

## ✓ Correction Exercice chapitre 3 – Expérience utilisateur/Ergonomie et graphisme

### 1. Navigation :

- ✓ Le menu principal est bien visible en haut de la page, avec des catégories claires : Femme, Homme, Enfant, etc.
  - ✓ Il n'y a pas de fil d'Ariane traditionnel, mais la structure de navigation est logique et les liens permettent de revenir facilement en arrière.
  - ✓ Une barre de recherche est présente et performante : elle propose des résultats en temps réel et reconnaît des mots-clés simples.
  - ✓ Les formulaires de compte et de contact sont simples, bien espacés, et sans surcharge d'informations.
- 🔍 **Correction** : Zara propose une navigation intuitive, mais pourrait améliorer l'orientation avec un fil d'Ariane plus explicite. Le reste est bien pensé pour un utilisateur pressé.

### 2. Adaptabilité :

- ✓ Le site est **totale**ment responsive : sur smartphone, les menus se transforment en icônes "hamburger", les images se redimensionnent sans perte de qualité, et le contenu s'empile logiquement.
  - ✓ Aucun souci d'affichage constaté, même sur tablette ou en orientation paysage.
  - ✓ La navigation reste fluide, même sur petits écrans, grâce à des menus déroulants clairs et des boutons adaptés aux doigts.
- 🔍 **Correction** : Le site est un bon exemple de site responsive, bien conçu pour une expérience mobile fluide et agréable.

## ✓ Correction Exercice chapitre 3 – Expérience utilisateur/Ergonomie et graphisme

### 3. Esthétique et cohérence graphique :

✓ Le site utilise une palette de couleurs sobres (noir, blanc, gris) et une typographie élégante, conforme à son image de marque.

✓ Les visuels produits sont de haute qualité, et les pages restent épurées, sans surcharger l'utilisateur.

✓ La cohérence est respectée sur toutes les pages : même style graphique, même structure, mêmes boutons.

🔍 **Correction** : L'identité de la marque Zara est bien représentée. L'esthétique simple et haut de gamme renforce l'image professionnelle.