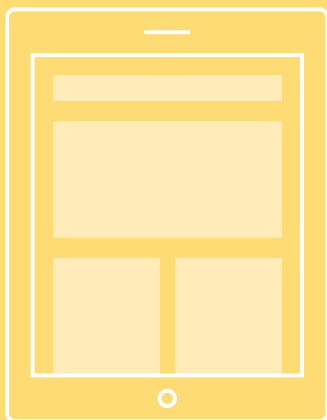


Atteignez vos objectifs : Responsive design et contenu adapté



/ Concevoir pour un contenu réactif

Le responsive web design - une technique de réalisation permettant que l'affichage s'adapte automatiquement à l'espace disponible sur l'écran sur lequel le site est consulté— est une caractéristique essentielle des sites actuels et son importance ne cesse de croître. Plus de la moitié des utilisateurs consultent les sites en ligne depuis une tablette ou un smartphone. Concevoir son site en responsive design est indispensable pour rester compétitif.

Le responsive design ne saurait cependant se limiter à un simple aspect technique. La meilleure réactivité n'apportera rien si le contenu du site n'est pas à la hauteur. Lors de la conception d'un site en responsive design, s'occuper d'abord du contenu pour l'intégrer ensuite techniquement permet d'économiser de l'argent et d'obtenir de meilleurs résultats. Un site en responsive design réussi offrira le juste équilibre entre adaptabilité technique et performance du contenu.

À propos de FFW

FFW est une agence digitale spécialisée dans la création de plateformes digitales innovantes garantissant le succès de nos clients et toujours à la pointe des nouvelles tendances.

Depuis le début des années 2000, les plus grandes marques mondiales comptent sur nous pour créer des solutions numériques accessibles, créatives, intuitives et performantes. Nous sommes plus de 375+ dans 10 pays, avec un historique de plus de 1 000 solutions numériques livrées.

Pour en savoir plus:

 [FFWagency.com](https://ffwagency.com)

 Facebook

 Twitter

 LinkedIn

/ Les bases du responsive design

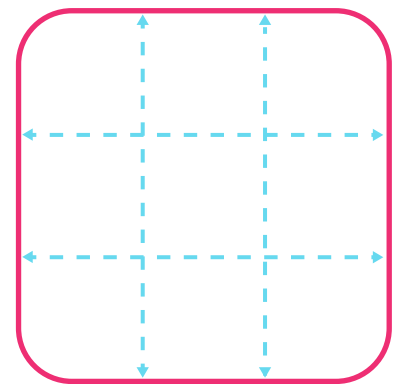
Le responsive web design signifie **concevoir un site affichant la même page sur des écrans d'appareils de différentes tailles**. En fonction de celles-ci, la mise en page du site va « réagir » en se redimensionnant et en s'adaptant pour utiliser l'espace disponible de la meilleure façon possible.

Peu importe son contenu ou son type (e-commerce, actualités, etc.), chaque site en responsive design va avoir un certain nombre de points communs en matière de conception, d'implémentation et d'optimisation. Ces points communs sont:

Grilles fluides et adaptatives

Les grilles fluides et adaptatives permettent aux sections d'une page de se redimensionner en fonction de la taille de l'écran de l'utilisateur. Cela permet à vos utilisateurs de profiter du même contenu d'information, quel que soit le support d'affichage.

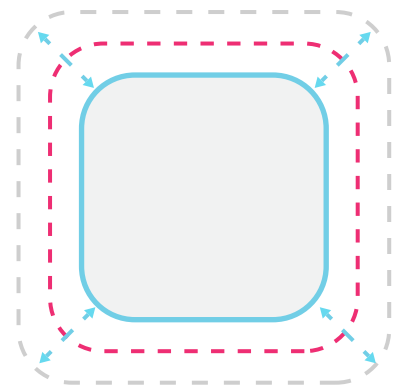
Dans un **design fluide**, la largeur du contenu est en pourcentage — par exemple, une image peut occuper 50 % de la largeur de l'écran ou du conteneur —, tandis qu'avec les grilles adaptatives, ce sont les requêtes média qui sont utilisées pour déterminer la taille de l'écran et redimensionner la mise en page en conséquence, avec des incréments fixes.



