

# Qualité web



## Jean-Philippe Simonnet

Chef du bureau de la diffusion web  
et du web sémantique

Ministère de la Transition écologique et solidaire

@oxymore

[www.simonnet.me](http://www.simonnet.me)

# Sommaire

Sommaire .....	2
Qualité web ? .....	3
Principes de base	4
Une ressource indispensable sur la qualité web	4
Périmètre de la qualité web .....	5
Le modele VPTCS	6
MOE /MOA	7
Checklists, référentiels et certifications .....	8
Le W3C	8
Les documents de référence du S.I. de l'État	9
Les référentiels OPQUAST	10
Les principales Checklist	10
La certification opquast	11
Bonnes pratiques .....	12
75 critères prioritaires (avant les 226)	12
Webperf.....	16
7 règles de webperformance	16
Mesurer la webperformance	17
Classement	17
Tester un outil de mesure : Lighthouse	19
Conclusion .....	20

# Qualité web ?

La qualité web a commencé à s'imposer du fait de l'engagement de certains acteurs du web tel que google qui a du rapidement édicter des règles de bonne conduite pour prouver sa propre valeur en tant que vendeur de publicité.

Il donne des règles, mais aussi des ressources de connaissance et va jusqu'à proposer des cours pour bien concevoir les sites internet.

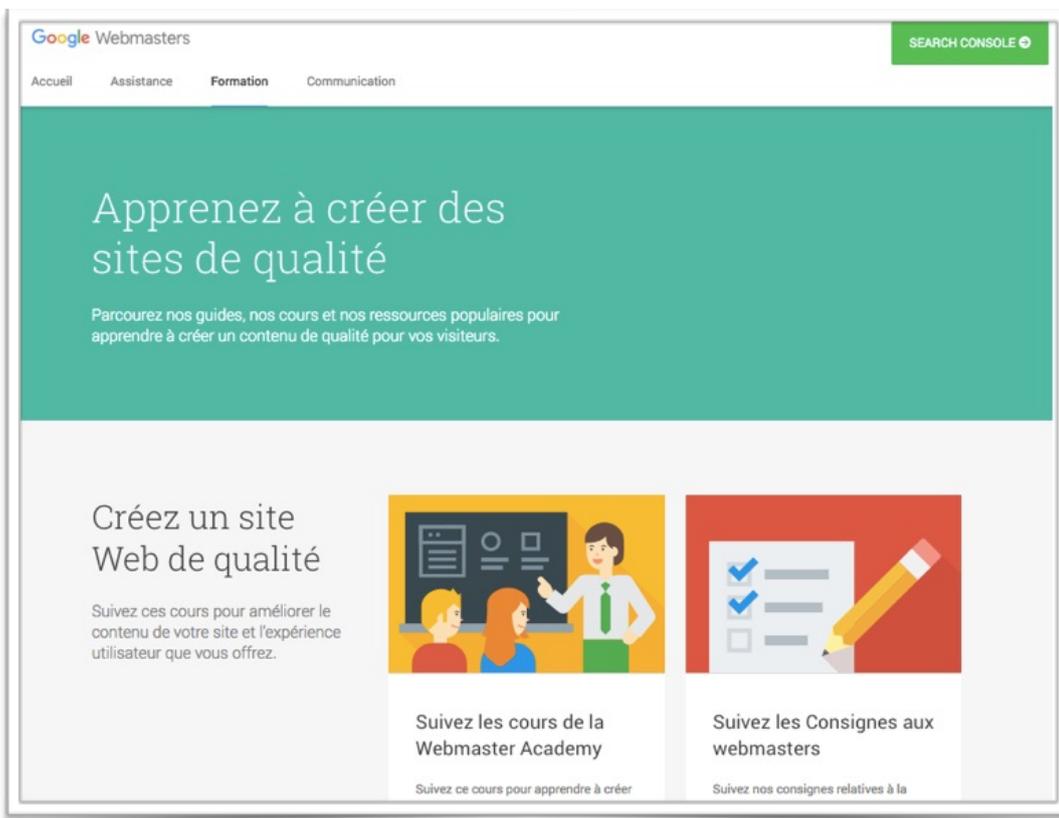
GOOGLE, Consignes relatives à la qualité

