

## Analyse de la page d'accueil Apple – iPod

Store
Mac
iPod + iTunes
Téléchargements
Support

← Produits
iTunes
Accessoires →

### Nouveautés iPod

**Visionnez la Keynote.**  
Steve Jobs, CEO d'Apple présente les nouveaux iPod. [En savoir plus](#)

**Aperçu d'iPod touch**  
Regardez le révolutionnaire iPod touch à l'œuvre. [En savoir plus](#)

Quel iPod êtes-vous ?

## À chacun son petit bout de vidéo. Le nouvel iPod nano.

240 chansons.  
Couleurs remixées.  
**Le nouvel iPod shuffle**

Tout. Absolument tout.  
**Le nouvel iPod classic**

iPod devient tactile.  
**Le nouvel iPod touch**

### Nouveautés iTunes

Télécharger

Téléchargez de la musique, des livres audio, des podcasts et des jeux. Pour Mac et PC.

**iTunes Wi-Fi Music Store**  
Achetez et téléchargez des titres en Wi-Fi sur votre iPod touch. [En savoir plus](#)

### iPod dans votre vie

**Partez !**  
iPod nano n'accompagne pas seulement votre jogging, il vous guide. [En savoir plus](#)

**À la maison**  
Invitez dans votre salon toute votre musique et vos photos. Simplifiez-vous la vie. [En savoir plus](#)

**En voiture**  
Prenez le volant en musique avec l'intégration entre votre voiture et votre iPod. [En savoir plus](#)

### Accessible via iTunes

En cours de lecture :

Cliquer pour lancer la lecture

**iPod nano**  
Visionner le nouveau spot publicitaire

Lancer la lecture

**Mandolin**  
Visionner le nouveau spot publicitaire

Lancer la lecture

**Island**  
Visionner le nouveau spot publicitaire

Lancer la lecture

### Classement des morceaux

Classement des albums

1. **Divinidylle**  
Vanessa Paradis
2. **La Radiolina**  
Manu Chao
3. **Lifeline**  
Ben Harper & The Inn...
4. **Back to Black**  
Amy Winehouse
5. **Life In Cartoon Moti...**  
MIKA
6. **Hair spray (Original ...**  
Various Artists
7. **Lifeline**  
Ben Harper
8. **Justice**  
Justice
9. **Back to Black**  
Amy Winehouse
10. **White T-Shirt**  
Micky Green

[Tout afficher](#)

### Astuces iPod + iTunes

**iPod & Apple TV**

- iPod touch
- iPod classic
- iPod nano
- (PRODUCT) RED
- iPod shuffle
- Apple TV

**iTunes**

- Télécharger iTunes 7
- Présentation d'iTunes
- Juke-box iTunes
- iTunes Store
- Synchronisation iTunes
- Astuces iTunes
- Cadeaux iTunes

**Travailler avec iTunes**

- Éditeurs de musique
- Affiliés
- Ventes et marketing
- Fournisseurs de contenu
- iTunes U

**iPod + iTunes (suite)**

- Quel iPod êtes-vous ?
- Accessoires
- Nike + iPod
- iPod en voiture
- Visites guidées avec iPod
- Spots TV
- iPod et Éducation
- Support iPod + iTunes
- Demandes de musique

**iTunes Store**

- Acheter de la musique
- Acheter des cartes iTunes
- Utiliser des cartes iTunes
- Single gratuit de la semaine
- Mardi Mélodies
- Compléter l'album
- iTunes Plus

Visitez l'Apple Store en ligne, appelez le 0800 046 046 ou trouvez un revendeur. [Plan du site](#) | [Actualités](#) | [Flux RSS](#) | [Contactez-nous](#)

Copyright © 2007 Apple Inc. Tous droits réservés. [Conditions d'utilisation](#) | [Engagement de confidentialité](#)

## Introduction :

### Étude

Dans le cadre du cours d'Interface Homme-Machine (IHM), il a été demandé aux étudiants d'analyser la page d'accueil d'un site Web.

