Attirer le regard de l'utilisateur

1. Objectifs

- Expliquer le rôle de la **hiérarchie visuelle**
- Utiliser la taille, le contraste, la couleur, l'espace et la position pour guider le regard
- Reconnaître les parcours de lecture en **F** et en **Z**
- Éviter les pièges : bannières, mouvement excessif et surcharge
- Vérifier une page avec le **test du flou** et le test des cinq secondes
- Attirer l'attention de manière honnête et utile

1. Présentation

- Quand une page s'ouvre, personne ne la lit de haut en bas, mot après mot. L'utilisateur la parcourt rapidement et cherche ce qui l'intéresse. Si l'essentiel ne se voit pas, il peut passer à côté, même si l'information est bien présente.
- Attirer le regard ne consiste pas à ajouter des couleurs ou des effets. Il s'agit de **décider ce qui compte le plus** et de le rendre évident. Cette leçon prolonge celle sur la facilité d'utilisation, et prépare la suivante sur la navigation.

- Nous continuons avec **BiblioCampus**. Pour les activités, créez le dossier `09-attirer-regard/` dans votre dépôt GitHub `ui-ux-design-bts`.

1. La hiérarchie visuelle

- La **hiérarchie visuelle** est l'organisation des éléments d'un écran selon leur importance. Elle suggère à l'utilisateur ce qu'il doit regarder d'abord, puis ensuite :

apcpedagogie.com



- Avant de dessiner un écran, répondez à cette question : **si l'utilisateur ne devait retenir qu'une seule chose, laquelle serait-ce ?**

1. Les moyens d'attirer le regard

- Plusieurs moyens permettent de créer cette hiérarchie. Nous les illustrons ci-dessous :



1. Exemple 1 : la taille et la graisse

- Un texte plus grand ou plus gras semble plus important. Encore faut-il que tout ne soit pas grand et gras :

apcpedagogie.com

Exemple : la taille

Tous les textes ont la même importance… donc aucun n'en a

À éviter

BiblioCampus
Le design des objets du quotidien
Don Norman
Disponible
Salle 2, étagère B
Réservation possible

Même taille et même graisse partout : il faut tout lire.

À préférer

BiblioCampus

Le design des objets du quotidien

Don Norman

Disponible

Salle 2, étagère B

Réserver

Le titre domine, puis l'état et l'action.

1. **Exemple 2 : la couleur et le contraste**

- Une couleur réservée à l'action principale ressort d'autant plus qu'elle reste rare. C'est aussi pourquoi le contraste compte tant, comme nous l'avons vu dans la leçon sur l'accessibilité :

Exemple : un seul point d'attention

Effet d'isolation (von Restorff) : ce qui diffère du reste se remarque et se retient

À éviter

Vous avez choisi ce livre

Réserver Partager Favoris Détails Retour

Cinq couleurs fortes se disputent l'attention.