[https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=fr&ref\\_topic=6001981](https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=fr&ref_topic=6001981)

**« Les webmasters qui s'efforcent de respecter ces principes de base offriront aux internautes une navigation plus agréable et obtiendront un meilleur classement que ceux qui recherchent en permanence les failles à exploiter. »**

Sources à consulter

<https://www.google.fr/intl/fr/webmasters/learn/>



The screenshot shows the Google Webmasters website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Accueil', 'Assistance', 'Formation', and 'Communication'. A 'SEARCH CONSOLE' button is visible in the top right corner. The main heading reads 'Apprenez à créer des sites de qualité'. Below this, a sub-heading says 'Parcourez nos guides, nos cours et nos ressources populaires pour apprendre à créer un contenu de qualité pour vos visiteurs.' The page features two main content blocks: 'Créez un site Web de qualité' with an illustration of a teacher and students, and 'Suivez les Consignes aux webmasters' with an illustration of a checklist and a pencil. Both blocks include text about following courses and guidelines to improve site quality and user experience.

## Principes de base

---

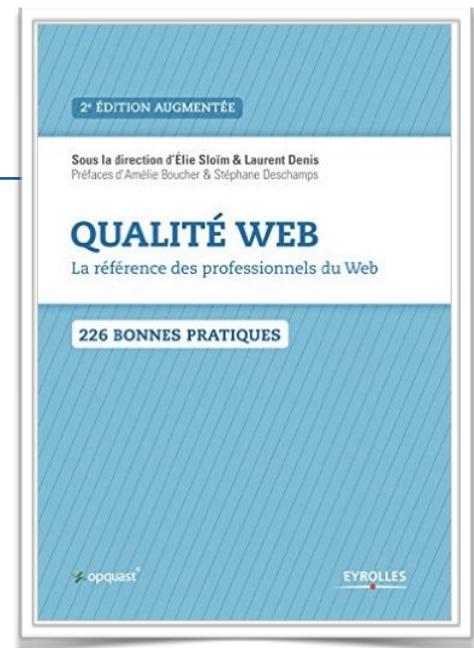
- Concevez vos pages en pensant d'abord aux internautes et non aux moteurs de recherche.
- Ne trompez pas les internautes.
- Évitez les "astuces" destinées à améliorer le classement sur les moteurs de recherche.  
Pour savoir si votre site Web respecte nos consignes, posez-vous simplement la question suivante : "Cela me dérangerait-il d'expliquer au propriétaire d'un site Web concurrent ou à un employé de Google quelles sont les solutions que j'ai adoptées ?". Vous pouvez également vous poser les questions suivantes : "Ces solutions sont-elles d'une aide quelconque pour les internautes ?", "Aurions-nous fait appel à ces techniques si les moteurs de recherche n'existaient pas ?"
- Pensez aux éléments qui rendent votre site Web unique et attrayant, et qui lui confèrent de la valeur. Faites en sorte que votre site Web se distingue des sites concurrents dans votre secteur d'activité.

## Une ressource indispensable sur la qualité web

---

**« La qualité Web est l'aptitude d'un service en ligne à satisfaire des besoins explicites ou implicites. »**

Elie sloïm, auteur du livre « Qualité web »



# Périmètre de la qualité web

Et vous votre prochain site web vous allez le confier à qui ? , un amateur ou a un professionnel ?

