

Anaïs Kakiche-Bouhassane

Avignon

Mémoire de fin d'études



Master 2 CAWEB EAD
Université de Strasbourg
Année universitaire 2015 – 2016

Le mémoire sera soutenu le 13 juin 2016.

Jury de soutenance : Mme Renate De La Paix, Mme Chloé Temesvári

Remerciements

Je tiens à adresser mes remerciements les plus sincères aux enseignants, aux intervenants et aux responsables du Master CAWEB.

Je souhaite remercier Mme De La Paix Renate et Mme Lanery Marie, pour m'avoir suivie tout au long de ce processus, ainsi que Mme Temesvari Chloé pour l'intérêt porté au sujet.

Mes remerciements à la société Hyteck Aroma-Zone, Mesdames Vausselin, M. Glushchenko, M. Schrub, Mme Granjon et Mme Borel pour m'avoir permis de faire ce stage.

Merci à mes collègues pour l'esprit d'équipe, l'intégration et la bonne humeur.

Enfin, j'adresse mes plus sincères remerciements aux amis et aux proches qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire. Parmi eux, j'ajouterai une mention spéciale pour Farida Bouhassane, Adrien Gresse, Mathias Quillot et Mikael Lafond.

Sommaire

Remerciements	2
Sommaire.....	3
1 Le sujet.....	6
1.1 Le web design.....	6
1.2 La mise à jour	7
1.3 Une tendance	8
1.4 Les acteurs d'un projet web	8
1.5 Le web design à travers le temps.....	9
2 La méthodologie de la recherche.....	10
2.1 Des points temporels	11
2.2 Les données à récolter.....	11
2.3 Méthodologie d'analyse des résultats	13
2.4 Limites de la méthodologie	13
3 Les résultats de l'enquête	14
3.1 Bilan des tendances web design en 2011	14
3.2 Bilan des tendances web design en 2015	17
3.3 Prévisions des tendances web design en 2016.....	19
3.4 Remarques sur les résultats.....	21
3.5 Analyse des données.....	21
4 Deux types de tendances à distinguer	23
5 Mise à jour web design d'un site	24
5.1 Méthode d'application des tendances éphémères.....	24
5.2 Méthode d'application d'une tendance durable	27
5.3 Impact sur les utilisateurs.....	30
Conclusion	31
Table des sigles et abréviations	32
Table des illustrations.....	32

Rappel des références webographiques	33
Annexe 1 : Webographie de la recherche de contenu	34
Annexe 2 : Tableau de résultats du bilan 2011 des tendances web design	37
Annexe 3 : Tableau de résultats du bilan 2015 des tendances web design	38
Annexe 4 : Tableau de résultats des prévisions 2016 des tendances web design	39

Le Master CAWEB liant la localisation et la création web, j'ai choisi de me centrer sur la partie web pour la recherche de mon sujet. Le monde du 2.0 est un domaine assez riche et renferme une quantité phénoménale de données qui évoluent à vitesse grand V.

Comment choisir un sujet qui ne sera pas vite dépassé à la sortie de ce mémoire ? En sélectionnant un thème périodique, qui se renouvelle à intervalle régulier. Il s'agit donc d'un sujet qui de par sa nature restera valide au fil du temps afin d'en étudier l'influence et les métamorphoses : le web design ou conception d'un site web.

Qu'est-ce que le web design ? Comment déceler une tendance web design ? Est-ce qu'elles doivent toutes être appliquées à un site ? Est-ce rentable pour les créateurs du site de suivre les tendances web design ? Tant de questions auxquelles je tenterais de répondre et qui reflètent la problématique suivante :

Quel est l'impact des tendances web design pour les différents acteurs d'un projet web lors de la mise à jour d'un site ?

Tout d'abord, j'exposerai quelle méthodologie aborder pour répondre à la problématique, ensuite les enquêtes menées pour cerner les tendances du web design seront étudiées. Enfin, cette étude préliminaire me permettra d'analyser l'influence des changements liés aux tendances du web design.

1 Le sujet

Afin de mieux cerner le sujet, il est important de définir les mots-clés de la problématique, de déterminer dans quel contexte ceux-ci sont utilisés.

1.1 Le web design

Le web design est souvent pris exclusivement pour du graphisme. Étant donné que ce dernier est une représentation visuelle des éléments, alors que la conception d'un site est plutôt abstraite, les personnes non familières aux métiers du web tendent à penser que le web designer ne crée que des éléments de communication graphique (bannières, boutons, images de produits...). Or le graphisme est une composante de la pratique du web design.

Pour définir le **web design** (dit aussi **conception de site web**), j'ai choisi de partir de la définition du Webdesigner par le Portail des métiers de l'internet :

« Le webdesigner est chargé de réaliser la conception d'une interface web : l'architecture interactionnelle, l'organisation des pages, l'arborescence et la navigation. Il s'agit d'une phase essentielle dans la conception d'un site. La conception d'un design web tient compte des contraintes spécifiques du support internet en termes d'ergonomie, d'utilisabilité et d'accessibilité. »¹

Avant de définir toutes les spécifications liées au site, il existe l'étape d'analyse qui permet d'étudier la demande, les objectifs et les contraintes afin de bien cerner les besoins et proposer un cahier des charges. Cette étape correspond de plus en plus à du marketing. Les besoins des utilisateurs sont étudiés pour influencer sur leurs comportements afin de remplir les objectifs d'un site (cela peut être l'accroissement de la visibilité, l'augmentation des conversions, une base de données plus fournies...). Ensuite vient l'étape de la conception du site qui doit suivre au mieux l'analyse.

Un site web n'est pas figé et ses objectifs, ses contraintes, ses cibles peuvent changer en cours de route. C'est pour cela qu'il est possible de revenir à l'étape d'analyse afin d'ajouter une fonctionnalité, de mettre à jour des informations etc.. La définition ci-dessus est donc

¹ <http://metiers.internet.gouv.fr/metier/webdesigner>, Portail des métiers de l'internet, Webdesigner

prise pour la création d'un site mais elle peut tout aussi bien s'appliquer au cours du cycle de vie d'un site (cf. schéma suivant) et notamment pour l'étape de maintenance et mise à jour où de nouveaux éléments peuvent être conçus.



Figure 1 : Cycle de vie du web design d'un site²

Traduction du schéma : Analyse > Spécification > Design et développement > Ecriture du contenu > Codes et tests > Référencement et promotion > Maintenance et Mise à jour.

1.2 La mise à jour

La conception d'un site est plus qu'une mise en ligne et attendre que les objectifs inscrits dans le cahier des charges soient atteints. Un site doit être corrigé, amélioré, il doit évoluer selon ses besoins, sa cible, son époque... C'est pour cela que les étapes de maintenance et de mise à jour comme vues précédemment dans le cycle de vie web design existent.

La maintenance va permettre d'un point de vue technique d'entretenir le site, elle peut être préventive, corrective, adaptative ou évolutive.³ Pour ce mémoire, c'est la mise à jour qui est

² <http://www.a1dezine.com/blog/website-design-life-cycle/> Web design life cycle A1Dezine.

³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Conception_de_site_web#.C3.89tapes_de_la_cr.C3.A9ation Conception de site web – Etapes de la création, Wikipedia.

prise en compte puisque c'est lors d'une mise à jour qu'un site évolue aux grès des tendances web design.

« **La mise à jour** : la mise à jour est une action fondamentale de la vie d'un site web. Elle consiste à actualiser, à modifier et à faire évoluer le contenu graphique, textuel, visuel et même la structure et les fonctionnalités du site web. »⁴

Pour un site, une mise à jour a donc pour but de mieux refléter l'époque actuelle grâce aux changements sur son architecture, sa charte graphique, son ergonomie etc..

1.3 Une tendance

Tendance : « Évolution perceptible d'un phénomène sur une longue durée. Pour le marketer, l'objectif de l'identification des tendances est double. D'une part, il s'agit de discerner le bon grain de l'ivraie et donc de savoir faire la part des choses entre une tendance et un simple effet de mode. D'autre part, il importe d'identifier avec certitude et précision cette tendance le plus en amont possible, afin de pouvoir réagir (adapter l'offre de l'entreprise) en conséquence suffisamment rapidement pour en tirer profit par rapport aux concurrents. »⁵

Une tendance est donc durable, nous parlerons dans ce mémoire de celles qui s'appliquent au cours de la vie d'un site puisque c'est dans le cadre d'une mise à jour.

1.4 Les acteurs d'un projet web

Les acteurs d'un projet web sont différents selon la structure où est développé le site web. Cela peut-être un particulier qui crée un site personnel et qui aura à lui seul toutes les casquettes des métiers du web. Cela peut-être un pôle web dédié à une entreprise ou une association, une agence web au service d'une entreprise, d'une association ou d'un particulier... Les acteurs d'un projet web sont en général les personnes qui gravitent autour

⁴ https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Conception_de_site_web&redirect=no, Wikipédia, Conception de site web

⁵ <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Tendance-243307.htm>, E-marketing.fr, Tendance

du projet et sur qui ce projet aura un impact. Pour notre cas nous observerons l'impact de l'application d'une tendance web design sur un site.

1.5 Le web design à travers le temps

La conception web est née avec le tout premier site en 1991 par Tim Beners-Lee. À l'époque le graphisme, l'ergonomie, l'expérience utilisateur (UX) n'avaient pas une place aussi importante qu'aujourd'hui puisque les pages étaient seulement composées de textes et liens produits en HTML (HyperText Markup Language).

Afin d'exposer les grandes étapes de l'évolution du web design depuis sa naissance, voici le résumé en français d'une infographie⁶, tirée de 5 sources différentes, par kissmetrics.com (spécialiste d'analyses pour optimiser le marketing) :

1) Début des années 1990 : **les sites sont basés sur du texte**, aucun élément n'est dynamique.

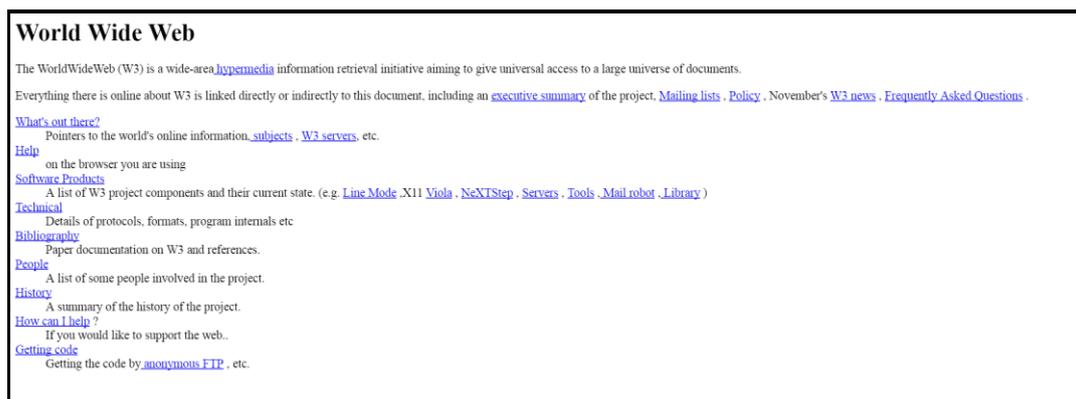


Figure 2 : Premier site web, celui du CERN

2) Milieu des années 1990 : **les sites sont basés sur des tableaux**, des constructeurs de pages en ligne font leur apparition. Le contenu est mieux organisé qu'avant. Des images et des petites animations sont intégrées. C'est aussi la naissance du World Wide Web Consortium (W3C) qui va servir à standardiser les technologies web.

