

Chapitre 15 : La construction d'un site

Les choix technologiques et techniques

Créer un site Internet implique une série de décisions techniques qui conditionnent sa performance, sa visibilité et sa pérennité.

Le choix de la finalité du site

Avant toute réalisation, l'entreprise définit la finalité de son site :

- **Site vitrine** : présenter l'entreprise, son offre et ses coordonnées
- **Site e-commerce** : permettre la vente de produits ou services en ligne
- **Site institutionnel** : communiquer l'image de marque d'une organisation, d'une association ou d'un établissement public
- **Site événementiel** : soutenir un temps fort spécifique (lancement, salon, campagne)

Le choix de l'hébergement

Un hébergeur Web est une entreprise propriétaire des serveurs où sont stockées les informations liées au site (pages, contenus, bases de données). L'entreprise choisit entre deux formules :

- **Serveur mutualisé** : moins coûteux, mais partagé avec d'autres sites (risque de lenteur en cas de forte affluence)
- **Serveur dédié** : plus cher, mais offrant de meilleures performances et une sécurité renforcée

Dans les deux cas, le serveur rend le site accessible 24 h/24.

Le choix du nom de domaine et de l'extension

Le nom de domaine est l'adresse que taperont les internautes pour accéder au site. Il doit être **court, mémorable, sans tiret ni accent**, et refléter l'activité ou la marque de l'entreprise.

L'extension reflète la cible stratégique du site : une entreprise locale privilégiera l'extension « **.fr** », tandis qu'une entreprise visant une clientèle internationale optera pour « **.com** ».

La réalisation du site

Selon ses ressources techniques et financières, l'entreprise peut réaliser elle-même son site grâce à des CMS (WordPress, Wix, Shopify, PrestaShop...) ou déléguer sa création à un prestataire externe pour un site sur mesure.

Les contenus d'un site Internet

Le contenu d'une page web est constitué de textes, vidéos, images, graphiques, schémas, contenus audio ou infographies, dans le respect de la stratégie éditoriale de l'entreprise. Ces contenus doivent mettre en valeur le savoir-faire de l'entreprise et ses produits ou services.

Les mentions obligatoires d'un site Internet

Les mentions légales

Tous les sites édités à titre professionnel doivent obligatoirement afficher leurs mentions légales :

- Dénomination de l'entreprise (raison sociale ou nom de l'entrepreneur)
- Coordonnées et activité (n° RCS)
- Nom du directeur de publication
- Nom et coordonnées de l'hébergeur
- Créateur du site

Les mentions relatives aux cookies

Des mentions spécifiques aux cookies sont également obligatoires. Le site doit informer l'utilisateur des cookies utilisés et recueillir son consentement avant leur activation (sauf cookies strictement nécessaires au fonctionnement).

Les conditions générales d'utilisation (CGU)

Les CGU ne sont pas obligatoires, mais elles sont fortement recommandées. Elles définissent les règles d'utilisation du site et déterminent la responsabilité de l'éditeur et des visiteurs, ainsi que les sanctions encourues en cas de non-respect.

Fiche de révision

Vocabulaire clé

- **Responsive design** : Conception d'un site qui s'adapte automatiquement à tous les supports (desktop, tablette, smartphone), offrant une expérience utilisateur optimale quelle que soit la taille de l'écran
- **Serveur mutualisé** : Hébergement partagé entre plusieurs sites sur un même serveur physique, solution économique mais avec des ressources limitées
- **Serveur dédié** : Hébergement exclusif sur un serveur entier, plus performant et sécurisé, mais plus coûteux
- **Fil d'Ariane** : Navigation secondaire qui permet à l'internaute de se repérer dans le site en affichant le chemin parcouru depuis la page d'accueil

Comparaison des solutions d'hébergement

Critère	Serveur mutualisé	Serveur dédié
Coût	Faible (10-50 € HT/mois)	Élevé (100-500 € HT/mois)
Performances	Limitées (ressources partagées)	Optimales (ressources dédiées)
Sécurité	Standard	Renforcée
Adapté à	Petits sites, TPE, démarrage	Sites à fort trafic, e-commerce
Maintenance	Gérée par l'hébergeur	Nécessite des compétences techniques

L'essentiel à retenir

- Un site responsive design est indispensable : 53 % du trafic e-commerce se fait sur mobile en 2024
- La structure d'une page web comprend trois parties fixes : header (en-tête), body (corps) et footer (pied de page)
- Le fil d'Ariane améliore l'expérience utilisateur et réduit le taux de rebond en facilitant la navigation
- Le choix de l'hébergement dépend du trafic attendu, du budget et des compétences techniques disponibles
- Les wireframes (maquettes fonctionnelles) permettent de structurer chaque page avant la phase de développement