Amateur	Professionnel
Prix	Devis
Compétence	Diplôme, certifications
Disponibilité	Planning
Se mettre d'accord	Cahier des charges
Confiance	Assurance
Convivialité	Evaluation

Les techniques du web se complexifient, il y a encore beaucoup de personnes autodidactes, apprendre est une exigence dans nos métiers qui évoluent très rapidement. Par contre ce qui vous différenciera des amateurs c'est votre méthode de travail qui permet d'assurer un maximum de résultats vis à vis de votre client. Cette obligation de résultat pour la prouver il faut pouvoir la mesurer. Bien souvent votre client est incapable de mesurer lui-même la qualité de votre produit, par contre il peut demander a une autre entreprise de le faire. Il faut donc assurer la qualité de vos produits et surtout ne pas hésiter à donner des indicateurs de votre propre qualité avant qu'elle puisse la remettre en question.

La qualité peut être abordée comme une appréciation subjective d'un travail

**Pour diminuer la part de subjectivité :**

- évaluer, estimer le niveau de qualité
- gérer, l'améliorer et contrôler
- garantir, certifier et assurer la qualité



## Le modele VPTCS

<b>V</b> <b>visibilité</b>	<b>P</b> <b>Perception</b>	<b>T</b> <b>Technique</b>	<b>C</b> <b>Contenus</b>	<b>S</b> <b>Services</b>
être rencontré par ses utilisateurs potentiels.	être utilisable et correctement perçu par ses utilisateurs	fonctionner correctement	délivrer de l'information de qualité	proposer, accompagner, générer la réalisation de services de qualité
Référencement marketing Communication	ergonomie webdesign	Code, sécurité, hébergement	Redaction, Traduction, Stratégie éditoriale	E-commerce, logistique, SAV
<b>Avant la visite sur le site</b>	<b>Pendant la visite</b>			<b>Après la visite</b>
	<b>UI - interface utilisateur</b>			
<b>UX - expérience utilisateur</b>				
Comment mettre en valeur les contenus et les services			Pourquoi utiliser le site	
<b>Maitrise d'oeuvre</b>			<b>Maitrise d'ouvrage</b>	
Agence de pub SEO - Marketing	Agence web et de communication	SSII, DSI, Directions informatique	Directions Générales, Services Web / TIC	

Afin de mieux comprendre un projet de site internet, il nous faut un moyen de ne pas oublier les étapes de fabrication de celui-ci. Le modèle VPTCS élaboré par la société Temesis, permet de pouvoir faire des audits de qualité et de présenter de manière structurée les différents résultats.

Dans le temps ce modèle a permis aussi de différencier les métiers concernés et de ce fait les prestataires potentiellement impliqués dans la fabrication d'un site internet. Cela montre aussi que nous pensons souvent qu'un site internet se limite à la partie « interface utilisateur » alors que son expérience utilisateur va bien au-delà des pages de votre site. Comment trouver le site, quelle action a pris le formulaire de commande, les mails de facturation, relance, inscription et le service client sont des composants indispensables de la qualité de votre site web.

Source : <http://temesis.com/ressources/articles/le-metier/vptcs-un-modele-pour-la-qualite.html>

## MOE /MOA

---

Lors d'un projet digital ou informatique, il y a toujours deux grandes responsabilités : celui qui définit ce qu'il faut faire (maître d'ouvrage) et celui qui définit comment le faire et assure la réalisation (maître d'œuvre).

### MOA – Maître d'ouvrage

---

Le maître d'ouvrage (MOA) est la personne ou le groupe qui exprime le besoin. Il précise les objectifs, les délais et le budget alloué. Dans "ouvrage" il faut comprendre le produit qui sera livré à la fin du projet. L'expression des besoins est donc exprimée par le MOA.

#### **AMOA – Maître d'ouvrage délégué**

A savoir qu'il est fréquent de faire appel à un AMOA (ou AMO) – Assistance à Maîtrise d'Ouvrage. Il s'agit de la personne qui possède les compétences nécessaires au pilotage du projet.

L'AMOA fait l'interface entre le MOA et le MOE, il s'assure que les besoins sont clairement exprimés auprès du MOE. Pour cela, il transforme un besoin en fonctionnalité grâce à la conception d'interfaces et à la rédaction d'un cahier des charges avec spécifications fonctionnelles (entre autres).

