

HOMEPAGE: RIP

LE 3 MAI 2010 MURIEL VANDERMEULEN

La page d'accueil perd de plus en plus d'importance, victime de l'évolution des habitudes de navigation sur le web : moteurs de recherche, agrégateurs..., sont désormais autant de portes d'entrée dans les contenus des sites.

Titre original : Page d'accueil, chronique d'une mort annoncée...

—

Il y a deux ans, à la même période, j'écrivais un article sur le déclin de la page d'accueil, qui suscita quelques commentaires et initia une discussion plus large sur l'utilité et l'usage de la page d'accueil. Il y a quelques jours, Gerry McGovern intitulait sa newsletter hebdomadaire "**The decline of the homepage**"... Une bonne occasion de revenir sur le sujet.

N'existe que ce qui se nomme...

Souvenez-vous : à l'époque, la discussion sur la page d'accueil avait, dans son sillage, soulevé la question de sa dénomination. D'aucuns l'appelaient page index ou page racine, d'autres : page générique, page sommaire ou encore page d'introduction.

Par ailleurs, je m'interrogeais sur l'obsolescence à venir de la page d'accueil, arguant que beaucoup d'éléments et de comportements observables sur la toile semblaient aller en faveur d'une disparition de cette page d'entrée. Moteurs de recherche, netlinking, viral marketing et autres bannières publicitaires contribuant à "bypasser" la grande porte.

Sur le web aussi, les temps les gens changent

Plus l'usage du web prend de l'âge, plus il devient spécifique, déclarait Gerry McGovern dans une récente newsletter. Aux premières heures du web, il était fréquent de passer par la grande porte pour consulter un site Internet et de se laisser guider par les remontées de contenu qui y figuraient. Aujourd'hui, la recherche (externe ou interne), les liens externes, la qualification des mots-clés, les fils RSS et tutti quanti envoient directement le visiteur **dans la profondeur des pages**. Ainsi, l'utilisateur aura tendance désormais à chercher "retours Toyota" plutôt que "Toyota" tout court.

On peut se demander dès lors pourquoi, dans un projet de refonte, la page d'accueil suscite toujours autant de mobilisation, de courses au vedettariat et de jeux de coudes pour y avoir sa place... Comme je l'écrivais aussi l'an dernier, la page d'accueil n'est plus, nécessairement, une page d'entrée, mais elle reste une page d'accueil — un peu comme les **totems indicateurs** dans les centres commerciaux.

Tous les sites à la même enseigne

Ce constat — la page d'accueil est morte — ne vaut pas que pour les sites institutionnels et commerciaux. Les **sites d'information** ont sans doute été les premiers à devoir s'adapter à la diversité des points d'entrée choisis par leurs visiteurs.

À cet égard, j'ai beaucoup d'admiration pour les expérimentations de la BBC, en perpétuelle recherche de nouveaux modèles et interfaces pour accéder à ses contenus. J'évoquais l'an dernier leur **stratégie de personnalisation de la page d'accueil**. Mais leur **BBC news radar** est un autre exemple : la chaîne britannique s'est inspirée de Twitter, cette fois, pour diffuser les derniers articles publiés et mis à jour, dans toutes les catégories de contenu qu'elle propose par ailleurs sur son site.

Qu'en est-il des blogs ?

Certain pair se posait **la même question** il y a près de deux ans : un blog nécessite-t-il encore une page d'accueil vu que les lecteurs accèdent aux billets par les biais les plus variés (moteurs de recherche, blogoliste, fil RSS, Netvibes et autres agrégateurs), mais pas, en tout cas, en accédant directement à cette page d'accueil. Il faut dire que ce blog — qui n'était pas un blog, mais en avait tout l'air) avait une page d'accueil. Et on admettra que la page d'entrée sur un blog n'est pas une page d'accueil au sens commun où on l'entend. Sur un blog, la page d'entrée comporte soit le résumé des derniers articles, soit le dernier article en entier, mais rarement une présentation des différentes pages et rubriques du blog.

Copie à revoir ?

Bref, doit-on encore se fier à la fameuse phrase d'introduction du non moins fameux bouquin de l'ami Jacob, *L'art de la page d'accueil : 50 sites web passés au crible ?*



Homepages are the most valuable real estate in the world. Millions of dollars are funneled through a space that's not even a square foot in size. The homepage's impact on a company's bottom line is far greater than simple measures of e-commerce revenues...



Pas si sûre... Et vous, qu'en pensez-vous? La discussion est ouverte. J'attends vos avis.

—

Billet initialement publié sur **Écrire pour le web**, blog de **We Are the Words sprl**, société de conseil en stratégie éditoriale et ergonomie des contenus web.

Photo CC Flickr **chaosinjune**

ZENON

le 3 mai 2010 - 19:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



oui, c'est évident surtout qu'un bon SEO recommande de multiplier les liens vers la profondeur du site. les seuls sites à résister sont les sites plaquettes de pub, tout beau en flash. Mais comme le contenu n'est pas référencé, rien de bien grave

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

NELL27WELCH

le 11 juin 2010 - 17:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Don't you recognize that this is the best time to receive the loans, which will make you dreams real.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Les tweets qui mentionnent owni] Homepage: RIP -- Topsy.com le 3 mai 2010 - 16:52

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Aurélien Fache. Aurélien Fache a dit: [#owni] Homepage: RIP <http://goo.gl/fb/d78B0> [...]

La page d'accueil est morte | Ecrire pour le Web @ WAW le 10 août 2010 - 11:28

[...] billet a paru également sur Owni.fr sous le titre Homepage: RIP. Vous avez apprécié cet article? Abonnez-vous à mon fil RSS! Sur le même sujetLe contenu mobile, [...]