3) Fin des années 1990 : **l'essor du Flash**. Les animations d'un site sont encore plus développées et PHP devient de plus en plus populaire.

4) L'an 2000 : le CSS (Cascading StyleSheet) percute le web et se répand. La forme du site est séparée du fond, il est désormais plus facile d'uniformiser le design d'une page.

⁶ <https://blog.kissmetrics.com/evolution-of-web-design/?wide=1>, The evolution of web design, kissmetrics.com

5) Du début au milieu des années 2000 : **l'envol du JavaScript (JS)**. Les tableaux sont abandonnés pour des mise en page en JS, les menus déroulants apparaissent, de nouvelles formes sont introduites.

6) Milieu des années 2000 : **le web sémantique**. Les technologies web sont développées de sorte à donner plus de sens au code et à le faire entendre à l'ordinateur de la même manière qu'un humain l'entend (comme avec le XML par exemple).

7) La fin des années 2000 : **le web 2.0.** Les sites sont de plus en plus interactifs, notamment à l'aide du JS et du XML combinés (AJAX). Des applications web puissantes émergent ainsi que le HTML5 qui tend à remplacer le Flash.

8) **L'ère du web mobile**. Les smartphones et tablettes ont accès au web, ils sont de tailles diverses et sont de plus en plus utilisés pour naviguer. Il faut donc adapter les sites en fonction de l'utilisation de l'internaute. L'ergonomie, la navigation, l'accessibilité... tout change afin d'offrir une meilleure expérience à l'utilisateur. De nouvelles fonctionnalités sont aussi développées comme par exemple l'interaction d'une page web avec l'appareil afin de repérer la localisation de l'internaute.

Au fil du temps, de nouveaux critères sont pris en compte par les concepteurs de site web. L'étude de l'interface et ses changements vont permettre d'améliorer l'expérience utilisateur et l'accessibilité aux informations de n'importe où, en somme, de rendre le monde 2.0 plus « user-friendly » aux internautes. Ainsi l'évolution de la conception web va dans le même sens. Les tendances dans ce domaine changent sans cesse et les objectifs de cette évolution sont de plus en plus mercatique, afin de mieux rentabiliser un site. En effet, on peut penser que plus l'utilisateur est à l'aise avec la plateforme (bonne navigation, temps de chargement décent, accessibilité de l'information, graphisme agréable...), plus le taux de rebond est faible, les chances de conversions sont donc accrues.

2 La méthodologie de la recherche

Une enquête, comme définie par le dictionnaire de la langue française, est l'étude d'une question réunissant des témoignages, des expériences, des documents. La méthodologie d'enquête semble être le moyen conforme pour répondre à la problématique, ainsi, des données qualitatives seront récoltées. Je vais donc examiner certains contenus traitant de la thématique afin d'en mesurer les tendances qui en ressortent.

2.1 Des points temporels

Pour examiner les tendances du web design, il est nécessaire de prendre des points temporels de référence. Tous les ans, les intervenants du web (journalistes web, intégrateurs, web designers...) font un bilan des tendances web design et des technologies utilisées. Je choisis d'étudier trois années en particulier pour les raisons suivantes :

- **2016** : c'est l'année actuelle. En ce début d'année comme chaque janvier et février, plusieurs magazines web, journaux web, acteurs du web y vont de leurs pronostiques pour cerner les tendances annuelles à venir. Il est donc intéressant de réunir toutes ces informations afin de les analyser.
- **2015** : l'année passée. Le bilan de cette année au niveau des tendances du web design a déjà été posé. Nous pourrons observer ce qui au final s'est avéré être les tendances en matière de conception web en 2015.
- **2011** : cinq ans avant l'année actuelle. Je souhaite prendre un point antérieur afin d'étudier l'évolution des tendances de cette date à aujourd'hui. Les tendances sont sur la longue durée mais cinq années dans le web sont suffisantes à ce que certaines disparaissent et d'autres fassent leur apparition.

Il n'est pas pertinent de prendre un point antérieur à 2011 puisque dans l'évolution du web design à travers le temps, l'ère du web mobile est apparue et a bouleversé la conception des sites web donc les tendances étaient forcément très différentes à l'époque.

2.2 Les données à récolter

Pour cerner les prévisions de tendances d'une année, je choisis de chercher les contenus (articles, vidéos, infographies...) les mieux référencés sur les moteurs de recherche les plus utilisés dans le monde en février 2016 :

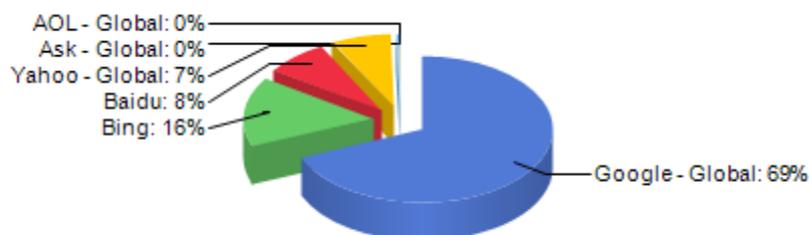


Figure 3 : Parts de marchés des moteurs de recherche dans le monde en février 2016⁷

Pour ne pas se noyer dans l'information et puisque ce genre de contenu donne en général beaucoup d'informations, seulement 16 contenus seront sélectionnés (disponibles en Annexe 1). Le ratio de contenus par moteur de recherche sera proportionnel à leurs parts de marché dans le monde :

	Part de marché	Nombre de contenus recherchés
Google.com	69%	11
Bing	16%	3
Baidu	8%	1
Yahoo.com	7%	1

Le navigateur choisi pour les recherches est vidé de toutes données rattachées (cache, historique...) afin que mes habitudes d'internaute n'interfèrent pas sur les résultats.

Les mots-clés tapés dans les moteurs de recherche sont en anglais, la langue du web⁸, afin de toucher au maximum la population mondiale : « web design trend [year] ».

Les paramètres de recherche, s'ils sont disponibles sur le moteur, sont tels que : la recherche est triée par pertinence, elle couvre tous les pays, toutes les langues, et les dates sont personnalisées pour chaque période :

- du 1^{er} décembre au 31 décembre 2011 pour les tendances appliquées en 2011,
- du 1^{er} décembre au 31 décembre 2015 pour les tendances appliquées en 2015,
- du 1^{er} janvier au 29 février 2016 pour les tendances prévues en 2016.

Remarque : Pour Yahoo.com et Bing.com, la personnalisation de date n'est pas disponible.

⁷ Parts des marchés des moteurs de recherche en février 2016, <https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0>

⁸ http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all Usage of content languages for websites, W3techs, 21 mai 2016 [English is used by 53.5% of all websites whose content language we know]

2.3 Méthodologie d'analyse des résultats

Pour une année, un tableau est réalisé afin d'en extraire les tendances ressortissantes. Il se présente en quatre colonnes :

1. le(s) terme(s) catégorisant la tendance,
2. l'occurrence (les mentions) de ce(s) terme(s) à travers les contenus,
3. une explication de ce terme et/ou sa particularité dans l'année étudiée,
4. la catégorie de conception web auquel il appartient.

Les catégories abordées sont : la mise en page, le développement, le graphisme, l'intégration d'éléments (éléments extérieurs s'ajoutant à un site web : vidéos, jpeg, svg, iframes...), la navigation, le langage de conception, la typographie, la recherche, l'UX (User expérience ou expérience utilisateur en français).

Certaines tendances peuvent appartenir à plusieurs catégories de conception web. Cependant, pour ces tableaux, chaque tendance n'est reliée qu'à une seule catégorie (choisie selon le contexte et l'explication de la tendance).

Ces tableaux (disponibles en Annexe 2, 3 et 4) n'étant pas visuellement parlant, je décide de représenter les résultats de cette enquête sous forme d'infographies afin de mieux les comprendre et les faire comprendre.

Chaque infographie sera composée des tendances, de leur occurrence et de leur catégorie de conception web. Une tendance est représentée par une forme géométrique de taille proportionnelle à son occurrence, contenant une étiquette indiquant les termes de la tendance et l'occurrence. La couleur de la forme géométrique se reporte à la légende qui indique la catégorie de conception web.

2.4 Limites de la méthodologie

La recherche de ces contenus soulève certaines limites.

Pour la période de 2011, il est plus difficile de trouver des contenus sur le thème des tendances web design, les recherches peuvent conduire au-delà de la 5^{ème} page de résultats. En 2015 et 2016, les contenus en rapport avec la requête sont beaucoup plus accessibles dès les premières pages des moteurs de recherche. Le nombre de contenus publiés concernant les tendances web design a donc augmenté en 5 ans.

Plusieurs tendances n'ont pas la même dénomination sur chaque contenu mais elles représentent le même concept, je les ai donc réunis sous le terme le plus parlant.

3 Les résultats de l'enquête

Après compilation des données et extraction des tendances, celles-ci sont triées sous forme de tableau puis imagées sous forme d'infographies dans le but d'améliorer leur lisibilité et leur compréhension.

3.1 Bilan des tendances web design en 2011



0 : nombre de mentions de la tendance dans les 16 contenus étudiés



Figure 4 : Bilan des tendances web design de l'année 2011

En 2011, on retrouve **41 tendances** web design avec **97 mentions** dans les **16 contenus** étudiés.

Les tendances web design majeures en 2011 concernent la mise en page du site avec 29% des mentions dans les contenus évoquant 11 tendances web design différentes. Au niveau de la mise en page, le site type de 2011 est minimaliste, tient sur une ou plusieurs longues pages pour favoriser le défilement vertical (notamment sur mobile avec le responsive

design). En plus d'utiliser l'effet parallaxe, il attire l'œil de l'utilisateur avec des éléments en plein écran et/ou modulaires.

Ensuite vient le graphisme du site avec 24% de mentions dans les contenus pour 12 tendances web design en 2011. Au niveau graphique, le site caractéristique de 2011 est orné d'éléments géométriques (diagonales, pointillés, cercles, rubans...), son style est rétro et les éléments sont mis en avant par des effets de profondeur, de dégradés (réalisables avec CSS3 et de JQuery).