Comme support, nous avons le cours d'IHM et le livre : **L'art de la page d'accueil**, de **Jakob Nielsen** et **Marie Tahir**.

Le choix de la page d'accueil était libre et j'ai choisi d'analyser celle du site Apple iPod [www.apple.com/fr/itunes](http://www.apple.com/fr/itunes). J'ai fait ce choix pour vérifier si une grande société telle qu'**Apple** s'appliquait à respecter des règles d'ergonomie sur sa page d'accueil.

Pour avoir une idée de l'efficacité de cette page, j'ai procédé à une notation en suivant les critères décrits dans le livre cité précédemment :

- si le site obtient un score de 80 % ou plus, la page est de bonne qualité,
- si on obtient un résultat entre 50 % et 80 %, des modifications peuvent améliorer considérablement l'ergonomie de la page,
- si la note est inférieure à 50 %, l'ergonomie est mauvaise et des modifications ne suffiraient pas à avoir une page convenable. Il faut revoir le site à partir de zéro.

### Apple iPod

Le site d'Apple iPod s'adresse aux particuliers et aux entreprises, c'est un site d'informations sur les différents produits de la gamme iPod et iTunes. Il permet également de commander les produits directement en ligne. C'est donc un site qui se doit d'être très professionnel tout en restant simple d'utilisation.

## SOMMAIRE

1) Présentation de l'objectif du site .....	4
2) Présentation d'informations sur l'entreprise .....	5
3) Rédaction du contenu du site .....	5
4) Illustration du contenu du site par des exemples.....	6
5) Liens .....	7
6) Navigation .....	7
7) Recherche.....	8
8) Images et animations .....	8
9) Conception graphique.....	9
Utilisation du même graphisme pour toute les sections : .....	10
10) Éléments interface utilisateur .....	10
11) Barre de titre .....	10
12) URL .....	11
13) Événementiel et communiqués de presse.....	11
14) Conclusion .....	12

## 1) Présentation de l'objectif du site

Le logo d'Apple en haut à gauche, sert de lien vers la page d'Apple. Il est bien placé et il se distingue des autres liens par sa couleur. Cependant, il est de petite taille et visuellement peu percutant à l'œil du visiteur.

### Placement du logo :



Il n'y a pas de **tag line**, la société n'en a plus besoin, car c'est une entreprise de renom. Les produits sont bien mis en avant sur le site grâce à des images et vidéo. On trouve même un spot publicitaire qui présente le dernier produit de la gamme au centre de la page.

En haut de page, il y a le menu principal, il est simple et clair. Il est mis en avant grâce à sa couleur différente ainsi qu'à son détachement par rapport aux autres éléments.

### Menu principal :



Point négatif : La page d'accueil ne se distingue en rien par rapport aux autres pages du site Web.

## 2) Présentation d'informations sur l'entreprise

En général, les liens sont classés par catégorie, ceux qui n'ont pas de rapport avec les produits à vendre, sont regroupés à droite en bas de page (tels que les liens « contactez-nous », « plan du site », etc.).

Les informations sur l'entreprise sont disponibles dans la section « Contactez-nous » en bas de page et sont complètes (cela va du capital de la société aux contacts téléphoniques). Sur la page de la société Apple, on trouve un lien « Presse » où se trouvent les communiqués de presse classés par date de parution. Cette section est surtout utile aux journalistes.

Sur le site, on peut commander les produits directement en ligne (Apple Store) mais on nous informe également que l'on peut commander les produits par téléphone ou par l'intermédiaire d'un revendeur. On nous présente donc le site comme un point de contact parmi d'autres.

Des informations personnelles en rapport avec le visiteur, sont susceptibles d'être collectées, et une clause de confidentialité est mise à disposition du visiteur en bas de page.

