



CD OFFERT ▶▶▶ Jetez un oeil à l'intérieur...

20 photos de Fotolia, un thème, des composants, des sons, les fichiers d'exercice

design

Le magazine des passionnés et des pros du Web

HTML5 / JQUERY
CSS3 / NOTEPAD
JS / WORDPRESS
DREAMWEAVER
FLASH
PHOTOSHOP

T-COMMERCE

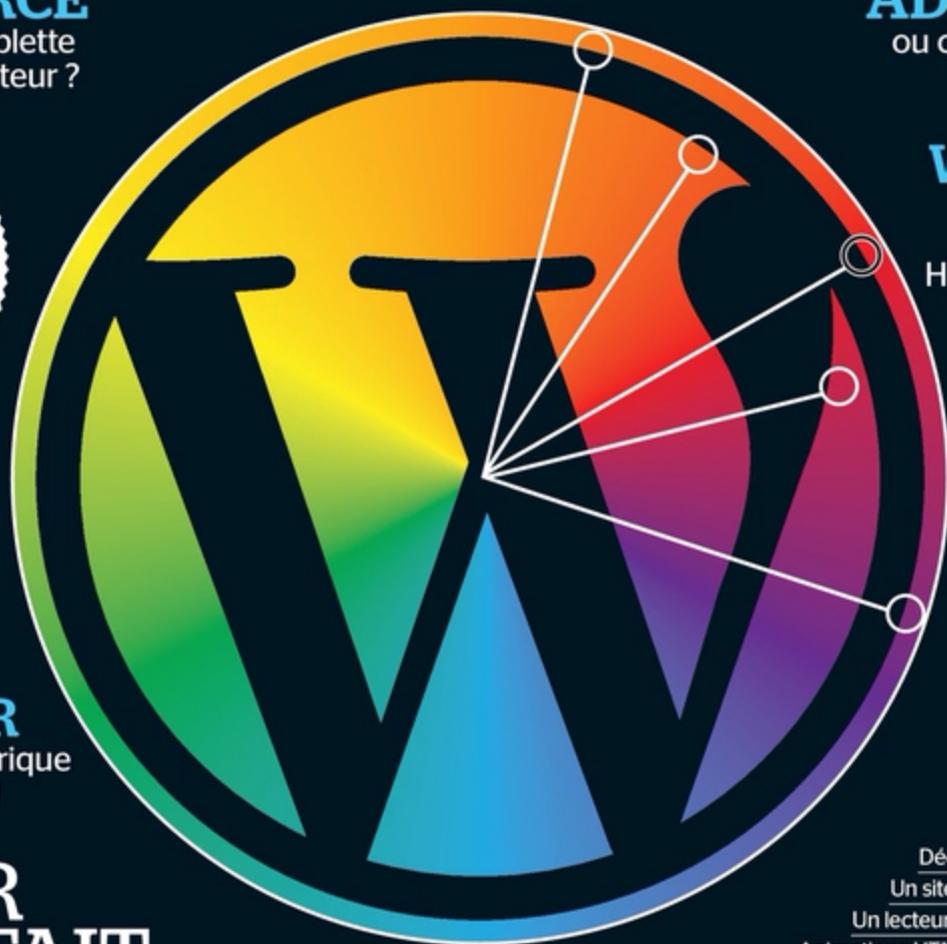
Le commerce sur tablette est-il un créneau porteur ?

ADOBE MUSE

ou comment réconcilier le design et le code

WORKSHOP

Proposez des séquences vidéo HTML5 pleine largeur

OFFERT
UN THÈME
WORDPRESS
SUR LE CD

ULTRANOIR

Le savoir-faire numérique des petits frenchies !

**CHOISIR
LE PARFAIT**

THÈME WORDPRESS

15 pages spéciales

Frameworks, customisation, etc.
+ comment choisir le meilleur design pour votre contenu

CORACOM

L 18927 - 36 - F. F. 8,90 €



TUTORIELS

Découvrez la suite Muse d'Adobe

Un site e-commerce avec Concrete5

Un lecteur vidéo multiclips en plein écran

Animations HTML5 avec Adobe Edge Preview

Publiez vers les périphériques mobiles avec CS5.5



LA SOLUTION COMPLÈTE POUR VOS IMAGES

Vous pouvez acheter nos photos d'excellente qualité à partir de 0,36€ avec nos crédits très pratiques, ou à partir de 0,07€ avec nos formules d'abonnements idéales!

*Avec un code promo,
obtenez un abonnement de 14 jours GRATUITEMENT:*

S255706



Trouvez votre bonheur parmi plus de 5 000 000 photos et images vectorielles libres de droits sur www.depositphotos.com



Téléphone 09 75 181 828

Bienvenue dans ce numéro

LA MISSION DE WEBDESIGN

Être une voix compréhensible et inspirante pour tous les Webdesigners, offrant les informations les plus récentes et des techniques vitales

A la une

Un Webdesigner n'a pas besoin de connaître tous les petits détails du code, mais il doit en revanche comprendre son fonctionnement.

Ben Gross,
Webdesigner chez I-COM
Page 8



Des thèmes magnifiques



Grâce aux thèmes qui la transforment, la plateforme WordPress est devenue une expérience magnifique et passionnante. Vous savez sans doute qu'il existe des milliers de thèmes WordPress qui rivalisent les uns avec les autres pour attirer votre attention.

Certains sont très bien construits, originaux et créatifs, tandis que d'autres ont un rôle plus fonctionnel et servent à faire passer un message au public. Quel que soit ce message, en choisissant le thème adéquat vous ferez en sorte que votre contenu soit présenté sous un bon jour.

Autre point : un designer HTML5 moderne peut-il vraiment se passer de code ? La réponse vous est donnée dans un dossier spécialement rédigé sur ce thème, pour ainsi dire, parce que l'utilisation du HTML5 n'est pas chose facile. Pour avoir un design parfait sur le Web d'aujourd'hui, il faut investir beaucoup de temps et de travail, développer des règles CSS et ajuster son JavaScript.

Sans oublier qu'il faut ensuite essayer de peaufiner son site pour qu'il fonctionne avec les derniers navigateurs et les particularités de chacun d'entre eux.

Ce numéro vous sera donc bien pratique pour peaufiner votre projet. Bonne lecture et bon travail.

Bertrand Audouy

La recherche du thème de vos rêves peut être un travail de minutie et demander beaucoup de temps.



Suivez-nous sur Twitter pour écouter nos conversations @webdesignmag



Visitez notre portail pour plus d'infos webdesignmag.fr



SOMMAIRE

Nouveautés, techniques et inspiration pour les Webdesigners

Discutez avec l'équipe et les autres lecteurs des nouvelles technologies, tendances et techniques :

📧 mail@webdesignmag.fr 🐦 [WebDesignMag](https://www.facebook.com/WebDesignMag) 🌐 www.webdesignmag.fr

Ce qui vous attend

- 14** Lightbox
Une galerie de Webdesign épatants
- 20** Pro file
Ultranoir
Savoir-faire numérique
- 26** Blog beautiful
Des blogs design
aux mises en page innovantes
- 28** Dossier
WordPress
Choisissez le thème parfait
- 40** Dossier
Adobe
La nouvelle muse
- 48** Design diary
Porte-conteneurs Maersk
Un contenu dynamique plutôt cool
- 90** Style relics
Coca
Le célèbre rouge et blanc



CHOISIR LE PARFAIT

THÈME WORDPRESS

p. 28 Les thèmes servent à transformer la plateforme WordPress : d'un simple outil de blogging textuel, elle devient une expérience magnifique et passionnante.



40 Adobe Muse en version bêta
Suivez nos conseils.

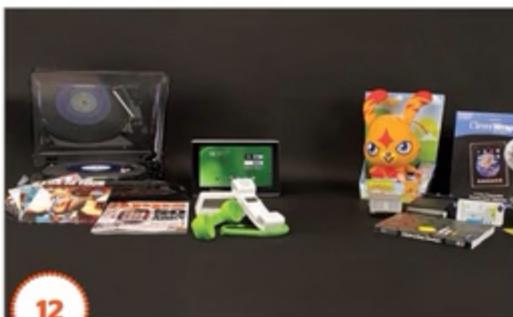


48 Design diary
Faire voguer des navires sur le Web.

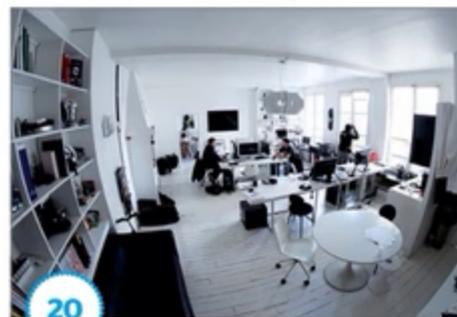
<header>

Les sujets les plus tendances provenant du monde entier !

- 6** Comment
Matt Gifford
Dart fera-t-il mouche ?
- 8** Comment
Ben Gross
Les bases du Webdesign
- 10** Comment
Mark Shelkin
Soyez fier de votre portfolio
- 12** Webkit
Meublez votre studio avec des gadgets



12 Webkit
Les derniers équipements à la mode



20 Pro file
Dans les bureaux parisiens d'ultranoir

Sur le CD

98 Récupérez les goodies de votre CD !

20 photos : offertes par Fotolia

- Des sons
- Des formes vectorielles
- Des templates
- Des typos
- Les fichiers d'exercice



52

Dreamweaver et Flash

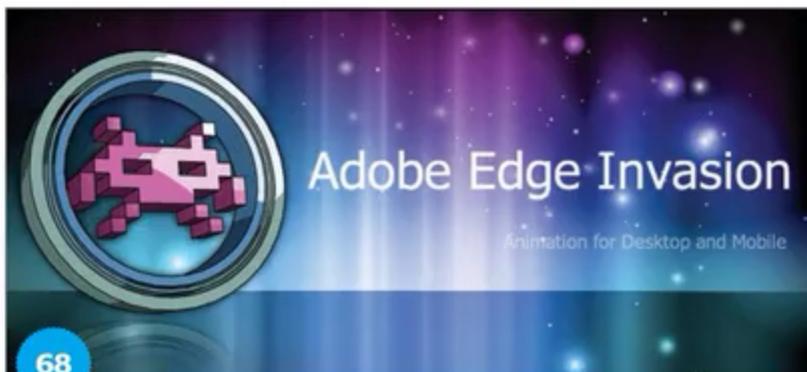
Publier vers les périphériques mobiles.



64

Avec concrete5

Concevoir un site d'e-commerce.



68

Animations HTML5 faciles avec Adobe Edge Preview

Ouvrez-vous aux capacités interpériphériques et au montage intuitif grâce à cette nouvelle animation en version bêta.

<industry>

Vous montrer le meilleur des tendances

- 82 **Carrière**
Trouver des clients
- 84 **Portfolio**
Des travaux de freelances
- 88 **Trend map Milan**
- 92 **E-commerce**
Vitrine sur tablette

88

Milan
Les meilleures agences



<tutoriels>

Des gourous vous guide pas à pas à travers les techniques du Web

- 52 **Dreamweaver et Flash**
Avec le développement mobile, une demande croissante pour la suite Webdesign phare d'Adobe voit le jour. Nous vous montrons comment déployer du contenu pour Android et iOS.
- 56 **Élaborer un lecteur vidéo multiclips en plein écran**
Concevez votre propre lecteur vidéo pour regrouper une compilation de vos contenus YouTube préférés dans un espace clair et adapté.
- 60 **Composer de superbes sites Web grâce à la suite Muse d'Adobe**
La nouvelle version bêta pour publier des pages met davantage l'accent sur le design que sur le code.
- 64 **Concevoir un site d'e-commerce avec concrete5**
Vendre en ligne ne doit pas se résumer à privilégier la substance par rapport au style.
- 68 **Créer des animations HTML5 faciles avec Adobe Edge Preview**
Ouvrez-vous aux capacités interpériphériques et au montage intuitif grâce à cette nouvelle bêta.
- 72 **Déboguer dans le navigateur avec Opera Dragonfly**
Faites des modifications à la volée et piègez des erreurs interpériphériques avec une multitude d'outils.

Web Workshop

Recréez les sites les plus à la pointe



- 76 **Vous avez besoin que l'on dissèque pour vous un site inspirant ?**
Revenez au style des années 50.
- 78 **Visibilité sur tablette**
Des séquences vidéo HTML5 pleine largeur.
- 80 **Image corporate**
Des styles cartoon pour le Web.

Dart fera-t-il mouche ?

Matt est un développeur consultant en RIA et écrivain se spécialisant en développement ColdFusion, Flash et AIR. Ayant plus de 10 ans d'expérience dans plusieurs secteurs, c'est un orateur habitué des conférences internationales.



Matt Gifford

Y a-t-il une place dans le Webdesign pour un langage de plus ?

Dans mon bureau, j'ai une bibliothèque qui fait six étages et qui est presque aussi large que mon envergure. Elle est surtout remplie de livres et de magazines. J'ai accumulé une sacrée collection de ressources techniques au fil des ans et j'en ai lu la majorité du début à la fin. Je les ai en tout cas, tous lus en diagonale pour dénicher des informations utiles lorsque j'en avais besoin. J'ai besoin de les avoir sous la main, pour m'assurer de programmer correctement et pouvoir me référer à certaines fonctions ou méthodes lorsque je crée des applications. Sans eux, il me serait bien plus difficile de rester à la pointe des procédés et des pratiques recommandés.

Les langages évoluent au fil du temps. C'est nécessaire, car les technologies du Web s'améliorent, la vitesse et la puissance de calcul augmentent grâce aux progrès de la technologie, et les tendances et pratiques modernes des internautes et des développeurs ouvrent de nouveaux horizons et font apparaître de nouvelles techniques. Les éléments composant les langages changent également à chaque nouvelle version et gagnent de nouvelles fonctionnalités. Certains éléments deviennent également obsolètes et sont supprimés : nous n'en avons plus besoin, ou bien ils ne sont plus requis, ou encore ne sont plus considérés aussi utiles qu'avant. C'est une évolution normale et, dans l'industrie du Webdesign, elle est à la fois naturelle et artificielle : les langages évoluent pour remplir certaines conditions naturelles ainsi que pour suivre les progrès de la technologie.

Étant donné, donc, cette pléthore de langages disponibles et tout ce qu'il est possible d'apprendre dans ce domaine, y a-t-il une place pour un langage supplémentaire ?

À la suite de son annonce lors de la conférence GOTO en octobre 2011, Google a dévoilé Dart, son nouveau langage de programmation fait pour remplacer JavaScript et visant à résoudre les problèmes de ce dernier tout en proposant de meilleures fonctionnalités de sécurité et une performance supérieure.