Le responsive design est la tendance qui a le plus marqué les sites web en 2011 (9% du total des mentions). L'adaptation d'un site aux plus petits écrans devient de plus en plus importante afin que l'utilisateur ait accès aux informations sur n'importe quel support.

Cette tendance est suivie par l'usage du HTML5, du CSS3 et du JQuery avec 8% de mentions dans les contenus. C'est une évolution vers un web plus sémantique (qui profite au référencement et à l'accessibilité de l'utilisateur) grâce aux standards HTML5 + CSS3. De plus, les sites sont plus dynamiques notamment grâce à JQuery.

Par ailleurs, les réseaux sociaux sont alors présents sur les sites en 2011 avec l'intégration de boutons spécifiques aux différentes plateformes : 6% de mentions d'intégration d'éléments de réseaux sociaux dans les contenus étudiés.

3.2 Bilan des tendances web design en 2015



0 : nombre de mentions de la tendance dans les 16 contenus étudiés

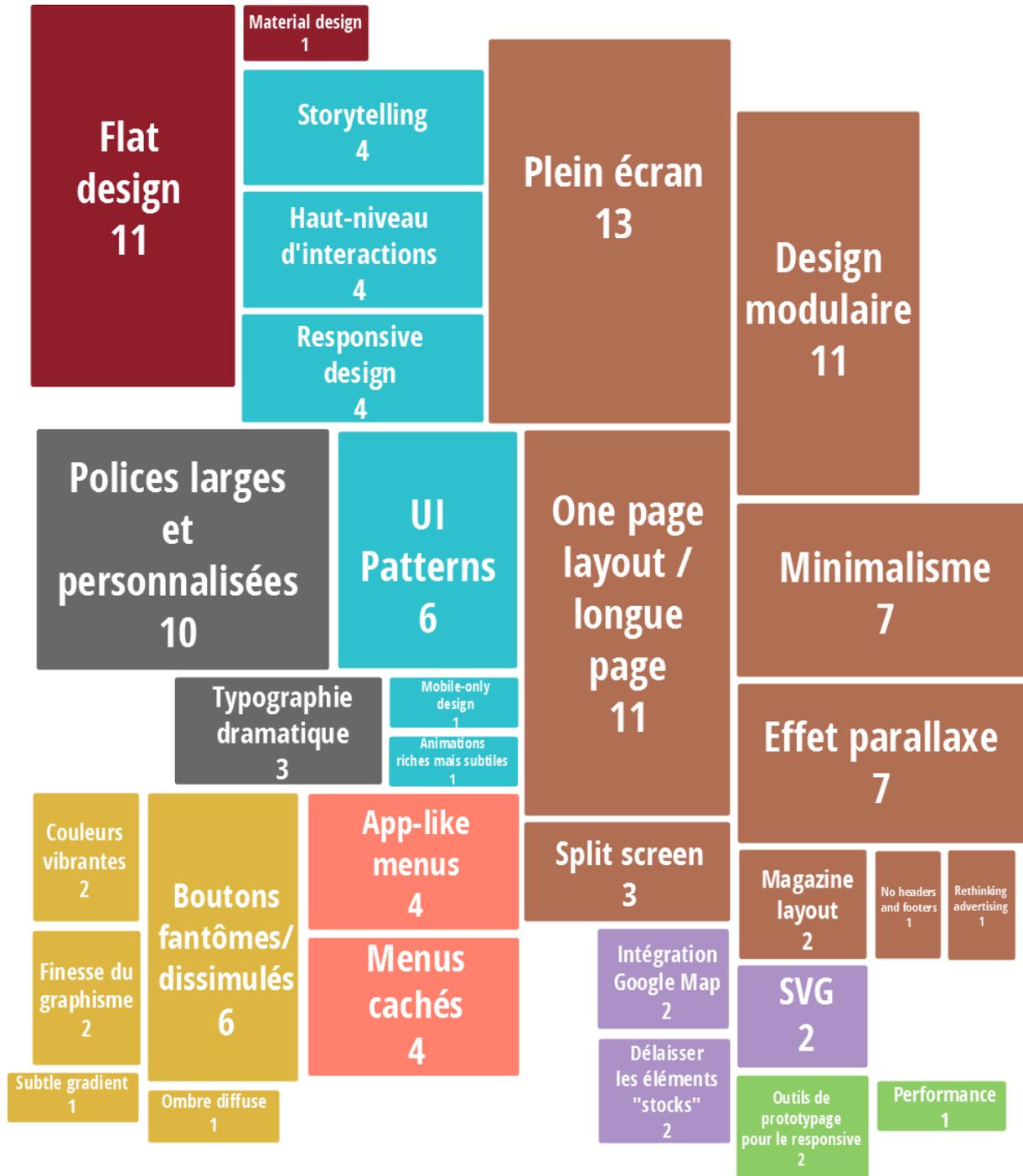


Figure 51 : Bilan des tendances web design de l'année 2015

En 2015, on compte **31 tendances** web design avec **129 mentions** dans les **16 contenus** étudiés.

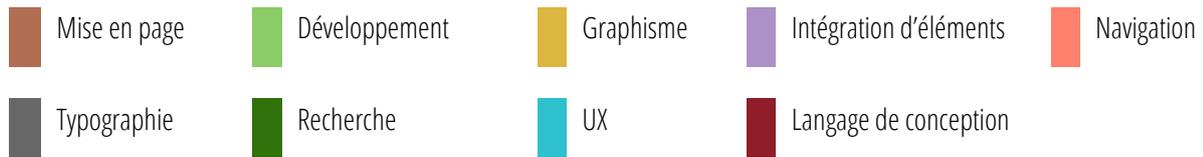
Comme pour l'année 2011, l'année 2015 est forte de tendances de mises en page avec 43% des mentions dans les contenus pour 9 tendances. La mode du plein écran persiste (10% des mentions) ainsi que le design modulaire, le minimalisme du site, les pages longues ou les sites en une page et l'effet parallaxe.

L'expérience utilisateur, 16% de mentions dans les contenus pour 6 tendances, est mieux prise en compte dans la conception d'un site : interagir avec l'utilisateur, adapter l'information à l'écran, transformer certains écrits en motifs intuitifs (UI patterns) pour réduire leur l'encombrement sur mobile et tablette...

Le langage de conception, 9% de mentions pour 2 tendances, évolue aussi, la tendance est au Flat Design (9% du total des mentions) qui réunit à elle seule la plupart des tendances de 2011 : minimalisme, finesse du graphisme, couleurs vibrantes, responsive design, boutons fantômes, pas de dégradés, pas de profondeur... Les sites deviennent plus plats à l'inverse des tendances graphiques de 2011.

Au niveau de la typographie, les polices sont personnalisées et voient leur taille s'agrandir. Pour le graphisme, les tendances citées font partie intégrante du Flat Design. Quant à la navigation, les tendances sont plutôt liées au responsive design : menus ressemblant à ceux des applications (menus fixes, menus sur le côté) ou les menus cachés derrière une icône.

3.3 Prévisions des tendances web design en 2016



0 : nombre de mentions de la tendance dans les 16 contenus étudiés

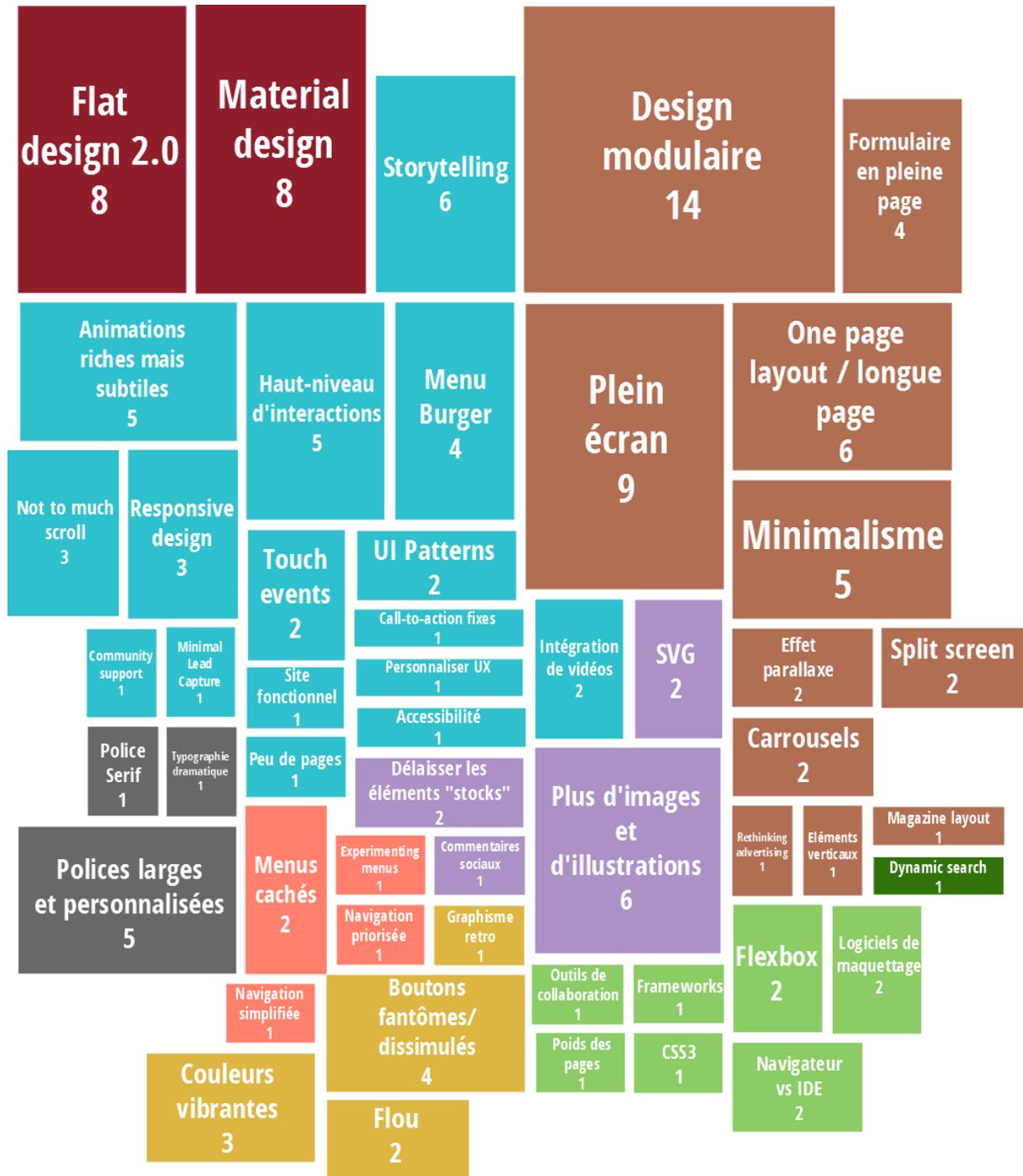


Figure 6 : Prévisions des tendances web design de l'année 2016

En 2016, on dénote **52 tendances** web design avec **145 mentions** dans les **16 contenus** étudiés.

