

Pourquoi le design de certains sites internet change peu ?

Tanguy Maynard



Une analyse de l'histoire du design des sites internet et de sa psychologie



Table des matières

Viser l'usage le plus simple et familier	7
a. L'architecture complexe des grandes plateformes historiques	8
b. Une navigation conformiste et en accord avec l'univers de vente	10
c. L'efficacité avant tout	15
d. Mises à jours systèmes et logiciels	16
Des ressorts psychologiques	21
a. Les Dark Patterns, la monétisation exacerbée	22
b. La peur du changement	24
c. Une certaine nostalgie des utilisateurs	28

Nouveau

Echo Spot

Réveil intelligent avec un son de qualité et Alexa.

High-tech



Audio



Accessoires



TV et vidéo



Objets connectés

[Voir plus](#)

Aménagez votre maison



Literie



Lumières



Décoration



Rangements

[Voir plus](#)

Cuisine et maison



Petit électroménager



Cuisine



Meubles



Rangements

[Voir plus](#)

Beauté à moins de 20€



Toutes les Ventes Flash



Ventes Flash de nouvelle année



[fig. 1] Le site internet de Amazon France (le 5 Janvier 2025)

On peut s'étonner de constater que certains sites internet populaires tels qu'Amazon ou eBay n'ont pas eu de grand redesign de leur marque depuis presque une dizaine d'années. Cela peut sembler assez insolite, car, la technologie et les tendances en design UI / UX¹, évoluent très rapidement et s'emparent des avancées techniques qui engendrent les mises à jour incessantes. Les développeurs sont de moins en moins contraints par les performances, ce qui permet à un grand nombre de sites internet d'être modifiés de manière compulsive pour suivre les tendances et évolutions des technologies. Alors, comment pouvons-nous expliquer pourquoi certaines grandes plateformes d'e-commerce comme eBay ou Amazon changent si peu ?

**Viser l'usage le
plus simple et
familier**

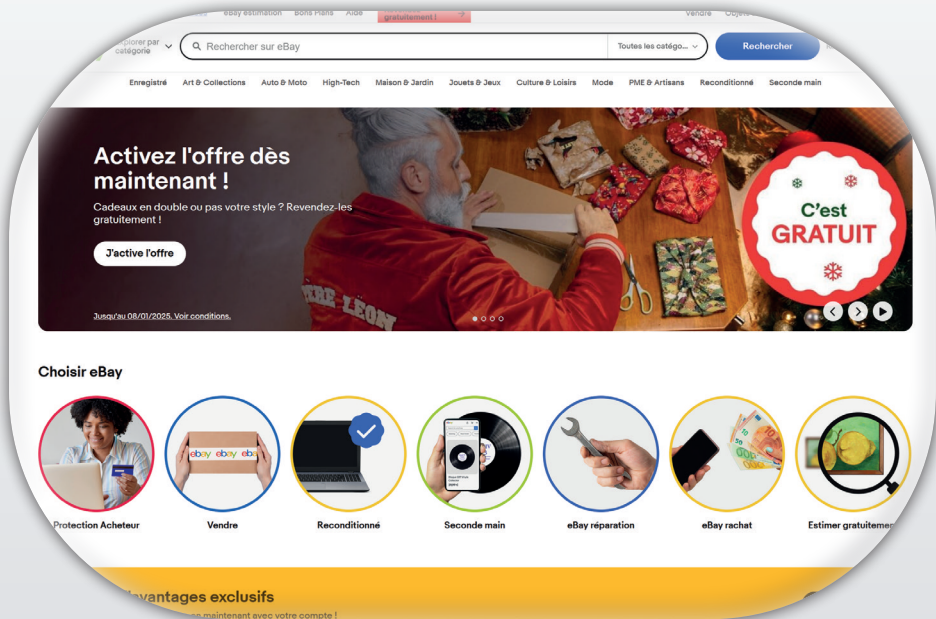
a. L'architecture complexe des grandes plateformes historiques

Nous avons plusieurs freins au changement qui expliquent probablement pourquoi ces sites changent peu. Souvent, ces sites sont très anciens, Amazon (créé en 1994²) et eBay (créé en 1995³), ont atteint les 30 ans d'existence. Ce type de projet devient de plus en plus compliqué à modifier avec le temps, car l'ajout de masse et en continu de contenus par des intervenants multiples crée rapidement de la confusion, surtout si les personnes qui ont codé le site ne se trouvent plus dans l'entreprise.

