



Glossaire du design interactif

Un document
coordonné par
Benoît Drouillat
www.designinteractif.net

Sources d'information
/ contributions :

Benoît Drouillat
bnf.fr
Bruno Ruffin
David Jacquet
Ergolab.net
Grand dictionnaire terminologique (Office québécois de la langue française)
Guillaume Brachon
IAB.net
Jérôme de Vries
Journal du Net
Julien Pons
Laurent Lacqua
Muriel Paris (*Petit Manuel de composition typographique*, 2000)
Redaction.be
Vincent Loret
W3C.org
Wikipedia.org

Français

Expérience utilisateur

Accessibilité
Arborescence
Architecture de l'information
Accroche
Cahier des charges
Charte rédactionnelle / charte éditoriale
Chemin de navigation / fil d'Ariane
Cinématique
Conception centrée utilisateur (CCU)
Expérience utilisateur
Ergonomie
Fonctionnalité
Gabarit
Interactivité
Interface
Navigation
Nomenclature de nommage
Maquette fonctionnelle
Microcontenus
Personnages-types
Process
Scenario
Transversalité / navigation transversale
Taxinomie / Taxonomie
Usabilité / Utilisabilité
Utilité (d'un site)
Terminologie / Etiquettes / Libellés / Wording
Workflow
Zoning

Typologie des interfaces interactives

Back-office
Bandeau identitaire / têtère
Barre de défilement
CMS, Système de gestion de contenu
Dynamique (site dynamique)
E-mailing
Extranet
Front-office
Icône de favori
IHM - Interface Homme-Machine
Intranet
Lettre d'information
Mini-site
Mise en page fluide

Pied de page
Pop-up - fenêtre surgissante
Portail
Pré-home, tunnel
Resolution
Site institutionnel
Surface utile

Typographie / mise en page

Anticrénelage (≠crénelage)
Approche de caractère
Avec ou sans empattements
Chasse
Composition en drapeau
Composition justifiée
Corps
Graisie
Interlignage
Justification
Police (fonte)

Etapes / éléments d'un projet web

Benchmark
Brainstorm, séance de créativité
Brief créatif, instructions créatives
Charte graphique
Déclinaisons graphiques
Découpage
Identité graphique
Identité visuelle
Iconographie
Illustration
Livrable
Logo
Montage
Optimisation (du poids des images)
Pictogramme
Piste créative
Planche de tendances
Signalétique

Métiers du design interactif

Architecte de l'information
Concepteur-rédacteur
Directeur artistique web
Directeur de création
Designer sonore
Ergonome
Graphiste
Intégrateur HTML

Web designer
Webmaster

Formats de fichiers, langages, unités de mesure

ActionScript

.AI

.CSS (Feuilles de style en cascade)

.DHTML

DPI (Points par pouce)

.EPS

.GIF

.HTML

.JPEG

.BMP

JavaScript

.PDF

.PNG

RVB (Rouge, vert, bleu)

Pixel

.TIF / TIFF

.PSD

.SWF

Vectoriel

XHTML

Intégration HTML

Navigateur moderne

Code sémantique

Feuille de style

Contenu alternatif

Validation (W3C)

Publicité interactive

Bannière, bandeau

Bannière extensible

Billboard

Flash transparent

GIF animé

Gratte-ciel

Habillage (de site)

Interstitiel

Média enrichi

Pop-ender

Pop-under

Pop-up

Superstitiel

English

User experience

Accessibility

Baseline, tagline

Breadcrumb, breadcrumbs trail

Brief

Cinematic, Motion screen

Contextual browsing, prospective navigation

Editorial guidelines

Ergonomics

Functionality

Information architecture

Interactivity

Interface

Labels

Microcontents

Navigation

Nomenclature

Personnas/personnae

Process

Story-board

Taxonomy

Template

Tree structure

Usability

User Centered Design

User experience

Utility

Wireframe

Workflow

User interface

Back-office

CMS, Content Management

System

Corporate website

Dynamic (website)

E-mailing

Extranet

Favicon, favorites icon, page icon

Footer

Front-office

HMI - Humain Machine Interface

Intranet

Liquid layout fixed layout

Microsite, sitelet

Newsletter

Page header, masterhead

Pop-up

Portal

Resolution

Scroll bar

Splash-screen

Useful area

Typography / Layout

Antialiasing aliasing

Body

Fit

Font

Justification

Justified composition

Line spacing

Serif / non-serif

Unjustified setting

Weight

Width

Project steps/elements

Benchmark

Brainstorm

Brand identity, corporate identity

Briefing

Coding

Cut

Deliverable

Design comp(rehensive), design direction

Graphic identity

Iconography

Identity guide / Graphic charter

Illustration

Logotype

Optimization

Pictogram

Signing, symbol signs

Template design

Trend board

Métiers du design interactif

Art director

Copywriter

Creative director

Ergonomist

Graphic designer

Information architect

Sound designer

Web designer

Web developer

Webmaster

Files format, units, languages

ActionScript

.AI

.CSS (Cascading Style Sheet)

.DHTML

DPI (Points par pouce)

.EPS

.GIF

.HTML

.JPEG

.BMP

JavaScript

.PDF

.PNG

Pixel

.PSD

RGB (Red Green Blue)

.TIF / TIFF

.SWF

Vector format

XHTML

HTML coding

Modern browser

Semantic code

Cascading style sheet

Alternative content

Validation (W3C)

Interactive advertising

Animated GIF

Banner

Billboard

Button ad

Expand banner

Floating ad

Interstitial

Over-the-page

Pop-ender

Rich-media

Skyscraper

Skin

Expérience utilisateur (*user experience*)

Accessibilité

Accessibility

Dans le contexte d'un site web, la démarche d'accessibilité consiste à élaborer des pages interopérables et consultables par tout type d'internautes, "quelque soit leur matériel ou logiciel, leur infrastructure réseau, leur langue maternelle, leur culture, leur localisation géographique, ou leurs aptitudes physiques ou mentales." (Tim Berners-Lee, directeur du W3C).

Arborescence

Tree structure

Représentation de la structure hiérarchique d'un site sous forme d'un organigramme, faisant allusion par métaphore aux ramifications d'un arbre.

Architecture de l'information

Information architecture

L'architecture d'information est l'art et la science d'organiser l'information dans un site web pour aider les utilisateurs à combler leurs besoins en information et répondre aux objectifs de marketing, communication, et business d'un projet. L'architecture d'information est le modèle du site, qui permet de détailler dans l'interface et son back-office les aspects suivants : apparence, fonctionnalité, navigation, interactivité, et conception visuelle. Par là même, l'architecte d'information propose la meilleure accessibilité possible au contenu. C'est une

pratique qui consiste à modéliser la structure d'un site et plus particulièrement les aspects suivants : structure et organisation, plan de site, système de navigation, système d'étiquette (les libellés du site), et système de recherche.