Cette année-là, les prévisions placent la mise en page à nouveau en tête avec 32% des mentions dans les contenus répartis en 11 tendances web design. Les tendances principales resteraient les mêmes que 2011 et 2015 avec cette fois-ci une hausse de 9 mentions pour le design modulaire dans les contenus étudiés. Bien que discrète, on noterait l'apparition d'une nouvelle tendance pour la mise en page : les formulaires en pleine page (3% des mentions).

L'expérience utilisateur conserverait son impact avec 26% de mentions pour 16 tendances en 2016. Les interactions seraient toujours plus développées, les animations plus riches mais subtiles (on resterait dans le minimalisme). Le site type de 2016 au niveau de l'expérience utilisateur répondrait mieux aux actions de l'utilisateur : le site se devrait d'être fonctionnel, le touché serait mieux pris en compte, les interfaces s'adaptent aux écrans plus grand et à haute-définition (TV) et seraient sous forme de storytelling, on garderait la tendance de 2015 aux UI Patterns, le support à la communauté serait mis en avant notamment par des vidéos tutoriels...

En 2016, le Flat Design resterait l'une des grosses tendances (6% de mentions) mais avec quelques changements : design un peu moins plat pour donner plus d'indices à l'utilisateur sur la fonctionnalité des éléments du site. Cette évolution, Google l'a transformée en Material Design (6% de mentions), ce concept est un ensemble de règles graphiques, typographiques, de mise en page parmi d'autres qui permettront de fournir une meilleure expérience à l'internaute.

Parmi les contenus étudiés, les tendances relevées concernent en majorité le front-office d'un site web. Les contenus pour les prévisions de 2016 font tout de même ressortir les tendances back-office ou même des outils tendances pour les développeurs web. Cela peut-être dû au fait que les écrivains des contenus recueillis ne se basent que sur ce qui est visible et font peu de recherches sur comment le site est construit.

En 2016, les développeurs coderaient plus à l'aide du navigateur que de leur IDE (Environnement de développement), les web designers utiliseraient plus des logiciels de maquettage et les intégrateurs se serviraient plus de la propriété CSS flexbox afin de régler des problèmes de design.

3.4 Remarques sur les résultats

Les résultats font déjà l'objet de quelques remarques et limites :

- Parmi les contenus étudiés, les tendances relevées concernent en majorité le front-office d'un site web. Rares sont les articles parlant du back-office et même des outils tendances pour les développeurs web. Cela peut-être dû au fait que les auteurs des contenus recueillis ne se basent que sur ce qui est visible.
- Parmi les tendances sur une année donnée, certaines peuvent faire partie intégrante d'une autre tendance (par exemple, avoir des couleurs vibrantes sur un site se rapporte à la tendance du Flat Design).
- Des tendances peuvent durer plusieurs années et persister mais ne plus être mentionnées (ou peu) car déjà intégrées dans les meurs du web design (exemple avec le responsive design). Ces tendances sont donc considérées comme moins importantes selon les chiffres mais elles ne le sont pas pour autant en pratique.
- Certaines catégories ne sont pas abordées comme par exemple le référencement d'un site puisqu'aucun contenu n'en parle.

3.5 Analyse des données

Les grandes tendances

Je pensais qu'il y aurait assez d'années de différence entre 2011 et aujourd'hui dans le monde du web pour retrouver une manière de concevoir les sites web totalement différentes. Cependant, une dizaine de tendances a survécu à travers ces 5 années : le responsive design, le minimalisme du site, les éléments (vidéos, photos, cinémagraphes, animations, hero image...) en plein écran, le design modulaire, la mise-en-page sur une page et/ou les pages longues, l'effet parallaxe, la mise-en-page sous forme de magazine, l'intégration du format SVG, des motifs remplaçant les mots sur l'interface (UI patterns) et la présentation de son site sous forme de storytelling.

Graphisme

Le graphisme qui était majoritaire en 2011 et assez divers (12 tendances sur 41) l'est moins en 2015 et 2016. Aucune tendance graphique n'est relevée sur les 3 années en même temps, ni même entre l'année 2011 et l'année 2015. Les divers graphismes et mise en page

deviennent à partir de 2015 des langages de conception avec plusieurs règles ergonomiques intégrées dont du graphisme.

L'expérience utilisateur

L'expérience utilisateur est de plus en plus prise en compte dans le web design : 6 tendances sur 41 en 2011, 6 sur 31 en 2015 puis 16 sur 52 dans les prévisions de 2016. L'internaute interagit beaucoup plus avec le site (Haut-niveau d'interaction, Touch events) qui lui s'intéresse aux données (Minimal lead capture, Personnaliser l'UX, Mobile-only design) afin d'adapter son contenu et de délivrer une expérience optimale. C'est l'utilisateur qui permet de remplir les objectifs d'un site quels qu'ils soient (achat, recueil de données, transmission d'informations...), le web designer intègre de plus en plus cet aspect dans ses travaux afin de proposer la meilleure expérience qui soit.

Un parallèle ironique

Lors de mes recherches, j'ai réalisé des bilans et prévisions de tendances sous forme de tableaux et disponibles en annexe. Ceux-ci ne sont pas agréables à lire : il y a trop de lignes car les nombreuses données sont condensées dans un tableau, ils ne tiennent pas sur une page sans que la taille de police ne soit petite, il est difficile de cerner qu'elles sont les informations principales à tirer de ces données...On peut comparer cette mise en page aux sites web des années 1990.

Ensuite, les mêmes informations sont prises pour être repensées pour le lecteur : elles sont mises sous forme modulaire, le minimalisme apparaît avec la disparition des définitions car les termes sont parlants (on pourrait aussi faire apparaître les définitions au survol sur support interactif), le style est Flat design, avec des couleurs vibrantes, tenant sur une page, et l'image a été créée sous le format SVG (elle peut donc se redimensionner sans que la qualité ne soit altérée). On peut assimiler ces infographies aux pages web d'aujourd'hui.

Qu'y gagne-t-on ? L'information sur ces infographies est plus vite assimilée, plus lisible et on va à l'essentiel. Le lecteur de ces données perd moins de temps à les déchiffrer. J'ai donc fait attention à ce que mon contenu soit plus accessible au lecteur et plus agréable à analyser pour atteindre mon objectif de compréhension des données.

Par ce parallèle, on remarque que le web design est pensé afin que l'utilisateur soit le plus à l'aise possible avec les informations données et les actions demandées afin d'atteindre certains objectifs. C'est aussi ce que confirment les infographies.

4 Deux types de tendances à distinguer

Parmi toutes ces tendances, on peut distinguer deux grands courants de tendances qui se dessinent au fil de ces 5 années :

- les tendances durables : elles sont stables, sur une longue période et vont devenir une habitude dans la conception de site web.
- les tendances éphémères : elles sont instables. Par « éphémère », il est exprimé que la tendance est pratiquée sur une longue durée mais de manière plus courte (quelques semaines ou mois) que la « durable ».

Afin de distinguer quelles tendances sont durables ou éphémères, il est nécessaire que les webdesigners, webmasters, développeurs et autres métiers du web fassent de la veille sur les tendances web design. Une enquête faite comme précédemment sur les bilans de tendances est plus complète que l'étude d'un seul article concernant les bilans ou prévisions de tendances. Ainsi avec des données récoltées sur plusieurs années, les détenteurs du site pourront suivre l'évolution des modes, voir ce qui fonctionne en termes de conception web sur la toile et analyser le tout afin de voir si elles sont durables ou non.

Une tendance durable peut au début être peu mentionnée et donc paraître comme éphémère, exemple avec la mode du storytelling qui en 2011 n'est mentionnée qu'une fois alors que 4 ans plus tard elle est encore présente. Il est donc important de se baser sur plusieurs années afin d'observer une évolution : si la tendance est présente sur chaque année, si elle est mentionnée plusieurs fois, ce que les contenus en font ressortir...

Des tendances présentes sur une année et avec peu de mentions seraient éphémères.

Des tendances traversant les années quelques soient le nombre de mentions seraient durables.

Ici le conditionnel est employé puisque les chiffres ne sont pas les seuls indicateurs de la durabilité d'une tendance. Les employés du web doivent prendre en compte leur ressenti sur ces tendances : leur point de vue par rapport à leur profession web, ce qui remonte de cette tendance, le contexte actuel du web, une vue sur la concurrence par rapport à cette tendance, parmi d'autres facteurs. C'est pour cela que pour certaines tendances, il n'existe pas de réponses exactes par rapport aux chiffres, un complément est nécessaire aux vus du contexte du site, de l'entreprise, du particulier, du web en général...

Au niveau des chiffres et de l'enquête menée, la tendance Haut-niveau d'interactions (UX) apparaît en même temps dans le bilan 2015 et dans les prévisions de 2016. On peut s'imaginer vu le nombre de mentions (4 pour 2015, 5 pour 2016) que celle-ci apparaîtra dans le bilan de 2016 et se poursuivra encore sur quelques années puisque l'expérience utilisateur a pris de l'ampleur au fil des années. À défaut d'attendre et de savoir si cette tendance sera durable au niveau de l'UX, les web designers peuvent garder en tête que toutes les tendances UX sont à surveiller de près.

Les tendances de mise en page sont en moyenne durables sur les périodes étudiées (6 tendances se retrouvent sur les 3 périodes) ainsi que celles du langage de conception. Il est plus prudent de mettre à jour son site sur ces tendances-là que celles qui ne reviennent qu'une fois. Les tendances de mise en page et de langage de conception doivent aussi faire l'objet d'une surveillance.

5 Mise à jour web design d'un site

L'application d'une tendance web design pour une mise à jour de site n'est pas à prendre à la légère selon le type de site. Cela implique dans certains cas des heures de travail en plus, un budget supplémentaire, des ressources humaines dédiées ou supplémentaires, une manière différente de travailler impliquant un temps d'adaptation, des outils supplémentaires, du temps avant de voir des résultats...

Dans les parties suivantes, deux études de cas distinctes sont prises pour l'application de tendances web design sur un site afin d'obtenir des données différentes. Les données pour chaque cas sont concises mais peuvent être développées sous forme de cahier des charges et retro planning.

5.1 Méthode d'application des tendances éphémères

Concernant les tendances éphémères, certaines peuvent être appliquées sur un site contenant peu de pages (une dizaine). Au-delà, il serait trop difficile d'actualiser un site chaque année en fonction de toutes ou mêmes quelques-unes des tendances en vogue. Par exemple, changer le graphisme du site selon les tendances éphémères de chaque année (en plus des durables) demanderait une plus grosse charge de travail, voire des ressources humaines supplémentaires (webdesigner, intégrateur...) donc une augmentation du budget.

