur les deux définitions les plus répandues à 18 écrans pour un affiche WXGA (1366x768) et 12 écrans sur un affiche HD (1920x1080).
URL : http://le-mugs.com/

Image 7 :
Les horaires d'ouverture ne sont disponibles que tout en bas de la page.
URL : http://le-mugs.com/



Les problèmes du design vertical

Peu ou pas de parti-pris

Nous avons vu précédemment que le site web s'organise dans une succession d'articles empilés les uns au-dessus des autres, mais on peut critiquer ce manque de parti-pris puisque ces sites ne proposent pas de hiérarchie plus intelligente que cet empilement infini. Il s'agit donc moins de montrer un choix d'écriture que de proposer au lecteur un panorama d'évènements inscrits dans leur unique chronologie.

Une navigation qui ne va pas de soi

« L'un des problèmes potentiellement plus importants que posent les gestes tactiles, c'est leur découverte. »[14] C'est pour cette raison que certains sites web mettent en avant une animation décrivant l'action nécessaire pour découvrir la suite (image 5), mais ce n'est pas toujours le cas. La plupart du temps, l'indication visuelle ne sera pas présente et l'utilisateur peut-être perdu dans une interface qu'il ne comprend pas.

D'autre part, cela remet totalement en question la structure des sites web. Ils perdent de leur profondeur et ne disposent plus de menu en cascade, mais représentent davantage un support plat (tel qu'une unique page d'un journal). Il n'y a plus de pages internes, mais une seule page de consultation et de surface. On peut déplorer l'impression de ne plus rentrer dans le site et de ne plus pouvoir se l'approprier.

Pour quelle utilisation ?

Un utilisateur ne devrait pas avoir à parcourir tout le contenu pour trouver ce qu'il cherche, par exemple : il est contreproductif pour un restaurant utilisant le design vertical d'afficher ses horaires d'ouverture tout en bas de la page (image 6 et 7). De plus, « si vous avez une multitude de services ou de produits à présenter, cette unique page deviendra vite un fouillis imbuvable. Pour être efficace, elle ne doit contenir que des informations essentielles à forte valeur ajoutée et être divisée en plusieurs sections ayant chacune un objectif particulier (présenter, vendre, générer des contacts...). »[15]