Unités relatives et médias flexibles

Les unités relatives sont des mesures qui font référence à elles-mêmes dans la feuille de style CSS d'une page, ce qui permet d'adapter de manière souple les éléments visuels comme la largeur, les marges et le remplissage. Au lieu de coder un conteneur en dur avec des pixels, l'utilisation d'unités relatives comme les pourcentages, les ems ou les rems permet d'avoir une mise en page souple et fluide, qui peut s'adapter à son contexte.

De même, les éléments multimédias (comme les images et les vidéos) doivent utiliser des unités relatives afin d'augmenter ou de diminuer la taille de leur conteneur. C'est ce qu'on appelle les **médias flexibles**, qui permettent à l'utilisateur d'accéder à des médias enrichis adaptés à son mobile.



Requêtes médias et points de rupture

Les **requêtes médias** permettent aux concepteurs de créer des règles CSS conditionnelles en fonction de la taille du navigateur. De manière générale, les requêtes média permettent d'interroger le navigateur en permanence pour connaître le type de périphérique (écran ou impression) ainsi que la taille de sa fenêtre et de n'appliquer certaines propriétés CSS que si la requête correspond aux critères définis.

Cela permet aux entreprises de déterminer des **points de rupture**, des tailles ou des points prédéfinis auxquels la mise en page va changer, et de concevoir leur design en fonction de ces derniers — par exemple un moment où deux blocs de contenu peuvent changer de position et passer d'une disposition côte à côte à une disposition verticale. Les colonnes sont un bon exemple de points de rupture : un site peut afficher une colonne de contenu « empilée » sur un appareil mobile, mais passer à deux colonnes à un point de rupture pour tablette et enfin à trois colonnes sur un navigateur desktop.



Flow

Travailler avec des éléments comme les unités relatives, les grilles fluides et les points de rupture exige de concevoir ce que l'on nomme un « flow ». Le **flow** représente la façon dont le contenu réagit au changement de taille du navigateur et « s'écoule » vers de nouvelles positions.

Ainsi le même paragraphe d'un texte peut occuper une partie verticale beaucoup plus importante sur l'écran d'un téléphone mobile que sur celui d'un ordinateur de bureau, un élément de texte ayant une hauteur fixe provoquerait le débordement soudain du texte sur d'autres parties de la page. La mise en page doit être flexible et s'adapter de manière à ce que tout ce qui se trouve en dessous soit poussé vers le bas pour éviter tout débordement disgracieux.

Amélioration progressive et dégradation élégante

Bien qu'il ne soit pas directement lié au responsive design, un facteur important à prendre en compte dans votre stratégie est de savoir comment gérer les différentes manières dont les navigateurs et les appareils vont interpréter le HTML et le CSS. Il existe globalement deux stratégies différentes pour cela : l'amélioration progressive et la dégradation élégante.

L'amélioration progressive est une stratégie d'optimisation qui commence par les bases. L'idée est d'assurer que la version simple et basique d'une page fonctionne sur des navigateurs anciens et moins performants avant d'imaginer et d'améliorer la mise en page pour des navigateurs plus actuels et éventuellement plus performants.

La dégradation élégante d'un autre côté représente la stratégie qui consiste à concevoir d'abord la version optimale de votre site web, en utilisant en premier lieu les technologies disponibles sur les systèmes modernes, puis en veillant à ce que le site se dégrade « avec élégance » sur les anciens systèmes. En résumé, elle permet un certain niveau d'expérience utilisateur avec les navigateurs les plus modernes, tout en s'assurant que le site affiche toujours le contenu de façon élégante dans des navigateurs plus anciens.

Version mobile ou version desktop d'abord ?