2 Amazon.com. (2016). Amazon.com Annual Report 2016. <https://stocklight.com/stocks/us/retail-trade/nasdaq-amzn/amazon-com/annual-reports/nasdaq-amzn-2016-10K-161370623.pdf>

3 eBay, Inc. 2023 Annual Report (Form 10-K). (2023). In U.S. Securities And Exchange Commission (No. 001-37713). (consulté le 27 novembre 2024). <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/1065088/000106508824000036/ebay-20231231.htm>

Ces sites sont le résultat d'une architecture complexe, assez similaire à un château construit en une juxtaposition de blocs, plus on surajoute des couches d'informations dans le code, plus il est difficile d'intervenir sur les blocs du dessous.

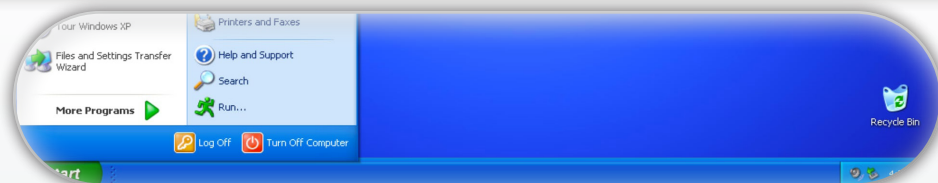


[fig. 2] Le site internet de eBay France (le 7 Janvier 2025)

b. Une navigation conformiste et en accord avec l'univers de vente

Une autre raison, qui montre pourquoi les sites de e-commerce ne suivent pas les tendances en design de sites, est que la technologie de ces sites très grand public doit s'adapter à tous les publics, du plus novice au plus expert. Pour aider l'utilisateur, les designers pratiquent souvent le skeuomorphisme, c'est à dire qu'ils imitent l'apparence d'un objet tangible pour suggérer une fonctionnalité virtuelle, cela se retrouve dans la terminologie, par exemple sur un ordinateur, nous avons un « bureau », avec des « fenêtres », ou encore les icônes, avec celui de Microsoft Paint, qui est un pinceau avec une palette de couleurs. On ajoutera que l'aspect très simple voire simpliste des interfaces communique un côté low cost pour les sites de e-commerce, comme en parle Bastien Marécaux dans sa vidéo Pourquoi AMAZON est aussi MOCHE?⁴ : Si le site est trop propre, ça va suggérer que les articles coûtent cher.

4 Basti Ui. (2022, 11 décembre). Pourquoi AMAZON est aussi MOCHE ? [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3J967cTLowe/>



[fig. 3] Menu démarrer et barre de tâche de Windows XP

Ils s'inspirent beaucoup des catalogues de supermarché, ces catalogues remplissent très souvent au maximum toute la place qu'ils ont, puisque la conception de ce type de catalogue gratuit doit être le moins cher possible⁵. À la différence des catalogues dédiés aux produits de luxe, qui ont un design plus minimaliste et peuvent se permettre de libérer de grands espaces blancs⁶. Les utilisateurs, même de manière inconsciente, peuvent ainsi être enclins à penser qu'un design maximaliste dans les sites de e-commerce signifie que celui-ci est bon marché, tout comme les produits dans un catalogue de supermarché.

5 Tous les catalogues de nos supermarchés | Lidl. (n.d.). (consulté le 27 novembre 2024). <https://www.lidl.fr/c/catalogues-en-ligne/s10017753>

6 Leheup, J. (2020, June 19). « le catalogue » : quand l'Apple Store et l'App Store étaient en papier. MacGeneration. (consulté le 27 novembre 2024). <https://www.macg.co/galerie/2020/06/le-catalogue-quand-lapple-store-et-lapp-store-etaient-en-papier-114779>

Bolognaise

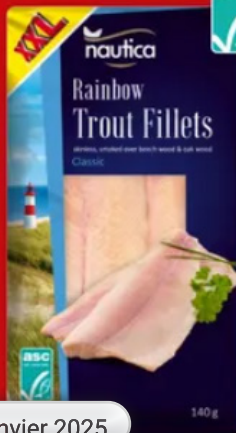
Le kilo

3.90

Lasagne à la bolognaise ⁽⁴⁾

Vendu en barquette de 1,15 kg à 4,49 €
À la viande de porc

145.683



[fig. 4] Catalogue Lidl du 8 janvier 2025

12

18%

Du mer 08/01 au mar 14/01

DONT 2

bâtonnets

39 bâtonnets de poisson

(2)

DONT 2 bâtonnets OFFERTS

Bâtonnets de colin d'Alaska MSC panés

Prix normal pour 15 bâtonnets (450 g) : 2,27 € (1 kg = 5,04 €)

nr 961210

4 19

900 g
1 kg = 4,66 €

Rayon surgelés

DONT 160 g OFFERTS

Panés de colin d'Alaska MSC

Prix normal pour 960 g : 5,55 € (1 kg = 5,78 €)

nr 208265

5 55

7 x 160 g
1 kg = 4,96 €

Rayon surgelés

Portions de filet de saumon atlantique™

600 g

Soit **2,66 € le filet**

5 portions

Rayon surgelés

Toque du Chef

Les Classiques Bistrot

PILET DE CABILAUD

sauce citronnée

riz & fondue de poireaux

2 min.