### Regroupement des liens :

[Plan du site](#) | [Actualités](#) | [Flux RSS](#) | [Contactez-nous](#)

## 3) Rédaction du contenu du site

Le contenu rédactionnel de la page est constitué de résumés d'articles pour renvoyer les visiteurs vers les articles complets s'il le souhaite. Les résumés sont explicites, courts, mais suffisamment clairs pour donner une idée du contenu vers lequel l'utilisateur sera amené s'il choisit de le lire en cliquant sur le lien.

### Exemple de présentation du contenu :



Les articles sont présentés de façon à ce que l'utilisateur ait l'impression qu'il soit pris en charge. On devine facilement qu'une étude a été faite sur le comportement des visiteurs puisqu'on leur propose par exemple des sections « d'après-vente » telles que « iPod dans votre vie », « Astuces iPod », etc.

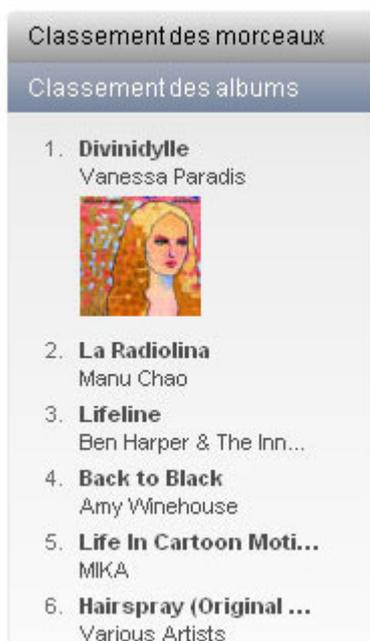
On n'utilise pas de jargon particulier, et les textes sont compréhensibles sous réserve d'en connaître un minimum par rapport aux produits iPod et iTunes, qui sont des termes redondants sur la page. Cependant, si le visiteur ne connaît pas les produits, on lui propose de les découvrir via des liens. Dans tout les cas, le visiteur est pris en main.

La forme du texte est cohérente au niveau de la casse, excepté pour les noms (iPod, iTunes). On n'utilise pas de majuscule « agressive » ou autres fioritures qui pourraient rendre le texte moins lisible.

#### 4) Illustration du contenu du site par des exemples

Les exemples sont sensés donner une idée du contenu. Sur la page d'accueil, on nous donne un aperçu du top des ventes de musique et d'album. Mais lorsque l'on clique, on se rend compte qu'il faut avoir installé le logiciel iTunes pour pouvoir continuer la navigation. C'est un exemple de mauvaise adaptabilité. Apparemment (je n'ai pas iTunes d'installé), en cliquant sur le lien, on est bien dirigé vers la page avec le bon contenu. Il faudrait donc signaler avant l'action utilisateur qu'il faut avoir iTunes installé sur son système pour avoir accès au contenu.

##### Illustration par des exemples :



##### Mauvaise adaptabilité :



## 5) Liens

Les liens de la page sont clairs et rapidement identifiables, mais les liens déjà visités ne sont pas signalés. Il y a aussi un gros problème par rapport à la destination des liens. En effet, certains renvoient vers du contenu, mais en anglais et l'utilisateur n'en est pas averti avant, ce qui est très désagréable.

Les liens sont explicites et l'utilisateur sait où il sera amené (pas de « cliquer ici »). Ils sont distingués d'une couleur différente et d'une petite flèche. Les liens de navigations en bas de pages sont peu nombreux et donnent accès à des liens importants tels que le plan du site ou un le point de contact.

Liens vers une page anglaise :

Page avec le contenu en anglais :



## Apple Special Event September 2007

Watch Apple CEO Steve Jobs unveil the new iPod touch, iPod nano, iPod classic, and iPod shuffle, plus new features in iTunes. See the video-on-demand event right here, exclusively in QuickTime and MPEG-4.

