

J'ai choisi le site de chaussure et de vêtements de sport qui se nomme footlocker



1. Choix de conception :

Le site Footlocker a choisi une conception épurée et moderne, avec une utilisation intelligente de l'espace blanc. Les images et les produits sont mis en avant sur la page d'accueil, tandis que les informations supplémentaires sont présentées de manière claire et concise.

2. Typographies :

Le site Footlocker utilise principalement deux polices différentes pour son contenu texte : "Proxima Nova" pour les titres et sous-titres et "Helvetica Neue" pour le corps du texte. "Proxima Nova" est une police sans-serif populaire dans les conceptions modernes et épurées, tandis que "Helvetica Neue" est une police sans-serif classique connue pour sa lisibilité et son apparence professionnelle. Ces deux polices sont souvent utilisées ensemble pour créer une hiérarchie visuelle claire sur la page et améliorer la lisibilité globale du site.

3. Palette de couleurs :

Le site utilise principalement une palette de couleurs noir, blanc et rouge. Le noir et le blanc sont utilisés pour les arrière-plans et les textes, tandis que le rouge est utilisé pour les boutons et les accents.

4. Analyse de la mise en page et de l'ergonomie :

La mise en page de la page d'accueil est organisée de manière intuitive, avec des images de produits de grande taille en haut de la page. Les produits sont organisés par catégories dans la barre de navigation supérieure, tandis que les offres spéciales et les promotions sont mises en avant en dessous. L'ergonomie est également très bien pensée, avec des liens clairs et des boutons bien placés pour faciliter la navigation sur le site.

5. Type d'images utilisées :

Le site utilise principalement des images de produits de grande taille pour mettre en valeur les chaussures et les vêtements de sport. Les images sont souvent accompagnées d'un fond blanc pour les faire ressortir.

6. Conclusion sur l'ambiance et l'identité graphique :

L'ambiance du site Footlocker est très professionnelle et moderne, avec une utilisation intelligente de l'espace blanc et une palette de couleurs limitée. L'identité graphique est forte et cohérente, avec une utilisation cohérente de polices et d'images de produits de grande taille pour mettre en valeur les produits.