PILET de saumon

sauce citronnée

NUTRI-SCORE

A B C D E

50%

13

Du mer 08/01 au 13/01

Asi-Med de la mer (2)



[fig. 5] Exemple de Test A/B utiliser pour un bouton sur Wikipedia

c. L'efficacité avant tout

Un autre argument que nous pouvons entendre est qu'un bon design graphique n'est probablement pas ce qui rapporte le plus d'argent. Certains spécialistes de L'UX proposent une technique afin de connaître quel graphisme fait le plus cliquer : le Test A / B⁷. Cela consiste à avoir plusieurs designs d'un élément dans un site internet qui sont distribués à plusieurs utilisateurs, le design qui a reçu le plus de clic à l'issue du test est conservé. Le bémol de cette technique est que parfois, ce qui fait le plus cliquer est un design qui n'est pas graphiquement cohérent ce qui peut générer un design inconsistant où l'efficacité et la rentabilité prend le dessus sur la qualité esthétique de l'interface.

7 Optimize product content and increase sales with A/B testing. (2024, 12 mars). Amazon Selling Partner Blog. <https://sell.amazon.com/blog/manage-your-experiments/> (consulté le 9 octobre 2024).

d. Mises à jours systèmes et logiciels

Garder un ancien design n'est pas toujours une mauvaise chose. Pourquoi changer quelque chose qui n'est pas cassé, quand justement, on risque de le casser pour certains utilisateurs ? Certaines personnes ne mettent jamais à jour leur système, que ce soit en matériel informatique, ou encore en logiciel. D'après StatCounter, en août 2024, 3.03 % d'utilisateurs du système d'exploitation Windows utilisaient encore la version Windows 7⁸, alors que Google Chrome, le navigateur le plus populaire avec 67.48 % d'utilisateurs sur ce navigateur en Novembre 2024⁹, a arrêté les mises à jour de sécurité le 15 janvier 2023¹⁰, pareil pour Mozilla Firefox, qui lui a arrêté les mises à jour sur Windows 7 à sa version 115, sorti le 4 juin 2023¹¹.

8 Desktop Windows version market share worldwide | StatCounter Global Stats. (s. d.). StatCounter Global Stats. (consulté le 23 septembre 2024) <https://gs.statcounter.com/windows-version-market-share/desktop/worldwide/>

9 Statcounter Global Stats - Browser, OS, Search Engine including Mobile Usage Share. (n.d.). StatCounter Global Stats. (consulté le 8 décembre 2024). <https://gs.statcounter.com/>



[fig. 6] Statistiques du pourcentage d'utilisation des différentes versions de Windows par StatCounter (le 7 décembre 2024)

10 Extending Chrome on Windows 7 to Support our Enterprise Customers. (2020, 21 novembre). Blog Google Cloud. (consulté le 9 octobre 2024). <https://cloud.google.com/blog/products/chrome-enterprise/extending-chrome-on-windows-7-to-support-enterprise-customers/>

11 Firefox users on Windows 7, 8 and 8.1 moving to Extended Support Release | Firefox Help. (s. d.). (consulté le 9 octobre 2024). <https://support.mozilla.org/en-US/kb/firefox-users-windows-7-8-and-81-moving-extended-support/>



Le manque de mise à jour rend ses utilisateurs vulnérables, bien évidemment, mais cela les prive aussi des nouvelles fonctionnalités ajoutées à l'HTML, le CSS et JavaScript que les sites internet peuvent potentiellement utiliser. C'est pour ces raisons que les sites les plus populaires peuvent préférer ne pas utiliser les nouvelles fonctionnalités qui permettent d'avoir plus de libertés dans le design des sites internet, tel que les animations liées au défilement de la page, qui ont été ajoutées récemment au moment de l'écriture de cet article¹².