L'AMOA est également le soutien du MOE d'un point de vue technique, en l'assistant dans les choix techniques, l'apport d'informations au sujet des fonctionnalités à réaliser et les phases de recette.

### MOE – Maître d'œuvre

---

Le maître d'œuvre (MOE) est la personne ou le groupe qui assure la production du projet dans le respect des délais, du budget et de la qualité attendue.

## Différences entre maître d'ouvrage (MOA) et maître d'œuvre (MOE)

---

L'intervention de chacun est différente lors du déroulement d'un projet. La définition précise des besoins est traitée par le MOA, qui se charge régulièrement d'exprimer ses besoins et de déléguer la partie conception / spécifications à l'AMO, voir le MOE dans certains cas (souvent en raison d'un manque de connaissances techniques).

Cependant, la définition des besoins doit clairement rester sous la responsabilité du MOA pour éviter des conflits. En effet, le MOE ne doit pas ajouter de nouvelles fonctionnalités au cours du projet à son initiative, sans accord du MOA.

Source : <https://marcdezordo.me/quelle-est-la-difference-entre-un-moa-maitre-douvrage-et-un-moe-maitre-doeuvre/>

# Checklists, référentiels et certifications

## Le W3C

---

La mission du W3C est d'amener le Web à son plein potentiel, en développant des protocoles et des directives permettant une croissance à long terme du Web.

Le World Wide Web Consortium (W3C) est une communauté internationale où les membres, une équipe à plein temps, et le public travaillent ensemble pour développer les standards du web. Fondé et mené par l'inventeur du web Tim Berners-Lee, dirigé par le CEO Jeffrey Jaffe, la mission du W3C est de conduire le web à son plein potentiel.

**Le leitmotiv du W3C est « un seul web partout et pour tous ».**

Markup Validation Service : <https://validator.w3.org/>

CSS Validation Service : <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>

Developpers Tools : <https://www.w3.org/developers/tools/>

Free online courses (W3C) : <https://www.edx.org/school/w3cx>



## Les documents de référence du S.I. de l'État

**C'est le cadre stratégique commun du système d'information de l'État, pour fixer une ambition commune de transformation des systèmes d'information, à l'échelle interministérielle.**

- améliorer le service rendu à l'utilisateur et à l'agent et augmenter la valeur ajoutée des systèmes d'information,
- rendre plus efficaces les systèmes en mettant en commun des composants et infrastructures à l'état de l'art,
- renforcer les capacités de pilotage, dans le domaine des ressources humaines, de la maîtrise des grands projets, du budget, des achats.



**Principaux Référentiels :** <http://references.modernisation.gouv.fr/referentiels>

### **Le RGI : INTEROPÉRABILITÉ**

Le RGI est un cadre de recommandations référençant des normes et standards qui favorisent l'interopérabilité au sein des systèmes d'information de l'administration.

### **Le RGS : Sécurité**

Le RGS est un recueil de règles et de bonnes pratiques en matière de sécurité des systèmes d'information (SSI).

### **Le RGAA : l'accessibilité numérique**

L'accessibilité est une priorité du Gouvernement. Le SGMAP, à travers la DINSIC, accompagne la mise en œuvre de son volet numérique.

### **La Charte Internet de l'État**

La Charte Internet de l'État constitue un guide pratique et opérationnel, facilement applicable, dont le but est de garantir la qualité générale de l'Internet de l'État.

## Les référentiels OPQUAST

---

La société Temesis a monté le projet opquast avec de nombreux professionnels afin de collecter les bonnes pratiques en matière de qualité web, il s'agit encore maintenant notre meilleure source de référentiel en France et la plus partagée du fait de son élaboration collaborative.

<http://opquast.com/fr/>

Voici une liste de critères qui définissent a priori ce qu'est une bonne pratique recevable pour Opquast.

