



PROJET 1

C1 - HTML CSS

Page d'accueil d'un site e-commerce

RespectWool

par Sarah Delgado

Passerelle Numérique – Promotion 5

1. L'entreprise

RespectWool est une entreprise fonctionnant en économie sociale et solidaire, c'est-à-dire qu'elle fait partie des deux cent milles entreprises françaises qui cherchent à concilier solidarité, performances économiques et utilité sociale.

Produits

Sa marchandise est constituée des pelotes de laine pensées pour le tricot, le crochet, et toutes autres activités nécessitant de la laine de qualité. Cette laine est issue de moutons élevés à l'air libre dans les campagnes françaises, nourris au biologique et traités dignement par leurs éleveurs.

Engagement

L'entreprise et ses partenaires ont signé la charte des entreprises d'insertion, c'est à dire que tous s'engagent à faciliter l'accès à l'emploi aux personnes éloignées de celui-ci et à leur fournir un accompagnement spécifique. La finalité de RespectWool et des fermes éleveuses est sociale avant d'être marchande.

L'entreprise s'engage aussi à ne dégager qu'une marge faible du site internet et à être totalement transparente concernant les prix pratiqués, afin d'assurer un revenu juste et équitable aux éleveurs et un prix accessible au plus grand nombre de clients.

Cibles

RespectWool cible en priorité une clientèle de femmes aux revenus moyens à élevés, de 20 à 35 ans, qui pratiquent le tricot, et ayant une sensibilité aux questions écologiques et sociales. L'entreprise cible dans un second temps une clientèle de femmes de 55 ans et plus, adeptes des marques leadeuses du marché (Phildar, Bergère de France), ainsi que des hommes de 25 à 30 ans ayant un intérêt pour le tricot.

2. Le style

Première partie : l'en-tête

La marque RespectWool est représentée par un logo voulu épuré, ludique et porteur d'une signification évidente. Le produit est au centre, accompagné d'une tête joyeuse de mouton afin d'apporter un aspect vivant et chaleureux.

Les couleurs choisies pour l'ensemble de la page sont :

- le rose : représente la douceur, la délicatesse, symbolise le bonheur ;
- le gris foncé : synonyme de sobriété, modernise, égayé par une couleur vive ;
- le vert : évoque la nature, le repos, et l'engagement écologique.

La police dominante est Montserrat, choisie pour sa connotation urbaine mais pas froide, et sa lisibilité, du fait qu'elle ait été conçue pour du long texte.

Le H1 est lui en Comfortaa, police plus originale, géométrique, et pensée pour du texte de grande taille. Le texte se voulait court et impactant : il ne s'agit que de deux mots-clés représentant le thème de la marque associé à sa philosophie. Il a été pensé à la fois pour toucher rapidement l'utilisateur, pour le référencement Google, ainsi que pour ne pas alourdir l'en-tête de la page. Les boutons suivant le H1 ont été hiérarchisés : un premier, blanc, appelant à l'action, et un second, dit ghost button, qui permet de mettre en avant le premier.

Seconde partie : le corps

RespectWool a fait le choix de placer le bandeau dit promotionnel en deuxième position afin que l'utilisateur puisse accéder rapidement aux bons plans du moment. Il se veut sobre et aéré, en pyramide inversée afin de diriger l'utilisateur vers le call to action, et donc une nouvelle fois vers la page de la boutique. L'effet bandeau est mis en valeur par le contraste créé entre son arrière plan blanc et ceux des sections le précédant et le suivant, qui sont des images fixes, même lors du scroll.

Le paragraphe détaillant le concept est titré par l'unique H2 de la page, réfléchi encore une fois en terme de mots-clés pertinents et peu nombreux. Le texte est court et liste les valeurs et engagements clés de la marque. L'arrière plan souligne cela en montrant de la nature, des animaux en liberté et une grande étendue : il veut évoquer des animaux et un environnement sereins.

Une proposition de produits présente une sélection aléatoire, différente à chaque visite du site. Les lettres de son titre sont espacées afin d'aérer toujours plus la page. L'ombre au survol des produits permet d'effectuer un focus sur le produit que l'utilisateur regarde.

Les valeurs de la marque sont rappelées par une ligne d'icônes représentant ses engagements phares. Les icônes ont été choisies pour leur aspect sobre et extrêmement figuratif, confirmant une nouvelle fois la volonté de transmettre une idée de façon explicite.

Troisième partie : le pied-de-page

Le discours porté par RespectWool est crédité par ses labellisations : une ligne illustre cela avec les logos des différents labels obtenus. Une page plus précise a été pensée et évoquée dans la barre de navigation.

Le pied-de-page comporte un formulaire de contact au design voulu sobre et inspiré des tendances actuelles, un texte pensé exclusivement pour le référencement, ainsi que deux zones de liens : les logos des principaux réseaux sociaux où RespectWool est présent, des listes de liens rapides vers les autres pages imaginées du site. Son background veut rappeler la barre de navigation, afin d'apporter la cohérence générale de la page. Sa hauteur se justifie une nouvelle fois par la volonté de proposer des espaces aérés.

RespectWool a souhaité de manière générale s'inspirer des codes du material design afin de dépoussiérer l'image de la tricoteuse, et d'amener de la modernité à une pratique ancestrale tout en gardant l'esprit ludique nécessaire à l'aspiration d'un monde plus vert et humain.