12 The latest in CSS and web UI: I/O 2024 recap | Blog | Chrome for Developers. (n.d.). Chrome for Developers. (consulté le 26 novembre 2024). https://developer.chrome.com/blog/new-in-web-ui-io-2024#novel_interactive_experiences

May 22 1983 @ 8:06PM

Month	Day	Year	Hour	Minute	12hr
March	20	1981	8	04	AM
April	21	1982	7	05	AM
May	22	1983	8	06	PM
June	23	1984	9	07	
July	24	1985	10	08	

[fig. 6] Exemple de nouveau système CSS de scroll par Google dans leurs Recap CSS & Web UI à l'I/O 2024

Les utilisateurs qui n'utilisent pas les dernières versions des navigateurs ne vont pas pouvoir remarquer ce type d'animation, ainsi, garder un ancien design permet d'augmenter la compatibilité des navigateurs web. Il est donc parfois pertinent de tout simplement continuer à utiliser d'anciens design, surtout quand on souhaite qu'un maximum de personnes utilise vos services.

Des ressorts psychologiques



a. Les Dark Patterns, la monétisation exacerbée

Une autre chose à prendre en compte, est que l'UX peut être modifié pour des contraintes commerciales : souvent, ces plateformes de e-commerces à l'apparence désuète essaient de pousser à l'extrême la monétisation. Par exemple, pour Amazon, leur design leur permet de placer à travers leur site internet beaucoup de darks patterns, des techniques d'UX qui permettent de tromper l'utilisateur afin qu'ils fassent des choses qu'ils ne veulent pas, ou alors qu'ils n'arrivent pas à faire quelque chose qu'ils veulent faire, sur Amazon, par exemple, il est très facile de s'inscrire sur le service Amazon Prime par inadvertance, tandis qu'il est très difficile de s'en désinscrire.

C'est pour ces raisons qu'en 2023, Amazon a été poursuivi en justice par la FTC (Federal Trade Commission), car leurs darks patterns sont jugées trop invasives¹³. Ainsi, on peut avancer que la monétisation extrême tue la dimension esthétique des designs des sites internet commerciaux à très gros trafic.



[fig. 7] Exemple de dark pattern présent sur Amazon (le 5 décembre 2024)

13 FTC takes action against Amazon for enrolling consumers in Amazon Prime without consent and sabotaging their attempts to cancel. (2023, June 21). Federal Trade Commission. (consulté le 27 novembre 2024). <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their>

b. La peur du changement

Une des dernières causes et certainement la plus commune, est humaine. L'être humain déteste le changement, Maya Shankar, une scientifique en science cognitive et présentatrice du podcast A Slight Change of Plans¹⁴, dans lequel elle interviewe des personnes qui ont vécu des événements qui ont changé leur vie telle que des accidents, a fait une présentation TED : Why Change Is So Scary – and How to unlock Its Potential¹⁵.



[fig. 8] Maya Shankar
durant sa présentation
TED

14 A Slight Change of Plans. (2023, 7 décembre). Pushkin Industries. <https://www.pushkin.fm/podcasts/a-slight-change-of-plans/> (consulté le 9 octobre 2024).

15 TED. (2023, 25 juillet). Why Change Is So Scary – and How to Unlock Its Potential | Maya Shankar | TED [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Tt0arZN6EBM/>

Dans son discours, elle décrit le changement comme une incertitude : nous avons traduit son discours « D'abord, [le changement] est rempli d'incertitude, et nous détestons l'incertitude. Des recherches montrent que nous sommes plus stressés quand on nous dit qu'on a cinquante pour cent de chance de se prendre un choc électrique, comparé à quand on nous dit qu'on a cent pour cent de chance. » Les designers UI / UX doivent prendre en compte cette peur de l'incertitude, pour éviter que les utilisateurs soient perdus dans la nouvelle interface. Ainsi, ils ont tendance à éviter de changer de place les différents éléments du site. Elle décrit aussi le changement comme une perte : nous traduisons « Le changement est aussi effrayant, car il implique une perte [...] Par définition, nous quittons une ancienne façon d'être pour une nouvelle. » Certaines personnes peuvent tout simplement préférer l'ancien design comparé au nouveau, ou alors, ils ne s'habituent pas au nouveau, souvent par nostalgie.



Bien évidemment, les choix des designers UI / UX ne sont jamais complètement définitifs, Cdiscount a longtemps opté pour une politique très conservatrice comme suggéré plus haut, mais en juillet 2024 la plateforme commerciale a décidé de proposer une refonte totale de son UI / UX et de son identité visuelle¹⁶, changeant ses univers colorés assez consensuels vers des choix beaucoup plus affirmés. et passant son logo d'un aspect sobre à quelque chose qui s'approche d'un logo dessiné à la main, ce qui confère un aspect plus dynamique à la charte graphique. Ainsi, si de nombreuses raisons poussent les grandes plateformes à un certain immobilisme, on constate que certaines entreprises osent la rupture pour dynamiser leur image.