À préférer

Vous avez choisi ce livre

Réserver

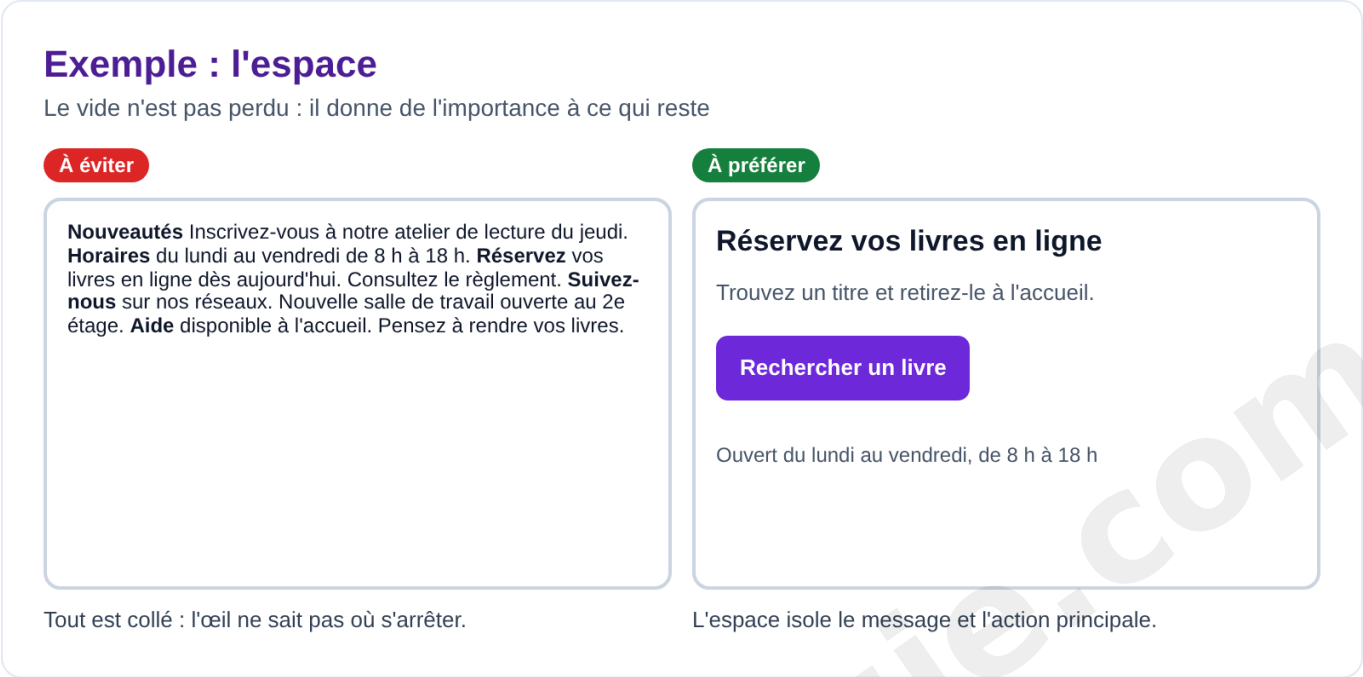
Partager Favoris Détails

Une seule action se distingue, les autres restent disponibles.

1. **Exemple 3 : l'espace**

apcpedagogie.com

- Ajouter de l'espace autour d'un élément revient souvent à le mettre en avant, sans ajouter le moindre effet :



1. **Exemple 4 : la position et le parcours du regard**

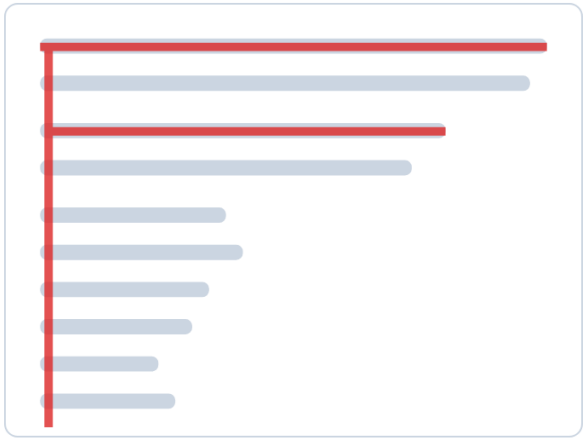
- Sur écran, le haut de la page et le début des lignes reçoivent souvent plus d'attention. Des études d'oculométrie de Nielsen Norman Group ont notamment décrit un parcours en F sur les pages riches en texte :

apcpedagogie.com

Deux parcours du regard souvent observés

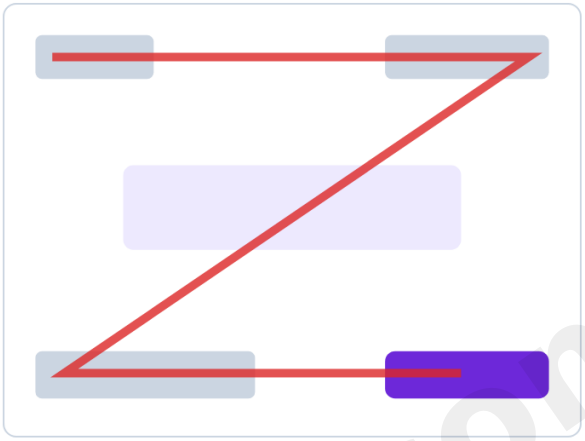
Ce sont des tendances, pas des règles absolues : elles varient avec le contenu et la tâche

Parcours en F



Pages riches en texte : le regard parcourt le haut, puis le début des lignes. Commencez par les mots importants.

Parcours en Z



Pages simples : le regard peut passer du logo au menu, puis descendre vers le message et l'action.

- L'utilisateur peut suivre un autre parcours selon la tâche et l'écran, notamment sur mobile. Ne cherchez pas à appliquer ces schémas à la lettre : servez-vous-en pour réfléchir à l'emplacement du message.

