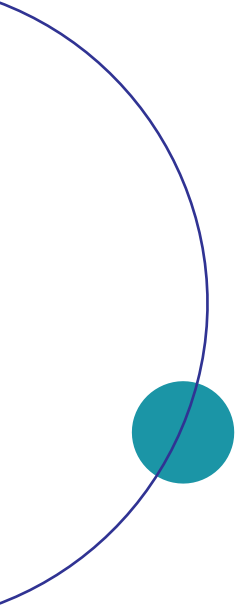


Focus

b. Littératie en santé et construction de sites web



La littératie en santé se définit comme la capacité des personnes de trouver, de comprendre, d'évaluer et d'utiliser l'information disponible afin de maintenir ou d'améliorer son état de santé. Le secteur non marchand et plus particulièrement celui de la promotion de la santé, se met à l'ère numérique. Les sites web sont fortement utilisés pour relayer des informations sur la santé. Il est donc important de leur porter une attention particulière afin de les rendre accessibles et pratiques à un plus grand nombre.

Focus

Généralités



La lecture sur écran est généralement plus lente que sur papier. L'internaute lit en diagonale et parcourt en moyenne une page web en 30 secondes.

De plus, les internautes présentant un faible niveau de littératie :

- ont davantage tendance à sauter les paragraphes de plus de trois lignes ;
- utilisent moins les moteurs de recherche (leurs erreurs d'orthographe font en sorte que le moteur ne trouve pas de résultats pertinents) ;
- sont plus facilement désorientés dans un site web ;
- ont tendance à ignorer les éléments en marge ;
- ont plus de difficultés à retrouver la page d'accueil.

La navigation

Pour qu'un site internet soit accessible à un plus grand nombre, il est nécessaire d'aménager la structure de celui-ci de manière à simplifier la navigation, à travers la mise en place d'éléments tels que :

- Un menu simple composé de maximum deux niveaux.
- Un menu « collant » accessible à tout moment de la navigation sur la page web. Le menu collant est celui qui « colle » en haut de l'écran lorsqu'un utilisateur fait défiler la page vers le bas.
- Un « fil d'Ariane », pour aider l'internaute à se situer dans le site internet.
- Une flèche « back to top » pour revenir rapidement en haut de la page.
- Des boutons visibles et contrastés.
- Un titre visible et explicite pour chaque page.
- Des titres de rubriques courts (quatre mots maximum), simples et descriptifs.

Focus

- Des titres de rubriques et des onglets de menu cohérents : toujours le même style de formulation et de syntaxe.
- L'adaptation du site à une navigation sur téléphone mobile.
- La proposition d'une rubrique « Foire aux questions ».

Le design

Un design bien travaillé permettra à l'internaute de s'appropriier plus facilement le contenu proposé sur le site internet :

- Utilisez une police sans empattements¹ et de taille suffisamment grande de minimum 12 pt ou 16 pixels.
- Optez pour plusieurs niveaux de titres aux designs distincts (H1, h2, h3).
- Choisissez des couleurs contrastées pour le texte : idéalement texte noir sur fond clair. Privilégiez les fonds unis et clairs et évitez les couleurs éblouissantes.
- Structurez visuellement les différentes parties des pages pour en faciliter la lecture : 1 colonne, 2 colonnes, avec fond, sans fond, avec des images, vidéos...
- Ajoutez des éléments visuels tels que des pictogrammes ou images pour guider l'internaute dans sa lecture. Utilisez des images qui ont du sens, qui sont claires, utiles et faciles à comprendre. Les images doivent soutenir et faciliter la lecture du texte. Tous les éléments visuels doivent être pensés de manière à garder une cohérence entre eux.
- Placez l'information au centre de la page plutôt que dans des marges.
- Formatez les pages de manière à être facilement imprimées et mettez en évidence un bouton facilitant l'impression.



Exemple de polices sans empattement : Arial, Verdana, Frutiger, Tahoma, Helvetica et Trebuchet MS. Les polices Verdana, Tahoma et Trebuchet MS ont été spécialement conçues pour la lecture à l'écran.

