

Annexe 1 : Explication détaillée de la catégorisation des items du questionnaire UEQ

Les six dimensions ne sont pas totalement indépendantes. Par exemple, l'attractivité représente l'impression globale de l'utilisateur et est influencée par les résultats obtenus dans les cinq autres dimensions (Schrepp et al., 2017).

1. Attraction (Attractiveness)

Cette dimension mesure l'impression générale du produit. Elle cherche à savoir si les utilisateurs aiment ou n'aiment pas le produit, et s'ils le trouvent agréable, plaisant ou attirant.

Elle est évaluée à partir de 6 paires d'adjectifs opposés : (ligne dans la grille : 1,12,14,16,24,25)

- ♦ agaçant / agréable
- ♦ bien / médiocre
- ♦ repoussant/ attractif
- ♦ désagréable / agréable
- ♦ attrayant/ rebarbatif
- ♦ sympathique / inamical

2. Compréhensibilité (Perspicuity)

Cette dimension évalue la facilité de compréhension et d'apprentissage du produit. Elle mesure si l'utilisateur trouve le système facile à comprendre et à prendre en main.

Elle comprend 4 paires d'adjectifs : (ligne dans la grille : 2,4,13,21)

- ♦ incompréhensible / compréhensible
- ♦ appropriation simple / appropriation compliquée
- ♦ compliqué / simple
- ♦ clair / déroutant

3. Efficacité (Efficiency)

Cette dimension analyse la capacité de l'utilisateur à accomplir ses tâches rapidement et sans effort inutile. Elle s'intéresse notamment à la rapidité et à l'efficacité de l'interaction.

Elle comporte 4 paires d'adjectifs : (ligne dans la grille : 9,20,22,23)

- ♦ rapide / lent
- ♦ inefficace / efficace
- ♦ non-pragmatique / pragmatique
- ♦ sobre / surchargé

4. Contrôlabilité (Dependability)

Cette dimension mesure le sentiment de contrôle de l'utilisateur sur le système. Elle évalue si l'utilisateur peut prédire le comportement du système et se sentir en sécurité lorsqu'il l'utilise.

Elle comprend 4 paires d'adjectifs : (ligne dans la grille : 8,11,17,19)

- ♦ imprévisible / prévisible
- ♦ rigide/ facilitant
- ♦ sécurisant / insécurisant
- ♦ répond aux attentes / ne répond pas aux attentes

5. Stimulation (Stimulation)

Cette dimension évalue le plaisir et la motivation générés par l'utilisation du produit.

Elle cherche à savoir si l'utilisation est stimulante, amusante ou motivante.

Elle comprend 4 paires d'adjectifs : (ligne dans la grille : 5,6,7,18)

- ♦ appropriation simple / appropriation compliquée
- ♦ apporte de la valeur / peu de valeur ajoutée
- ♦ ennuyeux / captivant
- ♦ stimulant / soporifique

6. Originalité (Novelty)

Cette dimension mesure le caractère innovant et créatif du produit. Elle évalue si le produit attire l'attention et se distingue par son originalité.

Elle comprend 4 paires d'adjectifs : (ligne dans la grille : 3,10,15,26)

- ♦ moderne / sans fantaisie
- ♦ original / conventionnel
- ♦ habituel / avant-gardiste
- ♦ conservateur / innovant