Exemple : commencer par l'essentiel

Les lecteurs parcourent souvent le début des titres et des lignes

À éviter

Mes livres

Nous vous informons que le livre « Apprendre Flutter » devra être rendu vendredi.

Nous vous informons que votre réservation est prête au guichet.

Le début de chaque ligne est identique : l'information importante est repoussée.

À préférer

Mes livres

À rendre vendredi : Apprendre Flutter

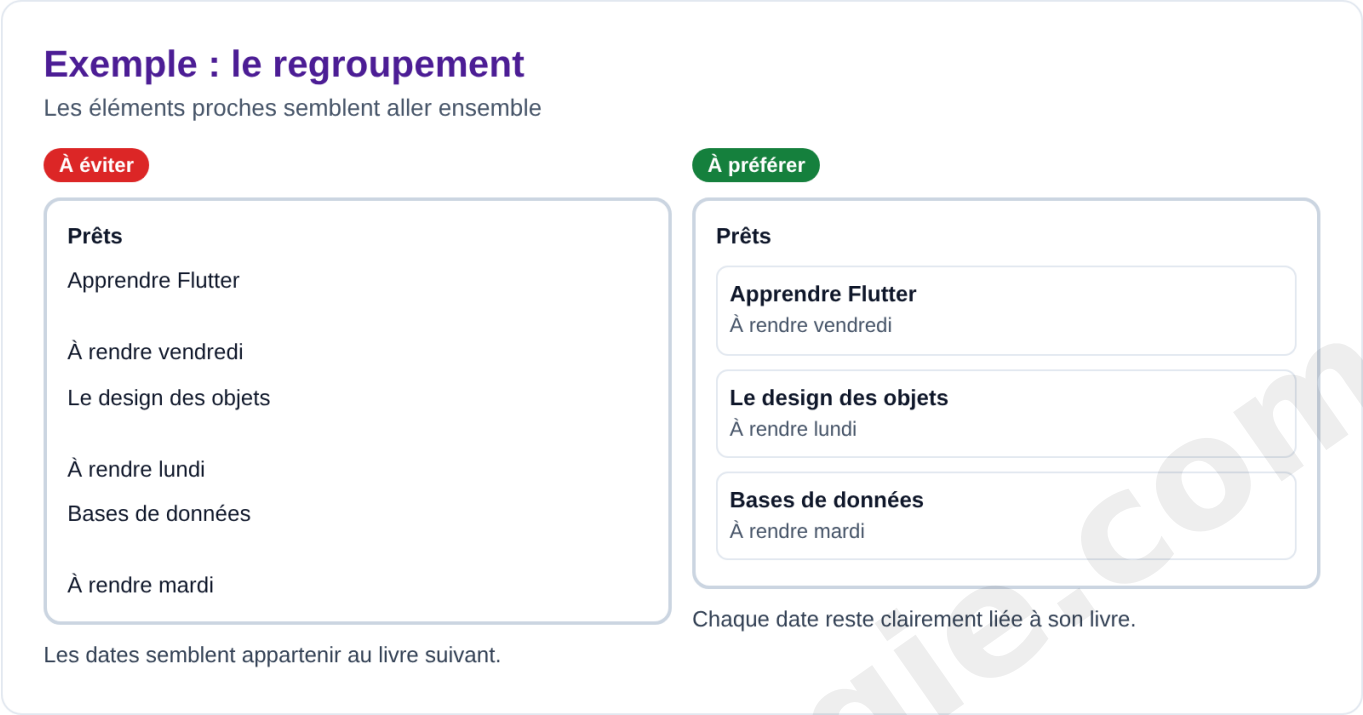
Prêt à retirer : votre réservation au guichet

Les premiers mots donnent immédiatement le sens.

1. **Exemple 5 : le regroupement**

apcpedagogie.com

- La loi de **proximité** (Gestalt) indique que des éléments proches sont perçus comme liés. Un mauvais espacement peut donc tromper l'œil :