¹ Les empattements sont des petites extensions qui terminent les extrémités des caractères dans certaines polices d'écriture.

Focus

La **rédaction pour le web** adaptée aux règles de référencement SEO

Le SEO est le terme utilisé pour désigner le référencement naturel des pages sur les moteurs de recherche. Pour qu'un site web soit bien visible sur les moteurs de recherche, il est indispensable de le rédiger dans une optique de référencement.

Voici quelques règles à suivre pour une rédaction web accessible à tout public et adaptée aux moteurs de recherche :

Pour la forme

- Définissez jusqu'à 3 mots clés par page. Chaque mot clé devra être utilisé plusieurs fois au cours de la page. Pour bien choisir vos mots clés, demandez-vous : quels seront les mots tapés dans les moteurs de recherche pour accéder à l'information que vous proposez ?
- Optez pour un titre principal court, descriptif et qui reprend les mots clés utilisés sur la page.
- Introduisez chaque page par un court paragraphe, résumez les informations développées sur la page et utilisez les mots clés, définis préalablement, dans ce paragraphe.
- Rédigez les textes suivant le principe de la pyramide inversée. Placez en premier les informations les plus importantes et ensuite l'information secondaire.
- Privilégiez les phrases courtes, sans parenthèses.



Bon à savoir!


L'utilisation de mots clés dans les titres, sous-titres, débuts de paragraphes, améliorent le référencement de votre site internet.

Pour le contenu

- Utilisez un vocabulaire clair, simple et compréhensible.
- Développez une idée par paragraphe.
- Rédigez des paragraphes courts avec des phrases simples : sujet, verbe, compléments.
- Utilisez la forme active plutôt que passive.

Focus

- Faites référence aux contenus similaires sur votre site internet et insérez des hyperliens. Les liens internes au site devront s'ouvrir dans le même onglet.
- Proposez également des hyperliens vers des ressources externes. Les liens externes au site devront s'ouvrir dans un nouvel onglet.
- Évitez les liens de type : «A consulter ici». Placez plutôt l'hyperlien sur le nom de la page ou du document à consulter.
- Utilisez le gras pour mettre en évidence certaines parties du texte. En effet, lorsque l'internaute survolera la page, les éléments en gras lui permettront d'identifier rapidement les points intéressants de votre texte. Vous augmenterez ainsi les chances qu'il lise l'ensemble du texte plus attentivement.
- Énumérez les idées en utilisant des puces ou vignettes de numérotations.



Privilégiez une écriture concrète et factuelle, en utilisant des verbes d'action et en impliquant l'utilisation avec le «je, tu, nous, vous». Utilisez des mots courants de la vie de tous les jours et évitez : le vocabulaire spécialisé, les mots de langue étrangère, les métaphores, les abréviations ou les acronymes dans le texte. S'ils sont nécessaires, donnez une explication par une infobulle.

Présentez l'information de manière à ce qu'elle soit compréhensible par le plus grand nombre et aidez les personnes à agir en fonction de l'information reçue.

Testez le niveau de compréhension de votre information sur : Scolarius.com ET directement auprès de votre public cible.



Voir fiche focus
«[Pré-test](#)».

La **structure** des pages les plus longues

- Utilisez des ancres ou d'autres points de repère.
- Prévoyez une mini table des matières en haut de la page.
- Structurez les pages avec différents niveaux de titres.
- Utilisez stratégiquement les hyperliens vers d'autres parties du site web.

Focus

- Réservez un emplacement défini sur la page pour les ressources complémentaires.
- Privilégiez les bulles (info-bulles), plutôt que les hyperliens ou les parenthèses pour renvoyer à une définition ou à une explication supplémentaire.
- Pour réduire la longueur de pages, allez directement à l'essentiel. Utilisez un maximum de 110 mots par page, 15 à 20 mots par phrase et moins de 6 lignes par paragraphe!

L'info-bulle : une idée pour faciliter la lecture et l'appropriation des contenus scientifiques et médicaux ou trop complexes à développer dans le corps de texte.