Les tendances éphémères seraient applicables sur un site vitrine de moins d'une dizaine de pages. Effectivement, le travail serait moins considérable que sur des sites plus chargés. Le site vitrine sert à exposer des informations sur une entité à l'internaute. En temps normal, ce type de site n'interagit pas avec l'utilisateur mais beaucoup y intègre des formulaires afin de récolter les données de l'utilisateur.



Essayons d'appliquer une tendance éphémère afin de dégager une méthode générale d'application et ses conséquences avec en exemple : un site portfolio <http://www.anais-kb.com> (image ci-contre). Pour chaque site, les personnes en charge du projet doivent aborder les points suivants :

Le contexte du site et son objectif

Anais-kb.com est un site vitrine responsive et codé en dur exposant la formation, le parcours professionnel, les compétences et les réalisations d'une créatrice de site web. L'objectif est d'être vu par des recruteurs tel un C.V.. Le site en lui-même est l'une des réalisations du portfolio de la personne.

Examiner les tendances à exploiter, leur but et utilité sur le site

Parmi le bilan des tendances web design 2015, un bon nombre de tendances sont déjà présentes sur le site : image en plein écran, design modulaire, minimalisme, one page layout, illustrations en SVG... Certaines autres ne sont pas applicables : mobile-only design (puisque le but est aussi de regarder ce site sur d'autres supports), rethinking advertising (ce site ne contient pas de publicités) etc..

Il reste comme tendances éphémères à exploiter : les animations riches et subtiles. Celles-ci sont des animations un peu plus avancées qu'un simple changement de couleur au survol par exemple. Son but est de permettre à l'utilisateur d'avoir une expérience unique en fonction des différentes animations qu'ils constatent et par rapport aux autres sites. Des animations plus riches et uniques marqueront l'internaute.

L'application de cette tendance peut coller à ce site. En effet, elle servirait à démontrer que la personne recherchant un métier dans le web est capable de faire plus que de simples animations web. Cela peut donc jouer en sa faveur auprès des recruteurs.

Les conséquences de l'application de cette tendance

Il faudra réaliser de la veille sur des animations avancées (3h⁹), de la veille sur le même type de site par rapport à la tendance (1h). Le webmaster peut décider de créer ses propres animations, d'en exploiter des gratuites ou d'en acheter, ce qui sera pris en compte dans le coût. Dans tous les cas, il y aura de la recherche sur le choix des animations (3h). Viendra ensuite l'étape de maquettage pour déterminer où appliquer les animations (4h), l'intégration en HTML - CSS et/ou JavaScript en local (1jour), les tests de l'application de cette tendance sur tous supports (2h), la mise en ligne (30min) et les tests en ligne (1h30). Cela prendra 3 jours et 3h pour l'application de cette tendance éphémère.

Les outils nécessaires en plus des outils basiques

Le site utilise déjà des librairies JavaScript telles que JQuery. Aucune technologie ou outil supplémentaire n'est nécessaire ici.

Les acteurs impliqués

Pour ce site vitrine en particulier, une seule personne gère le site et dispose des rôles de webdesigner et webmaster nécessaire à l'application de cette tendance. Les tests peuvent être effectués par le webmaster et/ou une personne externe afin de faire remonter les erreurs.

Les coûts de cette évolution

Ce site vitrine étant développé à titre personnel, il n'y a aucune rémunération pour le travail effectué. Le coût s'évalue donc sur le temps écoulé pour mettre en place cette tendance c'est-à-dire 3 jours et 3h. Si des outils ou éléments graphiques payants sont nécessaires, leur prix compterait dans les dépenses liées à ce changement.

La rentabilité de l'investissement

Selon le but de la tendance et ce qu'on veut en tirer, cette question n'aura de réponses qu'après l'application de celle-ci. Dans notre exemple, la tendance éphémère ne rapportera pas de bénéfices financiers, elle servira à attirer le regard des recruteurs sur les capacités du webmaster afin d'être contacté. Elle sera un avantage et un bon investissement si les animations sont gratuites ou peu chères, qu'elles sont remarquées et que des personnes en

⁹ Les temps sont ici donnés à titre indicatif. Le véritable temps dépendra du nombre d'animations à mettre en place.

font mention ou remplissent le formulaire de contact présent sur le site vitrine. Cette tendance n'aurait pas été un bon investissement pour le site d'un plombier par exemple puisque son but n'est pas d'impressionner ses clients avec des animations web.

Avec cette étude de cas, nous observons que l'application d'une seule tendance peut monopoliser plus de 3 jours de travaux. Il serait donc encore plus laborieux d'appliquer plusieurs tendances éphémères chaque année, sachant qu'elles peuvent monopoliser plus de temps, plus de budget, qu'elles peuvent évoluer et ne plus être en vogue l'année d'après.

Notre cas concernait le site vitrine d'un particulier avec ses particularités, il est bien entendu que pour le site vitrine d'une entreprise, d'autres facteurs auraient pu être pris en compte, notamment le fait que le site soit maintenu en interne ou par un prestataire externe (agence web, webmaster en freelance...).

5.2 Méthode d'application d'une tendance durable

Les tendances durables s'appliquent sur tous types de site : vitrine, e-commerce, blog, site d'actualité, site communautaire... Du fait de leur longévité, elles seront logiquement un meilleur investissement qu'une tendance éphémère.

Pour étudier la méthodologie de l'application d'une tendance web design durable et ses conséquences, prenons l'exemple cette fois-ci d'un e-commerce avec un service web interne à l'entreprise. Un site e-commerce expose avant tout des produits ou services à acheter sur la plateforme. Appelé aussi site boutique, il interagit avec l'internaute afin de répondre aux objectifs du cahier des charges (conversions, récolte de données, inscriptions...). Le nombre de page peut-être minime (61 pages pour homeobox.fr¹⁰), mais il peut aussi dépasser les milliers de page comme avec <http://www.aroma-zone.com> qui est notre étude de cas.

Le contexte du site et son objectif

Aroma-Zone.com est une e-boutique de produits d'aromathérapie, de matières premières, d'ingrédients et contenants pour faire ses cosmétiques et soins naturels soi-même. Elle met aussi en vente les réservations d'ateliers cosmétiques et d'aromathérapie de la boutique

¹⁰ Selon XML Sitemap Generator

physique. L'objectif pour l'e-boutique est la conversion par l'achat ainsi que l'amélioration de la qualité des produits grâce aux retours des clients (commentaires, formulaires...).

Examiner les tendances à exploiter, leur but et utilité sur le site

Comme dit précédemment, une dizaine de tendances web design sont qualifiées de durables sur les années étudiées et plusieurs ne sont pas encore présentes sur le site : plein écran, responsive design, UI patterns, minimalisme... Parmi toutes ces tendances, nous allons prendre en compte la tendance durable qui marque la décennie : le responsive design. Bien que peu mentionnée dans les contenus en 2015, elle est en lien avec d'autres tendances comme le Flat Design, le Material Design ou encore le design modulaire.

Elle sert à rendre le contenu d'un site adaptable à tous supports et elle permet de mieux référencer un site web sur support mobile¹¹.

Le site d'Aroma-Zone est de plus en plus visité sur des terminaux mobiles d'années en années¹², il est donc intéressant d'être mieux référencé sur ce type de supports et d'offrir une meilleure expérience à l'utilisateur depuis un mobile ou une tablette. Les informations du site seront mieux accessibles ainsi que les éléments de conversions (paniers, bouton « ajouter au panier », bouton « quantité »...) et les éléments récoltant les informations de l'utilisateur (formulaires, commentaires...).

Les conséquences de l'application de cette tendance

Le processus de cette tendance sera long pour un site de cette envergure et il faudra donc s'y prendre petit à petit et traiter cela type de contenu par type de contenu. Il est recommandé de créer un cahier des charges afin de bien définir quels contenus sont impliqués, qui fait quoi, le temps que cela prendra etc.. Chaque étape peut prendre plusieurs jours et cela dépendra du type de contenu abordé. Le responsive design implique de la veille sur les meilleures pratiques, de la veille sur les concurrents par rapport à cette tendance, de la veille sur les changements liés au responsive design, le maquettage de chaque type de contenu pour revoir leur architecture, la création de nouveaux éléments graphiques (UI patterns, images plus adaptées...) et peut-être de nouveaux contenus, l'intégration en HTML, CSS, JavaScript, PHP en local, les tests sur tous les supports, la mise en ligne, le recettage en ligne, la corrections des bugs.

¹¹ <http://www.notuxedo.com/google-mobile-friendly-referencement/> Google va pénaliser les sites non compatibles avec les mobiles, No Tuxedo, 17 avril 2016.

¹² Source interne à l'entreprise

Cette tendance implique aussi une autre manière de travailler. Par exemple, pour le webmaster il ne faudra plus intégrer les contenus au pixel près ou ne plus leur assigner une hauteur fixe, pour les infographistes il faudra penser les images pour tous les supports etc..

Les outils nécessaires en plus des outils basiques

À défaut d'acheter chaque modèle de terminaux mobiles pour tester le site, l'entreprise peut se procurer un logiciel simulant les différents supports (par exemple, une licence basique avec BrowserStack à 348\$ par an). L'entreprise peut aussi décider de se procurer des frameworks CSS gratuits ou payants.

Les acteurs impliqués

Le webmaster pour les veilles, l'intégration, les tests, la mise en ligne, le recettage et les corrections de bugs, le webdesigner pour les maquettes et la création de nouveaux éléments graphiques, la rédactrice web pour les nouveaux contenus textuels, un panel de testeurs internes à l'entreprise (hors pôle web). Si la charge de travail est trop importante pour les employés actuels, il se peut que l'entreprise décide d'employer une personne supplémentaire.

Les coûts de cette évolution

Le prix horaire des salariés impliqués multiplié par le nombre d'heures du projet. À cela, on ajoute le coût des différents éléments payants.

La rentabilité de l'investissement

L'application de cette tendance va changer beaucoup de choses sur le site ainsi que dans la manière de travailler des employés. Il va y avoir un temps d'adaptation aux nouvelles manières de procédés en de la durée conséquente du projet web. Pour certaines tendances qui font évoluer les méthodes de travail comme celle-ci, il est important d'évaluer si une telle mise à jour est nécessaire et si cela est rentable par rapport au temps passé sur le projet.

Dans ce cas précis, oui c'est un bon investissement, puisqu'à l'ère du mobile ne pas avoir un e-commerce responsive c'est avoir un désavantage sur les concurrents qui en ont un et c'est aussi voir son chiffre d'affaire stagner ou diminuer (moins de visibilité sur les terminaux mobiles alors que les internautes les utilisent de plus en plus, l'utilisateur quitte plus vite le site puisqu'il n'est pas user-friendly sur un petit écran...). De plus, un site adaptable sur tous supports permettra de toucher un type de clientèle plus large.