Accroche

Baseline, tagline

L'accroche est une formule destinée à marquer l'internaute. Elle reprend les valeurs véhiculées par la marque et/ou les objectifs du site et définit la tonalité du message, à la manière d'un slogan publicitaire dont elle est parfois l'adaptation.

Cahier des charges

Brief

Le cahier des charges est un document rédigé par le commanditaire d'un projet à l'intention de son agence ou des agences en compétition pour un projet. Il définit le contexte, les spécificités du projet et ses objectifs. Dans le cadre d'un projet de communication interactive, il précise les contraintes techniques et fonctionnelles liées à la mise en oeuvre du site. Il détaille également dans les instructions créatives les objectifs à atteindre vis à vis des cibles marketing.

Charte rédactionnelle / charte éditoriale

Editorial guidelines

Réalisée en amont de l'identité graphique, la charte éditoriale d'un site web garantit l'homogénéité du contenu dans ses conventions d'écriture. Elle définit l'ensemble

des règles d'écriture (calibrage des libellés, registre/style lexical, découpage du texte) spécifiques pour la cible d'un site, dans le but de rendre plus efficace la consultation des pages.

Chemin de navigation / fil d'Ariane

Breadcrumb, breadcrumbs trail

Le chemin de navigation est un repère pour la navigation à l'intérieur d'un site web. Il est constitué d'une liste linéaire de liens hiérarchiques qui représentent chacun un niveau de l'arborescence parcouru par l'utilisateur. Il permet ainsi à l'internaute de repérer sa position dans l'arborescence du site. Le terme anglais de *breadcrumb* reprend métaphoriquement un développement narratif du conte de Perrault, *Le Petit Poucet*, dans lequel le personnage laisse derrière lui des miettes de pain pour retrouver son chemin. De même, le fil d'Ariane renvoie à l'épisode mythologique du Minotaure, où Ariane confie à Thésée une pelote de fil afin qu'il retrouve son chemin dans le labyrinthe.

Les conventions de représentation du chemin de navigation sont les suivantes :

Page d'accueil > Rubrique n-1 > Sous-Rubrique n-2 > **Sous-Rubrique n-3**

Les niveaux parcourus sont cliquables et soulignés. La page courante est en gras non-souligné.

Cinématique

Cinematic, Motion screen

La cinématique explicite l'enchaînement des écrans selon les scénarios possibles de navigation dans l'interface.

Conception centrée utilisateur (CCU)

User Centered Design

La conception centrée utilisateur est une méthode de scénarisation qui repose sur des hypothèses du comportement des différents profils utilisateurs (personnages types, en anglais : *personnas*) réels ou potentiels d'une interface. Son objectif est de mieux comprendre et formaliser les besoins et les envies des utilisateurs finaux. Elle se déroule en trois étapes : analyse, conception, et évaluation.

Expérience utilisateur

User experience

L'expérience utilisateur correspond à la richesse des possibilités d'interactions et la qualité ergonomique dans l'interface d'un site web. La qualité de l'expérience vécue par l'internaute, ou utilisateur final, dépend étroitement de l'usabilité et de l'utilité du site, mais aussi de critères subjectifs comme l'agrément lié au design, et détermine son niveau de satisfaction global.

Ergonomie

Ergonomics

La SELF (Société d'Ergonomie de Langue Française) définit l'ergonomie comme : « la mise en œuvre de connaissances scientifiques relatives à l'homme et nécessaires pour concevoir des

outils, des machines et des dispositifs qui puissent être utilisés par le plus grand nombre avec le maximum de confort, de sécurité et d'efficacité. »

Dans le contexte du design de projets web, selon Christian Bastien (www.lergonome.com), les critères physiologiques ont fait place à une approche de conception qui cherche à s'assurer de la parfaite communication entre l'interface du site et son internaute. Il met en avant deux critères essentiels : l'utilité d'un site (le site répond au besoin de l'internaute), et l'usabilité d'un site (sa facilité d'utilisation).

Fonctionnalité

Functionality

Une fonctionnalité est le type d'action définie par le système dans une interface interactive, déclenchée par une instruction spécifique (clic sur un bouton, lien...)

Gabarit

Template

Un gabarit définit un modèle de mise en page qui peut s'appliquer à un type d'informations données (formulaire, fiche produit), et être réutilisé pour plusieurs pages d'un site web, afin d'en faciliter le développement.

Interactivité

Interactivity

L'interactivité des interfaces web permet d'instaurer un dialogue en temps réel entre l'internaute et le système. Concrètement, ce dialogue s'exprime grâce à l'hyper-

texte, qui permet à l'internaute d'effectuer des actions auxquelles répond le système de manière prédéfinie. Cette possibilité d'action est réciproque du système envers l'utilisateur. Par exemple, un utilisateur peut participer à un sondage en ligne en cliquant sur un bouton pour exprimer son vote. Réciproquement, le système peut demander à l'internaute de confirmer un choix pour l'envoi d'un formulaire.

Interface

Interface

L'interface est le moyen par lequel l'utilisateur et le système peuvent entrer en interaction. Pour le site web, c'est la partie visible par l'internaute sur son écran qui permet au système et à l'internaute un échange réciproque d'informations.

Navigation

Navigation

La navigation permet le regroupement logique et thématique des liens contenus dans une interface. La métaphore suggère le déplacement par l'hypertexte (non-linéaire) de l'internaute dans l'interface.

Nomenclature de nommage

Nomenclature

Il s'agit des conventions d'écriture définies par le concepteur d'une interface pour classer ou nommer de manière cohérente et explicite l'ensemble des fichiers composant un livrable.

Maquette fonctionnelle

Functional requirements

En conception, la maquette fonctionnelle formalise de manière détaillée l'ensemble des contenus, rubriquages et fonctionnalités présentes sur un gabarit de page. Ce terme est parfois donné synonyme de *Story-board*.

Microcontenus

Microcontents

Introduit par l'ergonome Jakob Nielsen, le terme *microcontents* désigne des syntagmes courts (groupes de mots) qui permettent d'expliquer le « macrocontenu » (contenu éditorial d'une page). Ce format est une transposition en ligne des techniques de la presse écrite, notamment de la titraille (Voir le Livre Blanc que l'agence [La Mine](#) consacre à l'écriture des contenus en ligne). Ainsi, les microcontenus désignent plus précisément les titres, sous-titres, chapeaux, accroches, légendes etc. qui sont des éléments essentiels dans un site web pour relancer l'intérêt de la lecture et/ou inciter l'internaute à effectuer certaines actions dans l'interface.

Lire à ce sujet : www.useit.com/papers/webwriting/

Personnages-types

Personnas/personnae

Les personnages-types sont des référents utilisés en conception pour la réalisation de scénarios d'utilisation qui permettent d'évaluer la pertinence d'une interface en

inférant leur profil sociologique et psychologique.