Le langage en lui-même est destiné à toutes sortes de développeurs et vise à créer une plateforme qui sera familière à la majorité, sans devoir complètement tout changer. Dart, qui fait usage de classes, d'interfaces et de closures, se base davantage sur Java que sur JavaScript, mais ses principes et fonctionnalités de programmation de base devraient suffire même si vous avez une connaissance sommaire de ces langages.

Un éditeur Dart, Dart Editor, est disponible sur la plateforme Eclipse pour vous aider à faire ou à déployer du code écrit en ce langage. Pour faire tourner celui-ci, vous aurez besoin d'une machine virtuelle native, ou alors vous devrez le compiler en JavaScript puis passer par un moteur JS. Lorsque vous créez des applications faisant usage du code Dart, Dart Editor génère automatiquement les fichiers JS nécessaires, ce qui veut dire que les navigateurs n'ont pas à connaître Dart pour pouvoir exécuter votre application, ils doivent seulement pouvoir lire et gérer ces fichiers JS.

Bien que j'aie hâte de voir ce que Google fera de Dart et à quel public ainsi que pour quels cas d'utilisation ils le vendront, je me demande bien à quoi il servira. A-t-on vraiment besoin d'un langage de programmation supplémentaire ? Il y en a déjà suffisamment en ce moment et ceux-ci évoluent en permanence, ne risque-t-on pas, donc, en en sortant un de plus, de brouiller les choses et de compliquer le développement Web ?

Google Dart est-il une solution pour un problème réel, ou un problème de plus qui nécessitera une solution ?

Les développeurs et les Webdesigners doivent déjà gérer des problèmes de compatibilité entre navigateurs et langages, ou frameworks, basés sur JavaScript, sans oublier la manipulation et l'affichage du DOM. Même si Dart peut être compilé en code JavaScript, lequel peut tourner dans Chrome ainsi que dans les dernières versions de Safari et de Firefox, que se passera-t-il pour les futures

applications Dart qui devront tourner dans des versions plus anciennes de ces navigateurs ?

Une mise en garde, sur la page de documentation technique de Dart, indique également que le fichier JavaScript créé « n'est pas assez énorme pour le moment », mais promet : « Ne vous inquiétez pas, nous allons régler ça. » Je m'interroge aussi sur le fait que Dart Editor ne montre pas le fichier JS créé. J'aurais beaucoup d'hésitations à déployer, dans mes applications, quelque chose que je ne peux ni contrôler, ni voir, ni modifier, ni corriger.

Google Dart est-il une solution résolvant un problème qui existe vraiment, ou seulement un problème de plus qui nécessitera une solution supplémentaire ? Les langages doivent évoluer – et nous, professionnels du Web, devons évoluer en même temps qu'eux lorsque c'est possible – ; mais, dans ce cas précis, est-ce vraiment nécessaire ? Pour l'instant je reste sceptique, mais je laisserai quand même une place sur mon étagère pour d'éventuels guides sur Dart, juste au cas où.



39^e Festival International de la Bande Dessinée

PAVILLON & EXPOSITION JEUNES TALENTS 2012

*Angoulême / Square des Villes Jumelées
du 26 au 29 janvier 2012*

Venez découvrir en exclusivité l'exposition des Jeunes Talents et assistez aux conférences, animations et ateliers organisés à destination de la jeune création. Le Pavillon Jeunes Talents®, un lieu au cœur du Festival dédié à l'émergence des talents de demain.

Parrainés par



CAISSE D'ÉPARGNE



Avec le concours de



Les bases du Webdesign

Ben est Webdesigner senior chez I-COM, et cela fait sept ans qu'il crée des marques Web bien conçues, interactives et convenant au client. Il aime aussi la photographie, le football et lire des livres sur la typographie.



Ben Gross

Pour réussir sur le marché en ligne varié, il faut plusieurs talents.

Contrairement aux autres métiers plus anciens, pour être Webdesigner, vous n'êtes pas obligé d'avoir un diplôme officiel. Cela pousse à avoir de nouvelles idées, à créer de nouvelles technologies et à faire des utilisations originales, mais cela peut aussi avoir certains inconvénients, comme un faible niveau de compétences, une mauvaise implémentation, de mauvaises expériences utilisateur, et des clients qui paient et qui sont très mécontents de leur produit fini.

Internet déborde de tutoriels, de templates gratuits et de programmes en glisser-déposer. À cause de cela, le marché est inondé de designers médiocres qui acceptent des boulots sans comprendre la complexité du métier. Comme faire, donc, pour se démarquer ?

Les challenges du Webdesign sont complexes et nombreux. Vous devez avoir l'imagination nécessaire pour concevoir le projet, suffisamment de connaissances et de sens pratique pour créer un design fonctionnel, et l'œil pour les détails afin que le projet soit de grande qualité. Si vous apprenez des compétences-clés dans plusieurs domaines à la fois, vous serez un designer bien plus complet.

La maîtrise des principes de base du design devrait être le but de n'importe quel Webdesigner en herbe. Un bon design, qu'il concerne des sites Web ou des applications pour téléphones, dépend de certains principes fondamentaux de la création. Il faut maîtriser la mise en page, la typographie, la couleur, la composition et le contraste. C'est un savoir-faire que vous conserverez toute votre vie et qui, une fois acquis, vous donnera les outils nécessaires à la création d'un design dans n'importe quelle situation. Lisez des livres, des blogs, et analysez des mises en page sur le Web. Essayez de tout ce qui vous entoure.

Pour créer des mises en page parfaites, vous devez comprendre la manière dont elles fonctionnent et dont elles sont construites. Un architecte sait que l'on ne pourra pas construire une maison en gelée. Même si la gelée, c'est bon et c'est marrant, ce n'est ni pratique ni durable. L'architecte sait qu'un bâtiment se construit avec des briques et du ciment, et il fait ses plans en conséquence. Un Webdesigner n'a pas besoin de connaître tous les petits détails du code, mais il doit en revanche comprendre son fonctionnement

afin de pouvoir créer des plateformes solides. Vous éviterez ainsi de faire un site "en gelée" et vous aurez une idée des nombreuses possibilités créatives réalisables. La seule façon d'améliorer votre expertise dans ce domaine est de mettre la main à la pâte : examiner et rédiger du code, expérimenter, et demander des conseils à des développeurs.

Une fois que votre site fonctionne correctement et que vous êtes satisfait de son apparence, il est temps de rendre votre projet plus attractif. Internet, c'est génial : de nouvelles technologies fascinantes y apparaissent quotidiennement. Les Webdesigners doivent se tenir au courant de ces nouveautés, comme les nouvelles façons originales de faire de l'amélioration progressive grâce à JavaScript. Ces connaissances vous permettront de développer des applications riches en contenu qui époustoufleront les internautes. N'oubliez pas, si vous avez une idée originale, de vous demander si elle peut être développée ; ce n'est pas parce que cela n'a pas été fait que c'est infaisable, mais il y a peut-être une raison pour laquelle cela n'existe pas encore.

Si personne ne trouve votre site, il ne servira à rien même s'il est beau. Comprendre la SEO devient crucial pour un designer. Vos projets doivent tenir compte de Google. Réfléchissez à la manière dont vous pouvez intégrer un contenu extensible, des balises "h" et de l'interactivité liée aux médias sociaux à votre design.

Apprendre tout ce savoir-faire et connaître ces techniques est essentiel pour créer des applications professionnelles et visuellement stimulantes. Cependant, pour réellement établir un lien avec votre audience, vous devez trouver un lien émotionnel. Vous qui êtes Padawan, pour devenir un Jedi vous devrez trouver une histoire et la raconter à travers votre design. Cette histoire doit décider des couleurs et des polices que vous utilisez, ainsi que des fonctionnalités que vous développez. Pour vous aider à trouver cette histoire et à la raconter, regardez des films, des publicités ou lisez des livres et cherchez leur message principal. Repérez les techniques qu'utilise le metteur en scène ou l'écrivain pour mettre ce message en valeur.

C'est cependant en prenant le temps d'apprendre les bases que vous vous démarquerez dans ce marché surpeuplé.

☞ La maîtrise des principes de base du design devrait être le but de n'importe quel Webdesigner en herbe. ☞



Capturez l'inattendu. Découvrez les images de plus de 80 000 artistes du monde entier.

istockphoto.com/Krakozawr

UN AUTRE POINT DE VUE

istockphoto.com/FarukUlay

Soyez inspiré sans vous ruiner avec des millions de photos, d'images vectorielles, de fichiers Flash, audio et vidéo entièrement sécurisés et libres de droits.



Soyez fiers de votre portfolio

Mark Shelkin est expert-conseil chez Source, agence de recrutement londonienne, et propose des services d'orientation professionnelle dans l'industrie créative en trouvant des emplois et du personnel pour des designers ou développeurs Web et interactifs.



Marc Shelkin

Gardez espoir si votre travail est "vieux" lors d'un entretien.

Chez Source, nous rencontrons plus de 15 nouveaux designers numériques chaque semaine et passons une heure avec chacun d'entre eux pour discuter de leur CV, de leur portfolio, des conditions du marché, de l'orientation de leur carrière et de ce qu'ils peuvent attendre de nous. Comme vous pouvez l'imaginer, nous avons tous les jours les mêmes questions venant de personnes s'inquiétant de ne pas trouver d'emploi. Il y en a une qui revient très souvent et qui concerne ce dilemme : comment obtenir un poste en ayant un vieux portfolio, car le travail récent n'a pas encore été publié ?

Un vieux portfolio est une chose, un vieux contenu et de vieux projets en sont une autre. Votre portfolio doit être moderne, original et actuel, ou aussi à jour que possible. Nous avons déjà vu quels portfolios étaient à la mode en ce moment dans de précédents numéros : Cargocollective, Carbonmade, Behance, etc. En tant que designer, on vous jugera davantage sur votre travail que sur votre CV, ce dernier servira plutôt de complément à vos visuels. La personne qui vous fera passer l'entretien saura que vous avez certains projets sur lesquels vous avez travaillé ces 12 derniers mois, qui en sont au stade de la conception et n'ont pas encore été publiés. Elle aura envie de les voir pendant l'entretien ; ne vous inquiétez pas, elle ne vous volera pas vos idées, elle a juste besoin de connaître votre manière de penser et votre attention envers les détails en matière de design.

En majorité, les designers devront signer un accord de confidentialité pour travailler sur un projet et ne pourront ni montrer leur travail ni en parler à qui que ce soit. La plupart respectent cet accord, mais certaines agences de création emploient des gens uniquement pour parcourir Internet et chercher des œuvres ou projets qui ne devraient pas s'y trouver. Il est déjà arrivé que des designers se fassent prendre avec des travaux dans leur portfolio qui n'avaient pas lieu d'y être et soient licenciés.

Certains designers ont une zone de leur site protégée par mot de passe ou un site sécurisé à part, où ils mettent leurs travaux récents, ce qui leur permet de contrôler qui s'y intéresse. Cela fait des années que cette pratique existe, elle n'est pas nouvelle, mais n'est quand même pas très fiable, car certaines agences de recrutement auront des méthodes à l'éthique contestable et enverront votre CV à toutes les agences de la ville sans votre permission, vous

faisant ainsi perdre le contrôle de ceux qui voient votre travail. J'ai déjà entendu des histoires véridiques où on a volé des idées qui ont été commercialisées plus vite que les idées originales.

Il est intéressant de noter que ce problème concerne uniquement les Webdesigners, et non les print designers. Ces derniers ont tendance à éviter complètement de mettre du travail non publié dans leur portfolio, même s'il aura un impact sur leur carrière, juste par excès de prudence. De plus en plus de print designers cessent d'utiliser des portfolios en PDF et commencent à utiliser des sites à templates, comme Cargocollective.

Mon conseil, c'est de faire attention et, lors des entretiens d'embauche, de mettre en balance les risques et l'éventuel succès. Si vous montrez du travail non publié, ne le faites que dans un environnement contrôlé où vous êtes sûrs que le concept de sortira pas de la pièce. Même ainsi, cela pourrait quand même être considéré comme une rupture de contrat car ce travail est confidentiel.

Si montrer du travail conceptuel qui n'a pas encore été publié vous met mal à l'aise, ne vous mettez pas la pression : campez sur vos positions ! Et je suis certain que la personne qui vous fait passer l'entretien d'embauche comprendra la situation. La meilleure façon de gérer une situation épineuse, si vous en rencontrez une, est de lui dire que si vous travaillez pour elle, aimerait-elle que vous montriez le travail de son agence à des agences concurrentes ?

Certains sites vous donneront davantage de conseils sur les sites de portfolios protégés par un mot de passe, comme par exemple <http://portfolio.deviantart.com>. Vous pouvez aussi vous servir d'un fichier "robots.txt", qui empêchera les moteurs de recherche d'indexer et d'afficher votre site, pour que seuls ceux qui en connaissent l'adresse puissent le trouver. Ce n'est pas une solution complètement privée, car il suffit qu'une personne fasse un lien sur Facebook pour que le reste du monde puisse suivre ce lien, mais il y a relativement peu de chance que cela arrive si vous demandez à ceux qui sont dans le secret de ne pas le faire.

Vous trouverez un peu de lecture sur ce sujet ici : <http://is.gd/ovFQY8>, <http://is.gd/95V03H> et <http://is.gd/qVHAFv>.

Bonne chance dans votre quête d'embauche ; et si vous voulez d'autres conseils, www.recall.ca/fr ou encore www.webjonction.com.

👁️ Votre portfolio doit être moderne, original et si possible actuel. 🗨️



MJM Graphic Design

Apprendre un métier avec des professionnels



- Réalisation 3D / Jeux vidéo
- Montage vidéo / Effets spéciaux
- Photographie / Numérique
- Graphisme publicitaire

- Infographie PAO
- Webdesign
- Motion design



ÉTABLISSEMENT
FONDÉ
en
1979
ÉTABLISSEMENT

Possibilité Alternance
école/entreprise

Formations en 2 ou 3 ans
Stages en entreprises

ÉLIGIBLE
DIF
ÉLIGIBLE

JOURNÉES PORTES OUVERTES // PARIS : 30, 31 MARS & 1^{er} AVRIL

> Paris 75010
38 quai de Jemmapes
Tél. : 01 42 41 88 00
M° République

> Rennes 35000
29 rue de la Palestine
Tél. : 02 99 38 26 46

> Strasbourg 67000
8A rue Kageneck
Tél. : 03 88 75 03 75

www.mjm-design.com

<webkit>

Meublez votre studio avec les derniers trucs, gadgets et équipements à la mode



Platine ION Profile USB
69,99 \$ (env. 83 €)
www.firebox.com

1 Si vos vinyles envahissent votre maison, il est peut-être temps de les faire passer au numérique. La platine ION USB Profile vous apportera tout ce dont vous avez besoin pour mettre facilement vos vinyles sur ordinateur.

iPhone Apps
9,50 €
<http://shop.oracom.fr>

2 Notre magazine apparenté iPhone Apps vous aidera à choisir parmi les 1530 applications testées, gratuites ou payantes, pour votre iPhone, votre iPad et votre iPod touch. Une ressource indispensable en 164 pages.

