

Google veut accélérer le Web avec les technologies d'AMP

Google veut promouvoir de nouvelles normes Web permettant le chargement instantané de contenu Web non-AMP (AMP étant l'acronyme anglais d'Accelerated Mobile Pages).

Dans cette optique, il s'agit de déployer de nouvelles normes Web inspirées par [AMP](#).

Lancé début 2016, AMP a fait son chemin parmi les différents produits et services Web de Google. Il concerne maintenant, selon Google, 31 millions de noms de domaine.

Google veut maintenant appliquer les leçons apprises et apporter les avantages en termes d'accélération du chargement des pages Web au reste du Web avec de nouvelles normes.

Faire du non-AMP avec de l'AMP

Il ne s'agit donc pas de pousser à l'adoption d'AMP sur l'ensemble du Web mais d'exploiter les technologies sous-jacentes pour n'importe quelle page Web. De sorte qu'elle puisse en particulier être chargée aussi rapidement que celles qui supportent AMP.

Pour l'heure, il n'y a aucun nom spécifique donné cet ensemble de normes hérité des technologies AMP.

Mais, il est déjà clair que ce type de contenu non-AMP devra aussi répondre à un ensemble de critères de performance et d'expérience utilisateur. C'est en substance ce que précise la firme de Mountain View dans un billet de blog stipulant que « *ce contenu devra suivre un ensemble de futures normes Web et répondre à un ensemble de critères objectifs de performance et d'expérience utilisateur pour être éligible* ».

Pour suivre les normes édictées par Google, les éditeurs devront donc se plier à de nouvelles contraintes (en termes d'utilisation de la mémoire vive, du processeur, de la bande passante et de respect de la vie privée). En contrepartie, Google leur donne une autre porte d'accès (qu'AMP) à son carrousel Top Stories.

L'empaquetage Web comme épine dorsale

Au coeur de ces technologies se trouve en particulier le Web Packaging (empaquetage Web), comme [recommandé](#) par l'équipe TAG (Technical Architecture Group) du W3C (World Wide Web Consortium). L'avantage de ce standard est qu'il n'est pas propre à AMP, comme le souligne Google. Une bonne manière de lui éviter d'être taxé de vouloir avoir la main-mise sur les futures normes Web.

Il s'agit d'empaqueter du contenu Web sous la forme de fichiers compressés (.zip) qui peuvent être déployés dans des fichiers HTML avec une application ou un widget de type MIME (Multipurpose Internet Mail Extensions).

Google veut aussi promouvoir iFrame (Inline Frame), du nom d'une balise HTML qui permet d'insérer une page HTML au sein d'une autre page html. Les autres standards dans le chemin critique relatifs à ces futures normes sont le Feature Policy (permet d'activer et de désactiver de manière sélective l'utilisation de diverses fonctionnalités et API du navigateur), le Performance Timeline (support des mesures de latence côté client) et le Paint Timing (API qui fournit des informations de synchronisation sur les opérations « paint » ou « render » lors de la construction d'une page Web).

Bien entendu, Google va également continuer d'améliorer et d'enrichir le framework AMP le considérant même comme « *la voie éclairée de Google pour créer de grandes expériences utilisateur sur le Web* ».

En février dernier, Google a aussi annoncé [AMP for Email](#). Il s'agit de moderniser la messagerie électronique avec des messages intégrant un contenu interactif et dynamique.

(crédit photo © Nata-Lia – shutterstock)