Process

Process

Le process formalise toutes les actions que l'utilisateur peut effectuer dans l'interface dans un objectif donné (achat en ligne par exemple) et les traitements associés (authentification et gestion des utilisateurs, notification des tâches par messagerie électronique etc.)

Scenario

Story-board

L'étape de scénarisation intervient après la définition de la stratégie d'un projet et en amont de la phase de réalisation graphique. Le scénario permet de définir de manière détaillée (contrairement au zoning) la structure, le découpage et les interactions de l'information dans une page ou dans une animation.

Transversalité / navigation transversale

Contextual browsing, prospective navigation

La transversalité désigne la possibilité pour l'internaute, dans une page consultée, d'accéder à des contenus complémentaires et thématiquement pertinents par rapport à l'objet initial de sa consultation d'information dans l'interface.

Taxinomie / Taxonomie

Taxonomy

La taxinomie est la science du classement. En biologie, elle est utilisée pour classer les être vivants selon les familles et les espèces. En

architecture de l'information, elle est exploitée pour trier et archiver les contenus ou les étiquettes selon une hiérarchisation arborescente.

Usabilité / Utilisabilité

Usability

L'usabilité d'un site est la facilité d'utilisation et de compréhension de son interface par l'internaute. Elle comporte deux critères principaux :

- Utilisation satisfaisante du site : simplicité/intuitivité, efficacité, lisibilité
- Logique de conception en cohérence avec la logique d'utilisation

Utilité (d'un site)

Utility

L'utilité d'un site est sa capacité à être utile pour l'utilisateur : la traduction fonctionnelle des objectifs du site est en cohérence avec les attentes et les besoins de l'utilisateur.

Terminologie / Etiquettes / Libellés / Wording

Labels

Les étiquettes sont les mots utilisés pour construire un site. Ce sont en particulier les titres de fenêtre, les mots des menus de navigation, les liens, les descriptions d'icônes, mais aussi les adresses de la page. Selon François Cartier, architecte de l'information, "en parcourant un site, un utilisateur se forme un modèle mental du site et les étiquettes font partie de ce modèle". Les étiquettes sont considérées comme des indices qui guident l'utilisa-

teur dans l'interface, c'est pourquoi la cohérence de la formulation et du registre lexical, ainsi que la clarté sont des critères de qualité d'un système d'étiquettes.

Workflow

Workflow

Un workflow est la gestion automatique des flux d'information dans le cadre d'un processus de travail collaboratif. Il définit

- le début et la fin du process collaboratif
- les tâches à accomplir
- les règles de transition d'une tâche à l'autre
- les rôles des acteurs du processus
- les informations et documents entrants et sortants

Zoning

Wireframe

Le zoning est un livrable (généralement au format PowerPoint) qui permet de définir les grands espaces d'actions sur lesquels l'internaute devra interagir. Contrairement à la maquette fonctionnelle, il n'est pas extrêmement détaillé et permet de délimiter les unités minimales d'information sur une page, leur organisation spatiale et leur hiérarchisation.

Typologie des interfaces interactives

Back-office

Back-office

Le back-office design l'interface de gestion d'un site web, non-visible par l'internaute, dont l'accès sécurisé est réservé aux titulaires des

droits d'administration. Il permet ainsi, selon ses caractéristiques fonctionnelles et son paramétrage, de modifier les contenus textuels et iconographiques, de faire évoluer l'arborescence du site, mais aussi de gérer certaines tâches relatives aux bases de données.

Bandeau identitaire / tétière

Page header, masterhead

Le bandeau identitaire d'un site représente généralement la zone horizontale située en haut de page, dans laquelle prennent place le logo et les éléments (icono)graphiques qui incarnent la marque, ainsi qu'un message textuel sous forme d'accroche.

Barre de défilement

Scroll bar

La barre de défilement est une fonctionnalité du navigateur qui permet le déplacement vertical ou horizontal de l'affichage du contenu dans une fenêtre. Elle permet d'afficher des informations situées en dehors de la zone visible. Elle est matérialisée par un curseur mobile le long d'un axe situé aux extrémités de la fenêtre. On considère généralement, dans une interface web, le défilement horizontal comme à proscrire.

CMS, Système de gestion de contenu

CMS, Content Management System

Un CMS est un outil d'administration qui permet de modifier, d'archiver, d'organiser et de mettre en forme le contenu textuel et iconogra-

phique d'un site, stocké dans une base de données. L'avantage d'un tel dispositif est qu'il permet de modifier le contenu d'un site sans avoir à coder ces modifications en HTML et de gérer un projet de manière collaborative.

Dynamique (site dynamique)

Dynamic (website)

Un site dynamique dispose d'une base de données grâce à laquelle sont générées de manière automatisée des pages, à partir de l'interface d'administration (back-office). Il exploite les langages dits dynamiques (PHP, ASP sont les principaux) qui permettent notamment de répercuter des modifications sur un grand nombre de pages en une seule fois.

Par opposition, un site statique n'exploite pas de base de données et n'est pas mis à jour de manière automatisée. Les contraintes graphiques sont alors différentes, notamment au niveau des contenus du site, qui doivent ou pas être administrables (utilisation ou pas de textes images pour les titres notamment).

E-mailing

E-mailing

L'emailing est un message électronique (texte ou HTML) à caractère promotionnel et/ou commercial, qui vise souvent à fidéliser les consommateurs. Son envoi aux internautes est automatisé

grâce à un système de gestion de campagne e-mail.

Extranet

Extranet

L'extranet est une interface sécurisée et privée accessible en ligne, souvent un portail, permettant à une entreprise d'échanger des données avec ses filiales, ses clients ou ses fournisseurs. Il est souvent dit que l'extranet fait communiquer entre eux les intranets des entreprises.

Front-office

Front-office

Par opposition au back-office, le front-office est la partie de l'interface du site web qui est visible par l'utilisateur. Ainsi, le front office comprend les images, le code HTML, la feuille de style, et les scripts associés au site.

Icône de favori

Favicon, favorites icon, page icon

Une icône de favori est une image à la taille standardisée (16*16 px), placée à la racine d'un site web. Elle s'affiche dans la barre d'adresse du navigateur, ainsi que dans sa liste de signets. Son rôle est d'identifier graphiquement un site dans une liste d'adresses.

IHM - Interface Homme-Machine

HMI - Human Machine Interface

En informatique, l'Interface Homme-Machine définit l'interaction entre l'humain et la machine par le biais principalement de l'écran, du clavier, et de la souris. A ce

titre, les sites web sont des interfaces qui permettent l'échange entre l'utilisateur et le système dans l'accomplissement de tâches, par exemple l'inscription à une lettre d'information ou une commande en ligne.