Acer ICONIA A500 16GB
Env. 360 €
www.acer.co.uk

5 L'ICONIA A500 est une tablette Android de 10,1 pouces aux nombreuses fonctionnalités. Elle est dotée d'un processeur double cœur NVIDIA Tegra, de 1 Go de mémoire vive, de 16 Go d'espace de stockage, ainsi que d'une connectivité sans fil, du Bluetooth et du HDMI.

Interactive Moshi Monster
22,49 \$ (env. 27 €)
www.firebox.com

6 Les Moshi Monsters sont des personnages animés irrésistibles, adorables et pleins de couleurs. La collection Interactive Moshi Monster inclut les personnages Poppet et Katsuma qui vous parlent lorsque vous entrez dans la pièce ou gloussent quand vous leur chatouillez le ventre.



Combiné ePure
Env. 60 €
<http://epure.swissvoice.net>

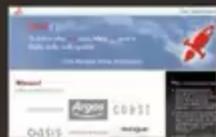
3 LePure est un téléphone classique au design original qui donnera style et matière à votre foyer. En plus d'un son clair, il possède une fonction réveil, propose dix heures de communication et a une portée de 50 m.

Combiné POP
Env. 30 €
www.nativeunion.com

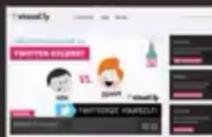
4 Créé par le designer français David Turpin, le téléphone POP est moderne et doux au toucher. Ce combiné rétro, doté d'une prise Jack de 3,5 mm, est compatible avec les téléphones portables tout comme avec les tablettes.

Services Web

Faites des économies en montrant ces excellents services en ligne à votre administrateur.



Shutl
À partir de 5 \$ (env. 6 €) www.shutl.co.uk
 Shutl est un service permettant de faire livrer rapidement des produits dans plusieurs villes du R.U.



visually
GRATUIT <http://visual.ly>
 Visionnez les meilleurs graphiques de statistiques sur les marchés de produits divers du Web.

CleverWraps
9,99 £ (env. 12 €)
www.firebox.com

7 L'IPad 2 est une tablette magnifique qui doit être protégée pour le rester. Les pochettes plastifiées CleverWraps, dotées d'une fermeture hermétique, la préserveront de la poussière, de l'eau et du sable.

Coque Tableau Périodique
Env. 18 €
www.proporta.com

8 Voici une coque pour iPhone 4 un peu spéciale. Cet étui protège l'arrière et les côtés du téléphone, bien sûr, mais grâce au tableau périodique imprimé au dos vous n'oublierez plus jamais ces fichus éléments. Idéal pour ceux qui n'arrivent pas à trouver le tableau périodique assez vite dans leur navigateur ou dans leur appli !



What Color Is Your Parachute?
Gratuit
<http://itunes.apple.com/gb/app/what-color-is-your-parachute/id396941600?mt=8>

Les entretiens d'embauche ne sont jamais faciles, et tout ce qui peut aider à se démarquer est le bienvenu. What Color Is Your Parachute? met à votre disposition une série de conseils et de techniques qui vous aideront à décrocher l'emploi de vos rêves.



DocAS
Env. 3 €
<http://itunes.apple.com>

DocAS est un organisateur de documents un peu différent. Il permet d'organiser, de lire et de signer des PDF ainsi que d'y faire des annotations. Vous pouvez également y insérer des images et changer la couleur du texte, sa police et sa taille.



G-RAID Mini
À partir de 229 \$ (env. 177 €)
www.g-technology.com

9 Le G-RAID Mini est une solution de stockage RAID externe d'une capacité de 1,5 To. Il possède une interface à haute vitesse dotée de ports eSATA, FireWire 800 (FireWire 400 par câble) et USB 2.0.

Distinctive Design
22,99 \$ (env. 28 €)
www.wiley.com

10 Attirez l'attention sur votre site grâce à cet ouvrage traitant des principes du graphisme et de la maximisation de l'impact, du lien entre code et contenu, et qui vous donnera des conseils sur la visibilité, l'utilisabilité et la beauté.

Yeti Snowball
100 \$ (env. 77 €)
www.bluemic.com

11 Le Snowball est un microphone USB élégant, attrayant et à la qualité sonore professionnelle. Ce micro bien construit fonctionne en plug and play sur Mac comme sur PC, et conviendra à toutes les sortes d'enregistrement.

USB TurboCharger 5000
Env. 52 €
www.proporta.com

12 Voici un chargeur pour toutes les occasions et toutes les sortes d'appareils, avec lequel vous chargerez votre iPhone, iPad, BlackBerry, Sony Ericsson, Nokia, HTC ou lecteur MP3 en un rien de temps. Il est fourni avec un câble rétractable et une housse.

The Expressive Web

<http://beta.theexpressiveweb.com>

Développé avec HTML5, CSS3



Designer **Big Spaceship**
www.bigspaceship.com

Adobe s'unit avec une des plus grandes agences numériques au monde pour vendre les mérites d'une spécification Web nouvelle génération.



ertaines personnes de l'industrie voudraient vous faire croire qu'Adobe déteste le HTML5 parce qu'il représente un "danger" pour Flash. En vérité, elles savent que le rôle de Flash va probablement devoir changer, et que celui-ci devra lâcher un peu de terrain pour se diversifier dans le domaine de la publication Web moderne. Juste pour prouver qu'il n'y a pas de rancune, elles se sont unies avec les membres de Big Spaceship pour faire un site vitrine louant les mérites de la dernière spécification du W3C. Le résultat est cette présentation enjouée des 12 fonctionnalités principales de la spécification, parmi lesquelles animations, dégradés, ombres et

transformations CSS3, audio/vidéo HTML5, etc. Elles sont toutes illustrées de vidéos animées ou d'interactions statiques faisant usage de cubes colorés qui forment de jolis dessins abstraits. Au fur et à mesure que l'on visite le site on gagne des trophées comme si l'on suivait un programme d'entraînement, et le site propose aussi des ressources destinées aux développeurs, incontournables si l'on souhaite utiliser ces techniques soi-même. « Nous avons été heureux de constater que *The Expressive Web* a été acclamé par la critique, non seulement par les designers et les développeurs, mais aussi par une foule d'internautes ordinaires curieux, explique l'agence Big Spaceship. En résumé, nous avons créé une fenêtre ouverte sur le futur du Web, et Adobe y joue un rôle fondamental. »

☞ Au fur et à mesure que l'on visite le site on gagne des trophées comme si l'on suivait un programme d'entraînement. ☞



<ci-dessus>

Le site se base sur une métaphore, celle de cubes servant d'éléments de construction, et fait ainsi référence directe aux fondations polyvalentes que le HTML5 espère poser.

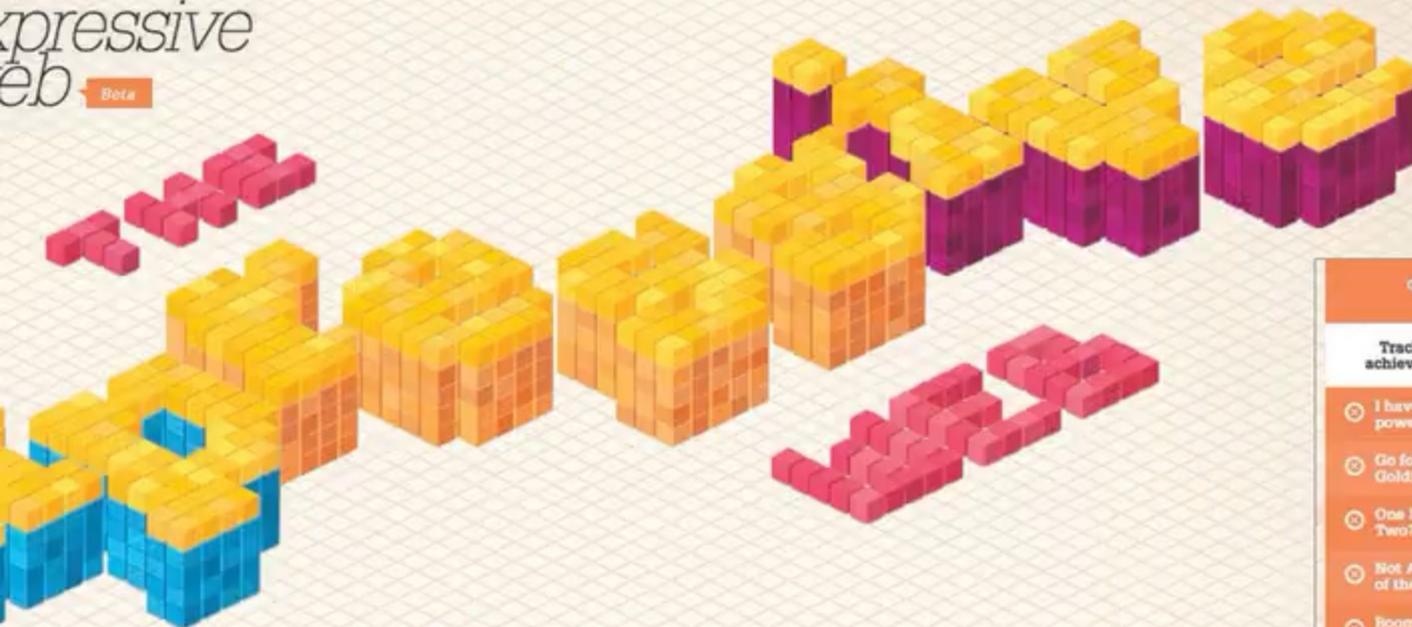


<ci-dessus>

L'interactivité est indispensable pour faire participer les internautes, et cette démo des ombres CSS3 utilise des ampoules virtuelles pour éclairer un cadran solaire.



the expressive web **Beta**



Welcome to the Expressive Web Beta

HTML5 and CSS3 bring loads of new features and functionality to the modern web.

This site is a resource and showcase of some of the newest, and most expressive features being added to the web today.

NOUVELLES RÈGLES

Le design original et novateur est idéal pour montrer combien les gens sont excités, à l'idée que le HTML5 annonce une nouvelle ère de standards du Web.

Track your achievements.

- I have the power!
- Go for the Gold!
- One Lamp or Two?
- Not Afraid of the Dark
- Boom Goes the Dynamite!
- Blockout!
- Tell me a Story
- Peace the popcorn
- Everybody's a winner!

«à droite»

Cette petite bannière de trophées apparaît à la fin. C'est une petite touche sympa qui sert à suivre votre progression à travers les différentes parties du site.

«à gauche, de gauche à droite et de haut en bas»

Chaque partie du site consacre son header à montrer de manière dynamique ce dont les techniques présentées sont capables.

Elles donnent aussi des informations sur leur prise en charge par les navigateurs.

Cette belle illustration du fonctionnement des requêtes de média nous demande de redimensionner notre navigateur afin de forcer les images à s'aligner pour former un hamburger.

En utilisant les démos, vous récoltez des trophées, comme lorsque vous en débloquez sur certaines consoles de jeu telles la PS3 de Sony.



Tao Community

www.taocommunity.com

Développé avec XHTML, CSS, JQuery



Designer **Rain Creative Lab**

www.raincreativelab.com

L'harmonie professionnelle n'a jamais paru si riche et si somptueuse sur Internet, même si l'on reste un peu dans le flou.



Nous devons avouer qu'aller chercher le meilleur du Webdesign philippin est un plaisir rare pour Web Design, ce qui veut peut-être dire qu'il est temps d'aller y faire un petit tour pour notre Trend Map.

Le standard qu'établit ce design de Rain Creative Lab, agence de Manille, montre cependant des signes encourageants et met l'harmonie professionnelle en avant. Le site a été fait pour un conglomérat appelé Tao Corporation, reconnu comme une des meilleures sociétés des Philippines, et fait preuve d'une jolie apparence zen et d'un design bien pensé.

Le site, qui s'ouvre sur une carte monochrome indiquant de manière isométrique les secteurs principaux du groupe Tao,

vous invite à cliquer sur des cônes verts pour aller visiter le reste. Vous serez ensuite témoin d'un véritable contraste visuel en visitant les parties principales du site, indiquées dans la barre de navigation en haut de la page (laquelle contient une texture), et qui font preuve d'un Webdesign graphique très beau. À partir de seulement quelques couleurs et textures d'images en contraste les unes avec les autres, on obtient un énoncé de mission d'entreprise audacieux qui souligne de très belle façon l'ambiance qui se dégage du site.

Malgré l'utilisation modérée de polices exotiques dans le CSS de la page, la seule critique que nous pourrions faire concerne le texte en lui-même, qui reste assez vague et très générique concernant les activités de Tao.

À partir de quelques couleurs et textures d'images en contraste, on obtient un énoncé de mission d'entreprise audacieux.



TAO COMMUNITY NEWS

05 OCTOBRE 2011
Open Commu

<ci-dessus>

• La page de navigation principale du site est composée d'une carte illustrée dans laquelle certaines sections sont identifiées par des cônes verts cliquables.



<ci-dessous>

• Proxima Nova est une belle police sans serif créée par Mark Simonson Studio et disponible sur <https://typekit.com>.

abcABC
1234567890



communications brings the enriched Lenovo Mobile Phone experience to the Philippines.

02 OCTOBER 2011
New MarketLink introduces RESURGEX SELECT

20 SEPTEMBER 2011
Tao Corporation Launches its new Corporate Website

LA VOIE DU SUCCÈS

Les tons, les couleurs et les textures naturelles choisis pour ce site sont essentiels pour avoir un design qui représente Tao. En plus d'être le nom de la société, c'est également un concept philosophique chinois signifiant "chemin" ou "principe".

«à droite, de gauche à droite»

- La page de la carte se retrouve ici sur un papier déplié, et nous aussi avons des rollovers en forme de comprimés aux belles couleurs d'accompagnement.
- La colonne centrale, qui est presque un template dans un template, mélange une image d'en-tête à des paragraphes de texte pour donner quelque chose d'excellent.