Watch the Keynote Address



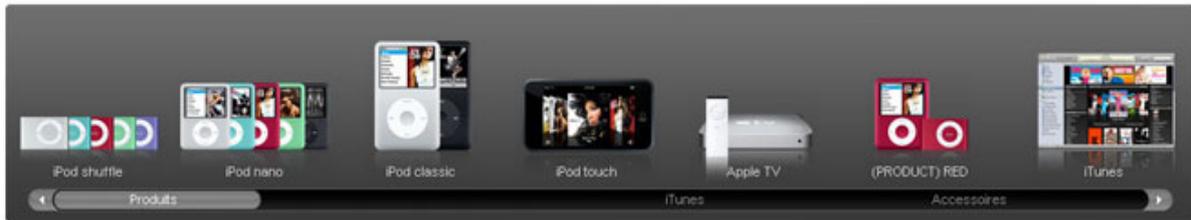
## 6) Navigation

Les liens de même nature sont regroupés : par exemple à gauche, il y a la colonne avec les liens iPod, à droite les liens pour iTunes, en bas de page, les liens concernant la société, etc., ce qui facilite la navigation et permet de se repérer facilement.

Le système de navigation en haut de page est intéressant. La navigation se fait en horizontale, mais ne gêne pas l'utilisateur, au contraire, elle ajoute un peu d'interactivité. Cette façon de présenter les différents liens est moins envahissante qu'une présentation des liens en colonne ou autres. C'est une bonne initiative qui permet un gain de place, de plus le graphisme est assez plaisant.

Le seul reproche que l'on puisse faire est par rapport aux descriptifs. En effet, en glissant le curseur, les liens ne sont pas séparés et l'utilisateur ne fait pas la distinction entre « Produits », « iTunes » ou « accessoires » par rapport aux images situées au dessus.

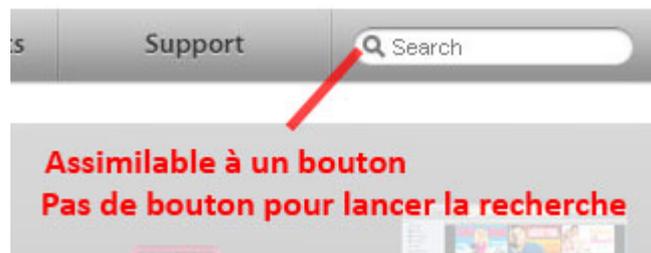
Système de navigation horizontal :



## 7) Recherche

La zone de recherche est placée en haut à droite de la page. Le mot « Rechercher » est dans la zone de saisie. Si l'utilisateur se place sur la zone le mot disparaît et si l'utilisateur se retire de la zone sans rien saisir, il réapparaît. On évite donc d'indiquer que c'est une zone de recherche à côté. Le point négatif est que l'icône en forme de loupe sur la gauche s'assimile à un bouton alors qu'il n'en est pas un, ce qui est gênant d'autant plus qu'il n'y a pas de bouton pour lancer la recherche.

Zone de recherche :



## 8) Images et animations

Le nombre d'images est important, mais ne sature pas la page et il n'y a pas de publicités envahissantes. Les photos sont travaillées et mettent en valeur les produits, elles évitent aussi la monotonie de la page. Ici, insérer les photos des produits est à mon avis, obligatoire pour pouvoir vendre et faire de la publicité.

Du côté du code, on a une alternative en cas de non-affichage des images, exemple :  
« `alt="Visionner la visite guidée d'iPod nano."` »

Il y a également une animation vidéo au centre de la page. Le choix du lancement du spot publicitaire est laissé au visiteur, la connexion n'est donc pas ralentie au chargement de la page d'accueil. Cependant, le visiteur n'est pas assez informé sur le contenu de la vidéo elle-même. On peut visionner d'autres vidéos en streaming en cliquant sur les miniatures en dessous de l'écran vidéo et c'est seulement à partir de ce moment que l'on peut se faire une idée du contenu de la vidéo. On peut améliorer ce point négatif en remplaçant le texte « En cours de lecture » (sur la vidéo) par « iPod nano - Nouveau spot publicitaire ».