Intranet

Intranet

L'intranet permet de partager des ressources et des informations utiles au sein d'une entreprise ou d'une organisation. Un intranet est ainsi un réseau local à l'accès restreint, réservé aux membres d'une communauté donnée. Il peut comporter de multiples fonctionnalités (annuaire interne, outils de reporting etc.) et une entreprise peut disposer de plusieurs intranet pour s'adresser à différentes communautés internes ou communiquer sur des projets différents.

Lettre d'information

Newsletter

Une newsletter est un message électronique HTML ou texte envoyé par une entreprise ou une organisation dans un but essentiellement informatif et éditorial. Elle informe des mises à jour d'un site. Elle peut comporter un volet promotionnel qui sera périphérique et secondaire par rapport au contenu du message. Sa périodicité est régulière, contrairement aux emailing qui sont ponctuels. Elle peut être envoyée de manière trimestrielle (pour les lettres d'information institutionnelles), hebdomadaire ou quotidienne (pour les médias

d'information). Elle permet ainsi de renforcer la relation entre les internautes et l'entreprise émettrice du message.

Mini-site

Microsite, sitelet

Le mini-site caractérise un dispositif de communication en ligne, destiné à promouvoir un produit, un événement ou à répondre à une situation de crise etc., généralement de manière limitée dans le temps. N'étant pas le dispositif de communication principal de l'entreprise, le mini-site dispose d'une architecture de l'information moins dense que le site de marque ou institutionnel auquel il est rattaché. Il recourt souvent aux technologies flash, dans une recherche d'impact visuel maximum.

Mise en page fluide

Liquid layout fixed layout

Une mise en page fluide permet aux dimensions d'une interface de s'adapter à la résolution d'un écran ou à l'espace attribué dans la fenêtre d'un navigateur. Les conteneurs/colonnes de la page sont alors définis en pourcentages et se redimensionnent à la taille de la fenêtre du navigateur, contrôlée par l'utilisateur.

Pied de page

Footer

Le pied de page est une zone de liens secondaires située en bas de l'interface. Il comporte souvent des informations de crédits, mentions légales, et/ou des liens redondants avec la navigation

principale, afin d'en faciliter l'accès si le défilement de la page est nécessaire pour y accéder.

Pop-up - fenêtre surgissante

Pop-up

Une pop-up est une fenêtre de navigateur s'ouvrant au premier plan (automatiquement ou par clic), et définie par un format généralement réduit dans le cas d'une publicité. On peut ainsi établir une subtile distinction entre :

- la pop-up, qui programme l'ouverture d'une nouvelle fenêtre ne comprenant que la zone d'affichage (publicité)
- l'open window, qui définit l'ouverture d'une nouvelle fenêtre complète avec zone d'adresse, fonctionnalités explorateur (impression et navigation) et zone d'affichage.

Portail

Portal

Graphiquement, le portail définit un archétype d'interface organisée spatialement en U renversé, où l'ordonnement des zones de contenu suit une logique de présentation permettant d'afficher une densité d'information et de liens élevée. Les deux principaux types de portail sont les portails e-commerce et les portails d'information.

Le portail est également considéré à l'origine comme un point d'entrées thématiques vers d'autres sites (par exemple les moteurs de recherche).

Au sens technique, un portail est une application web qui permet la personnalisation de contenus et le paramétrage par l'utilisateur de l'interface.

Pré-home, tunnel

Splash-screen

La pré-home est une page dont l'utilité est de permettre à l'utilisateur d'effectuer un choix de langue, de pays, et/ou d'orientation en fonction de son profil (ex : professionnel, particulier...) avant son entrée sur la page d'accueil d'un site. Il distille également parfois un message d'introduction, voire une animation, à l'utilité souvent contestée.

Résolution

Resolution

La résolution, ou définition d'un écran est caractérisée par le nombre de pixels affichés en largeur et en hauteur. La résolution standard actuellement admise est 1024*768 px.

Site institutionnel

Corporate website

Il s'agit d'une typologie de site qui n'a pas de vocation première à être promotionnelle ou commerciale, mais informative sur la nature et le fonctionnement d'une société ou d'une organisation. Les principales thématiques abordées dans un site institutionnel sont :

- son organisation, ses dirigeants
- son histoire, ses valeurs
- la nature de ses activités, sa stratégie
- sa communication (communiqués de presse)
- ses finances

- le recrutement
etc.

Surface utile

Useful area

La surface utile d'un écran est obtenue en retranchant de la résolution standard (800*600, 1024*768 ...) l'ensemble des marges comprises par l'interface du navigateur en configuration standard. L'appréciation de la surface utile d'un site est primordiale pour des raisons ergonomiques (proscription du défilement horizontal et limitation du défilement vertical à la valeur de 2 écrans et demi) et la bonne visibilité des informations importantes. La surface utile d'un écran en 800*600 est par exemple conventionnellement fixée à 780*440 px. A noter que beaucoup d'interface sont optimisées horizontalement pour la résolution 800*600 en même temps qu'elles sont optimisées verticalement pour la résolution 1024*768 (résolution utile dans ce cas : 780*600 px).

Typographie / mise en page

Anticrénelage (≠crénelage)

Antialiasing aliasing

L'anticrénelage, ou antialiasing, est un procédé qui permet de réduire l'effet de pixellisation à l'écran d'un élément graphique ou d'un caractère, dû à la taille des pixels et à un fort contraste entre eux. Appliqué à la typographie, ce procédé permet de distinguer dans une maquette les textes rendus

en images (lissés, qui ne sont pas éditables) des textes dits HTML (non-lissés, qui sont éditables dans le code et doivent recourir aux polices disponibles dans le système de l'utilisateur).

Approche de caractère

Fit

L'approche définit l'espace entre deux lettres.

Avec ou sans empattements

Serif / non-serif

Les empattements sont les terminaisons des lettres. Synonyme : serifs. Les lettres ne comportant pas d'empattement sont appelées sans sérif (lettres bâton)

Chasse

Width

La chasse correspond à la largeur de la lettre. Pour le web, il est important de garder ce paramètre à l'esprit par souci de lisibilité et d'optimisation en termes de surface d'encombrement à l'écran.

Composition en drapeau

Unjustified setting

Le mode de composition en drapeau indique que les lignes d'un paragraphe de texte sont calées à droite ou à gauche, ou centrées. Les textes ferrés à droite ou centrés sont plus difficiles à lire à l'écran s'ils comportent un nombre important de lignes.

Composition justifiée

Justified composition

Le mode de composition justifié est défini par des longueurs de lignes cohérentes entre elles, identiques à droite et à gauche. C'est le mode de composition le plus utilisé en France. Néan-

moins, pour l'écran, ce mode de composition peut être déconseillé en raison de la fréquente étroitesse des lignes de texte, qui le rendent inesthétique.

Corps

Body

Le corps est l'unité de mesure, en pixels pour l'écran, associée à la hauteur de la lettre.