Tamron Island

www.tamron-island.co.uk

Développé avec JavaScript, Flash



Designer **Netzbewegung GmbH**
www.netzbewegung.com

De quoi reconquérir des fans du design en Flash avec un site promotionnel incroyablement divertissant.



ans son numéro 34, paru en décembre 2011, Web Design propose un long dossier mettant en garde contre un enterrement hâtif du recours à Flash pour des interfaces qu'on retient. Si cela devait être nécessaire, en voici

encore un exemple... Ce microsite promotionnel, fait par l'agence publicitaire allemande Netzbewegung, sert d'exemple à notre raisonnement en faisant l'argumentaire d'un domaine du Webdesign qui mélange jeux vidéo et publicité de manière très réussie. Les agences sont encore capables de créer ce genre de sites clinquants et immersifs à grande vitesse et à des prix compétitifs, qui reflètent la nature remplaçable du contenu. On aurait peut-être pu

faire quelque chose comme Tamron Island sans Flash, mais le temps et l'énergie investis n'en auraient pas valu la peine. Il serait donc dommage de passer à côté du résultat, qui plonge à merveille l'internaute dans le produit et présente des arguments de vente de manière subtile. Le principe du site, lequel exploite l'instinct du photographe (explorer et saisir l'instant), est de prendre des clichés d'une île exotique et de gagner des points pour remporter des prix. Les environnements sont de simples scènes en 2D que votre avatar parcourt grâce aux flèches de votre clavier, et le curseur sert de viseur pour prendre des photos. Un compte à rebours (mesquin) et des toiles de fond au design diabolique rendent cette tâche ardue, mais le challenge est étrangement addictif. Nous avons déjà vu ce genre de concept auparavant, mais le travail réalisé ici avec Flash, solide et très réactif, fait des merveilles.

 Le principe du site, lequel exploite l'instinct du photographe, est de prendre des clichés d'une île exotique. 



<ci-dessus>

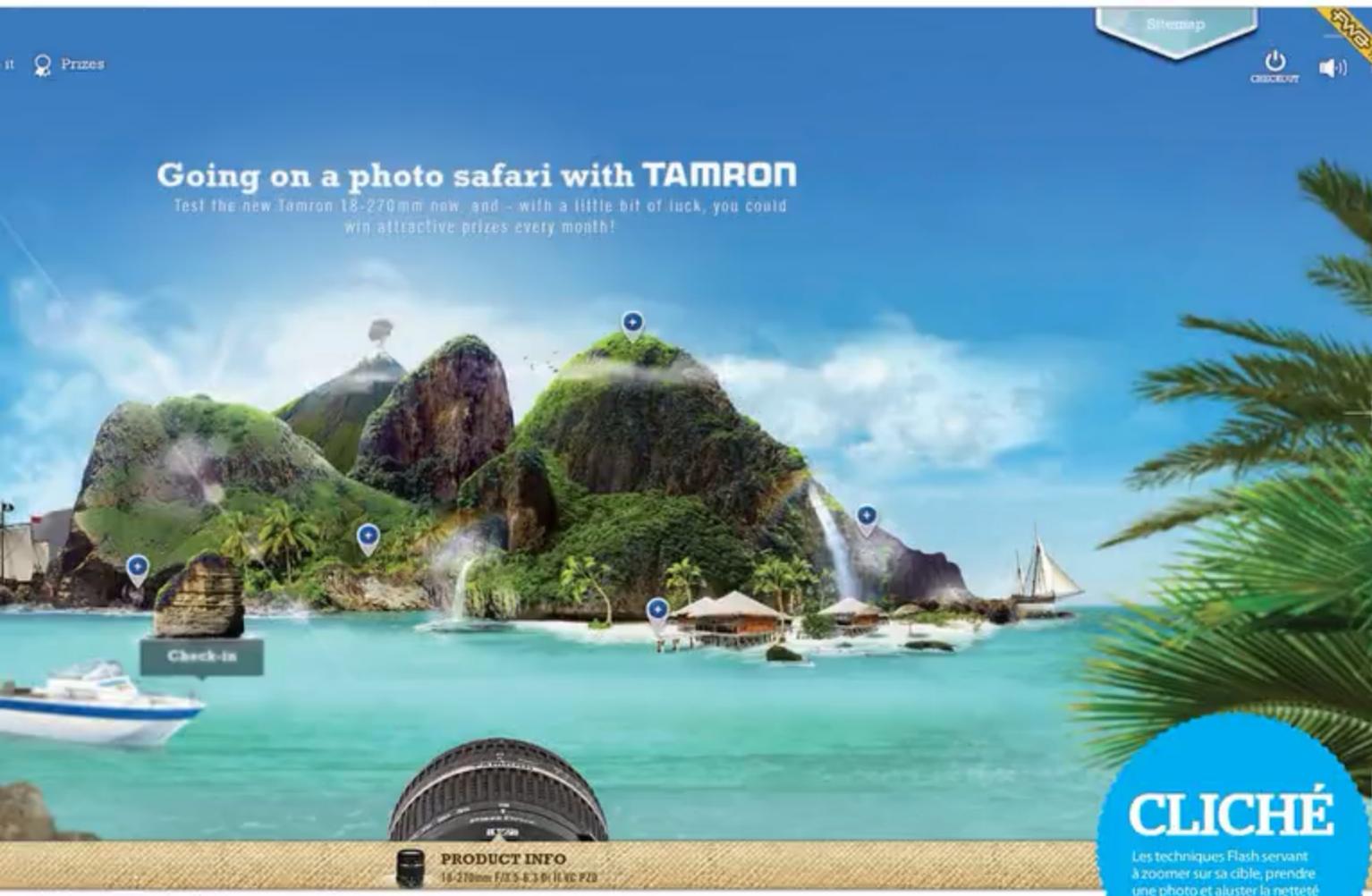
• Tamron Island est un environnement virtuel luxuriant comportant de magnifiques images en 2D, et agrémenté de très discrètes animations développées en Flash.

<ci-dessous>

• Les designers, en utilisant uniquement des techniques simples d'animation Flash, un défilement parallaxe et une capture des entrées des utilisateurs, ont façonné un site très prenant.

• Le site vous invite constamment à vous inscrire ou à vous "présenter à la réception", mais vous pouvez tester le contenu en tant qu'invité.





Going on a photo safari with TAMRON

Test the new Tamron 18-270mm now, and - with a little bit of luck, you could win attractive prizes every month!

CLICHÉ

Les techniques Flash servant à zoomer sur sa cible, prendre une photo et ajuster la netteté avec son objectif sont plutôt astucieuses.

PRODUCT INFO
18-270mm F/3.5-6.3 Di II LD PZD



«À gauche, de gauche à droite et de haut en bas»
• Une série de très belles photos sert à illustrer les cinq lieux de la carte et donne une impression de proximité dans le site.

• Le zoom de la gamme Tamron est le point central du site, où il est simulé afin de créer les prémisses de chaque jeu.

• Les images choisies et les couleurs éclatantes créent tout de suite une atmosphère exotique qui donne envie de rester en profiter.



Un beau savoir-faire numérique



Web Design a rendu visite à un studio primé, connu sous le nom d'ultra noir. Son directeur de la création nous explique pourquoi investir dans le HTML et pourquoi l'effet "wahou" doit être utilisé uniquement pour les sites expérimentaux.

qui ultra noir **quoi** Agence française primée
où 26, rue de Charonne, 4 passage de l'Homme 75011 Paris **web** www.ultra noir.com



réé en 2006 par trois passionnés des nouvelles technologies, ultra noir est un studio à taille humaine dont les bureaux se trouvent à Paris et à Marseille. Aujourd'hui, la société est formée de dix-huit collaborateurs. Tous ont comme objectif premier de faire des sites excellents. Lors des projets créatifs, chaque détail est examiné avec soin afin d'assurer une cohérence à toutes les étapes

de la navigation de l'utilisateur. La devise d'ultra noir est "design utile", car ses membres sont tous d'avis que le rôle d'une illustration est de servir l'application, ses objectifs et l'utilisateur final, dans ce sens et non dans l'autre. Philosophie reconnue des pairs puisque l'agence a reçu de nombreux prix pour ses créations Web, parmi les plus prestigieux du domaine.

En France, ultra noir est le studio le plus titré en production de sites HTML/CSS. Bébé de Olivier Reix, Jean-Bernard Grasset et Hélène Chapuis, l'agence a été fondée en 2006. Nous avons discuté avec son directeur de la création, J.-B. Grasset, qui, pour commencer, nous explique ce qui a réuni les cofondateurs, ce qu'ils espéraient réaliser au départ, et comment la société a évolué. « Nous nous sommes rencontrés il y a six ans... Nous avons décidé de créer ultra noir avec comme idée de faire des sites aussi détaillés et soignés que ce que l'on trouvait dans l'architecture ; c'est une passion que nous partageons. Nous avons essayé de trouver le bon équilibre entre esthétique, facilité d'utilisation et fonctionnalité. Nous avons évolué petit à petit, en engageant deux ou trois personnes par an et sans jamais nous submerger de projets. Il y a près de trois ans, nous avons décidé d'investir nos efforts dans le HTML plutôt que dans Flash pour des questions de ressources. À cette époque, nos sites HTML

Clients

Orange Cinéma Séries,
Starck, Société Générale,
Institut BVA, Nathan, Lip,
The Body Shop...



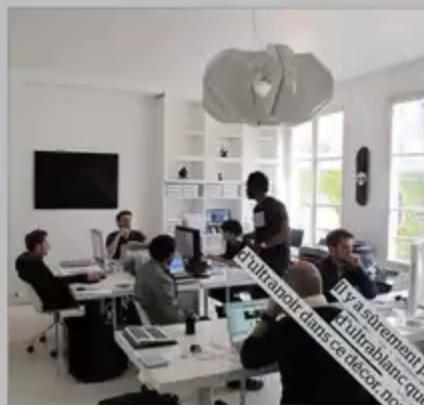
n'étaient pas très connus et nous n'étions pas sous le feu des projecteurs. C'est désormais et heureusement, en train de changer. »

Le nom ultranoir donne un air sophistiqué à l'entreprise. J.-B. Grasset nous parle de son choix et nous explique que comme l'URL était disponible à ce moment, il était le choix le plus logique. « Au début, nous avons eu du mal à trouver un nom... Nous avons décidé d'écrire chacun une liste, et avons vu que le mot « noir » revenait souvent. Nous avons donc ensuite réfléchi à plusieurs associations de mots (car plusieurs agences utilisent déjà ce mot en France) et ultra + noir était ce qu'il nous fallait, la combinaison parfaite ! Comme l'URL était disponible, nous avons donc décidé de valider ce nom. Il était essentiel qu'il soit le même que l'URL pour rester cohérent, et pour renforcer notre présence sur le Web. Il y a aujourd'hui tellement d'agences qu'il est difficile de se faire remarquer en tant que marque uniquement. »

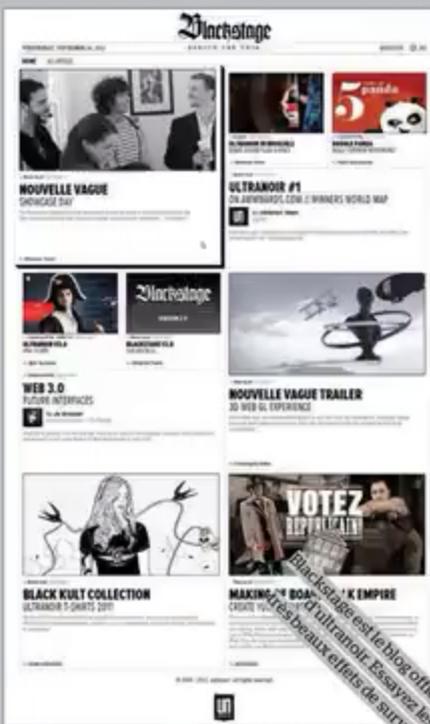
Le site Web ultranoir est un mélange puissant entre style, beauté et technologies de pointe. Grasset nous explique que la présentation est le plus important, et qu'il est essentiel de l'entretenir pour que l'agence puisse offrir ses services au monde extérieur. « Le site devient la façon dont on se présente au reste du monde. L'histoire du nôtre est très simple. Comme nous avions le HTML pour spécialité, nous savions que nous pouvions jouer la carte de la différence et créer un site cool entièrement en HTML. Vous avez deux choix : attendre que le projet parfait arrive, celui qui correspond à vos idées, ou alors le faire pour vous-même. Il y a un an, nous nous sommes focalisés sur notre site et c'est donc ce que nous avons fait. Comme nous avons reçu une quinzaine de prix et récompenses pour celui-ci, nous concluons que c'était un bon investissement. Le problème est de garder tout ça à jour, surtout notre blog. Mais nous avons engagé quelqu'un pour ça, et ce sera bientôt chose faite. »

Les clients demeurent indispensables à n'importe quelle agence pour prospérer, et ultranoir ne fait évidemment pas exception. J.-B. Grasset nous raconte que lorsque la firme a été lancée, ils ont dû aller chercher les clients un à un. Cependant, maintenant qu'ils ont évolué et qu'ils se sont fait une réputation, c'est devenu plus simple. « Je pense que ça dépend de notre visibilité sur le marché. Lorsque nous avons commencé, nous devions attirer la totalité de nos clients en faisant activement de la prospection. Maintenant, nous c'est surtout des clients qui viennent à nous, le reste vient d'un réseau de contacts et du bouche à oreille. »

Avec une meilleure réputation, vient l'avantage de pouvoir choisir ses projets. Grasset nous dévoile que l'agence applique toujours les mêmes principes qu'avant lorsqu'elle choisit un projet, mais que maintenant les sollicitations viennent de clients plus connus. « Nous ne choisissons pas qui nous approche, et nous



Il y a sûrement plus d'ultranoir dans ce décor, non ?



BlackOffice est le blog officiel d'ultranoir. Essayez les, vous serez très beaux effets de sur vol.

historique ultranoir

Fondée 2006 Fondateurs Olivier Relx, Jean-Bernard Grasset, Hélène Chapuis



Pavillon de l'Arsenal (à Paris)
Depuis sa création, ultranoir accompagne le Pavillon de l'Arsenal dans l'ensemble de sa stratégie de communication digitale



Galeries Lafayette
Ce site entièrement en Flash est construit autour d'un carrousel d'objets entièrement modélisés en 3D.

Nombre d'employés

7

2006

Nombre d'employés

4

Arte Charpentier
Refonte de l'identité graphique et des supports de communication de l'agence d'architecture Arte Charpentier.



2007

Société Générale
Site présentant la collection d'art moderne et contemporain de la Société Générale.



2008

13ème Rue
Pour la chaîne câblée 13ème rue, ultranoir et son partenaire Incand ont utilisé ce qui se faisait de mieux.