### Spot publicitaire en milieu de page :



## 9) Conception graphique

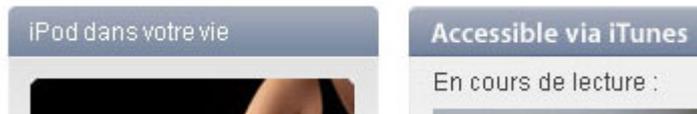
La page est graphiquement très claire et sobre ainsi que les polices (sans serif et gris sur blanc), il est donc aisé de faire ressortir les autres éléments de la page comme les photos, boutons, etc.

La page est en largeur 100% et en plein écran elle se centre et s'ajuste à la résolution de l'écran utilisateur.

La longueur de la page d'accueil est raisonnable et ne dépasse pas plus de 3 écrans.

Le point négatif, est le choix d'utiliser la même couleur pour chaque section, ce qui rend ces dernières difficiles à distinguer entre elles.

Utilisation du même graphisme pour toutes les sections :



## 10) Éléments interface utilisateur

Hormis la zone de recherche, il n'y a pas d'autre zone de saisie. On trouve des menus déroulants au survol de la souris et je pense que dans ce cas, ils sont nécessaires, car ils aident à réduire la longueur de la page (qui est déjà d'environ 3 pages).

Menu déroulant :



## 11) Barre de titre

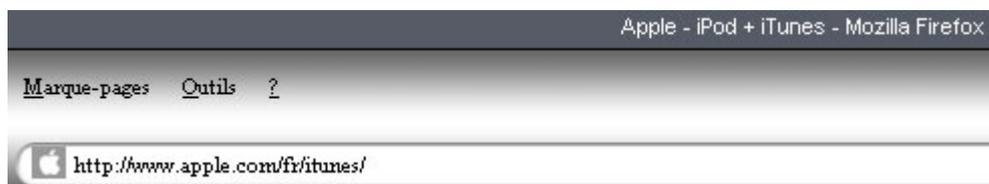
La barre de titre est simple : **Apple - iPod + iTunes**, donc composée du nom de l'entreprise suivi du nom du produit et du service.

## 12) URL

L'URL de la page est compréhensible : (<http://www.apple.com/fr/itunes>), elle permet de voir que le site est international, que la page est en version française, est que l'on se trouve sur la page d'accueil d'iTunes. Cependant, on ne mentionne pas le produit iPod.

La forme de l'URL permet de retrouver facilement la page lorsqu'elle est mise en favoris.

### Barre de titre et URL :



## 13) Événementiel et communiqués de presse

Une partie communiqué de presse est disponible, mais seulement à partir de la page d'accueil de Apple et non celle d'iPod.

## 14) Conclusion

La page d'accueil a un aspect professionnel, elle est épurée et a un design propre agréable à l'œil, sans surcharge d'images ou de publicités gênante pour l'utilisateur. Le chargement est assez rapide puisqu'il n'y a pas de contenu lourd au chargement tel que des vidéos ou des animations.

La page donne envie d'aller plus loin dans la visite du site. Elle est comparable à la première page d'un journal avec une organisation en différents blocs où on a un aperçu des « différents articles » du journal. On a aussi l'impression d'être devant la première page d'un magazine avec des arguments qui attirent le visiteur, tels que : « Tout. Absolument tout. Le nouvel iPod classic ».

Le système de navigation, le lancement d'animations, etc. permettent d'avoir un peu d'interactivité avec l'utilisateur autre qu'avec des liens hypertextes simples.

On note un point négatif au niveau des dates de mises à jour. En effet, il n'y a pas de renseignements à ce sujet, ce qui est dommage pour un site qui présente des « nouveaux produits » et qui se veut lié à l'innovation.

En somme, la page d'accueil est très réussie, les utilisateurs ne sont pas gênés lors de la navigation puisque tout est clair et avec une organisation en blocs. On ne trouve que quelques défauts mineurs.

**Note : 90 %**