Graisse

Weight

La graisse caractérise l'épaisseur d'un caractère, et toute la gamme des déclinaisons pour une police : ultra-light, light, regular, book, medium, bold, extra-bold, heavy, black et toutes les polices condensées.

Interlignage

Line spacing

L'interlignage mesure l'espace qui sépare deux lignes.

Justification

Justification

La justification détermine le mode de composition d'un bloc de texte : justifié ou en drapeau.

Police (fonte)

Font

La police définit un caractère dans un style donné : par exemple Arial ou Verdana.

Etapes / éléments d'un projet web

Benchmark

Benchmark

Le benchmark traduit originellement l'idée d'un point de repère. Dans le contexte d'une analyse concurrentielle de site web, il consiste en une méthode de comparaison

d'efficacité et de qualité graphique, ergonomique, fonctionnelle, éditoriale etc. Le benchmark est une méthodologie qui permet ainsi de déclencher et d'orienter avec plus de pertinence la phase créative, en hiérarchisant les bonnes (et les mauvaises pratiques) caractérisant la communication en ligne d'un secteur d'activité donné.

Brainstorm, séance de créativité

Brainstorm

Le brainstorm est une réunion de travail dans laquelle chaque participant de l'équipe projet est amené à apporter de manière informelle et libre le maximum d'idées sur une problématique donnée pour la définition d'un concept (de conception, ou graphique). L'objectif est ainsi de stimuler la créativité en équipe, la sélection des idées pertinentes s'effectuant *a posteriori*.

Brief créatif, instructions créatives

Briefing

Le brief créatif initie à tous points de vue l'intervention du concepteur et du directeur artistique sur un projet. Formalisé et détaillé, le brief créatif comporte des informations sur l'identité, la communication et les valeurs du commanditaires, le contexte concurrentiel, les objectifs du projet, ses contraintes etc. Il formalise et synthétise le besoin du commanditaire du projet.

Charte graphique

Identity guide / Graphic charter

Le document de charte graphique définit l'ensemble des

règles graphiques, iconographiques et typographiques à respecter lors de l'utilisation et/ou la déclinaison des supports de communication pour l'identité visuelle, le style graphique qui identifie une société ou une organisation à partir de ses valeurs. Elle est établie en fin de projet et matérialisée par un document électronique et/ou papier qui reprend synthétiquement les indications de mise en forme du contenu (fontes, corps, pictogrammes, puces), de mise en page (côtes, marges, codes couleurs...), et les choix iconographiques.

Déclinaisons graphiques

Template design

Les déclinaisons graphiques sont l'étape du projet qui se situe dans le prolongement de la définition de l'identité graphique. Elles consistent à maquetter, en cohérence avec l'univers graphique, les gabarits structurants de l'interface, ainsi que les différents éléments graphiques nécessaires (schémas etc.). Elles sont supervisées et/ou réalisées par le directeur artistique et/ou le webdesigner.

Découpage

Cut

Le découpage est l'étape du projet qui intervient une fois l'ensemble des gabarits graphiques validés, et qui consiste à préparer le montage HTML (intégration HTML) en repérant, dans les grandes zones qui structurent un gabarit, les éléments textuels ou (icono)graphiques à matérialiser par des images. Ces images seront intégrées en tant que telles dans le gabarit HTML pour lui donner ses

propriétés graphiques telles que définies par la charte.

Identité graphique

Graphic identity

L'identité graphique d'un site web est définie lors de la création de la page d'accueil et d'un gabarit structurant (de page intérieure). Ils confèrent au site sa tonalité, son univers graphique, et ses principes ergonomiques. L'ensemble des déclinaisons sera ainsi réalisé en cohérence avec les principes graphiques (structure, choix typographiques, côtes, marges etc.) définis par ces deux gabarits structurants.

Identité visuelle

Brand identity, corporate identity

L'identité visuelle répond aux enjeux importants de la reconnaissance d'une société ou d'une organisation par le public. Elle exprime de façon condensée, à travers un logo et des invariants graphiques et typographiques, l'ensemble des valeurs qui définissent une société.

(D'après *Le Logo*, Coll. Que sais-je ? n°3586, Benoît Heilbrunn, P.U.F., 2001)

Iconographie

Iconography

L'iconographie désigne le contenu visuel dans un dispositif de communication donné : illustrations, photographies qui servent à traduire un message et des valeurs. Contrairement aux usages de la culture publicitaire, où les campagnes exploitent des photographies réalisées sur-mesure, le directeur artistique web recourt presque systématiquement aux agences et banques d'images et peut également

exploiter l'iconographie issue des autres dispositifs de communication (off-line).

Illustration

Illustration

Une illustration est un dessin, souvent vectoriel dans le contexte d'un projet web, permettant de rendre plus clair et attractif un message, un concept, l'utilisation d'un produit...

Livrable

Deliverable

Le livrable est le produit fini d'un projet (par exemple : charte graphique), matérialisé sous la forme d'un document dans un format défini à l'avance avec le commanditaire du projet. Les livrables graphiques sont de deux types principaux : les fichiers sources PSD et les gabarits HTML intégrés (comportant éventuellement les SWF pour les Flash).

Logo

Logotype

Le logo est un ensemble de signes graphiques et/ou typographiques non-anodins qui expriment l'identité d'une société ou d'une marque, afin de permettre sa reconnaissance auprès de ses différents publics. Il est à ce titre considéré comme l'élément identitaire le plus représentatif et globalisant de la communication d'une organisation ou d'une marque. Peu de logos sont conçus pour s'adapter à tous les supports, et il faut parfois les adapter pour faciliter la lecture à l'écran dans le cadre de projets web, où la traduction graphique des enjeux identitaires ne peut pas laisser place à

une interprétation approximative.

(D'après *Le Logo*, Coll. Que sais-je ? n°3586, Benoît Heilbrunn, P.U.F., 2001)

Montage

Coding

Le montage est une phase de l'intégration HTML qui correspond à l'élaboration du "squelette" d'un gabarit. Pour les pages intégrées selon les standards W3C, ce squelette est constitué uniquement des balises sémantiques et des contenus. Pour les pages non-conformes W3C, ce squelette est constitué de tableaux imbriqués, qui accueillent les textes et les images afin de former un gabarit cohérent avec l'identité graphique définie par la direction artistique.

Optimisation (du poids des images)

Optimization

Cette phase de l'intégration HTML a lieu au moment du découpage. Elle consiste à enregistrer les images contenues dans une page à partir du fichier source PSD, et à choisir leur format de compression (GIF, JPG, PNG). L'intégrateur HTML doit également définir leur niveau de compression pour obtenir un affichage de qualité satisfaisante et des fichiers le plus léger possible.