En utilisant BlackOffice depuis le début, nous voulions offrir à nos clients un outil facile à utiliser et personnalisable.

accordons la même attention à chaque requête. Mais oui, maintenant les projets sont en général plus gros que, disons, il y a trois ans. Pour le moment, la plupart de nos clients représentent maintenant de grandes marques ou institutions. »

Une fois un projet signé, l'étape suivante est de le réaliser. Le directeur de la création nous raconte que le cycle de production d'un projet, chez ultranoir, comporte le plus souvent quatre étapes simples. « Notre processus est simple. Nous faisons un site (ou n'importe quel autre projet numérique) en quatre étapes : conception (5 % du planning - le directeur de la création et le designer d'expérience utilisateur parti-

cipent) : direction artistique et production graphique (20 % du planning, directeur de la création, directeur artistique, Webdesigner) ; Intégration HTML (50 % du planning, Web-designers, intégrateurs HTML) ; et pour finir, développement et tests finaux (25 % du planning développeurs, architectes). Vous remarquerez que c'est l'intégration HTML qui prend le plus de temps, car parvenir à une totale compatibilité entre navigateurs et une cohérence sur tous les appareils reste le plus difficile, surtout si vous faites un design réactif. »

Les outils utilisés sont importants dans n'importe quel projet. Le directeur du studio nous dévoile qu'ul-

tranoir est fan de la suite Adobe, mais fait aussi remarquer que l'agence a développé son propre CMS, BlackOffice, sans lequel elle ne pourrait pas vivre. « Pour ce qui est de la création, nous utilisons la suite Adobe Creative Suite. Mais pour le WebGL, nous avons dû apprendre à maîtriser des logiciels de 3D. Nous avons aussi notre propre CMS (BlackOffice) qui est très important pour nous. Nous l'avons depuis le début, car nous voulions offrir à nos clients un outil facile à utiliser, personnalisable et "beau" qu'ils ne pouvaient pas trouver sur le marché. Il est indispensable au cycle de vie d'un site Web car il est simple de changer le webdesign mais difficile de changer un CMS. »

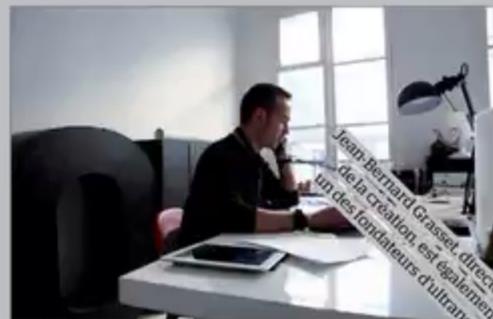
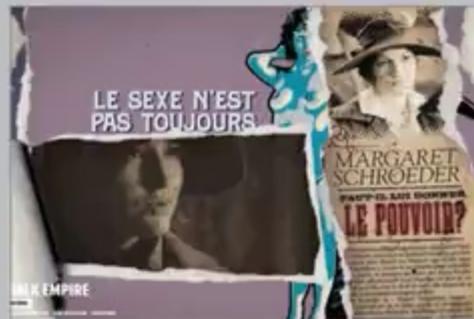
Une fois un projet terminé, l'étape suivante est de le remettre au client et de s'assurer qu'il est satisfaisant. J.-B. Grasset nous parle de l'assistance qu'ultranoir propose à ses clients. « Évidemment, lorsqu'un projet est lancé sur le Web, nous offrons trois mois d'après-vente avec un suivi poussé. Après cela, nous pouvons

15 Excellence *Efficacité*

25 Awards *Creative* HTML

PARIS
MARSEILLE

UN OFFICE



Orange Cinéma Séries: Jacques Tati
Fait en utilisant la technique du "stop-motion" et s'inspirant des films de Tati.

2009

Nombre d'employés

10



LIP
Refonte complète du nouveau site de LIP, célèbre maison horlogère fondée en 1867.

2010

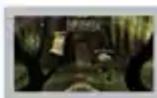


Starck.com
Un site minimaliste en HTML/CSS représentant l'icône du design, Philippe Starck.

Nombre d'employés

18

2011



Orange Cinéma Séries: Boardwalk Empire
Ce site propose une véritable immersion dans la Prohibition des années vingt.



Société Générale
ultranoir reprend un site qu'elle avait fait en 2007 pour lui donner un look plus moderne.



Fabliehaven
Découvrez l'univers féérique de Fabliehaven. Un site plein écran en Flash basé sur les célèbres livres pour enfants.

proposer de gérer le site. Mais j'ai remarqué qu'en général, la plupart du temps, un site n'évolue pas trop avant sa version suivante. »

Comme nous l'avons mentionné, ultranoir a remporté de nombreux prix pour son travail impressionnant avec le HTML et le CSS3, mais le cofondateur J.-B. Grasset nous explique que la technologie de pointe n'est pas essentielle à tout ce qu'on crée pour le Web. « Non, elle n'est pas indispensable, reconnaît-il. On peut créer un site Web très simple sans utiliser les toutes dernières technologies. Si vous vous y prenez comme Jakob Nielsen, vous n'en aurez pas besoin. Ça dépend de ce que vous voulez proposer comme expérience utilisateur et comme interactivité. Pour nous, l'interface n'est pas seulement un outil. Il y a une dimension esthétique, émotionnelle, dynamique et plaisante que l'on peut reproduire avec des mouvements, des interactions solides, des effets, etc. CSS3, HTML5, jQuery sont parfaits pour cela. Nous

sommes, en revanche, complètement contre l'effet "wahou" qui rebutera la plupart des internautes, sauf si vous faites un produit expérimental. La majorité des possibilités offertes par ces technologies sont réalisables dans les navigateurs plus anciens, mais pour cela, il faudrait fournir tellement d'efforts que ce ne n'est plus logique de le faire. Au fil du temps, les clients nous demandent de moins en moins des sites pour d'anciens navigateurs. Le site www.collectionsocietegenerale.com reste une exception, puisqu'il devait fonctionner dès IE6, alors nous avons dû faire un CSS exprès pour cela. »

WebGL est une technologie qui amène lentement la 3D sur le Web, le projet Twitter d'ultranoir. Nouvelle Vague, en est un très bon exemple. Le dirigeant nous raconte brièvement comment s'est monté ce projet. « Seules trois personnes ont travaillé dessus, c'était donc très intense. Le processus de création a été une série d'itérations entre le développeur WebGL,

UN
ultranoir

industry insight

Jean-Bernard Grasset, directeur de la création, ultranoir

« Nous pensons que ce langage deviendra le standard 3D... grâce à son rendu de très grande qualité, son interactivité riche et ses nombreuses possibilités réactives. »



Jérôme Comanville, développeur front-end, laisse son T-shirt parler philosophie.



l'animateur de la 3D, et moi-même. L'idée était de tirer parti de l'ambiance que nous avons créée pour la vidéo de présentation de la version 3 de www.ultranoir.com. Elle avait été faite avec des outils 3D et nous voulions qu'elle soit très interactive. L'objectif de ce projet était d'innover et de voir les capacités de WebGL. C'était uniquement une expérience et il a donc été impossible de proposer une version à part pour les navigateurs n'ayant pas WebGL. » Vous pouvez en lire davantage sur ce projet dans notre encadré page 25.

Les membres d'ultranoir sont tous des partisans de WebGL car ils pensent que c'est le futur de la 3D sur le Web. J.-B. Grasset nous donne son avis sur cette technologie de plus en plus courante et populaire. « Nous pensons que ce langage deviendra le standard 3D, et qu'il aura de nombreux usages professionnels grâce à son rendu de très grande qualité, son interactivité riche et ses nombreuses possibilités réactives. Nous venons de faire le prototype d'un site d'e-commerce vendant des marchandises de première qualité. Le niveau de détails et la quantité d'outils que l'on peut mettre à disposition de

l'utilisateur final a époustouflé le client. Dans ce cas-là, le bon vieux zoom sert de solution de repli pour les utilisateurs d'Internet Explorer. Ce mode de pensée fait partie du "responsiv design" : selon votre configuration, votre expérience utilisateur sera plus ou moins riche et prégnante. »

Web Design est d'accord pour dire que le "responsiv design" est une tendance qui va avoir un énorme impact sur l'industrie, au court comme au long terme. Grasset parle de la passion d'ultranoir pour cette technique en vogue, et nous annonce que l'agence espère la révolutionner. « Nous adorons le "responsiv design" ! Il existe tant d'appareils et de résolutions différentes sur le marché que cela reste la seule façon, pour un client, de ne pas faire exploser le budget de son projet. Il paraît difficile pour un commanditaire de développer son site en deux ou trois langages pour chaque support. Le seul langage commun reste le HTML. Pour le moment, les sites "responsives" sont plutôt simples, mais nous travaillons sur des projets plus complexes, et il est difficile de ne pas faire les applications pour smartphones sur mesure. »



WEB www.ultranoir.com
FONDATEURS Jean-Bernard Grasset,
Olivier Reix, Hélène Chapuis
ANNÉE DE CRÉATION 2006
EMPLOYÉS ACTUELS 18
VILLES Paris & Marseille, France

SERVICES

- > Conception/ergonomie
- > Direction artistique
- > Motion Design
- > Animation Flash
- > Intégration HTML
- > Back office



CORPS

Nouvelle Vague

Jean-Bernard Grasset, directeur de la création et cofondateur d'ultranoir, nous parle d'une expérience extravagante servant à afficher les tweets de l'agence.

Nouvelle Vague offre une expérience en 3D poétique et interactive sur Twitter. Dans un monde minimaliste et surréaliste, les tweets sont transportés par des objets volants, des bords de la scène jusqu'en son centre, où se trouve une statue noire d'ultranoir. Les tweets sont ensuite récupérés à partir des hashtags sélectionnés.

Parmi les objets volants, se trouvent des montgolfières, un biplan, des OVNI et des zeppelins. Chaque évolue à sa propre vitesse et sur un trajet qui lui est propre. L'utilisateur peut sélectionner ces véhicules volants pour se mettre à la place du pilote et explorer la scène.



Pourquoi utiliser WebGL ?

Intrigué par toutes les expériences WebGL qu'on trouve sur Internet, j'ai été convaincu qu'ultranoir devait essayer de faire quelque chose avec cette nouvelle technologie. Le projet www.ro.me a ébahi tout l'équipe, alors nous avons décidé de faire notre propre site. L'idée était de tirer parti de l'ambiance que nous avons créée pour la vidéo de présentation de la version 3 de www.ultranoir.com. Elle avait été faite avec des outils 3D et nous voulions la rendre interactive. Comme nous adorons Twitter, il semblait aller de soi de se servir de son contenu dynamique et concis. L'objectif de ce projet était l'innovation, une des valeurs principales d'ultranoir. HTML5, CSS3, JavaScript et WebGL... nous avons exploré toutes les dernières technologies. Nous pensons aussi que ce langage deviendra le standard 3D et aura de nombreux usages professionnels et beaucoup de possibilités en matière de réactivité. Le niveau de détails et le nombre d'outils que l'on peut mettre à disposition à l'utilisateur final est tout simplement époustouflant !



Vous pouvez parcourir la scène en biplan, et zeppelin, à bord d'un OVNI et bien plus encore. C'est comme si vous étiez à la place du pilote!

Sur le thème du design

Les designers aiment montrer leur talent et celui des autres.



Textures, images d'arrière-plan et éléments de design discrets servent à créer la toile de fond du blog Design Cubicle



Pulchry n'a que quelques billets, mais ils sont tous magnifiquement réalisés, offrent forme et fond, et sont incontournables.



The Design Cubicle

www.thedesigncubicle.com

Plateforme de développement WordPress

Ce blog/site est une colonne centrale de texte, simple et peu chargée, mais c'est la disposition du texte, des polices, des couleurs et des autres petits détails qui sont les plus intéressants ici. Quand on y regarde de plus près le site révèle une profondeur insoupçonnée. Les textures, les motifs et les arrière-plans sont intégrés au design pour créer une toile de fond moderne et complète accueillant le contenu.

Pulchry

www.pulchry.com/pulchryzine

Plateforme de développement WordPress

Le voilà : le blogazine de design Pulchry, celui qui fait tous les gros titres avec ses billets personnalisés. La table des matières ne permet pas vraiment de ce faire une idée de ce qui nous attend, mais en allant voir un peu plus loin on découvre des billets magnifiquement réalisés. Lisez-les tous, mais allez surtout voir l'article "How Leaves use Color Profiles", instructif, coloré, créatif et intelligent.

Little Box Of Ideas

www.littleboxofideas.com

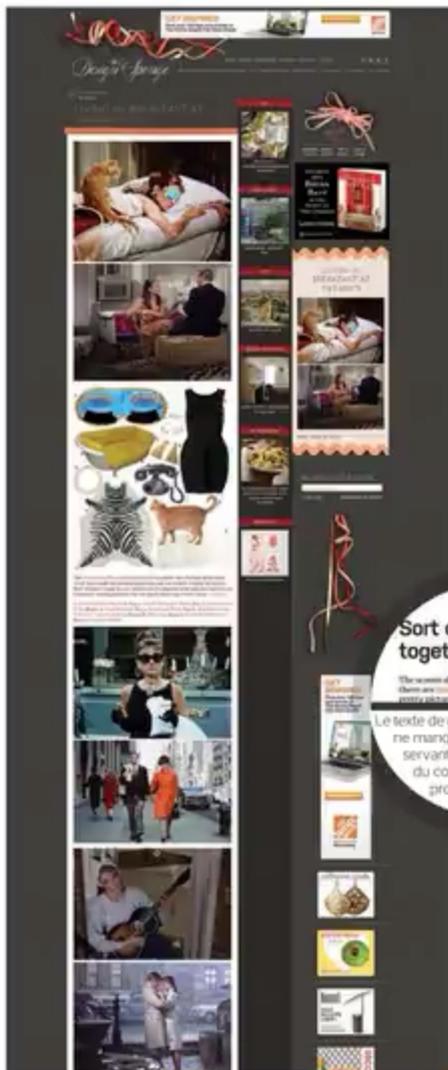
Plateforme de développement WordPress

LBOI est un très bon exemple d'un blog qui se concentre sur le contenu mais qui apporte tout de même suffisamment de soin à son apparence pour que l'expérience reste visuelle et invitante. L'association de la texture et de la couleur d'arrière-plan crée une toile de fond pour la page, et le logo complémentaire vient finir le tout. Les billets ont tout de même chacun leur propre page et utilisent une des polices préférées de Web Design : ChunkFive.

Faites publier
votre site
ou suggérez
un thème

Tweetez-nous les liens directement sur  @webdesignmag
ou envoyez-les nous par mail sur  mail@webdesignmag.fr

Voici des blogs qui proposent quelque chose d'un peu spécial...