- Elle est vérifiable en ligne.
- Elle a une valeur ajoutée démontrable pour les utilisateurs.
- Elle est réaliste sur les sites web ou services en ligne.
- Elle est valable au niveau international.
- Elle ne comporte pas de référence à une valeur numérique.
- Son libellé ne fait pas référence à une solution technique.
- Son libellé ne fait pas référence à une norme ou un standard regroupant des exigences multiples.

## Les principales Checklist

---

<http://checklists.opquast.com/fr/>

Qualité Web	226 critères. La check-list de référence pour la qualité des sites.	<a href="http://checklists.opquast.com/fr/oqs-v3/">http://checklists.opquast.com/fr/oqs-v3/</a>
Web Mobile	26 critères pour améliorer vos sites au contexte mobile	<a href="http://checklists.opquast.com/fr/web-mobile/">http://checklists.opquast.com/fr/web-mobile/</a>
SEO	80 bonnes pratiques pour pousser plus loin votre référencement	<a href="http://checklists.opquast.com/fr/seo/">http://checklists.opquast.com/fr/seo/</a>
Performance	41 critères pour afficher vos sites encore plus rapidement	<a href="http://checklists.opquast.com/fr/webperf/">http://checklists.opquast.com/fr/webperf/</a>
Eco-conception Web	115 bonnes pratiques pour doper son site et réduire son empreinte écologique - Frédéric Bordage	<a href="http://checklists.opquast.com/fr/ecoconception-web/">http://checklists.opquast.com/fr/ecoconception-web/</a>

## La certification opquast

---

<http://certified.opquast.com/fr/>

### **Certificat Opquast® : Maîtrise de la qualité en projet Web**

Les professionnels du Web : chefs de projets, designers, intégrateurs, développeurs, commerciaux, marketing, managers et producteurs de contenus Web doivent posséder une culture commune et un solide niveau de compétences. La certification Opquast atteste du niveau de maîtrise des bonnes pratiques, du vocabulaire et des contextes d'usage des sites Web et services en ligne. Elle est recensée au Registre National des Certifications Professionnelles.

Les différents niveaux :

#### **EXPERT - 900 points**

Maîtrise complète des bonnes pratiques et du vocabulaire associé. Niveau d'expertise suffisant pour devenir référent et formateur sur la qualité Web.

#### **AVANCÉ - 800 points**

Excellente connaissance des bonnes pratiques qualité Web et du vocabulaire associé. Compétences réelles et appréciables pour participer à des projets Web.

#### **CONFIRMÉ - 700 points**

Bonne connaissance des bonnes pratiques qualité Web et du vocabulaire associé. Capacités à comprendre et échanger avec les autres professionnels du Web.

#### **INTERMÉDIAIRE - 600 points**

Connaissance des fondamentaux des bonnes pratiques qualité Web et des termes du Web. Connaissances suffisantes pour comprendre les autres professionnels du Web.

#### **NOVICE - 500 points**

Connaissance basique des bonnes pratiques qualité Web et possibilité d'y faire référence. Connaissances élémentaires des processus et du vocabulaire du projet Web.

#### **CANDIDAT - Moins de 500 points**

Connaissance de l'existence des bonnes pratiques. Possibilité d'y faire référence sans connaissance ou compétence présentant une valeur ajoutée dans le projet Web.

**Quiz :** <https://www.opquast.com/certification/connaissez-bonnes-pratiques-web/>



# Bonnes pratiques

## 75 critères prioritaires (avant les 226)

Opquast Website V3

<http://checklists.opquast.com/fr/opquast-website-v3/>

Principales rubriques :

Alternatives	Identification
Code	Internationalisation
Contact	Mobile
Contenus	Navigation
E-Commerce	Présentation
Fichiers et multimédia	Sécurité et confidentialité
Formulaires	Serveur et Performances
Hyperliens	Tableaux

Les critères :

<b>Check-list Opquast Website : version 3</b>		
N°	Rubrique	Libellé
1	Alternatives	Chaque image décorative est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
2	Alternatives	Chaque image-lien est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
3	Alternatives	Chaque image porteuse d'information est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
4	Alternatives	Les objets inclus sont dotés d'une alternative textuelle appropriée.
5	Alternatives	Les contenus générés via les styles sont dotés d'une alternative appropriée.
8	Alternatives	L'information n'est pas véhiculée uniquement par la couleur.