Les mots complexes sont définis sur chaque page au moyen d'une info-bulle qui apparaît au survol du mot. L'internaute peut donc obtenir un complément d'information lorsqu'il l'estime nécessaire.

Le lexique est par ailleurs repris dans son intégralité sur une page distincte sur le site.

La page d'accueil

La page d'accueil est le premier point d'entrée sur le site internet. Prenez donc le temps de soigner votre page d'accueil. Une grande partie des internautes quitteront le site internet dès la première page, si celle-ci n'est pas bien conçue.

Une page d'accueil a deux fonctions essentielles :

- présenter clairement et valoriser l'information proposée sur le site,
- orienter le flux de visiteurs arrivant sur votre site.

Une bonne page d'accueil se voudra donc être interactive et orienter de manière claire et concise les internautes vers les différentes parties du site web.

Focus

Une page d'accueil se structure en 3 parties :

— **Le header** : cette partie constitue l'accroche du site. On y retrouve :

- le titre du site ;
- 2-3 arguments présentant l'objet du site ;
- une image de fond ou un slider ;
- le menu ;
- la barre de recherche ;
- les logos et liens vers les réseaux sociaux.

— **Le corps de texte** : cette partie reprend les informations additionnelles à propos de l'objectif du site internet et des informations qui s'y retrouvent. Elle peut notamment comprendre :

- une description et des liens vers les autres parties du site ;
- les dernières actualités proposées ;
- des éléments intéressant à valoriser.

— **Le footer** : cette partie renvoie vers les informations d'ordre légal ou juridique : l'adresse, mentions légales, politique de confidentialité (RGPD) et utilisation des cookies... Mais également vers des informations diverses tel que le plan du site, les liens vers les réseaux sociaux, l'inscription à la newsletter...

Le moteur de recherche

Pour qu'un moteur de recherche soit efficace, privilégiez des cases à remplir faciles à utiliser.

- Assurez-vous que le moteur de recherche soit insensible à la casse² (majuscules/minuscules).
- Anticipez les erreurs grammaticales ou orthographiques courantes et programmez-les dans la base de données de recherches.

² La sensibilité à la casse décrit la capacité du programme à distinguer les lettres majuscules des lettres minuscules dans les barres de recherche. A contrario, l'insensibilité à la casse se traduit dans une incapacité du système à distinguer les majuscules des lettres minuscules et où les recherches pour un mot tel que « rennes » ou « Rennes » renvoient aux mêmes résultats.

FOCUS

- Proposez une recherche par catégories en complément de la recherche alphabétique.
- Sur un même niveau de page web, proposez uniquement des informations du même type.
- Travaillez la structure visuelle des pages web pour en faciliter la lecture : par exemple placer la partie « pour en savoir plus » dans un encadré.
- Structurez les informations d'importance différente par un code visuel distinct : par exemple, les sources ne devraient pas être placées au même niveau que les autres paragraphes. Hiérarchisez le contenu de la page pour que l'on identifie bien ce qui relève du corps du texte (niveau 1), des contenus pour aller plus loin (niveau 2) et des ressources (niveau 3).
- Intégrez des éléments visuels tels que des pictogrammes pour faciliter la lecture et structurer les contenus.

Références

- Lemieux Valérie, Mouawad Randala, Charier Marie-Dominique, et al. Pour qu'on se comprenne! Précautions et littératie en santé. Guide pour les professionnels et communicateurs en santé .- Montréal: Agence de la santé et des services sociaux de Montréal-Québec; 2013 .- 27 p. <http://www.santecom.qc.ca/bibliothequevirtuelle/Montreal/9782896733231.pdf>
- Ruel J, Allaire C, Moreau AC, Kassi B, Brumagne A, Delamplé A, Grisard C, Pinto da Silva F. Communiquer pour tous. Guide pour une information accessible. Saint-Maurice: Santé publique France; 2018: 116 p. <http://www.santepubliquefrance.fr/docs/communiquer-pour-tous-guide-pour-une-information-accessible>
- Cultures et Santé. Comment rédiger un support d'information pour la santé lisible et compréhensible? Fiche Lisa 1; 2018.