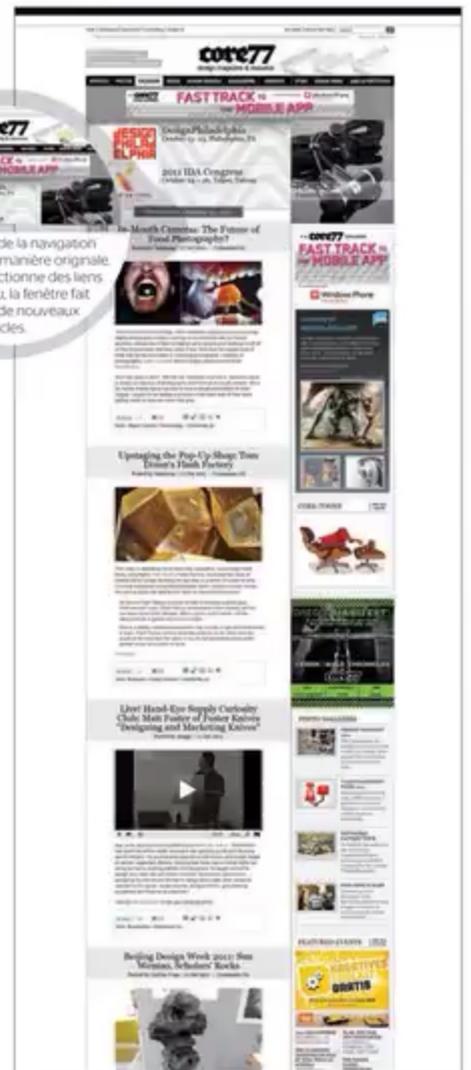
Sort of all blends
together, huh?

The content always seems very pretty pictures. And it Network there are **immense** and **designers** who can give you **design** ideas.

Le texte de grande taille et les polices ne manquent pas. Le gros texte servant de header et le texte du corps, tout aussi large, procurent impact et lisibilité.



Les éléments de la navigation fonctionnent de manière originale. Lorsqu'on sélectionne des liens dans le menu, la fenêtre fait apparaître de nouveaux articles.



Design*Sponge

www.designsponge.com

Plateforme de développement WordPress

La mise en page et le format de Design*Sponge sont parfaits pour un blog, mais ce sont cependant les couleurs, les éléments élégants, les polices et les images qui attirent l'attention du lecteur. Les images formant des rubans, les polices rétro élégantes et les billets concis ornés d'images sont de très bon goût, et même les publicités sont parfaitement intégrées au design.

Design Intellection

http://designintellection.com

Plateforme de développement HTML, CSS, jQuery

Les espaces et les grosses polices sont ce qu'on remarque en premier, mais ce ne sont pas les seuls éléments de ce site clair, propre et captivant. Les images bien faites, parsemées de polices de taille adéquate, captivent le lecteur et lui donnent envie de continuer à faire défiler la page pour lire le reste.

Core77

www.core77.com

Plateforme de développement HTML, CSS, jQuery

Voici un blog bien rempli qui met l'accent sur le design industriel. La mise en page est classique, à deux colonnes, mais les bordures complexes et les couleurs d'arrière-plan divisent le contenu et en améliorent la lisibilité. La police du logo donne tout de suite une personnalité à la page, et les éléments de la navigation, simples mais originaux, permettent de se faire une idée de l'énergie investie dans ce site.





CHOISIR LE PARFAIT

THÈME WORDPRESS

Les thèmes servent à transformer la plateforme WordPress : d'un simple outil de blogging textuel, elle devient une expérience magnifique et passionnante. Web Design part en quête de la définition d'un bon thème WordPress et révèle des conseils de pros qui vous aideront à faire les bons choix.

Il existe des milliers de thèmes WordPress qui rivalisent les uns avec les autres pour attirer votre attention. Certains sont très bien construits, originaux et créatifs, tandis que d'autres ont un rôle plus fonctionnel et servent à faire passer un message au public.

Quel que soit ce message, en choisissant le thème adéquat, vous ferez en sorte que votre contenu soit présenté sous un bon jour. Choisir un thème purement graphique pour présenter un sujet qui se prête à l'écrit, ou inversement, est évidemment une mauvaise décision. Avant de créer le design, il est essentiel de faire un peu de planification. Sélectionnez le contenu à mettre dans votre site, déterminez quels éléments sont prioritaires, et choisissez une mise en page adaptée. Ensuite, vous pourrez commencer à esquisser les détails plus complexes du thème. Avec cette esquisse en main, vous rechercherez le thème qui donnera vie à votre rêve.

Les thèmes WordPress se divisent en deux catégories : Premium et gratuits. Comme l'indique leur nom, l'utilisation de thèmes gratuits ne vous coûtera absolument rien, contrairement aux thèmes Premium. En règle générale, les thèmes Premium sont supérieurs aux autres. Ils proposent un meilleur design, des fonctionnalités plus avancées, comprennent souvent une assistance technique et sont

dépourvus de publicités. Ne vous laissez cependant pas aveugler par cette généralisation, notre but ici est de trouver le thème le plus adapté à vos besoins.

La recherche du thème de vos rêves peut être un travail minutieux et demander beaucoup de temps. Inversement, vous trouverez peut-être le thème idéal dès votre première recherche. Choisir le premier thème qui répond à vos besoins peut cependant vous faire passer à côté d'une merveille que vous n'avez pas encore découverte. Vous pouvez vous y prendre de manière plus prudente en cherchant des thèmes correspondant à une série de critères, puis en les comparant les uns aux autres. Ensuite, et seulement à ce moment-là, vous saurez que vous avez trouvé le thème idéal. Ce mois-ci, nous avons donc demandé à Curtis McHale et Tessa Blakeley Silver, experts en thèmes, de nous parler des bases à connaître si l'on veut choisir le bon thème, celui qui correspond le mieux à notre blog et au contenu que l'on publie.

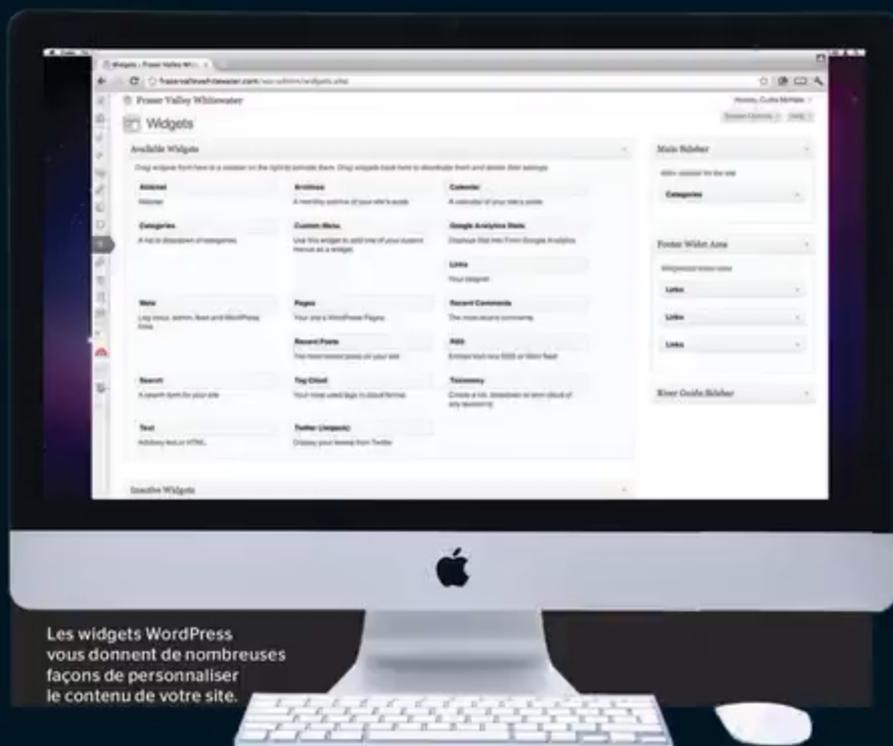
Dossier réalisé par :
Curtis McHale &
Tessa Blakeley Silver

Headway est le thème WordPress en glisser-déposer. De nombreux thèmes ont essayé de le copier, mais aucun ne sait faire le glisser-déposer comme lui. Les fonctionnalités de l'Éditeur Visuel sont incroyables et n'ont jamais été reproduites. Headway est capable de construire un système de gestion de contenu complet, pas seulement un blog. Ses créateurs (Grant et Clay Griffiths) et l'équipe d'assistance, ainsi que la communauté, sont extraordinaires. La réunion de toutes ces personnes contribue à rendre encore plus génial un produit déjà excellent.

Robert Cairns
www.robertbcairns.com

Le thème WordPress que j'aime, c'est...
Headway
<http://headwaythemes.com>

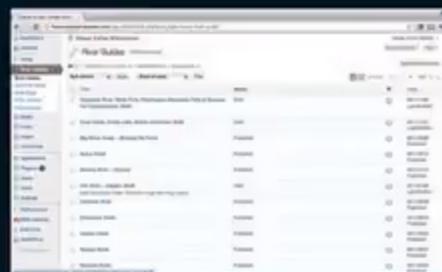
CHOISIR LE PARFAIT THÈME WORDPRESS



Les widgets WordPress vous donnent de nombreuses façons de personnaliser le contenu de votre site.

votre thème, vérifiez qu'ils ont été intégrés en passant par les fonctionnalités fournies par WordPress.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, vous devez pouvoir ajouter un menu à un site en passant par les fonctionnalités intégrées à WP, mais, surtout, le thème doit stocker correctement vos données. Par exemple, un thème pour portfolios n'a pas vraiment lieu de se servir des



Des types de contenu personnalisés servant à créer un guide des rivières pour un site sur le canoë.



ne fois que vous savez ce dont vous avez besoin en matière de contenu et que vous avez trouvé quelques thèmes, il est temps de comparer leurs fonctionnalités. Il faudra sans doute vérifier que certains éléments sont bien

présents si vous voulez avoir le plus de flexibilité possible, surtout si vous n'êtes pas totalement à l'aise avec le code.

Tout d'abord, si le thème a des menus, vérifiez que vous pouvez les contrôler à partir des fonctions de menu intégrées à WordPress. Certains thèmes plus anciens auront peut-être leur propre style de menus à destination des usagers qui ont commencé à utiliser des thèmes avant que

WordPress ait un système de menus, mais ils doivent normalement aussi proposer de passer à celui-ci. Pour avoir le maximum de contrôle sur votre site, il faudra sans doute y inclure quelques zones de widgets. Ces derniers permettent de glisser-déposer des blocs de contenu à partir de l'administration WordPress vers certaines zones du thème. WordPress est fourni avec un tas de widgets, par exemple pour les billets récents ou pour les derniers commentaires. Si les widgets par défaut ne vous conviennent pas, de nombreux autres sont disponibles grâce au système d'extensions de WordPress.

WordPress possède également une fonctionnalité intégrée servant à changer l'image d'en-tête et l'arrière-plan du site. Si l'un ou l'autre fait partie de

billets ou des pages intégrées pour alimenter le portfolio. Il doit fournir un nouveau type de contenu personnalisé créé exprès pour le portfolio, ainsi qu'une taxonomie personnalisée pour classer les projets en différentes catégories.

En plus des taxonomies personnalisées, vous pouvez aussi stocker les données des billets dans des métadonnées personnalisées spécifiques à chaque billet. En général, ces métadonnées sont utilisées uniquement pour des données qui décrivent un billet et qui apparaîtront sur le site.

Si un thème possède des types de contenu personnalisés ou des taxonomies, que se passe-t-il lorsqu'on veut mettre le design à jour ? Si le type de contenu personnalisé est intégré au thème, alors les données disparaîtront (ou tout du moins ne seront pas disponibles dans l'interface). Si le développeur a intégré cette fonctionnalité à une extension, alors vous pourrez modifier votre site sans perte de fonctionnalité. La règle d'or est que si la fonctionnalité doit persister après que vous avez changé de design, il faut la mettre dans une extension.



J'utilise Genesis pour tous mes designs. Il rend la création de prototypes simple et rapide. Grâce aux hooks et aux filtres qu'il rajoute à WordPress, il est facile d'ajouter de nouvelles fonctionnalités, de personnaliser les mises en page et de modifier le design. De plus, la galerie riche de thèmes enfants sponsorisés par StudioPress sert d'excellent point de départ à la création d'un site lorsque le client veut baser son site sur un design existant.



Eric Mann
mindsharestrategy.com
Le thème WordPress que j'aime, c'est...
Genesis
www.studiopress.com/
themes/genesis





ANATOMIE D'UN

THÈME

Il y a sur le marché des milliers (peut-être même des millions) de thèmes WordPress. C'est pour cette raison que comprendre quelques concepts importants à propos des fonctionnalités disponibles et du genre de contenu qu'accueillera votre site vous sera d'une très grande aide pour choisir le meilleur thème pour votre projet.

Les Webdesigners auront tendance à choisir des frameworks plutôt que des thèmes. Si un framework ressemble à un thème de bien des façons, son but n'est cependant pas d'être un "thème" mais plutôt de servir de "kit de démarrage". Il vous évite d'avoir à connaître en détail l'API pour thèmes de WordPress pour faire votre design, et donne des fonctions et une fonctionnalité supplémentaires excellentes à un site WordPress.

Thematic et Toolbox de ThemeShaper sont deux thèmes très populaires. D'autres bons thèmes sont capables de faire comme eux, mais certains affirment que ces deux-là contiennent beaucoup plus de mises en forme et de design CSS, et que les images et les polices sont déjà appliquées.

Theme Preview

Previewing Another WordPress Blog

About Parent Page

Worth A Thousand Words

By THEME ADMIN | Published: OCTOBER 17, 2008



Boat

Boat.

Posted in Uncategorized | Tagged boat, lake | Comments closed



Thematic convient tout particulièrement aux sites qui ont besoin de nombreuses extensions et qui ont des widgets personnalisés. Il est également très facile d'en modifier le design grâce au CSS. Si le site sur lequel vous travaillez a besoin de nouveaux éléments, vous pouvez être sûr qu'ils fonctionneront avec la base Thematic sans que vous ayez à vous creuser la tête ou à régler de quelconques problèmes. Thematic a également une excellente fenêtre d'options qui permet aux administrateurs du site de faire davantage qu'une simple modification du contenu. Le thème enfant de Thematic, Feature Site, sera souvent inclus par la plupart des clients possédant un site professionnel. Le design peut ainsi commencer.



Ce thème enfant propose une très bonne base de page d'accueil en haut de laquelle il est facile d'ajouter un slider et de mettre des "billets épinglés" ou d'autres billets importants. Toutes sortes de zones de menu ou de widgets personnalisés sont déjà installés sur les pages normales pour que vous puissiez facilement rajouter n'importe quel widget ou menu que voudrait le client.