Pour Aroma-Zone, l'investissement se verra dans le nombre de retours clients à partir d'un terminal mobile (formulaires, commentaires...) et avec le Retour Sur Investissement (ROI). Il peut être calculé afin d'examiner l'aspect financier de cette évolution : « *(chiffre d'affaires - coûts) / coûts* »¹³.

5.3 Impact sur les utilisateurs

Nous avons vu qui étaient impactés lors d'une mise à jour (application d'une tendance web design) de site et dans quelles mesures, avant sa réalisation. Cependant il manque un acteur qui lui n'observera la mise à jour qu'*a posteriori* : l'utilisateur. Lui aussi est l'un des acteurs du projet puisque c'est lui qui va bénéficier du résultat, l'expérimenter et agir en fonction de ce qui lui est présenté.

Pour le cas d'anais-kb.com, le site vitrine, l'ajout d'animations riches mais subtiles passera peut-être inaperçu puisque ce n'est pas un changement qui se remarque et concerne la totalité de l'interface. De ce fait, l'internaute ne changera pas totalement sa manière de naviguer sur le site.

Pour le cas d'Aroma-Zone, le fait de passer le site en responsive sera un changement notable pour l'utilisateur puisqu'il pourra naviguer avec une interface lisible et adaptée à l'écran du support. Une telle mise à jour peut entraîner des changements de comportements chez l'internaute : plus de visites à partir de supports mobiles car le site est plus agréable à regarder, plus de confiance pour commander à partir d'un mobile ou d'une tablette puisque l'interface s'y prête... Il faut aussi prévoir que les utilisateurs puissent être perdus lors de ce changement et qu'un temps d'adaptation soit nécessaire afin de réapprendre à naviguer sur le site. Les résultats escomptés par rapport aux objectifs peuvent donc ne pas être visibles immédiatement.

L'utilisateur est donc aussi un acteur à prendre en compte dans la démarche de mise à jour d'un site selon une tendance web design puisque c'est grâce à lui que les objectifs seront atteints.

¹³ <http://www.pour-le-web.com/etudes-de-projets/comment-calculer-le-roi-dun-site-web-avant-sa-creation>

Comment calculer le ROI d'un site web avant sa création, Pour le web,

Conclusion

Les tendances web design sont à surveiller pour tous types de sites. De nos jours, les créateurs d'un site web ne peuvent pas passer à côté de ce qui est populaire et apprécié des internautes puisque ce sont eux qui permettent de remplir certains objectifs sur un site. Il est important de bien analyser les tendances afin d'évaluer leur potentiel et la plus-value que cela occasionnera (augmentation de la visibilité, augmentation du chiffre d'affaire, taux de rebond en diminution...) mais aussi se préparer aux impacts positifs et négatifs des utilisateurs.

De telles mises à jour peuvent entraîner plusieurs changements au niveau financier, au niveau des ressources humaines, au niveau des méthodes de travail, au niveau de la cible du site etc.. Quel que soit le type de site ou l'entité qui le dirige, suivre les tendances pour mettre à jour son site est essentiel afin de l'améliorer et remplir les objectifs définis.

Cet écrit académique sert donc de guide pratique pour faire ressortir les tendances web design dans le temps, les examiner et observer si l'influence de leur application est bénéfique au site et aux personnes en charge de ce site.

Table des sigles et abréviations

AZ : Aroma-Zone

CM : Community Manager – Gestionnaire de communauté

CMS : Content Management System – Système de Gestion de Contenu

CSS : Cascading StyleSheet

HTML : HyperText Markup Language

JS : JavaScript

PHP : Hypertext PreProcessor

R&D : Recherche et Développement

ROI : Retour sur Investissement

SEO : Search Engine Optimization – Optimisation pour les moteurs de recherche

TAO : Traduction Assistée par Ordinateur

UX : User Experience ou Expérience Utilisateur

W3C : World Wide Web Consortium

XML : Extensible Markup Language

Table des illustrations

Figure 1 : Cycle de vie du web design d'un site	7
Figure 2 : Premier site web, celui du CERN.....	9
Figure 3 : Parts de marchés des moteurs de recherche dans le monde en février 2016.....	12
Figure 4 : Bilan des tendances web design de l'année 2011	15
Figure 5 : Bilan des tendances web design de l'année 2015	17
Figure 6 : Prévisions des tendances web design de l'année 2016	19

Rappel des références webographiques

E-marketing.fr. *Tendance*. Récupéré sur E-marketing.fr : <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Tendance-243307.htm>

KissMetrics. *The evolution of web design*. Récupéré sur KissMetrics : <https://blog.kissmetrics.com/evolution-of-web-design/?wide=1>

Ministère de l'Economie, (15 novembre 2013). *Webdesigner*. Récupéré sur Portail des métiers de l'internet : <http://metiers.internet.gouv.fr/metier/webdesigner>

NetMarketShare. (avril 2016). *Parts des marchés des moteurs de recherche en février 2016*. Récupéré sur NetMarketShare : <https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0>

Singh, R. (21 juin 2013). *Web design life cycle*. Récupéré sur A1Dezine : <http://www.a1dezine.com/blog/website-design-life-cycle/>

Viancin, M. (17 avril 2016). *Google va pénaliser les sites non compatibles avec les mobiles*. Récupéré sur No Tuxedo : <http://www.notuxedo.com/google-mobile-friendly-referencement/>

W3techs. (21 mai 2016). *Usage of content languages for websites*. Récupéré sur W3techs : http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all

Pour le web, P. I. *Comment calculer le ROI d'un site web avant sa création*. Récupéré sur Pour le web : <http://www.pour-le-web.com/etudes-de-projets/comment-calculer-le-roi-dun-site-web-avant-sa-creation>

Wikipédia. *Conception de site web* . Récupéré sur Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Conception_de_site_web&redirect=no

Wikipedia. *Conception de site web – Etapes de la création*. Récupéré sur Wikipedia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Conception_de_site_web#.C3.89tapes_de_la_cr.C3.A9ation

Annexe 1 : Webographie de la recherche de contenu

Bilan 2011

Google

1. Article, <http://designshack.net/articles/layouts/popular-web-design-trends-in-2011-over-50-inspiring-examples/> Popular web design trends in 2011: over 50 inspiring examples, Joshua Johnson, Design Shack, 8 décembre 2011
2. Article, http://www.entheosweb.com/inspiration/web_design_trends_2011/default.asp Popular web design trends 2011, Entheos web
3. Article, <http://maxlab.fr/2011/12/evolution-du-web-design-2-0/> Evolution du web design 2.0, Maxlab, 30 décembre 2011
4. Article, <https://speckyboy.com/2011/12/05/quick-look-at-some-of-the-popular-web-design-trends-from-2011/> Quick look at some of the popular web design trends from 2011, Jake Rocheleau, SpeckyBoy, 5 décembre 2011
5. Article, <http://www.jay-han.com/2011/12/27/web-design-trends-in-2011/> Web design trends in 2011, Jay Han, 27 décembre 2011
6. Article, <http://fr.slideshare.net/DongNi1/mobile-webdesigntrendsfor2011> Mobile web design trends for 2011, Dong Ni, SlideShare
7. Article, <http://coliss.com/articles/build-websites/operation/design/popular-web-design-trends-in-2011-by-designshack.html> 2011年のウェブデザインのトレンドを振り返る, Coliss
8. Article, <http://inspiredm.com/design-trends-in-e-commerce-drop-down-menus/> Design trends in e-commerce drop down menus, Patrick McNeil, InspireDM, 15 décembre 2011
9. Article, <https://www.designcontest.com/blog/whats-hip-in-modern-web-design/> What's hip in modern web design, Grace, Design contest, 2 décembre 2011
10. Article, <http://sergio-rivas.blogspot.fr/2011/12/7-hot-trends-in-mobile-app-design.html> 7 hot trends in mobile app design, Sergio Rivas, 2 décembre 2011
11. Article, <http://jazminhupp.com/trends-in-web-design/> 6 trends in web design coming to a website near you, Jazmin, JazminHupp, 16 décembre 2011

Bing

1. Article, <http://slodive.com/web-development/website-design-trends-2011-small-business/> Website design trends of 2011 for small business, Nisha Patel, Slodive
2. Article, <http://www.bestdesigntuts.com/latest-web-design-trends-2011> Latest web design trends @ 2011, Andrew Smith, Best design tuts, 14 juin 2011
3. Article, <http://www.sitepronews.com/2011/08/31/the-biggest-web-design-trends-of-2011/> The biggest web design trends of 2011 ? Steve Loates, SiteProNews

Baidu

1. Article, <http://websitedesignflorida.blog.com/2011/12/30/web-designing-trend-of-single-page-website-design/> Web designing trend of single page website, Jacob, Website Design Florida, 30 décembre 2011

Yahoo

1. Article, <http://www.topoftheburg.com/web-design-trends-of-2011-are-here-to-stay/> Web design trends of 2011 are here to stay ? Jonathan Hawkins, Top of the burg, 24 octobre 2011

Bilan 2015

Google

1. Article, <http://thenextweb.com/dd/2015/12/25/10-web-design-trends-that-ruled-2015/#gref> 10 web design trends that ruled 2015, Jerry Cao, The Next Web
2. Article, <http://thenextweb.com/insider/2015/12/15/the-8-responsive-web-design-trends-that-defined-2015/#gref> 8 responsive web design trends that defined 2015, Jeremy Girard, The Next Web, décembre 2015
3. Article, <http://www.focaloid.com/9-web-design-trends-in-2015/> 9 web design trends in 2015, Focaloid
4. Article, <http://shortiedesigns.com/2015/12/the-web-trends-of-2015-the-year-that-was/> The best web trends of 2015, Sofia Woods, Shortie Designs, 8 décembre 2015
5. Article, <http://www.thesmilinghippo.com/gr/en/blog/#!/our-thoughts/13-hot-web-design-trends-from-2015> 13 hot web design trends from 2015, The smiling hippo, 22 décembre 2015
6. Article, <http://www.northwoodsoft.com/Blog/Top-Ten-B2B-Website-Design-Trends-of-2015.htm> Top ten B2B website design trends of 2015, Jason Frelich, Northwoods blog
7. Article, <http://www.bittbox.com/general-web-design/web-design-trends-of-2015> web design trends of 2015, brantwilson, Bittbox, 31 décembre 2015
8. Article, <http://www.logicwebmedia.com/best-web-design-trends-of-2015/> Best web design trends of 2015, Joseph Materson, 16 décembre 2015
9. Article, <https://www.bluehost.com/blog/account-tips/design-trends-2015-6255/> Design trends 2015, Jason, Bluehost, 4 décembre 2015
10. Article, <http://verticalsight.com/the-6-website-design-trends-that-dominated-2015/> The 6 website design trends that dominated 2015, Vertical Sight, 21 décembre 2015
11. Article, <http://www.codewithcoffee.com/current-web-design-trends-2015/> Current web design trends 2015, Sunny Popli, Code with coffee, 1^{er} décembre 2015