1. ## Exemple 6 : les images

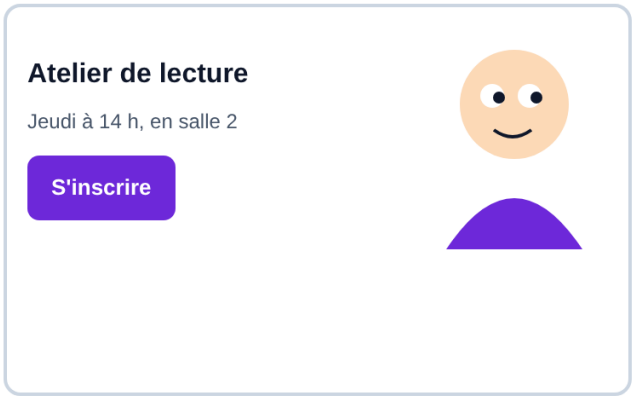
- Les images attirent facilement l'attention. Choisissez-les pour aider à comprendre le message, pas seulement pour remplir l'espace :

apcpedagogie.com

Exemple : une image qui oriente

Une image n'est utile que si elle soutient le message

À éviter



Le personnage regarde hors de l'écran et détourne l'attention du message.

À préférer



Le regard du personnage peut accompagner l'œil vers l'information. À vérifier par un test.

1. **Exemple 7 : le mouvement**

- Notre œil réagit facilement au mouvement. Utilisé à bon escient, il confirme une action. Utilisé en continu, il devient une gêne et peut poser un problème d'accessibilité :

Exemple : le mouvement

Le mouvement capte l'attention, même quand il gêne

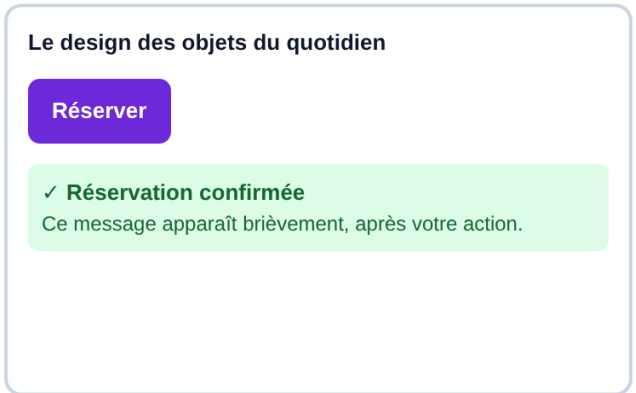
À éviter



Difficile de lire en même temps.

Le mouvement continu empêche de se concentrer et peut gêner certaines personnes.

À préférer



Une animation discrète répond à une action et attire au bon moment.

apcpedagogie.com

1. **Exemple 8 : la cécité aux bannières**

- Les internautes apprennent à ignorer ce qui ressemble à de la publicité. On parle de **cécité aux bannières**. Une information importante doit donc éviter d'en adopter l'apparence :



1. **Exemple 9 : tout réunir**

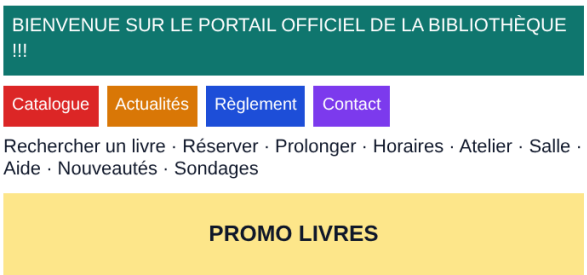
- Voici comment ces principes peuvent transformer un écran d'accueil :

apcpedagogie.com

Tout réunir : l'accueil de BiblioCampus

La même information, avec une hiérarchie claire (maquettes fictives)

À éviter



Tout crie en même temps : on ne sait pas par où commencer.

À préférer



Une question, une action et une information personnelle importante.

1. Attirer sans manipuler

- Mettre en avant l'action utile est légitime. Faire croire qu'il n'existe qu'un seul choix, ou masquer un refus, relève d'une conception trompeuse (*dark pattern*) :

Attirer le regard sans tromper

Une action ne doit pas être mise en avant pour piéger l'utilisateur

À éviter



Le choix est presque caché et le texte culpabilise l'utilisateur.

À préférer



Le prix est clair, le refus reste visible et respectueux.