Pour ce qui est des sites plus classiques basés sur le contenu, Toolbox (également développé par ThemeShaper ; <http://themeshaper.com>) est un point de départ technologiquement plus avancé. C'est une mise en page HTML5 à la feuille de styles CSS très minimale. Bien qu'elle n'ait pas toutes les fonctionnalités dernier cri de Thematic, elle contient quand même toutes les pages hiérarchiques du thème possibles et tous les hooks pour API y sont installés. Il est donc très facile d'ajouter des widgets et des menus personnalisés (même s'il faudra savoir comment les installer soi-même.)

Ce qui rend ce framework si populaire, c'est qu'il est super facile de créer des thèmes réactifs prêts au mobile et ayant toutes les bonnes balises HTML5 déjà en place. Le workflow en devient ainsi ultrarapide.

De façon générale, si vous cherchez un thème ou un framework, mieux vaut vous assurer qu'il respecte tous les standards Theme Review de WordPress, sur lesquels vous pouvez vous renseigner ici : http://codex.wordpress.org/Theme_Review. Si vous avez un doute sur un thème, il suffit de lui faire passer le dernier test Theme Unit Test pour vérifier s'il s'adapte à tous les contenus différents présents dans le test. Vous pouvez en télécharger la version la plus récente sur http://codex.wordpress.org/Theme_Unit_Test.

FRAMEWORKS DE

THÈMES

ET THÈMES PARENTS AVANCÉS

Une grande confusion règne autour des termes "framework de thème" et "thème parent avancé". Ils sont souvent employés à tort de manière interchangeable. Un framework de thème est censé aider un développeur à rapidement construire un thème parent en lui fournissant une base de fonctionnalités solide. Carington Core en est un très bon exemple, de par son moteur élégant de création de templates. Les frameworks de thèmes ne peuvent pas vraiment être installés dans WordPress, ils ne font qu'y tourner, et ont besoin qu'un thème soit construit exprès pour eux.

Un thème parent, par contre, fonctionnera sans aide lorsqu'il sera installé sur un site WordPress. Les thèmes parents avancés

sont comme des frameworks au sens où ils ont davantage de fonctionnalités. Ils ne sont pas faits pour être modifiés lors de la construction du thème. Genesis, de StudioPress, en est un exemple parmi d'autres.

Les thèmes enfants héritent des fonctions du thème parent et effectuent des modifications qui peuvent avoir pour résultat une apparence complètement différente. Utiliser un thème enfant vous permettra de peaufiner un design, tout en vous laissant quand même mettre le thème parent à jour. Les thèmes enfants ne devraient inclure que le CSS et quelques fichiers templates ; si votre fonctions.php contient beaucoup de code, il vaut mieux que vous fassiez un thème parent.

Jetons un œil à certains des meilleurs exemples qui soient de thèmes parents avancés et de frameworks de thèmes.

GENESIS

Les thèmes Genesis sont des thèmes enfants qui mettront à votre disposition quelques styles, images et souvent quelques templates pour que vous donniez à votre site l'apparence désirée. Comme nous en avons déjà parlé, leur nature de thèmes enfants est particulièrement pratique lorsque Genesis doit subir une mise à jour, car celle-ci ne les affectera pas. Cependant, si vous modifiez le thème enfant, vous serez obligé d'utiliser cette version modifiée car une mise à jour du thème enfant écrasera vos changements.

Genesis rajoute un tas de ses hooks à votre thème pour que pendant son développement vous puissiez avoir l'apparence que vous souhaitez sans toucher à Genesis lui-même. Comme pour n'importe quel autre thème qui utilise ses propres hooks, si vous voulez modifier un thème Genesis, vous ne pouvez pas toujours vous y prendre "à la WordPress". Il vous faudra vous assurer de le faire "à la Genesis" pour que rien ne cesse de fonctionner.



TOOLBOX

Le premier thème destiné aux développeurs de thèmes que l'équipe Theme Team d'Automattic avait créé s'appelait Thematic. Certains diront qu'il est maintenant dépassé, mais un nouveau framework pour construire des thèmes est depuis sorti : Toolbox.

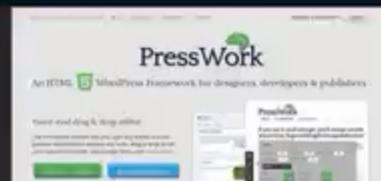
Quand vous faites un thème avec Toolbox, pour obtenir les résultats escomptés, vous devez modifier le thème directement. Automattic fait tourner environ vingt millions de blogs sur http://wordpress.com et fournit de nombreux thèmes, soyez donc certain que choisir Toolbox comme base à votre thème WordPress vous permettra d'avoir un code testé et optimisé en profondeur, et écrit selon les bonnes pratiques actuelles en matière de développement de thèmes WordPress.



HYBRID

Techniquement, Hybrid, comme l'indique son nom, est à la fois un thème parent avancé et un framework. Theme Hybrid, un thème parent avancé, a été la première version sortie par Justin Tadlock. Plus tard, il y a eu Hybrid Core, un framework de thème, qui est normalement celui que vous utilisez pour développer des thèmes Hybrid.

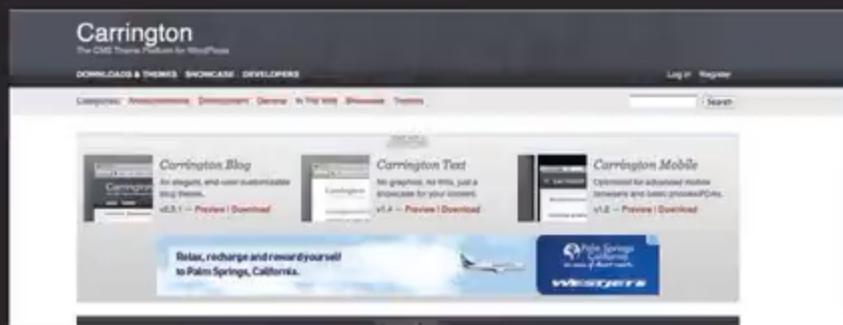
Hybrid Core doit être inclus au code de votre thème. Utilisez Hybrid afin de construire ce dernier, et non pas comme un thème enfant. Avant même que WordPress ne les inclue, Hybrid avait mis à disposition de ses utilisateurs un grand nombre de très bonnes fonctionnalités, comme la création de meilleurs templates de secours et un script pour miniatures extrêmement poussé. Hybrid Core est entièrement gratuit, mais moyennant environ 19 euros par an, vous profiterez d'une assistance technique et d'une documentation très complète. Même si vous ne faites que l'essayer, vous amortirez vite son coût.



PRESSWORK

PressWork est un thème parent avancé qui permet de faire des thèmes enfants et propose un éditeur de sites vraiment très cool. Il est prêt pour la prochaine génération car il est déjà construit au standard HTML5, et donne à tout le monde la possibilité de concevoir son propre site. Vous pouvez déplacer les zones de contenu pour ajuster la mise en page, modifier les polices et les couleurs directement à partir du front-end, et avoir constamment un aperçu en direct montrant le contenu présent sur le site.

Les programmeurs qui préfèrent aller fouiller un peu sous le capot n'aimeront probablement pas PressWork, mais si vous êtes designer ou propriétaire d'un site, il vous donnera la flexibilité en matière d'apparence dont vous avez toujours rêvé.



CARRINGTON

Carrington est un vrai framework, comme Rails l'est à Ruby. Lorsque vous faites un thème Carrington, vous devez inclure son code dans votre thème, puis vous servir de Carrington comme base en utilisant la fonctionnalité supplémentaire qu'il procure pour accélérer le développement.

Carrington est disponible en plusieurs versions pour s'adapter à tous vos projets. Besoin d'une version mobile ? Il y en a une. Envie de commencer par une version entièrement textuelle ? Vous le pouvez aussi. Vous pouvez même faire tourner différentes itérations côte à côte : utiliser à la fois la version blog pour les internautes non mobiles et la version mobile pour les internautes ayant des appareils portables ne pose donc aucun problème.

Mark Poppen
www.poppendesign.com

« Nous utilisons une version modifiée/ personnalisée de WP Themer Kit. Même si le framework n'est plus téléchargeable, nous aimons encore son agencement. Nous l'avons modifié pour qu'il respecte les standards de WP3+ »



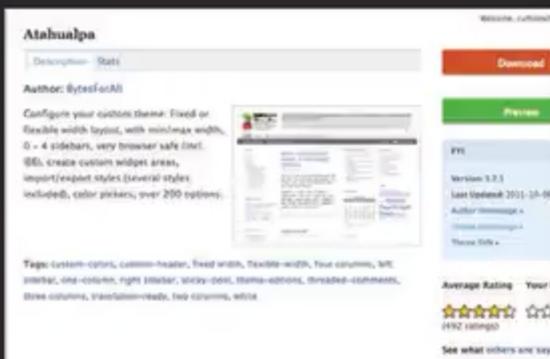
BUFFET

Buffet est un thème parent avancé destiné aux utilisateurs finaux voulant un peu d'options pour l'affichage de leur contenu, mais aussi aux développeurs de thèmes souhaitant créer des thèmes enfants.

Buffet contient plusieurs autres frameworks qui aideront à accélérer le développement. 960gs ou Blueprint CSS y sont inclus, si vous aimez les utiliser. De nombreuses extensions populaires comme WP-PageNavi sont prises en charge sans que vous ayez à modifier une seule ligne de code.

ATAHUALPA

Atahualpa est un thème parent avancé qui donne à l'utilisateur final un nombre considérable d'options (plus de deux cents) pour la personnalisation de son thème. Il est tout à fait possible, pour obtenir l'apparence désirée pour son site, de ne pas avoir besoin de toucher à une seule ligne de code. Atahualpa est particulièrement adapté aux utilisateurs finaux désirant un contrôle poussé de leurs thèmes.



Thèmes préférés des professionnels...

<http://springthistle.com>



April Hodge Silver, auteure de Word-Press 3.0 Complete chez Packt Publishing, a développé au fil des ans son propre framework, qu'elle utilise comme base pour faire la plupart de ses thèmes personnalisés. Dans ce climat économique difficile, elle aide toutefois les clients essayant de ne pas dépenser trop dans le design à estimer quel thème correspond le mieux à leurs besoins. C'est de cette manière qu'elle a découvert le thème Premium Striking, créé par KaptinLin, et disponible sur la boutique d'Envato, <http://themeforest.net>.



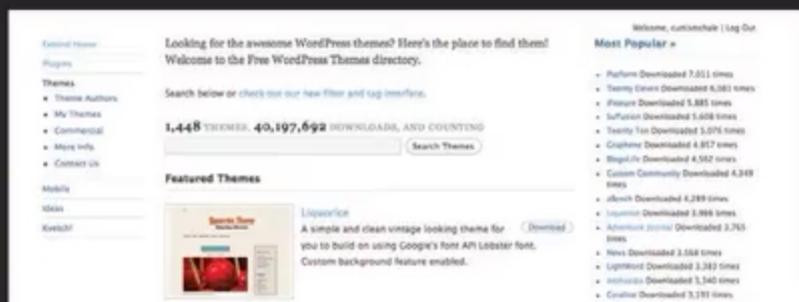
« April nous explique en détail pourquoi Striking a touché la corde sensible... »

« J'aime le fait que Striking ait beaucoup de fonctionnalités identiques à celles de mon framework personnel, et aussi qu'il propose de très bonnes améliorations jQuery/ JavaScript et fonctionnalités CSS3 telles que @font-face. Son plus gros atout est une page d'options exhaustive grâce à laquelle il est facile pour l'administrateur de personnaliser certains aspects du design de son thème. »

« Striking est un thème Premium, mais pour un client il peut être parfois plus intéressant de l'acheter et de l'utiliser dans ses limites (même si ça veut dire renoncer à certaines fonctionnalités) que de me demander de faire un design personnalisé et de tout construire à partir de zéro. »

THÈMES

GRATUITS ET PREMIUM



Le dépôt de thèmes de WordPress.org est élégant et facile à parcourir.

Dans les thèmes WordPress, il y a les gratuits et les Premium. Les thèmes gratuits sont, évidemment, gratuits. Les thèmes Premium sont en général ceux que nous devons acheter. Beaucoup, dans la communauté de WordPress, sont d'avis qu'il est incorrect de dire qu'un thème est "premium" simplement parce qu'on doit payer. Ce ne sont que des thèmes payants, après tout, et bien qu'ils proposent souvent une fonctionnalité plus poussée que les thèmes gratuits, ce n'est pas toujours le cas. Quand vous cherchez le thème parfait pour votre contenu, vous en trouverez sans doute des payants comme des gratuits qui vous conviendront tout autant. Pour vous aider à choisir le genre de thème le plus adapté à votre projet, nous allons peser le pour et le contre de ces deux catégories.

Les thèmes gratuits peuvent devenir obsolètes si l'auteur s'en désintéresse. Si vous avez dépensé de l'argent pour acheter un thème dans une boutique WordPress réputée, il y a de grandes chances pour que l'auteur continue à le mettre à jour afin de suivre les bonnes pratiques de WordPress au fur et à mesure qu'elles apparaissent.

Les thèmes payants comprennent en général une forme de service technique. De nombreuses boutiques de thèmes ont un forum où les développeurs et les designers répondent aux questions, et où la communauté peut aussi donner son avis. Certaines boutiques de thèmes payants offrent un service technique gratuitement pendant un temps limité, et, pour avoir une assistance technique au long terme, il faut ensuite payer.

Lorsque vous achetez un thème, regardez ce qui est proposé en matière d'assistance, et assurez-vous qu'elle corresponde à vos attentes et à votre niveau de compétences. Les thèmes gratuits auront souvent une assistance inégale, car comme l'auteur propose le thème gratuitement il sera peut-être moins enclin à aider ses utilisateurs. L'assistance, en ce qui concerne les thèmes gratuits, dépend entièrement de leur auteur et de l'intérêt qu'il a pour son thème.

Bien que les thèmes payants soient généralement peu chers, ils coûtent quand même quelque chose. Si vous commencez à peine un site, vous n'aurez peut-être même pas du tout de budget pour en acheter un. Certains sites permettent d'acheter des thèmes à un prix fixe, qui comprend des mises à jour à vie, tandis que d'autres demandent un abonnement. Avec les thèmes gratuits, il n'y a besoin ni d'acheter ni de s'abonner, les frais de lancement sont donc nuls.