Bing

1. Article, <http://www.entrepreneur.com/article/252650> 14 hot web designs trends from 2015, Danny Wong, Entrepreneur, 23 novembre 2015
2. Infographie, <http://www.sayenkodesign.com/2015-web-design-trends-infographic/> 2015 Web design trends, Mike Sayenko, Sayenk design, 20 septembre 2015
3. Article, <http://www.webdesignerhub.com/the-biggest-web-design-trends-of-2015-so-far/> Aaron Gary Brooks, WebDesignerHub

Baidu

1. Article, <http://www.tuicool.com/articles/uiiyYj> The 10 big web design trends of 2015, SitePoint, 2 décembre 2015

Yahoo

1. Article, <http://www.dockmedia.de/blog/blog-detailansicht/webdesign-trends-2015.html> Webdesign trends 2015, Dock Media

Prévisions 2016

Google

1. Article, <http://thenextweb.com/dd/2016/01/01/10-web-design-trends-can-expect-see-2016/#gref> 10 web design trends you can expect to see in 2016, Amber Leigh Turner, TNW News, 1^{er} janvier 2016
2. Article, <http://designmodo.com/web-design-trends-2016/> 11 web design trends for 2016, Carrie Cousins, Designmodo, 4 janvier 2016
3. Article, <https://www.elegantthemes.com/blog/resources/2016-web-design-trends> A forecast of 2016 web design trends, Randy Brown, Elegant themes, 30 janvier 2016
4. Article, <https://creativemarket.com/blog/2016/01/04/top-web-design-trends-for-2016> Tpo web design trends dor 2016, Maria Antonietta Perna, Creativemarket.com, 4 janvier 2016
5. Article, <https://www.shopify.com/partners/blog/84005318-5-killer-web-design-trends-to-watch-in-2016> 5 killer web design trends to watch in 2016, Mark Schenker, Shopify, 7 janvier 2016
6. Article, <http://www.devdiz.com/designing/web-design-trends-2016/> Web deisgn trends in 2016, Ajay Malhora, devdiz, 2 janvier 2016
7. Article, <http://www.instantshift.com/2016/01/04/web-design-trends-2016/> An exhaustive guide to the web design trend of 2016, Alice Jackson, Instant shift, 4 janvier 2016
8. Article, <http://www.prnewswire.com/news-releases/greatlike-media-announces-top-website-design-trends-of-2016-simplicity-is-in-and-clutter-is-out-300197963.html> GreatLike Media announces top website design trends of 2016. Simplicity is in and clutter is out, GreatLike Media, PR Newswire, 5 janvier 2016
9. Article, <http://usersnap.com/blog/web-design-trends-2016/> 7 web design trends for 2016, Thomas Peham, Usernap Blog
10. Article, <http://blogs.adobe.com/dreamweaver/2016/01/15-web-design-trends-to-look-for-in-2016.html> 15 web design trends to look for in 2016, Karol K, Adobe Blog, 7 janvier 2016
11. Article, <http://www.webdesignerdepot.com/2016/01/9-ecommerce-design-trends-to-embrace-in-2016/> 9 e-commerce design trends to embrace in 2016, Ajeet Yadav, WebDesigner Depot, 19 janvier 2016

Bing

1. Article, <https://www.prestashop.com/blog/en/2016-web-design-trends-online-store/> 2016 web design trends for your online store, Julie Liu, Prestashop, 1^{er} février 2016
2. Infographie, <http://1stwebdesigner.com/2016-web-design-ux-trends/> UX trends in 2016 : Boost your site conversions, Wes McDowell, 1st webdesigner, 27 janvier 2016
3. Article, <http://www.itworld.com/article/2900889/web-design-trend-predictions-for-2016-2017.html> Web design trend predictions for 2016-2017, Matthew mombrea, IT world,

Baidu

1. Article, <http://www.techweb.com.cn/network/system/2016-01-08/2255316.shtml> 2016年Web设计的10大趋势 (10 web design trends 2016), 51CTO, Techweb, 8 janvier 2016

Yahoo

1. Article, <http://www.elegantthemes.com/blog/resources/2016-web-design-trends> A forecast of 2016 wb design trends, Randy Brown, Elegant themes blog, 30 janvier 2016

Annexe 2 : Tableau de résultats du bilan 2011 des tendances web design

BILAN 2011	Apparition	Explication / Particularité	Catégorie web design
Responsive design	9	Rendre adaptable le contenu web à tous les écrans. Prise en compte des écrans de mobiles et tablettes.	UX
CSS3 + HTML5 + jQuery	8	Ces langages sont de plus en plus utilisés et remplacent petit à petit le Flash.	Développement
Intégration réseaux sociaux	6	Intégration de boutons et modules pour lier les réseaux sociaux.	Intégration d'éléments
Minimalisme	5	Le style des sites web devient minimaliste. Moins d'éléments sur les pages, on garde le nécessaire. Moins de contenus pour plus de lisibilité. Plus d'espace.	Mise en page
Plein écran	5	Des éléments (vidéos, photos, éléments graphiques...) prennent tout l'écran de l'utilisateur en largeur et/ou en hauteur.	Mise en page
Design modulaire	5	Les éléments sont disposés en modules indépendants sous forme de grilles ou miniatures. Ainsi ils peuvent être réagencés plus facilement.	Mise en page
Font-face	5	L'usage de la déclaration @font-face dans le css est de plus en plus répandu. De nouvelles librairies de fonts apparaissent. Les typographies sont plus élégantes.	Développement
Profondeur (Ombres, 3D, dégradés...)	4	Il y a plus d'effets d'ombres, de dégradés, de 3D sur les éléments du site.	Graphisme
Graphisme retro	3	Le graphisme, la typographie deviennent rétros et sophistiqués.	Graphisme
Interactions plus développées	3	Les interactions entre le site et l'utilisateur sont plus développées : pop-up d'avertissement, actions au survol, actions au défilement...	UX
One page layout / longue page	3	On oublie le clic et on fait défiler la page, ce qui est plus fluide. Certains sites décident de n'avoir qu'une seule page ou de longs contenus sur une seule page afin de ne pas cliquer pour changer de page.	Mise en page
Pointillés	2	Mode des lignes en pointillés en fond ou pour lier les éléments du site.	Graphisme
Éléments en cercles	2	Apparition de contenu dans des cercles.	Graphisme
Éléments en rubans	2	Apparition de contenu dans des rubans.	Graphisme
Éléments cornés / pliés	2	Apparition de contenu dans des formes avec effet de papier encorné.	Graphisme
Diagonales	2	Des éléments du site sont conçus en diagonale.	Graphisme
Effet parallaxe	2	Effet visuel de superposition d'éléments qui ne se déplacent pas à la même vitesse.	Mise en page
Magazine layout	2	Mise en page de magazine : marge large sur les côtés, contenu centré...	Mise en page
SVG	2	Utilisation du svg pour des éléments graphiques sans perte de qualité.	Intégration d'éléments
Carrousels	2	Utilisation des carrousels d'images et d'illustrations sur un site.	Graphisme
UI Patterns	2	Des icônes et motifs pour l'interface utilisateur font leur apparition et remplacent les mots. Notamment avec l'arrivée du responsive où les éléments doivent prendre moins de place sur mobiles et tablettes.	UX
Big footers	2	Les pieds-de-page sont plus gros.	Mise en page
Hand-drawing design	1	Les éléments sont dessinés, écrits à la main.	Graphisme
Menu fixe	1	Avec des contenus longs et les one-page layout, les menus deviennent fixes afin de les garder en vue.	Navigation
Community support	1	L'aide à l'utilisateur est mieux prise en compte : ajout de tutoriels, de fichiers d'aide, de ressources... sur les sites web.	UX
Infographic-like	1	Des contenus présentés sous forme d'infographies.	Graphisme
Storytelling	1	Contenus mis en place de sorte à raconter une histoire et faire participer l'utilisateur à cette histoire par de petites interactions.	UX
Navigation simplifiée	1	La navigation est plus minimaliste pour se concentrer sur le plus important.	Navigation
Intégration de contenu vidéo	1	Les vidéos sont plus intégrées dans les pages de sites web.	Intégration d'éléments
Bloc d'introduction	1	Des blocs d'introduction apparaissent au début de la page.	Mise en page
Menu à deux colonnes	1	Menu composé de deux colonnes.	Navigation
Menu déroulant	1	Menu qui se déroule au survol d'un élément.	Navigation
Navigation imagée	1	Des images remplacent les termes de navigation.	Navigation
Horizontalité	1	Panneaux horizontaux et accordéons.	Mise en page
3 éléments	1	On présente les éléments par 3.	Mise en page
Photographie	1	De plus en plus de photographies sur les sites web.	Intégration d'éléments
Couleurs primaires	1	De plus en plus les couleurs primaires.	Graphisme
Patterns en fond	1	Utilisation de motifs pour le fond.	Graphisme
Police Sans-serif	1	De plus en plus de polices sans-serifs.	Typographie
Interface textuelle	1	Le texte prend une place importante dans l'interface par rapport aux autres éléments.	UX
En-tête large	1	Les en-têtes sont plus larges.	Mise en page