13	Code	Le contenu de chaque page est organisé selon une structure de titres et sous-titres hiérarchisée.
14	Code	Le site n'impose pas de redirection ou de rafraîchissement automatique côté client.
28	Contact	Les coordonnées postales et téléphoniques de la représentation locale ou du siège social des sociétés et organisations sont indiquées.
29	Contact	Chaque demande d'information fait l'objet d'un accusé de réception.
32	Contenus	Le titre de chaque page permet d'identifier le site.
33	Contenus	Le titre de chaque page permet d'identifier son contenu.
41	E-Commerce	La disponibilité des produits est indiquée avant la validation définitive de la commande.
42	E-Commerce	Le délai de livraison estimé est indiqué avant la validation définitive de la commande.
44	E-Commerce	La modification de la quantité de chaque article, l'ajout et la suppression d'un ou plusieurs articles restent possibles avant la validation définitive de la commande.
45	E-Commerce	La nature et les caractéristiques quantifiables des produits et services sont indiquées.
50	E-Commerce	Les conditions de fonctionnement du service après-vente sont indiquées.
52	E-Commerce	Les conditions de garantie sont indiquées.
53	E-Commerce	Les conditions de vente ou d'utilisation sont accessibles depuis toutes les pages.
54	E-Commerce	Les informations relatives à la zone de livraison des produits ou de réalisation des services sont indiquées.
55	E-Commerce	Les moyens de paiement acceptés et les procédures correspondantes sont indiqués.
56	E-Commerce	Les horaires et tarifs de fonctionnement des services mis à la disposition des utilisateurs sont indiqués.
58	E-Commerce	L'adresse et les conditions de retour des produits sont indiquées.
60	E-Commerce	Les conditions de remboursement sont indiquées.
63	E-Commerce	Une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation peut être spécifiée.
64	E-Commerce	Le site accepte au moins deux moyens de paiement.
67	E-Commerce	Les produits indisponibles font l'objet d'une différenciation visuelle et textuelle.
77	Fichiers et multimédia	Le format des fichiers proposés en téléchargement est indiqué.

80	Fichiers et multimédia	Les animations, sons et clignotements peuvent être mis en pause.
81	Fichiers et multimédia	Le déroulement des animations ne bloque pas la navigation ou l'accès aux contenus.
82	Fichiers et multimédia	Les sons et vidéos sont déclenchés par l'utilisateur.
85	Formulaires	Chaque champ de formulaire est associé dans le code source à une étiquette qui lui est propre.
87	Formulaires	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique si la saisie est obligatoire.
88	Formulaires	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique, le cas échéant, quel format de saisie doit être respecté.
92	Formulaires	Chaque étiquette de formulaire est visuellement rattachée au champ qu'elle décrit.
93	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les champs contenant les données rejetées sont indiqués à l'utilisateur.
94	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les raisons du rejet sont indiquées à l'utilisateur.
95	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, toutes les données saisies peuvent être modifiées par l'utilisateur.
96	Formulaires	Lors de la saisie d'un formulaire réparti sur plusieurs pages, un récapitulatif global est affiché avant l'envoi définitif.
98	Formulaires	La soumission d'un formulaire est suivie d'un message indiquant la réussite ou non de l'action souhaitée.
99	Formulaires	Les processus complexes sont accompagnés de la liste de leurs étapes.
100	Formulaires	L'étape en cours d'un processus complexe est indiquée.
104	Formulaires	Le copier coller est possible dans les champs de formulaire.
107	Hyperliens	Chaque lien est doté d'un intitulé dans le code source.
108	Hyperliens	Le soulignement est réservé aux hyperliens.
109	Hyperliens	Les hyperliens sont visuellement différenciés du reste du contenu.
111	Hyperliens	Le site n'impose pas d'interdiction ou de restriction à la mise en place des liens entrants.
115	Hyperliens	Le libellé de chaque hyperlien décrit sa fonction ou la nature du contenu vers lequel il pointe.
124	Identification	La racine du site contient des instructions pour les robots d'indexation.
125	Identification	Le code source de chaque page contient une métadonnée qui en décrit le contenu.