14 Scott Jehl, *Design web responsive et responsable*, op. cit, p 38.

15 Découvrez les atouts et inconvénients des sites one page (long scrolling). **[en ligne]. In :** Gazelle du web, 2015.

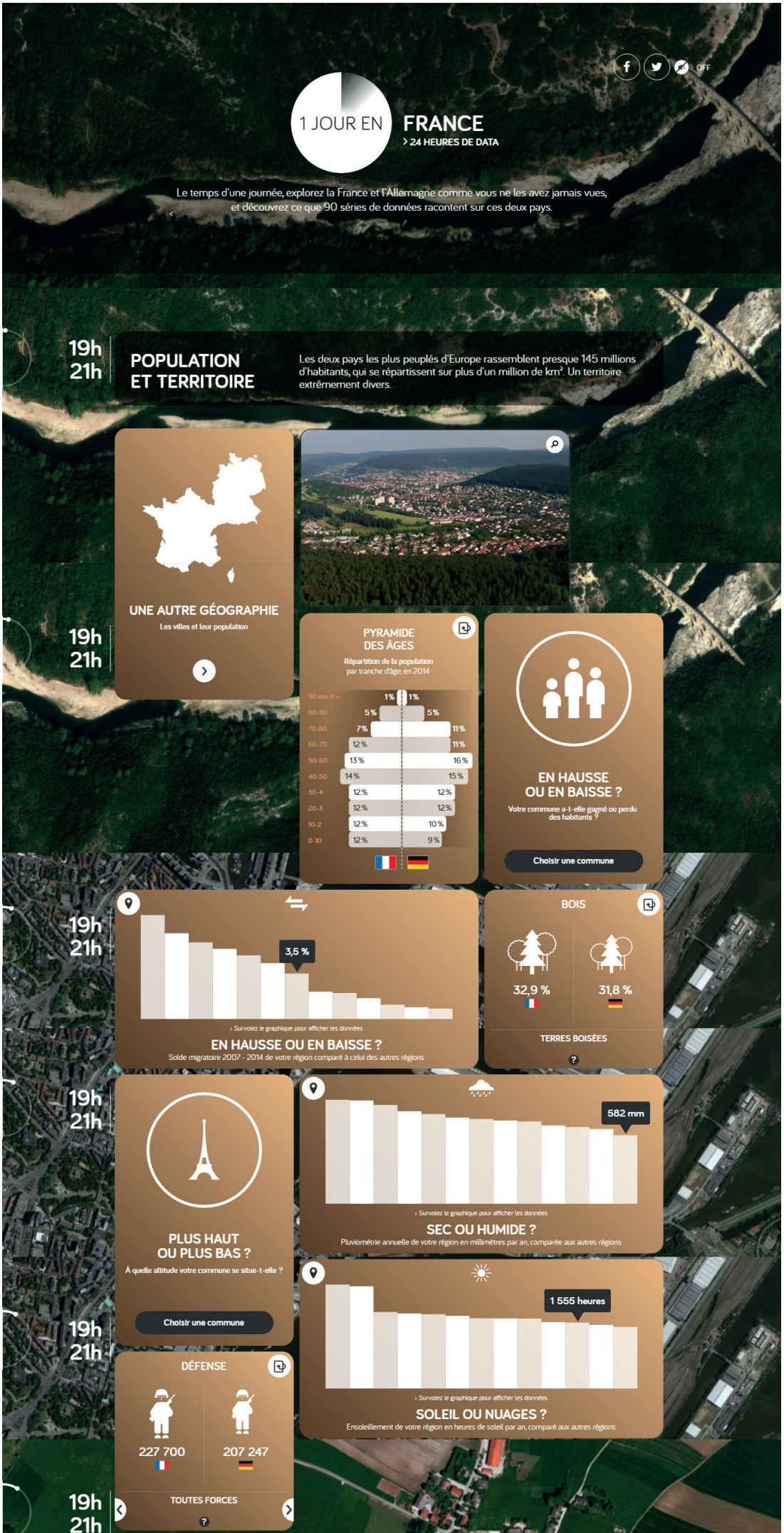


Image 8 :
Ce site web devient un simple empilement de données statistiques sans cohérence globale.
URL : http://unjourenfrance-allemagne.arte.tv/

On pourrait croire, de par les contraintes qu'il engendre, que ce design devrait se restreindre à certaines applications, mais ce n'est pas du tout ce qui se produit. Certains médias se retrouvent à l'utiliser souvent et parfois de façon très maladroite offrant des expériences étranges pour l'utilisateur ou le design verticale n'apporte rien et ne devient qu'un moyen esthétique. (image 8)

Image 9 : à l'inverse du site *Un jour en France / Un jour en Allemagne*, ce site web arbore une hiérarchisation chronologique du contenu dans une interface horizontale. Le design vertical ne représente donc pas toujours la bonne solution pour concevoir un site et l'organiser.
URL : http://bidonville-nanterre.arte.tv/