Annexe 3 : Tableau de résultats du bilan 2015 des tendances web design

BILAN 2015	Apparition	Explication / Particularité	Catégorie web design
Plein écran	13	Des éléments (Hero images, cinémographies, polices, vidéos, photos, éléments graphiques...) prennent tout l'écran de l'utilisateur en largeur et/ou en hauteur. Plus la taille est grande, plus l'élément a de l'impact. Le contenu est souvent en HD.	Mise en page
Flat design	11	Graphisme minimaliste plat, simple, responsive design, design modulaire. Pas d'ombres, pas de dégradés, pas de profondeur (couleurs vibrantes, typographie simple, boutons fantômes...).	Langage de conception
One page layout / longue page	11	On oublie le clic et on fait défiler la page, ce qui est plus fluide. Certains sites décident de n'avoir qu'une seule page ou de longs contenus sur une seule page afin de ne pas cliquer pour changer de page.	Mise en page
Design modulaire	10	Les éléments sont disposés en modules indépendants sous forme de grilles, carreaux, cartes ou sous d'autres formes géométriques. Il y a plus d'interactions avec l'utilisateur. Ainsi ils peuvent être réagencés plus facilement.	Mise en page
Polices larges et personnalisées	10	Handwriting en vogue. On choisit des polices larges et personnalisées. Usage de Google Font pour trouver des typographies innovantes.	Typographie
Minimalisme	7	Le style des sites web devient minimaliste. Moins d'éléments sur les pages, on garde le nécessaire. Moins de contenus pour plus de lisibilité. Plus d'espace.	Mise en page
Effet parallaxe	7	Effet visuel de superposition d'éléments qui ne se déplacent pas à la même vitesse.	Mise en page
Boutons fantômes / dissimulés	6	Boutons visibles mais discrets ou invisibles qui apparaissent lors d'une action de l'utilisateur afin d'interpeler celui-ci.	Graphisme
UI Patterns	6	Des icônes et motifs pour l'interface utilisateur font leur apparition et remplacent les mots. Notamment avec l'arrivée du responsive où les éléments doivent prendre moins de place sur mobiles et tablettes.	UX
Responsive design	4	Rendre adaptable le contenu web à tous les écrans. Aussi bien pour les petits écrans tactiles que les larges écrans de TV haute-définition.	UX
Menus cachés	4	Menu déroulant caché derrière une icône (burger ou autres) et visible au clic ou au survol.	Navigation
Storytelling	4	Contenus mis en place de sorte à raconter une histoire et faire participer l'utilisateur à cette histoire par de petites interactions.	UX
Haut-niveau d'interactions	4	Les interactions entre le site et l'utilisateur sont plus profondes. Des micro-interactions, clics, balayages, interactions sur les contenus vus et non vus, personnalisations, transitions, boucles font leur apparition.	UX
App-like menus	4	Des éléments ressemblants à ceux des applications : menus fixes ou barres de côté	Navigation
Split screen	3	Des contrastes sur le site qui donnent l'impression d'avoir deux interfaces séparées.	Mise en page
Typographie dramatique	3	Des polices qui attirent l'attention à elles seules. Elles sont parfois simples. Des polices serifs.	Typographie
Couleurs vibrantes	2	Couleurs plus vives.	Graphisme
Finesse du graphisme	2	Minimalisme des polices, des traits, des icônes, logos plus fins	Graphisme
Outils de prototypage pour le responsive	2	Outils aidant au développement d'un site responsive	Développement
Intégration Google Map	2	Intégration de cartes Google Map sur les sites.	Intégration d'éléments
SVG	2	Utilisation du svg pour une mise à l'échelle des éléments graphiques sans perte de qualité	Intégration d'éléments
Délaisser les éléments "stocks"	2	Utilisation de vraies photos, de vraies illustrations non tirées d'un stock de photo internet pour des images et photos de meilleure qualité.	Intégration d'éléments
Magazine layout	2	Les pages ont d'avantage une mise en page de magazine : marge large sur les côtés, contenu centré...	Mise en page
Animations riches mais subtiles	1	Des animations beaucoup plus avancées qu'avant.	UX
Material design	1	Règles définies par Google pour un design moins plat que le Flat Design, plus profond. Le minimalisme est toujours de mise ainsi que le responsive design. Le Material Design est destiné à améliorer l'expérience utilisateur.	Langage de conception
No headers and footers	1	Disparition des en-têtes et pieds-de-page pour moins de distractions.	Mise en page
Rethinking advertising	1	Les pubs sur les sites changent, les tailles d'encart changent (responsive), les habitudes changent (AdBlock), il faut repenser les pubs.	Mise en page
Performance	1	Recherche d'une meilleure performance pour le chargement du site.	Développement
Ombre diffuse	1	Des ombres diffuses.	Graphisme
Subtle gradient	1	Des dégradés subtils.	Graphisme
Mobile only design	1	Design conçu simplement pour les mobiles.	UX

Annexe 4 : Tableau de résultats des prévisions 2016 des tendances web design

PREVISIONS 2016	Apparition	Explication / Particularité	Catégorie web design
Design modulaire	14	Les éléments sont disposés en modules indépendants sous forme de grilles, carreaux, cartes ou sous d'autres formes géométriques. Ainsi ils peuvent être réagencés plus facilement. Il y a plus d'interactions avec l'utilisateur.	Mise en page
Plein écran	9	Des éléments (Hero images, cinéмоgraphes, polices, vidéos, photos, éléments graphiques...) prennent tout l'écran de l'utilisateur en largeur et/ou en hauteur. Plus la taille est grande, plus l'élément a de l'impact. Le contenu est souvent en HD.	Mise en page
Flat design 2.0	8	Design en 2D, minimalisme, couleurs vives, responsive design, design modulaire. Design un peu moins flat que l'ancienne version. La version précédente du flat design ne donnait pas assez d'indices à l'utilisateur pour savoir ce qu'étaient les éléments.	Langage de conception
Material design	8	Règles définies par Google pour un design moins plat que le Flat Design, plus profond. Le minimalisme est toujours de mise ainsi que le responsive design. Le Material Design est destiné à améliorer l'expérience utilisateur.	Langage de conception
Plus d'images et d'illustrations	6	Plus d'images et d'illustrations sur les sites.	Intégration d'éléments
One page layout / longue page	6	On oublie le clic et on fait défiler la page, ce qui est plus fluide. Certains sites décident de n'avoir qu'une seule page ou de longs contenus sur une seule page afin de ne pas cliquer pour changer de page.	Mise en page
Animations riches mais subtiles	5	Des animations beaucoup plus avancées qu'avant.	UX
Minimalisme	5	Le style des sites web devient minimaliste. Moins d'éléments sur les pages, on garde le nécessaire. Moins de contenus pour plus de lisibilité. Plus d'espace.	Mise en page
Polices larges et personnalisées	5	Handwriting en vogue. On choisit des polices larges, flexibles et plus élégantes.	Typographie
Storytelling	5	Contenus mis en place de sorte à raconter une histoire et faire participer l'utilisateur à cette histoire par de petites interactions.	UX
Haut-niveau d'interactions	5	Les interactions entre le site et l'utilisateur sont plus profondes. Des micro-interactions, clics, balayages, interactions sur les contenus vus et non vus, personnalisations, transitions, boucles font leur apparition.	UX
Boutons fantômes / dissimulés	4	Boutons visibles mais discrets ou invisibles qui apparaissent lors d'une action de l'utilisateur afin d'interpeler celui-ci.	Graphisme
Menu burger	4	Icône (ou font) à 3 barres qui au survol laisse apparaître un menu déroulant.	UX
Formulaire en pleine page	4	Le formulaire en pleine page permet à l'utilisateur de ne pas être distrait. Les formulaires deviennent aussi plus rapides et directs.	Mise en page
Couleurs vibrantes	3	Couleurs vibrantes, recherche d'un équilibre entre les couleurs, on reste dans le monochrome.	Graphisme
Responsive design	3	Rendre adaptable le contenu web à tous les écrans. Aussi bien pour les petits écrans tactiles que les larges écrans de TV haute-définition.	UX
Not to much scroll	3	On oublie la tendance du défilement de page avec moins de contenu.	UX
Délaisser les éléments "stocks"	2	Utilisation de vraies photos, de vraies illustrations non tirées d'un stock de photo internet pour des images et photos de meilleure qualité.	Intégration d'éléments
UI Patterns	2	Des icônes et motifs pour l'interface utilisateur font leur apparition et remplacent les mots. Notamment avec l'arrivée du responsive où les éléments doivent prendre moins de place sur mobiles et tablettes.	UX
Menus cachés	2	Menu déroulant caché derrière une icône (burger ou autres) et visible au clic ou au survol.	Navigation
SVG	2	Utilisation du svg pour une mise à l'échelle des éléments graphiques sans perte de qualité.	Intégration d'éléments
Touch events	2	Les événements au touché d'un écran sont plus en plus présents. Des actions spécifiques au touché des appareils tactiles. Il y a plus de plug-ins et bibliothèques pour gérer ça.	UX
Flexbox	2	De plus en plus utilisé pour résoudre les problèmes de design et développement.	Développement
Logiciels de maquettage	2	Utilisation de logiciel de maquettage comme Sketch x2 ou Adobe Project Comet.	Développement
Navigateur vs IDE	2	Le développeur ou intégrateur code de plus en plus avec le navigateur ou un IDE en ligne à la place de l'IDE de bureau pour avoir un résultat direct.	Développement
Effet parallaxe	2	Effet visuel de superposition d'éléments qui ne se déplacent pas à la même vitesse.	Mise en page
Split screen	2	Des contrastes sur le site qui donnent l'impression d'avoir deux interfaces séparées.	Mise en page
Intégration de vidéos	2	Permet de personnaliser la marque, les utilisateurs sont plus en confiance.	UX

PREVISIONS 2016	Apparition	Explication / Particularité	Catégorie web design
Flou	2	Apparition d'éléments floutés (surtout des images).	Graphisme
Carrousels	2	Utilisation des carrousels d'images, d'illustrations, de vidéos sur un site.	Mise en page
Experimenting menus	1	Différentes sortes de menus sont expérimentés.	Navigation
Site fonctionnel	1	L'utilisateur quitte le site dès que quelque chose ne marche pas donc l'attention est mise sur les fonctionnalités du site.	UX
Commentaires sociaux	1	Les commentaires de réseaux sociaux sont de plus en plus intégrés sur les sites.	Intégration d'éléments
Rethinking advertising	1	Plus de contenus, moins de pubs.	Mise en page
Graphisme retro	1	Le graphisme, la typographie deviennent rétros et sophistiqués.	Graphisme
Outils de collaboration	1	Pour la conception, avant les développeurs passaient par les chats, maintenant ils passent par le partage en temps réel des documents. Mention du logiciel Slack.	Développement
Frameworks	1	Utilisation de frameworks tels que Bootstrap4 ou Fondation6.	Développement
Community support	1	L'aide à l'utilisateur est mieux prise en compte : ajout de tutoriels... de fichiers d'aide, de ressources... sur les sites web.	UX
Navigation priorisée	1	Menus cachés mais certains éléments restent non cachés à côté du menu pour les prioriser.	Navigation
Minimal Lead Capture	1	Récolter des données avec un design minime afin de ne pas distraire l'utilisateur.	UX
Call-To-Action fixes	1	Garder visibles les boutons CTA en les fixant.	UX
Personnaliser expérience utilisateur	1	En utilisant la localisation, les habitudes d'achats, les activités de la personne...	UX
Accessibilité	1	Les designers et développeurs prennent de plus en plus en compte l'accessibilité. (exemple : touché tactile)	UX
Dynamic search	1	De plus en plus de résultats de recherche traités par JavaScript pour rester dans la même fenêtre.	Recherche
Navigation simplifiée	1	Avant ce n'était que sur mobile mais maintenant cela se propage même sur desktop.	Navigation
Typographie dramatique	1	Des polices qui attirent l'attention à elles seules. Elles sont parfois simples. Des polices serifs.	Typographie
Police Serif	1	De plus en plus de polices serifs.	Typographie
Poids des pages	1	D'années en années le poids des pages s'alourdit (plus grosse part pour les images, suivies par les scripts).	Développement
Peu de pages	1	"Less is more", on diminue le nombre de pages pour qu'elles soient plus qualitatives.	UX
CSS3	1	Utilisation du CSS qui est compatible avec de plus en plus de navigateurs.	Développement
Magazine layout	1	Les pages ont d'avantage une mise en page de magazine : marge large sur les côtés, contenu centré...	Mise en page
Éléments verticaux	1	Avec le mobile les éléments deviennent plus verticaux.	Mise en page