126	Identification	Le code source des pages contient un appel valide à un icône de favori.
128	Identification	Le site propose un fichier sitemap indiquant les contenus à explorer.
132	Internationalisation	Le code source de chaque page indique la langue principale du contenu.
139	Mobile	Le site ne bloque pas les fonctionnalités de zoom du navigateur.
141	Mobile	La promotion de l'application mobile ne recourt ni aux alertes javascript ni aux fenêtres modales.
142	Mobile	Le site propose un ou plusieurs mécanismes dédiés à l'adaptation aux terminaux mobiles.
143	Mobile	Les champs de saisie de type mail, URL, téléphone, nombre, recherche, mots de passe, heure et date sont dotés du type approprié.
149	Navigation	La navigation sur le site ne provoque pas l'ouverture de fenêtres surgissantes (popups).
156	Navigation	Le site est intégralement utilisable au clavier.
159	Navigation	Chaque page affiche une information permettant de connaître son emplacement dans l'arborescence du site.
160	Navigation	Le site propose un moteur de recherche interne.
163	Navigation	Un plan du site est accessible depuis chaque page.
181	Présentation	Les contenus sont présentés avec un contraste suffisant par rapport à leur arrière-plan.
187	Sécurité et confidentialité	Le site propose une procédure de réinitialisation du mot de passe.
188	Sécurité et confidentialité	Les mots de passe peuvent être choisis ou changés par l'utilisateur.
191	Sécurité et confidentialité	Les certificats de sécurité sont signés et en cours de validité.
193	Sécurité et confidentialité	Les échanges de données sensibles sont sécurisés et signalés comme tels.
196	Sécurité et confidentialité	Les informations sur la sécurité des transactions sont indiquées.
197	Sécurité et confidentialité	L'objectif des cookies et les limitations inhérentes à leur refus sont expliqués.
206	Serveur et Performances	Le serveur envoie les informations permettant la mise en cache des contenus.
208	Serveur et Performances	Le serveur envoie une page d'erreur 404 personnalisée.

210	Serveur et Performances	Le menu principal de navigation figure sur les pages d'erreur personnalisées.
211	Serveur et Performances	Le serveur transmet des contenus compressés aux clients qui les acceptent.
216	Serveur et Performances	Les fonctions de scripts internes au site sont placées dans des fichiers externes.
222	Tableaux	Les cellules des tableaux de données sont reliées à leurs en-têtes.

# Webperf

## 7 règles de webperformance

### Pour le e-commerce :

1. Le taux de conversion
2. Le taux d'abandon de paniers :
3. La taille du panier moyen :

### Pour un blogue d'entreprise :

1. Le taux d'inscription à une infolettre
2. La moyenne des revenus publicitaires :

### Pour la génération de leads (génération de prospects)

1. Le nombre de leads moyen par jour ou par semaine
2. Le nombre de téléchargements de demandes

#### La génération de leads

(de l'anglais lead generation - communément abrégé en lead-gen signifie littéralement « détection de pistes ») est un terme marketing désignant la détection de signaux d'intérêt

#### Source

<https://www.nbnd.ca/fr/blogue/-indicateurs-performance-web-que-vous-devriez-mesurer>