16 Tristan Jeanneret. (2024, 3 juillet). Le renouveau de Cdiscount : un nouveau logo et une identité rafraîchie. (consulté le 9 octobre 2024). <https://www.press-agrum.com/blog/nouveau-logo-cdiscount/>



[fig. 9] Le site internet de Cdiscount (le 9 Janvier 2025)

c. Une certaine nostalgie des utilisateurs

Un dernier point que l'on pourra évoquer est la nostalgie de certains utilisateurs. Des personnes adorent avoir des sites internet personnels, auxquels ils peuvent tout simplement mettre ce qu'ils veulent de manière libre, chose qui a été rendue facile grâce aux services d'hébergement de site internet gratuit comme GeoCities, suivis par son successeur NeoCities après l'achat et fermeture de celui-ci par Yahoo! en 2009¹⁷. Ce genre de service permet la création des sites internet qui sont personnels, et non commerciaux, ce qui change tous les aspects de celui-ci, dont bien évidemment l'UI/UX.

17 Rao, L. (2009, April 23). Yahoo quietly pulls the plug on Geocities. TechCrunch. (consulté le 29 novembre 2024). <https://techcrunch.com/2009/04/23/yahoo-quietly-pulls-the-plug-on-geocities/>

Nous pouvons voir sur ces sites personnels beaucoup de nostalgie pour le design des sites internet des deux dernières décennies, utilisant beaucoup d'éléments graphiques désormais jugés désuets, tels que les Webrings ou boutons 88x31, qui sont des manières de partager d'autres sites internet personnels facilement. Les sites internet personnels sont faits par des individus qui ne connaissent pas forcément les règles du design graphique et sont juste poussés par leurs envies et leurs intuitions, s'inspirant ce qu'ils aiment et de leurs coups de cœur. Ces sites internet sont généralement beaucoup plus créatifs que la majorité des sites professionnels actuels, et pourtant, ils sont jugés par les experts comme des créations graphiques ringardes et dépassées. On constate donc que pour des raisons opposées le design de certaines grandes plateformes de e-commerce se rapprochent de celui de communautés d'amateurs nostalgiques et imperméables aux tendances du design graphique.

Sites on Neocities

Sort by:

Special Sauce

Update

NOT FOR HUMAN CONSUMPTION

sugarforbrains

3,388,777

games, flash, art, rainbow, personal

ribo.zone

ribose

1,104,078

biology, art, personal, science

pomelo

2,355,058

pixels, personal, illustration, videogames...

allyratworld

2,039,422

art, kawaii, anime, lolita

[fig. 10] Page d’exploration des sites de Neocities (le 10 janvier 2025)

Filter by Tag:

Filter



plasticdino

❤ plasticdino

👁 8,339,835

👤 rainbow, art, graphics, cute

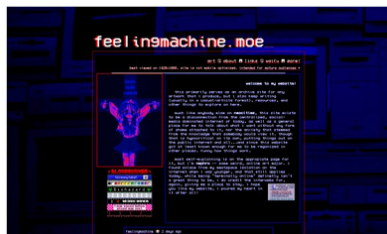


I'M FANTASIZING ALL THE TIME

👤 nyaa

👁 824,748

👤 sanrio, cries, personal, anime, pink



living, breathing, feeling m...

❤ feelingmachine

👁 2,152,869

👤 art, personal, queer



☆ Mimikitty49 ☆

👤 mimikitty49

👁 632,075

👤 art, kawaii, personal, games, pink



[fig. 11] Le site internet de Space Jam 1996 (le 10 Janvier 2025)

Après cette analyse, nous pouvons conclure que les sites des grandes plateformes de e-commerce changent peu pour des raisons techniques, économiques et psychologiques : les sites à très forts contenus sont peu souples et adaptables, les rendant difficiles à modifier le design. Il existe une logique de monétisation exacerbée qui encourage l'usage des interfaces chargées et intègre des dark patterns. Finalement, on observe chez certains utilisateurs une peur du changement qui encourage les designers à faire perdurer ces interfaces aux designs que certains jugent désuets. Mais alors, y a-t-il des manières afin d'empêcher ce genre d'obsolescence du design UI / UX ? Faudra-t-il trouver des tendances en design qui sont beaucoup plus durables ?