Bien que le responsive design prendra en compte les appareils « fixes » et les appareils mobiles, penser **mobile d'abord** est souvent considéré comme la meilleure approche. La raison est que la taille d'écran limité d'un dispositif mobile ajoute clairement des contraintes pour la mise en page et oblige les entreprises à faire des choix à propos du contenu dès le départ. Cependant, l'approche **desktop d'abord** présente des avantages aussi (si l'approche mobile reste bien sur prise en compte) et de nombreux web designer conçoivent pour différentes tailles en même temps en tenant compte de chaque choix de mise en page dans chaque contexte, afin de garantir le meilleur résultat. En règle générale, l'approche est une préférence personnelle du prestataire auquel vous confierez la conception et le développement de votre site.



En fin de compte, la flexibilité technique du responsive design doit permettre aux visiteurs de votre site de consulter le même contenu sur tous les appareils/dispositifs possibles. La conséquence est que votre équipe technique n'est pas la seule à devoir assurer que votre site offre une expérience unique à chaque visiteur : Les créateurs de contenu le sont tout autant.

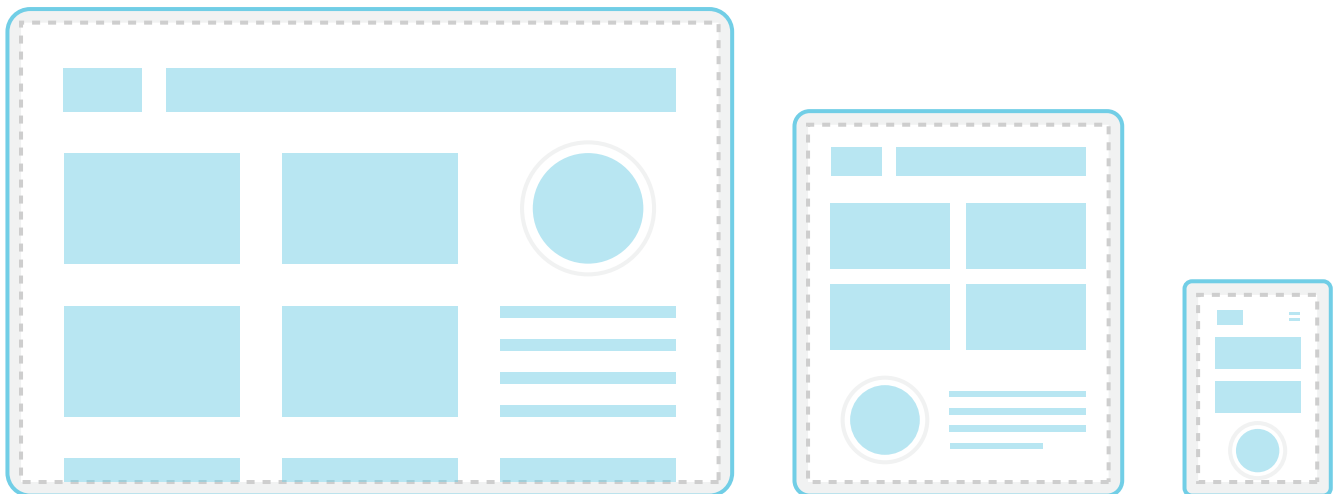
/ Le rôle du créateur de contenu dans le responsive design

Le responsive design affichant le même contenu sur tous les appareils, les créateurs de contenu doivent connaître les forces et les limitations de chaque appareil. Cela peut signifier éviter les tableaux, raccourcir les phrases ou les paragraphes et optimiser les images (grandes et petites) pour différentes tailles d'écran. Faire en sorte que le sujet et le corps du contenu soient flexibles permet à l'équipe technique de mieux adapter l'expérience utilisateur à chaque appareil.

“ Il faut comprendre que le web n'a pas les mêmes contraintes [qu'une page imprimée] et il convient de concevoir en ayant cette flexibilité à l'esprit. ”

– John Allsopp, “Un Dao du web Design”

C'est pour cela qu'il est important d'avoir une équipe intégrée travaillant sur le contenu et le design. Pour les entreprises, il est essentiel d'avoir une perspective commune à propos de la stratégie et une vision partagée de l'approche itérative et agile du responsive web design.