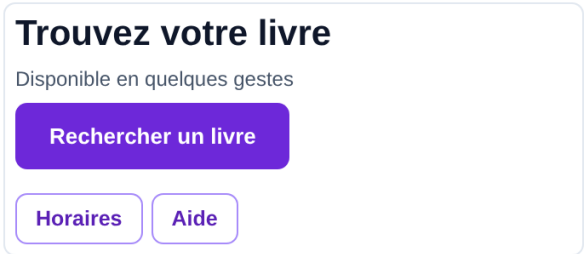
1. Vérifier votre hiérarchie

- Deux tests simples permettent de vérifier si le message principal se voit bien. Commencez par le test du flou :

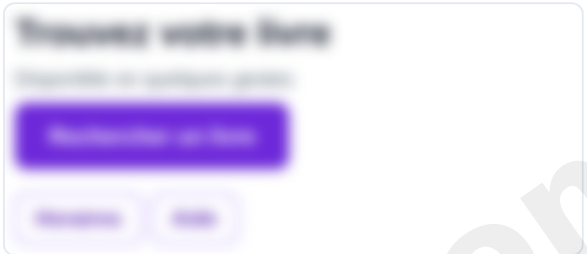
Le test du flou

Plissez les yeux ou floutez l'écran : ce qui reste visible est ce qui domine

Écran net



Écran flouté



Le titre et le bouton restent perceptibles : l'ordre de lecture est clair. Si tout se fond dans la masse ou si un élément secondaire domine, la hiérarchie est à revoir.

Exemple de grille d'évaluation

Page d'accueil de BiblioCampus, première version (exemple fictif)

Question	Observation	Correction
Quel est l'objectif principal de la page ?	Trouver un livre, mais il n'est pas mis en avant	Mettre la recherche au centre
Que voit-on en premier ?	La promotion jaune	Réduire ou retirer ce bloc
Combien d'éléments se disputent l'attention ?	Cinq blocs très colorés	Garder une seule couleur d'action
Que montre le test du flou ?	Le bandeau domine	Revoir tailles et contrastes
L'attention est-elle honnête ?	Pas tout à fait : « Refuser » manque	Rendre tous les choix visibles

apcpedagogie.com

Aide-mémoire : attirer le regard

L'essentiel de la leçon

Avant de dessiner

Que doit voir l'utilisateur en premier, puis en deuxième ? Quelle action est prioritaire ?

Moyens

Taille, contraste, couleur, espace, position, regroupement, image, mouvement.

Tester

Test du flou, test des cinq secondes, observation de vraies personnes.

Limiter

Si tout est important, rien ne l'est. Évitez le clignotement et les pièges.

Règle : guider le regard pour aider l'utilisateur à atteindre son objectif, jamais pour le tromper.

1. ## Activité 1 : prédire l'ordre de lecture

- Sans réfléchir longtemps, numérotez les éléments dans l'ordre où votre regard les rencontre :

Écran fictif : dans quel ordre le regardez-vous ?



- Vérifier : le plus souvent, le titre du plat est vu en premier, puis le bouton, puis les détails. Comparez vos réponses : quels éléments créent cet ordre ?
- L'information sur le prix est-elle assez visible pour un étudiant qui surveille son budget ?

1. ## Activité 2 : le test des cinq secondes

apcpedagogie.com

- Montrez l'écran de l'activité 1 ou l'un de vos écrans à cinq personnes pendant cinq secondes. Demandez-leur ce qu'elles ont vu en premier, l'action possible et une information retenue.

Exemple de résultat : test à cinq personnes

Question	Réponses	Conclusion
Vu en premier	Plat du jour : 4 ; bouton : 1	Attendu
Action retenue	Réserver : 5	Claire
Prix retenu	2 personnes sur 5	À rendre plus visible

- Vérifier : vos résultats comportent les réponses réelles et une conclusion pour chaque question.

1. **Activité 3 : réaliser le test du flou**

- Faites une capture de la page d'accueil de trois sites que vous connaissez. Floutez-les avec un outil d'image, ou plissez simplement les yeux.
- Pour chacune, notez ce qui domine, puis comparez avec l'objectif de la page.
- Vérifier : chaque réponse indique si l'élément dominant aide réellement l'utilisateur.

1. **Activité 4 : choisir un message principal**

- Pour chaque page, choisissez l'élément à mettre en avant et justifiez votre choix :
  - la fiche d'un produit dans un site marchand ;
  - la page d'une alerte de sécurité sur un compte ;
  - la page d'accueil d'un restaurant universitaire à midi ;
  - la page de résultat d'un examen.
- Vérifier : par exemple le prix et l'achat ; le problème et l'action de sécurité ; le menu et l'affluence ; le résultat lui-même. Votre réponse doit partir de la tâche de l'utilisateur.

1. **Activité 5 : refaire une page surchargée**

- Redessinez cette page. L'objectif principal est de faire inscrire une équipe avant la date limite :

apcpedagogie.com

Page fictive à refaire : inscription à un concours



- Vérifier : votre maquette présente un titre clair, la date limite, l'action d'inscription et une couleur principale. Le test du flou doit faire ressortir le titre et le bouton.