Pictogramme

Pictogram

Un pictogramme est la représentation graphique minimaliste et intelligible d'une action (un inscription à un service par exemple), d'une fonctionnalité ou d'une thématique etc. Le pictogramme fait à ce titre parti du système

signalétique d'un site web, et se distingue d'une illustration ou d'un logo, car son objectif est d'aider l'internaute à identifier l'information qu'il cherche. A noter que l'utilisation trop systématique de pictogrammes sans légende dans une interface interactive est à éviter car elle rend complexe la compréhension d'ensemble d'une page.

Piste créative

Design comp(rehensive), design direction

Une piste créative matérialise l'interprétation graphique par un directeur artistique d'un message et/ou d'une problématique marketing. Ce n'est souvent pas un "produit fini", mais un document de travail évolutif.

Planche de tendances

Trend board

Plus ou moins formelles, les planches de tendances sont des livrables réalisés en amont d'un projet. Sous format électronique ou sous la forme d'images assemblées et contre-collées sur carton-plume, les planches de tendances compilent de manière thématique photographies, recherches graphiques, ambiances chromatiques etc. afin d'orienter et de définir une tonalité graphique. Cette phase de recherche se fait en dehors de toute considération fonctionnelle à ce stade et permet, sans formaliser l'interface, d'envisager manière abstraite la définition d'un univers graphique.

Signalétique

Signing, symbol signs

La signalétique désigne à l'origine un ensemble de supports qui matérialisent

l'image d'une entreprise et permettent d'orienter un visiteur dans un espace. De même, dans un site web, la signalétique se réfère aux éléments graphiques qui aident au guidage de l'utilisateur dans l'interface, principalement les pictogrammes, et des éléments graphiques comme les flèches et les puces.

Métiers du design interactif

Architecte de l'information

Information architect

L'architecte d'information intervient en amont de la conceptualisation et de la réalisation graphique, pour définir la structure d'un site (livrable : arborescence) et l'organisation de l'information dans les gabarits (zoning, maquette fonctionnelle, workflow...).

Concepteur-rédacteur

Copywriter

Dans un projet web, le concepteur-rédacteur intervient pour définir le concept d'un site ou d'une campagne de publicité interactive. Il rédige également les accroches, les libellés et les contenus éditoriaux du dispositif.

Directeur artistique web

Art director

Le directeur artistique participe avec le concepteur-rédacteur et l'architecte de l'information à la formalisation des concepts dans les réponses créatives proposées au commanditaire d'un projet. Il traduit graphiquement, à partir du brief, les objectifs marketing et communication d'un projet. Les livrables qu'il élabore sont le

trend board, l'identité graphique, le document de charte graphique. Le directeur artistique explique et argumente ses partis-pris créatifs en fonction des objectifs et des contraintes techniques. Selon la taille et l'organisation de l'agence dans laquelle il travaille, c'est un manager d'équipe. Il gère la production des déclinaisons des gabarits d'un site par les webdesigners/graphistes/flasheurs. Il effectue un suivi précis sur les livrables HTML pour garantir la cohérence du design dans l'ensemble des pages d'un site.

Directeur de création

Creative director

Le directeur de création est un manager, hiérarchiquement responsable de l'ensemble des créatifs, directeurs artistiques, concepteurs-rédacteurs, webdesigners etc. On considère généralement que c'est la notion d'équipe qui fait naître la fonction de directeur de création. L'un de ses rôles essentiels est de servir d'interface entre les créatifs, les commerciaux, les consultants, et le client. Le directeur de création élabore la stratégie créative de l'agence dans ses réponses aux compétitions et sur les projets. On le considère parfois également comme le responsable du "style" d'une agence, à laquelle il confère une identité créative.

Designer sonore

Sound designer

Dans le cadre de projets web, le designer sonore compose ou exploite des "boucles" (échantillons musicaux répétitifs) pour ponctuer les actions de l'utilisateur

dans l'interface et/ou conférer une identité ou une ambiance à un concept, une marque.

Ergonome

Ergonomist

L'ergonome intervient en amont d'un projet pour définir les problèmes d'utilisation liés à l'interface du site web. Pour cela, il fait appel à un ensemble de critères qui déterminent la facilité d'utilisation d'un site : logique, capacités mnésiques, ciblage du bon destinataire, cohésion...

Graphiste

Graphic designer

Selon *La charte du graphisme, Syndicat des graphistes, 1995*, " le graphiste est un professionnel de la communication qui conçoit, met en forme et coordonne la réalisation d'un processus de communication visuelle, à la demande d'un commanditaire. Pour cela, il est amené à proposer des solutions conceptuelles et stratégiques adaptées aux problématiques de ses clients."

Intégrateur HTML

Web developer

L'intégrateur HTML intervient en aval de création graphique des gabarits du site. Son rôle est de découper et d'optimiser l'ensemble des images à partir des fichiers sources de l'interface, et de monter la structure de la page (codage HTML de l'ensemble des éléments visuels et textuels). Il réalise également des tests de compatibilité sur différents navigateurs. Il est également le garant du poids des pages.

Web designer

Web designer

Le terme de webdesigner est polysémique en fonction de son contexte anglo-saxon ou français et également de la culture/organisation de l'agence. Dans le contexte anglo-saxon, il comporte une connotation à la fois créative et technique (codage, programmation), qui englobe la réalisation HTML et Flash. Dans le contexte français, ses attributions relèvent davantage de la création et des déclinaisons graphiques à partir de l'identité graphique définie par le directeur artistique, auquel il est souvent hiérarchiquement rattaché.

Webmaster

Webmaster

Le webmaster est en charge de la vie du site après sa création. Il peut intervenir aussi bien sur les mises à jour éditoriales que graphiques (création de nouveaux gabarits si besoin) et techniques (intégration HTML, développement léger en PHP, JavaScripts etc.). Il est souvent le destinataire principal du document de charte graphique.

Formats de fichiers, langages, unités de mesure

ActionScript

L'action script est le langage de programmation orienté objet de Macromedia Flash. Dérivé du langage orienté objet Javascript, il permet d'assigner des comportements au document et aux objets (graphiques, vidéo, sonores), allant du plus simple au plus sophistiqué et de

créer ainsi un large spectre de fonctionnalités et d'effets.

.AI

Adobe Illustrator

Format propriétaire de Adobe Illustrator pour l'enregistrement de documents d'images vectorielles.

.CSS (Feuilles de style en cascade)

Cascading Style Sheets

Norme avancée du HTML 4.0, initiée et conduite par le W3C, qui facilite la mise en page des documents (X)HTML, grâce au principe d'héritage des styles. Les CSS rendent possible la séparation de la structure sémantique du code (en HTML) et les propriétés graphiques de l'interface. Il s'agit notamment des propriétés de mise en forme du texte, la position et la dimension des blocs etc. Les CSS

DHTML

Dynamic Hyper Text Markup Language

Le DHTML permet de rendre les pages Web plus dynamiques sans faire appel à des programmes extérieurs comme les plugs-in. Le DHTML n'est pas un langage propre : il désigne des pages web dynamiques. C'est la combinaison de feuilles de styles (CSS), de scripts (JavaScripts pour la plupart) et d'objets (DOM).