/ L'importance d'une équipe intégrée

L'intégration de vos équipes de contenu et technique doit se faire en amont de la conception et du développement de votre site. Des erreurs coûteuses sont souvent commises au début lorsque les mises en page sont par exemple compilées sans prendre en compte l'impact de la technologie ou les principes du responsive design. Elles peuvent pourtant être évitées en suivant et respectant ces étapes ou ces phases:



Phase de découverte

La phase de découverte correspond à l'étape où vous identifiez ce que vous avez à votre disposition et ce dont vous avez besoin. Une phase de découverte bien menée vous permettra d'identifier les points sensibles pour votre entreprise et pour vos utilisateurs. C'est l'occasion de réaliser un inventaire du contenu, d'envisager les types d'appareils que vos visiteurs utiliseront, de comprendre les hiérarchies de navigation et de déterminer tous les autres aspects clés de votre projet.



Stratégie de contenu

Une fois l'inventaire de contenu terminé, il convient de concevoir la meilleure utilisation et le meilleur placement du contenu selon les différents canaux et les types d'appareils utilisés. Comment le contenu sera-t-il utilisé ? Comment sera-t-il affiché ? Quel contenu doit encore être créé ? Ce sont les questions que vous devez vous poser pendant la phase de stratégie de contenu.



Design visuel

C'est la phase où le visuel prend forme. Durant celle-ci, votre site va recevoir un tout nouvel aspect – si vous le souhaitez. C'est aussi durant cette phase que le design pour les appareils mobiles est abordé et où, entre autres, les grilles adaptatives, les points de rupture sont fixés. Connaître le guide de la marque est essentiel durant cette phase pour s'assurer que le contenu et votre message sont bien compatibles et remplissent les critères de responsivité.



Prototype

Pendant la phase de prototypage, tout ce que y a été pensé et conçu en amont va permettre de développer une solution réactive et facile à utiliser. C'est le meilleur moment pour identifier les lacunes dans votre stratégie avant de passer à l'implémentation proprement dite. Il est important de prendre le temps de valider la direction du contenu pendant la phase de prototypage et de vérifier que votre site soit réactif de manière à toujours mettre en avant le contenu le plus important.



Développer et tester

Il s'agit d'une phase itérative pendant laquelle votre équipe de développement (ou le prestataire de développement web avec lequel vous travaillez) transformera les concepts en réalité, en faisant appel aux bonnes pratiques de l'industrie. Les cycles de développement et de tests sur tous les appareils font en sorte que tout problème potentiel peut être résolu dès le début de la phase de développement.

/ Les grands avantages du responsive design

Lorsqu'un site n'est conçu que pour une seule version, en générale desktop, le résultat est rarement satisfaisant voire franchement médiocre dès que l'on consulte ce dernier depuis un appareil mobile.

Conformément aux bonnes pratiques, le processus de design doit être agile, flexible et collaboratif : une équipe pluridisciplinaire pourra concevoir un site attrayant et dont le contenu s'affichera et fonctionnera exactement comme prévu. Concevoir en responsive design en amont permet de tenir les limites de temps et budget fixées — ajouter une version mobile à postériori entraînant généralement des surcoûts et des retards de livraison.

Envisager le responsive design comme une option plutôt qu'en faire une vraie stratégie risque de fournir aux visiteurs de votre site une expérience peu satisfaisante. Placer la mobilité au centre de votre stratégie digitale et obtenir l'adhésion de tous sur ce choix, c'est choisir de ne pas se contenter d'une simple « bonne » expérience utilisateur mais d'en offrir une « exceptionnelle » et de vous démarquer de vos concurrents.

Lors du choix du prestataire auquel vous souhaitez confier la conception de votre site, préférez toujours celui maîtrisant le responsive design. Pour vos projets, contactez dès maintenant l'équipe FFW et discuter de vos besoins en responsive design.

Prenez les devants

Ne vous lancer pas seul dans la création d'un site en responsive design.

Pour vous aider à concevoir un site en responsive design et à créer un contenu adapté à vos besoins, contactez FFW. Notre équipe d'experts vous aidera à tirer le meilleur de votre site, quel que soit le dispositif sur lequel il sera consulté.

Discutons dès aujourd'hui ensemble de vos projets.

[CONTACTEZ-NOUS](#)