## La webperf des 40 e-commerçants les plus visités en France en décembre 2016

Classement - Site	Speed Index (moyenne)	Temps de chargement moyen des pages (millisecondes)	Poids moyen des pages analysées (octets)	Nombre moyen de requêtes
8- maisonsdumonde.com (+1)	2370	3529	2209496	238
9- kiabi.com (+4)	2382	6205	1666448	221
10- amazon.fr (-5)	2510	6636	4621069	144
11- ebay.fr (=)	2516	3716	2306018	256
12- laredoute.fr (-8)	2575	2670	810608	50
13- lidl.fr (-7)	2604	7480	5607702	144
14- ikea.com (=)	2651	6287	3062739	202
15- blancheporte.fr (=)	2678	5846	2547416	191
16- toysrus.fr (-4)	2713	7812	2091969	162
17- 3suisses.fr (+4)	2842	6133	2237832	143
18- decathlon.fr (-2)	2992	4478	1891535	114
19- lagranderecre.fr (=)	3036	5422	1995438	117
20- sarenza.com (+5)	3107	3764	1287876	105
21- castorama.fr (-1)	3201	5109	2388317	157
22- alinea.fr (+1)	3392	5496	2862243	215
23- booking.com (-1)	3475	5508	1558295	89
24- auchan.fr (-6)	3485	4085	1275133	111
25- groupon.fr (+1)	3630	3938	1427791	71
26- but.fr (+3)	3631	6150	3403976	268
27- sephora.fr (+1)	3772	5752	1950661	164
28- e-leclerc.com (+8)	3817	7892	4885828	253
29- voyages-sncf.com (+2)	3919	7964	2286359	109
30- boulanger.fr (+2)	3991	6758	1835805	146
31- zalando.fr (-4)	4226	7645	3510028	184

## La webperf des 40 e-commerçants les plus visités en France en décembre 2016

Classement - Site	Speed Index (moyenne)	Temps de chargement moyen des pages (millisecondes)	Poids moyen des pages analysées (octets)	Nombre moyen de requêtes
32- yves-rocher.fr (-8)	4300	7414	3162061	221
33- darty.com (+1)	4320	8134	3064706	350
34- priceminister.com (-1)	4578	7028	3093811	321
35- cdiscount.com (+2)	4681	11561	3866342	295
36- carrefour.fr (-1)	4786	7348	1436043	232
37- conforama.fr (-7)	4889	11060	2084244	341
38- fnac.com (=)	5065	5771	1746164	141
39- galerieslafayette.com (=)	5946	8545	3131385	102
40- rueducommerce.fr (=)	6542	17170	3796688	50

### Source :

<http://www.journaldunet.com/solutions/dsi/1190151-classement-la-webperf-des-40-tenors-de-l-e-commerce-en-france-en-decembre/>

## Tester un outil de mesure : Lighthouse

Lighthouse est un outils automatisé (une extension google chrome) pour améliorer la qualité des pages web. Vous pouvez analyser toute page visible sur le web. Il vous donnera des audits sur la performance, l'accessibilité ...

### L'extension sur le chrome Web store :

<https://chrome.google.com/webstore/detail/lighthouse/blipmdconlkpinefehnmmjammfjpmbjk>

### Source :

<https://developers.google.com/web/tools/lighthouse/>



# Conclusion

- Un site web ce n'est pas une belle page d'accueil
- Dans un projet web, il faut garder en tête les objectifs de celui-ci
- Il faut mesurer la qualité, les performances pour les améliorer, vous avez des outils pour le faire.
- Ce qui fait de vous un professionnel du web, c'est votre capacité à réduire les risques et répondre à un cahier des charges au delà des connaissances de votre client

« Si vous êtes charpentier et que vous fabriquez une magnifique commode, vous n'allez pas utiliser un morceau de contre-plaqué pour l'arrière du meuble, même si il est contre le mur et personne ne va le voir. Vous saurez que ce sera là. Donc, vous allez utiliser une magnifique pièce de bois.

Pour que vous dormiez bien la nuit, l'esthétique, la qualité doivent être des impératifs de bout en bout »

Steve Jobs