DPI (Points par pouce)

Dots-per-inch

Le DPI est l'unité de mesure de la résolution d'une image à l'impression et à l'écran. Plus la valeur en DPI est élevée, plus la résolution d'une image est fine. Pour l'impression, une image est tradition-

nellement définie en 300 DPI. Pour l'écran, une image est systématiquement définie en basse résolution, soit 72 DPI.

.EPS

Encapsulated PostScript

Format mixte d'enregistrement d'image développé par Adobe qui comporte une image bitmap (TIFF) de basse résolution pour la prévisualisation et une image vectorielle en haute résolution qui permet les impressions sur les imprimantes PostScript. Si l'image est imprimée sur un autre type d'imprimante, c'est la version basse définition qui est utilisée.

.GIF

Graphic Interchange Format

Créé par CompuServe, le GIF est un format d'image compressé très largement répandu sur internet. Il permet d'enregistrer les éléments graphiques d'une interface sans perte de qualité. Il dispose d'une palette limitée à 256 couleurs et de la transparence, c'est pourquoi on lui préfère le JPEG pour l'enregistrement de photos. Le GIF animé a été très utilisé dans les campagnes de publicité en ligne, mais tend à être supplanté par Flash, en raison de ses possibilités d'interactivité plus étendues.

.HTML

Hyper Text Markup Language

Le HTML est le langage interopérable de balisage hypertexte qui permet la création de documents affichables par un navigateur web. Il comporte des balises décrivant la sémantique du contenu (<h1>...<h6> pour les niveaux de titre, <p> pour un

paragraphe) et du contenu textuel brut. Le HTML n'est pas destiné à contenir les propriétés de mise en page (Voir CSS). C'est pourquoi l'utilisation de tableaux doit être limitée aux données tabulaires. HTML a été conçu à l'origine pour être un langage d'échange de documents scientifiques et techniques, dont les capacités multimedia ont été ajoutées postérieurement.

.JPEG

Joint Photographic Experts Group

Le HTML est le langage interopérable de balisage hypertexte qui permet la création de documents affichables par un navigateur web. Il comporte des balises décrivant la sémantique du contenu (<h1>...<h6> pour les niveaux de titre, <p> pour un paragraphe) et du contenu textuel brut. Le HTML n'est pas destiné à contenir les propriétés de mise en page (Voir CSS). C'est pourquoi l'utilisation de tableaux doit être limitée aux données tabulaires.

.BMP

Bitmap

Format d'image développé par Microsoft et IBM, composée d'une matrice de points élémentaires appelés pixels, et reconnaissant notamment les modèles de couleur RVB. N'étant pas un format compressé, ce format n'est pas utilisé sur le web.

JavaScript

Ce langage orienté objet, dérivé de Java, a été créé par Netscape et Sun en 1995 pour développer des applications internet, et étendre les

possibilités du langage HTML. Permettant d'écrire de petits programmes, Il est très souvent utilisé pour enrichir fonctionnellement les pages web.

.PDF

Portable Document Format
PDF est un format propriétaire (Adobe) de fichier électronique compatible avec toutes les plateformes, utilisé pour l'échange de documents. Il permet notamment de conserver la mise en page et les propriétés graphiques d'un document et supporte les liens hypertextes.

.PNG

Portable Network Graphics
Le PNG est un format d'image libre de droits, créé en 1996 pour se substituer au format propriétaire GIF et certains usages du .TIFF. Tout comme le GIF, il ne dégrade pas la qualité des images et a été spécialement conçu pour les usages du web. Il est adapté aux images simples comportant peu ou pas de dégradés et gère la transparence et la translucidité (différents niveaux de transparence). Il supporte l'ensemble de l'espace RVB (soit 16,7 millions de couleurs).

RVB (Rouge, vert, bleu)

Red, Green, Blue

Le RVB est un format de codage des couleurs, utilisé pour tous les documents destinés à affichage écran, par opposition au CMJN (Cyan, Magenta, Jaune, Noir), destiné aux sorties papier.

Le RVB a été créé en 1931 par la C.I.E. (Commission Internationale de l'Eclairage).

Il s'agit des trois couleurs primaires monochromatiques. Le RVB utilise un système additionnel en bits pour spécifier la couleur d'un pixel sur l'écran. Plus la valeur en bits est élevée, plus le nombre de couleurs différentes possibles augmente. La plus basse intensité est forcément de 1 bit (affichage monochromatique) : si sa valeur est 0, le pixel est désactivé (donc noir), si sa valeur est 1, le pixel est activé, donc blanc.

Pixel

Pixel

De l'anglais *picture element*. Il s'agit d'un carré lumineux constituant l'élément de base d'une image numérique. Le nombre de pixels détermine la taille et la résolution d'une image.

TIF / TIFF

Tagged-Image File Format

Le TIF est un format d'image numérique sans perte de qualité, créé par Microsoft et appartenant aujourd'hui à Adobe. Il est compatible avec toutes les plateformes et principalement utilisé pour les images hautes définitions. Il n'est pas destiné au web.

PSD

PhotoShop Data

Le PSD est le format d'image natif d'Adobe Photoshop comportant l'ensemble des calques sur lesquels sont repartis les éléments graphiques de l'image. Le PSD supporte tous les modes d'images disponibles (bitmap, niveaux de gris, couleurs indexées, RVB, CMJN etc.). Il est souvent mentionné dans la liste des livrables d'un projet web comme le

fichier source pour la création graphique.

SWF

ShockWave Flash

Le SWF est un format de publication d'image vectorielle animée natif de Macromedia Flash, introduit en 1997. Pour être lu dans un navigateur web, un SWF nécessite le plug-in Macromedia Flash Player. Le SWF supporte ActionScript, le son et désormais la vidéo. Son concurrent est le format SVG, fondé sur XML, et open-source.

Vectoriel

Vector format

Un fichier vectoriel décrit son contenu à l'aide de vecteurs (fonctions mathématiques) et non une grille de pixels comme le format BMP. L'intérêt principal des fichiers vectoriels est la possibilité de redimensionnement sans altération de la qualité de l'image pour un poids en Ko très faible. Des logiciels comme Adobe Illustrator, Macromedia Freehand ou Macromedia Flash MX utilisent ce format de fichier.

XHTML

eXtensible Hypertext Markup Language

XHTML est un langage balisé, comme le HTML, servant à l'écriture de pages web. C'est une reformulation de HTML 4 en XML, qui lui permet de supporter ce langage. Le XHTML est ainsi considéré comme la prochaine étape de l'évolution d'internet.