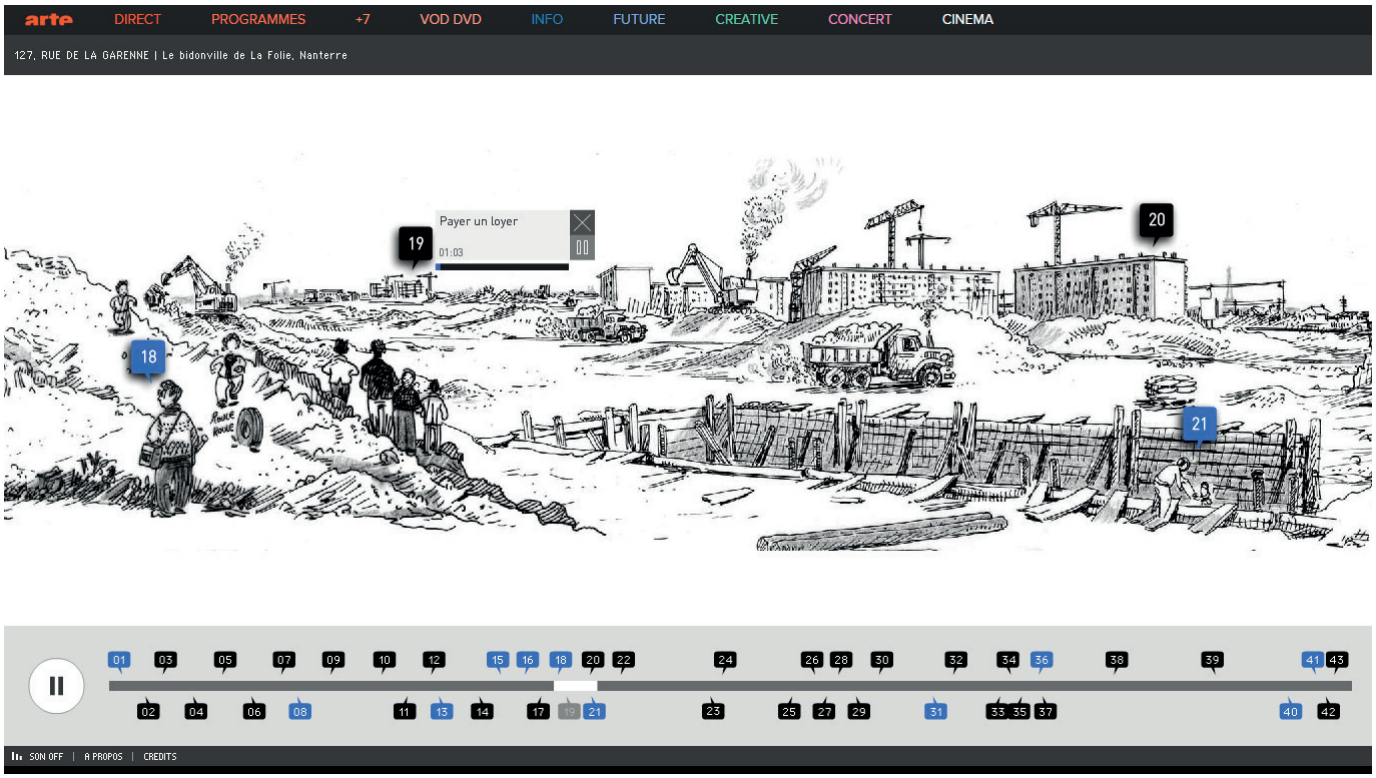


Image 10 :
L'animation de scrolling est semi-automatique, à partir du moment où vous avez décidé de descendre l'animation se mets en marche et vous rentrez dans l'expérience interactive.
URL : http://worldseasiestdecision.org/

Est-ce que le web ne se rapprocherait-il pas de la mise en page papier ?

Nous avons vu précédemment que les catégories disparaissaient : quand cela est nécessaire, celle-ci réapparaissent sous forme de bandes de couleurs différentes pendant le défilement de la page. Tandis que l'on peut toujours constater une disposition stratégique des images destinées à stopper l'utilisateur dans sa navigation.

Une expérience immersive

Certains sites web permettent de vivre des expériences innovantes allant même jusqu'à faire disparaitre la ligne de flottaison (*fold*) « littéralement « le pli », par analogie à la presse écrite qui dévoile la Une sur la partie visible de l'imprimé, lorsque le journal est plié) »[16]. On pourrait se croire à consulter un livre : les sites permettent lors du défilement des pages des changements d'univers comme si on tournait les pages d'un livre pour enfants. Pour la suite de cet article, nous allons prendre l'exemple du site *La Décision La Plus Facile au Monde*, dès l'entrée sur ce site, vous êtes plongé dans son univers. (image 10)

Une lecture fixe et immuable choisie par le designer

Les sites en design vertical tendent, en proposant une lecture fixe et guidée, à renier leur héritage de web hypertextuel décentralisé et désarticulé. Ils tendent et offrent une architecture de plus en plus semblable aux livres, ayant un ordre, que l'on suit page après page. « Le *long scrolling*[17] permet de réaliser des design originaux, qui surprennent les utilisateurs et les séduisent… Où les rebutent. »[18]

La résurgence des coordonnées spatiales du support papier

« Sur une feuille de papier, un livre, ou un quelconque support imprimé, le texte possède des coordonnées spatiales fixes. Dans une situation de lecture continue, le lecteur se repère grâce à ces coordonnées. S'il lui faut retourner en arrière pour retrouver une information dont il a besoin pour la compréhension des contenus, il fait appel à sa mémoire spatiale »[19]

Avec l'apparition des catégories au sein du design vertical mis en place par des univers différents (par des couleurs, des images et des textes impactants) on retrouve cette dimension de coordonnées. Cela fonctionne particulièrement bien quand l'utilisateur ne voit pas le chevauchement entre les catégories lors de l'arrêt de son défilement. Pour le dire autrement : lors de la lecture de contenu, un seul univers doit être visible pour garantir l'immersion.

16 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 189.

17 Autre terme désignant le design vertical

18 Découvrez les atouts et inconvénients des sites one page (long scrolling). **[en ligne]. In :** Gazelle du web, 2015.

19 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 199-200.

Image 11 :
L'interface va proposer différentes questions à l'internaute en lui offrant le choix de répondre oui ou non. Chaque question est accompagnée d'une situation, d'un univers et d'une bande sonore particulière.

Cycle de navigation dans l'interface web verticale

Image 12 :
En fonction de la réponse aux questions posées, des animations différentes vont se déclencher.
Ca sera à nous de déterminer si nous allons signer la pétition, réel but de l'expérience ici proposée ou si nous allons continuer de nous amuser.