1. Activité 6 : hiérarchiser des boutons

- Sur un écran de paiement, classez ces actions et proposez un style : « Payer 15 DT », « Retour au panier », « Annuler la commande », « Aide ».
- Vérifier : « Payer 15 DT » est l'action principale ; « Retour au panier » reste secondaire ; « Annuler » et « Aide » restent visibles sans se confondre avec le paiement.
- Pourquoi deux boutons principaux sur le même écran poseraient-ils un problème ?

1. Activité 7 : réécrire pour le balayage

- Réécrivez ces phrases pour placer l'information importante au début :
  - « Nous avons le plaisir de vous informer que votre candidature a été acceptée. »
  - « En raison de travaux, et afin d'assurer votre sécurité, la salle 2 est fermée jusqu'à lundi. »
  - « Il est rappelé aux étudiants qu'ils doivent rendre leurs livres avant le 30 juin. »
- Vérifier : par exemple « Candidature acceptée », « Salle 2 fermée jusqu'à lundi » et « Livres à rendre avant le 30 juin ».

1. Activité 8 : repérer les manipulations

- Pour chaque cas, indiquez s'il s'agit d'une mise en avant utile ou trompeuse :
  - Un bouton « Enregistrer » plus visible que « Annuler ».
  - Une case d'assurance payante cochée par défaut.

apcpedagogie.com

    - Un minuteur annonçant une fausse fin d'offre.
    - Un message rouge signalant une vraie erreur de saisie.
    - Le bouton de refus des cookies caché derrière plusieurs écrans.
- Vérifier : les cas 1 et 4 sont des mises en avant utiles ; les cas 2, 3 et 5 sont trompeurs.

1. ## Activité 9 : évaluer une page réelle

- Choisissez une page importante d'une application et remplissez une grille comme celle de la leçon.
- Proposez trois corrections, puis dessinez la page corrigée.
- Vérifier : les corrections sont liées à une observation, et la nouvelle hiérarchie sert bien l'objectif de la page.

1. ## Activité 10 : déposer votre travail sur GitHub

- Regroupez vos réponses dans `09-attirer-regard/README.md` et ajoutez les images de vos maquettes, puis envoyez le tout :

```
git add 09-attirer-regard
git commit -m "Ajoute la leçon sur l'attraction du regard"
git push
```

- Vérifier : le fichier `README.md` et vos images apparaissent bien sur la page GitHub du dépôt.

1. ## Erreurs fréquentes

Erreur ou réflexe	Pourquoi c'est un problème	Ce qu'il faut faire
Vouloir tout mettre en avant	Si tout est important, rien ne l'est	Choisir un message principal
Multiplier les couleurs vives	Les éléments se font concurrence	Réserver une couleur à l'action principale
Écrire tout en majuscules	Le texte devient plus difficile à lire	Utiliser la taille et la graisse
Ajouter un clignotement ou un carrousel automatique	Cela distrait et peut gêner	Limiter le mouvement et laisser le contrôle

apcpedagogie.com

Erreur ou réflexe	Pourquoi c'est un problème	Ce qu'il faut faire
Imiter une bannière publicitaire	L'information est ignorée	Présenter le message sobrement dans le contenu
Remplir tout l'espace	Aucun élément ne ressort	Laisser respirer les éléments importants
Masquer le choix de refus	L'utilisateur est trompé et perd confiance	Rendre chaque choix visible et clair
Se fier à son impression de concepteur	Vous savez déjà où regarder	Tester avec d'autres personnes

1. À retenir

- La **hiérarchie visuelle** indique ce qu'il faut regarder d'abord.
- La taille, le contraste, la couleur, l'espace, la position, le regroupement, l'image et le mouvement peuvent guider le regard.
- Les parcours en F et en Z sont des tendances, pas des règles fixes.
- L'important doit ressortir : si tout est mis en avant, plus rien ne se distingue.
- Le test du flou et le test des cinq secondes permettent de vérifier rapidement une page.
- Attirer l'attention doit aider l'utilisateur, jamais le tromper.

> *Attirer le regard, ce n'est pas crier plus fort que les autres éléments : c'est faire silence autour de ce qui compte.*

Sommaire du cours UI/UX Design

Source : https://apcpedagogie.com/attirer-le-regard-de-lutilisateur · téléchargé le 04/11/2026 · © APC Pédagogie · apcpedagogie.com