Intégration HTML

Navigateur moderne

Modern browser

On qualifie de "modernes" les navigateurs présentant un excellent support des standards du Web, et offrant souvent des fonctionnalités ergonomiques (navigation par onglet, blocage des fenêtres surgissantes, etc.) par rapport au navigateur actuellement le plus utilisé, Microsoft Internet Explorer pour Windows. Parmi les plus connus se trouvent Mozilla Firefox, Opera 8 et Apple Safari 2. On les oppose généralement aux premières versions des navigateurs.

Code sémantique

Semantic code

Le (X)HTML se compose de nombreuses balises, chacune de ces balises étant destinée à indiquer la nature du contenu qu'elle encadre (pour les versions strictes du HTML et du XHTML). C'est ce qu'on appelle le code sémantique. Il existe ainsi des balises pour indiquer un titre (<h1>, <h2>...); des balises pour indiquer des listes (, ,...); des balises pour indiquer un paragraphe (<p>), une citation (<blockquote>), un tableau de données (<table>), un bloc regroupant plusieurs contenus (<div>), etc. On oppose le codage sémantique à la méthode d'intégration qui exploite les multiples imbrications de tableaux pour rendre la mise en page, détournant ainsi la véritable sémantique du HTML à des fins de présentation.

Feuille de Style

Style Sheet

Une feuille de style est un document structuré qui définit un ensemble d'attributs de mise en forme pour le texte,

les paragraphes, et la structure d'une page. Voir CSS.

Contenu alternatif

Alt(ernative) content

Le contenu alternatif, défini par la propriété ALT, décrit textuellement ce que représente une image, et s'affiche à la place de celle-ci dans les navigateurs non graphiques ou lorsque l'élément n'a pas pu être chargé dans le navigateur (fichier inaccessible ou affichage volontairement désactivé).

Validation W3C

W3C Validation

Le World Wide Web Consortium (W3C) est une organisation fondée en octobre 1994 chargée de définir les normes (appelées recommandations) du World Wide Web telles que HTML, XHTML, XML, CSS, etc. La validation consiste à utiliser l'outil "validateur" (il existe un validateur pour chaque norme) accessible sur le [site du W3C](#) qui déterminera si le document respecte entièrement ou pas les normes. Un document est dit valide lorsqu'aucune erreur n'a été détectée par le validateur.

Publicité interactive

Bannière, bandeau

Banner

Apparue pour la première fois en 1994, la bannière est un format publicitaire, animé ou statique, dont l'une des dimensions standards (fixées par l'Interactive Advertising Bureau, IAB) est de 468*60 px. Cliquable, l'image, en GIF ou en Flash, pointe vers une page du site de l'annonceur (*Landing page*, littéralement, page d'atterrissage).

Bannière extensible

Expand banner

La bannière extensible est un format interactif qui est scénarisé en deux étapes : une première scène "teasing" dans un format standard (souvent 468*60 px) et une seconde scène de "révélation" dont les dimensions sont agrandies (x5), lorsque l'utilisateur survole la bannière avec la souris. Ce format est jugé très intrusif en raison de ses dimensions, qui entravent souvent la navigation.

Billboard

Billboard, large rectangle

Le Billboard est un format publicitaire non-standard de 336*280 px. Relativement intrusif de par ses dimensions, qui lui donnent son nom, et son emplacement central, il est souvent en flash.

Bouton

Button ad

Le bouton fait partie des plus petits formats publicitaires à faible efficacité et ne comporte pas de réels objectifs de clics mais offre une certaine visibilité, quoique réduite, à la marque. La créativité y est quasi-nulle, c'est pourquoi il est essentiellement utilisé en complémentarité avec d'autres formats. Il a ainsi tendance à se fondre dans les pages. Les formats : 120*90 px (*Button 1*), 125*125 px (*Square button*), 88*31 px (*micro bar*), 234*60 px (*Hal banner*).

Flash transparent

Over-the-page, floating ad

Le Flash transparent est un format publicitaire animé aux

dimensions libres, relativement intrusif, qui vient se superposer au contenu du site support et se déplace parfois dans la fenêtre. Son effet de surprise et ses possibilités créatives sont intéressants. Néanmoins, son message est généralement formaté de manière à ce que son apparition ne dépasse pas 6 secondes pour ne pas pénaliser l'internaute dans sa lecture ou sa navigation.

GIF animé

Animated GIF

Le GIF animé est l'assemblage de plusieurs images en un seul fichier, qui s'affichent successivement (quelques secondes entre chaque image) en donnant l'apparence du mouvement à un message. Il a depuis été supplanté par Flash pour ses possibilités d'animation moins contraignantes en termes de poids et de créativité.

Gratte-ciel

Skyscraper

Le skyscraper est un format publicitaire vertical, de 120*600 px, 160*600 px (format IAB, *Wide Skyscraper*), ou 300*600 px (*Half page Ad*). Son emplacement de prédilection est la colonne de droite dans un portail.

Habillage (de site)

Skin

L'habillage de site est davantage un dispositif qu'un véritable format publicitaire. Il consiste à reprendre des éléments d'identité visuelle d'un annonceur, notamment ses couleurs et son logo, pour donner un aspect "personnalisé" aux pages d'un site ou à une lettre d'informa-

tion. Ce type de dispositif peu intrusif est généralement utilisé en complémentarité avec d'autres formats.

Interstitial

Interstitial, between-the-page

L'interstitiel est un écran standard IAB de publicité de grandes dimensions (800*600 px), affiché entre deux pages pendant quelques secondes. Cela en fait un des formats publicitaires les plus intrusifs.

Média enrichi

Rich-media

Le rich-media désigne les formats publicitaires "lourds" (car ils nécessitent un certain temps de chargement), souvent en streaming, qui exploitent la vidéo, le son, et/ou Flash, dans un temps limité à 30 s. Certains de ces formats permettent l'interaction avec les utilisateurs. Les principaux formats rich-media sont les *out of the box*, l'*expand banner*, et le Flash transparent.

Pop-ender

Pop-ender

Les pop-enders sont des pops-ups qui se "cachent" derrière la fenêtre principale de navigation, et que l'utilisateur ne découvre qu'une fois terminée sa navigation.

Pop-under

Pop-under

Le pop-under est une fenêtre qui s'ouvre et qui disparaît immédiatement sous la fenêtre en cours. L'internaute la découvre en fermant son navigateur. Le pop-under se lance depuis une page en particulier (home, tête de rubrique). Tous les formats,

jusqu'à un site entier, sont possibles.

Pop-up

Pop-up

Il s'agit d'une fenêtre qui s'ouvre par-dessus la page visitée ou quittée, qu'elle recouvre partiellement. Le pop-up est un format publicitaire très intrusif, dont l'impopularité égale l'efficacité chez les internautes.

Superstitiel

Superstitial

Ce format publicitaire est un interstitiel dans lequel on trouve des éléments rich-média (son et vidéo).