Raconter une histoire

« C'est bien connu, tout le monde aime se faire raconter une histoire. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le cinéma, les téléromans et les web-séries sont toujours bien vivants. [...] Les sites web n'y font plus exception. »[20]

Le design vertical permet le *storytelling*[21] : il capte l'attention du visiteur en racontant une histoire poignante qui sait toucher son auditoire de façon profondément graphique (image 11 et 12). Chaque catégorie permet d'appréhender une facette de votre expérience, « de bien mettre en valeur l'idée de raconter une histoire avec des étapes précises, un ton unique et un rythme varié à chaque portion de la page. »[22]

En reprenant l'exemple du site web *La Décision La Plus Facile au Monde*, celui-ci tentera de vous convaincre de signer une pétition en vous posant des questions par rapport à votre existence sur Terre. Chaque réponse aux questions sera suivie d'animations visuelles et sonores jusqu'à la prochaine question qui tentera encore une fois de vous convaincre. (image 12)

Image 12 : Affichage proposé de façon répété lors de l'expérience nous invitant à signer la pétition

20 Design web : 10 tendances pour 2016. **[en ligne]. In :** Agence web de Montréal | Kryzalid, 2016.

21 Désigne une méthode utilisée en communication fondée sur une structure narrative du discours

22 Design web : 10 tendances pour 2016. **[en ligne]. In :** Agence web de Montréal | Kryzalid, 2016.

Conclusion : Le bon et le mauvais design vertical

Le design vertical est une réelle redéfinition du *scrolling*. Le *scrolling* destiné à l'origine à faire défiler les textes dépassants de l'affichage devient une méthode pour feuilleter un site web. Si auparavant, un long texte était affiché sous forme d'une colonne à faire défiler[23], aujourd'hui, le web adjoint des images et des textes courts pour être plus impactant.

Quand il est bien réalisé, le design vertical va réinstaller les repères absolus des livres à images. C'est une étape majeure du web, initié il y a presque 10 ans par les smartphones tactiles. Ces petites machines ont modifiées le web et ce n'est que le début, de plus en plus de site intégreront le design vertical.

Le web devient plus interactifs, plus immersif, plus divertissants : le menu de navigation disparait au profit d'une page unique aux points de fixations visuelles multiples (des images et des catégories délimités par des couleurs et générant des univers).
Le design vertical est complètement « adapté à un site événementiel ou à un site internet intégrant peu de contenus (bar, restaurant, agence de communication...). »[24]

Cette démarche permet de contenir le regard, chaque écran ainsi déterminé n'a plus d'interférence visuelle, le message n'est donc pas parasité par l'interface. Cependant, cela anéantie toute vision globale du contenu du site. Au final, la « lucarne » n'est-elle pas encore plus présente qu'avant ?

---

23 Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, op. cit, p 200.

24 Découvrez les atouts et inconvénients des sites one page (long scrolling). **[en ligne]. In :** Gazelle du web, 2015.

Références

Bibliographie :

- Marie-Valentine Blond, Olivier Marcellin, Melina Zerbib, *Lisibilité des sites web : Des choix typographiques au design d'information*, Eyrolles, 2009, 313 pages.

- Scott Jehl, *Design web responsive et responsable*, Eyrolles, 2015, 204 pages.

- Amélie Boucher, *Ergonomie web : Pour des sites web efficaces*, Eyrolles, 2011, 355 pages.

Filmographie :

- *Steve Jobs iPhone 2007 Presentation*, enregistrement de la conférence par Jonathan Turetta, 2007, 51 min, Apple. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=vN4U5FqrOdQ

- *The Mother of All Demos, presented by Douglas Engelbart (1968)* (« la mère de toutes les démos »), enregistrement de la diffusion de la conférence par MarcelVEVO, 1968, 100 min. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=yJDv-zdhzMY

Ressource en ligne :

(Consulté le 29 mars 2016)

- Finger-Friendly Design: Ideal Mobile Touchscreen Target Sizes. **[en ligne]. In :** Smashing Magazine, 2012. Disponible sur : https://www.smashingmagazine.com/2012/02/finger-friendly-design-ideal-mobile-touchscreen-target-sizes/

- Webdesign : Scroller ou ne pas scroller. **[en ligne]. In :** #Olybop, 2014.
Disponible sur : http://blog.gaborit-d.com/dossier-webdesign-scroller-ou-ne-pas-scroller/

- 44 % de l'accès au Web se fait depuis un smartphone. **[en ligne]. In :** L'actualité informatique et high-tech pour décideurs IT, 2015.
Disponible sur : http://www.silicon.fr/44-acces-web-smartphone-tablette-128801.html

- Découvrez les atouts et inconvénients des sites one page (long scrolling). **[en ligne]. In :** Gazelle du web, 2015. Disponible sur : http://www.gazelle-du-web.com/ergonomie/sites-one-page-long-scrolling-et-les-contenus-defilent/

- Design web : 10 tendances pour 2016. **[en ligne]. In :** Agence web de Montréal | Kryzalid, 2016.
Disponible sur : http://www.kryzalid.net/journal/design-web-10-tendances-pour-2016/