Le plus gros inconvénient des thèmes gratuits, c'est qu'il faut arriver à trouver une source fiable. Beaucoup de sites offrent des thèmes WordPress gratuits qui contiennent du code piraté et du spam. Si vous n'arrivez pas à déterminer si un site est de confiance, cantonnez-vous à WordPress.org. Chaque thème soumis depuis juin 2010 a été approuvé par une équipe de volontaires et ne devrait pas contenir de code malveillant. Ce n'est normalement pas le cas pour les thèmes soumis avant cette date non plus, mais la vérification n'était auparavant pas aussi poussée que maintenant, et les thèmes ne fonctionneront peut-être pas aussi bien que les thèmes plus récents.

Même si vous dépensez de l'argent pour un thème, il est possible qu'il contienne du code malveillant. Si vous voulez dépenser sans compter, il est judicieux de suivre les recommandations commerciales de WordPress.org.

Thèmes Premium



Currents

Chez: WooThemes

www.woothemes.com/2011/11/currents

Prix (env.): 54 € - 115 €, achat unique ou 12 € - 19 €, par mois, plus 96 € - 153 € de frais d'installation. Currents est un thème pour magazine développé par WooThemes et entièrement réactif. Il est fourni en cinq couleurs différentes.



Anthem

Chez: Theme Foundry

<http://thethemefoundry.com/anthem>

Prix: 68 \$ (env. 52 €).

Anthem est un excellent thème si vous utilisez votre site WordPress comme microblog ou comme tumblelog. Il est entièrement réactif.



Bee Crafty

Chez: StudioPress

www.studiopress.com/themes/bee-crafty

Prix (env.): 61 € pour un seul thème ou 230 € pour l'ensemble des thèmes, futurs thèmes inclus. Bee Crafty est parfait pour les entreprises d'artisanat ou pour les blogueurs/artisans amateurs. Il comprend des tonnes d'options.



Style vs contenu

En plus de tester le thème grâce au test Theme Unit Test de WordPress, il faudra prendre en compte la nature de votre contenu et son adéquation avec le design et le style du thème que vous voulez utiliser. Il existe en gros six types de contenu, à ne pas confondre avec les genres : vous pouvez avoir un site de n'importe quel genre si vous y mettez du vôtre.

Le site professionnel/spécialisé : C'est le site d'un particulier qui fait un blog dans son domaine d'expertise dans le but d'être plus visible et d'améliorer sa réputation. Le type de design que l'on peut utiliser pour ce site est très varié, il dépend du domaine d'expertise ainsi que de ce qu'attendent les gens du genre concerné. Par exemple, les avocats auront plutôt des visiteurs qui ne feront que rechercher du contenu : plus le design sera propre et basique, mieux ce sera. Les designers, eux, doivent procurer à l'internaute une bonne expérience visuelle en plus du contenu, tandis que ceux qui se trouvent dans le secteur des médias voudront plutôt un design adapté à la consommation de podcasts, etc.

Le site d'entreprise : C'est le site d'une société qui, en général, fait un blog pour toucher ses consommateurs, renforcer sa relation avec eux, et pousser aux ventes et aux recommandations. Dans ce cas, l'internaute cherche un contenu, on pourrait donc penser que l'idéal serait un site simple et textuel. Les visiteurs ont uniquement besoin d'informations détaillées sur les produits et les services, et peut-être aussi de pouvoir poster un commentaire sur le blog de la société. Toutefois, l'entreprise qui vous paie pour concevoir son thème espère aussi retenir l'attention de l'internaute avec un site génial, et l'immerger dans sa marque. Ces sites contiennent souvent un catalogue/une devanture ou font partie d'une boutique en ligne.

Christine Rondeau
www.bluelimemedia.com

Le thème WordPress que j'aime, c'est...
BLM Basic WordPress Theme
<https://github.com/crondeau/BLM-Basic-WordPress-theme>

J'ai utilisé Twenty Ten, Blank de Chris Coyler, et d'autres thèmes pour créer le mien, dont je me sers pour l'enseignement et pour faire les thèmes personnalisés de mes clients. Je ne le recommande cependant que dans ce dernier cas. Il lui manque deux ou trois choses qui sont des musts pour des thèmes commercialisés.

Magazine/Source d'information en ligne : C'est un site et/ou un blog qui fournit du contenu sur un sujet particulier, et qui est en général financé par la publicité. Le design de ce type de site dépend de la nature des nouvelles (classiques ou non), et du fait que le contenu convienne ou pas à un magazine. Les gens qui cherchent les dernières actualités dans un secteur précis préféreront peut-être des thèmes qui ressemblent à des journaux, tandis que les lecteurs de magazines (en particulier magazines de mode, de voyage et technologiques) aimeront le site pour son design ainsi que pour son contenu. Il vous suffit de vous inspirer des journaux et des magazines papier.

Le site de campagne : C'est un site/blog à but non lucratif tenu par des organisations caritatives, des personnalités politiques ou des défenseurs de différentes causes. L'information doit être structurée pour qu'elle soit claire et qu'elle donne envie aux gens de comprendre et de militer pour la cause ou pour le candidat présenté. La plupart des internautes chercheront du contenu et, même s'ils apprécieront une structure et un design propres et bien faits, selon la campagne (contre la pauvreté par exemple), ils n'aimeront pas forcément que le site soit trop élaboré ou trop luxueux.

Le site catalogue/devanture : Il se trouve en général aux côtés d'un autre site ou en fait partie : site d'entreprise, professionnel, de magazine ou de campagne. C'est une série de produits ou de services d'habitude disposés en "grille" sur une page et que l'on peut mettre dans un panier puis payer grâce à un portail de paiement.

Le site galerie/portfolio : Il est parfois associé à un site spécialisé ou à un site d'entreprise (ou en fait partie), et sert à montrer le travail déjà réalisé, surtout dans le domaine de la création. Beaucoup se servent aussi d'une mise en page du style portfolio pour leurs "études de cas".

Par contre, si l'on n'a pas songé à la manière de présenter les informations professionnelles, qui contiennent beaucoup de texte et peu d'images, dans une structure de type galerie, cela peut poser problème. Si vous décidez de choisir cette structure, n'oubliez pas d'y réfléchir.

N'oubliez pas non plus qu'il peut y avoir un certain chevauchement. Par exemple, vous pourriez être à la recherche d'un thème pour un site devanture ou catalogue. Dans ce cas, il sera aussi opportun de chercher quelques thèmes portfolio car ils sont en général excellents pour présenter des biens.

Thèmes gratuits



Liquorice

Chez : Nudge Design

<http://wordpress.org/extend/themes/liquorice>

Prix : Gratuit

Un thème vintage et élégant comprenant Google Fonts et dont on peut modifier l'arrière-plan.



Black Board

Chez : Arterror Webdesign

<http://wordpress.org/extend/themes/black-board>

Prix : Gratuit

Arterror nous propose une apparence grunge avec plein de textures, comme du papier ou un tableau noir.



Adventure Journal

Chez : Contexture International

<http://wordpress.org/extend/themes/adventure-journal>

Prix : Gratuit

Adventure Journal propose une grande photo comme header ainsi que de superbes textures pour que vous partagiez vos voyages.

VOTRE SITE WORDPRESS SUR UN **MOBILE**

A

vant même de penser à trouver un thème pour votre site WP, il est judicieux de réfléchir à la manière dont vous allez satisfaire les besoins de vos lecteurs mobiles. Tout d'abord, il faut reconnaître les contraintes inhérentes aux appareils mobiles.

Pour commencer, ces gadgets ont de toute évidence des écrans plus petits et demandent un genre différent d'interactivité. Les usagers n'auront pas de souris ou de clavier, mais les doigts avec lesquels ils sont nés, ou peut-être un stylet. Les éléments interactifs devront être suffisamment grands pour s'y adapter. Ensuite, il y a de grandes chances pour que les utilisateurs mobiles

aient une connexion plus lente et, dans de nombreux pays, également une limite mensuelle de transfert. Votre site doit être le plus léger possible, pour que vos visiteurs puissent accéder rapidement à son contenu et qu'ils n'aient pas à se préoccuper de leur limite de transfert.

Dans cette optique, voyons les trois principales méthodes pour proposer une version mobile de votre thème WordPress aux internautes.

La première, qui devient de plus en plus courante, est d'avoir un thème "réactif". Ces thèmes se redimensionnent selon la taille de l'écran. Ils ne détectent pas les appareils (iPhone, Android, etc.), mais leur taille. Si vous réduisez la taille de votre navigateur, vous aurez donc un bon aperçu de ce à quoi cela ressemblera. Cette méthode demande

une installation très peu compliquée car incluse avec le thème. Une fois le thème installé, votre site est prêt pour toutes les tailles d'écran.

Les thèmes réactifs peuvent servir absolument à tout. Si vous utilisez aussi bbPress avec WordPress, quelques lignes de CSS supplémentaires rendront le thème bbPress réactif lui aussi.

Le plus gros inconvénient de cette méthode est qu'en général le site charge la totalité du CSS normal puis utilise les requêtes de média CSS pour obtenir le CSS supplémentaire destiné à la taille d'écran concernée. Les appareils mobiles ayant souvent des connexions Internet plus lentes, comme nous l'avons déjà dit auparavant, votre site mettra peut-être un bout de temps à se charger. La plupart des thèmes ont aussi des images faites pour une version bureau, qui sont donc lourdes pour un appareil mobile, rendant ainsi la quantité de données à télécharger encore plus grande, et rallongeant le temps d'attente de l'internaute. Voici trois très bons thèmes réactifs :

- Shelf par Theme Foundry
- Ari par Elmastudio
- Forghorn sur WordPress.org



WPtouch Pro a une excellente version mobile et demande peu d'installation à l'utilisateur final.



Même si votre thème a un design réactif, nombreux sont ceux qui ne replanifient pas entièrement le design de leur site exprès pour les appareils plus petits dont le mode d'interaction est le doigt. Dans ce cas, une extension adaptant votre thème au mobile peut aider votre site, même s'il est réactif, et donne au bout du compte une bonne expérience mobile.

L'extension la plus populaire pour cela est WPTouch de BraveNewCode, disponible en version payante ou gratuite. La version gratuite se trouve sur le dépôt d'extensions de WordPress.org, et en général récupère régulièrement des fonctionnalités de WPTouch Pro.

WPTouch fonctionne en déterminant dès le départ, avant que WordPress n'applique le thème, s'il fait face à un appareil mobile. Si c'est le cas, il intercepte la requête et fournit alors une expérience mobile personnalisée. L'avantage, c'est qu'il fournit uniquement ce dont l'appareil mobile a besoin, et donc aucun code superflu servant aux ordinateurs de bureau.

Par contre, le fait que les développeurs intègrent souvent des types de contenu ou taxonomies personnalisés directement au thème, et non dans une extension où ils devraient normalement se trouver, peut empêcher WPTouch de bien fonctionner avec certains thèmes avancés. Comme WPTouch intercepte la requête avant que le code du thème ne tourne, le code se trouvant dans `functions.php` ne peut pas tourner. Ce n'est pas vraiment une défaillance de la part de WPTouch, plutôt un manque de prévoyance du développeur du thème.

Notez aussi que WPTouch, actuellement, n'a pas de prise en charge spécialisée pour bbPress, BuddyPress ou WordPress Multisite. Il fonctionne avec WPTouch, mais vous devrez rajouter du code pour cela.

Nephastieke Commentaire du blog

 Pour moi, un bon thème WordPress a plein d'options modifiables et d'effets préréglés, par exemple un slider dans lequel on peut facilement changer ou rajouter des éléments, ou des effets cool pour le menu, ou un préréglage pour ajouter des sites sociaux en passant par le menu. En résumé, je suppose qu'un bon thème WordPress a plein d'options et d'add-ons, et du coup tout ce qu'il reste à faire, c'est de les utiliser comme le souhaitent vos clients.

Pour vous faire une bonne idée de ce que proposent les extensions WPTouch et WPTouch Pro, allez déjà voir ces deux sites :

- www.TechCrunch.com
- www.allkpop.com

La troisième option, qui vous permettra aussi de rendre votre thème mobile, est d'utiliser un service externe. Mobify est un des leaders du domaine, dont les tarifs vont d'un programme gratuit (lien vers Mobify) à environ 765 euros pour le pack complet.

Un service externe fonctionne en mettant un bout de code sur votre site, qui détectera l'appareil avec lequel l'internaute essaie de visionner le site. S'il s'agit d'un appareil mobile, l'internaute sera redirigé sur la version mobile Mobify.

Mobify vous permet d'utiliser son éditeur WYSIWYG pour sélectionner les zones de contenu que vous voulez montrer à vos utilisateurs. Une fois

le contenu choisi, vous pouvez le mettre en forme directement dans l'éditeur fourni par le service.

Le plus gros inconvénient de Mobify est son prix, qui est au minimum de 190 euros par mois environ, pour ne pas avoir de lien dans le pied de page. Ce prix rend Mobify inaccessible à tout le monde sauf aux plus gros acteurs de l'industrie. Mobify est actuellement utilisé par de nombreux sites haut de gamme, comme :

- **The New Yorker**
- **Vanity Fair**
- **Wired**
- **Threadless**

Maintenant que nous avons défini ce qu'est un bon thème WordPress mobile, nous allons conclure en étudiant un thème de bureau et en examinant la façon dont Buro se sert des zones de widgets pour montrer des photos de manière créative.

Passer au mobile : en résumé

De nos jours, même si adapter votre thème au mobile est le cadet de vos soucis, vous devez en faire une priorité.

Les spécialistes en développement comme Luke Wroblewski, auteur de *Mobile First* de la collection *A Book Apart*, ont la ferme conviction que lorsque nous faisons un site, nous devons tous avoir le mobile en tête. Comme nous sommes de plus en plus nombreux à mieux savoir utiliser les appareils mobiles, il y a de grandes chances pour que la première fois que nous visitons un site Web, ce soit par un de ces gadgets plutôt que par un navigateur de bureau. Le thème n'a pas forcément à être parfait dans un petit environnement mobile, mais il faut absolument qu'il soit réactif : le design du site se modifie en fonction des requêtes de média CSS pour que les petits écrans puissent quand même afficher les informations principales du mieux qu'ils peuvent.

Pour en avoir un exemple vraiment excellent, n'allez pas chercher plus loin que Twenty Eleven, le thème par défaut actuel. Voici d'autres thèmes adaptés au mobile :

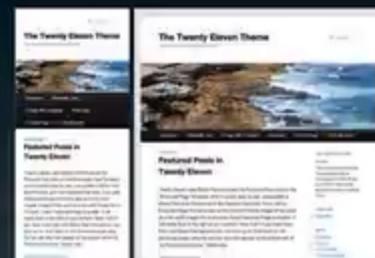
Smoozi 2

<http://tinyurl.com/wpsmoozi2>

Mobius

<http://tinyurl.com/mobiustheme>

Le seul problème de ces deux thèmes, c'est que même s'ils sont adaptés au mobile,



Twenty Eleven est un très bon thème réactif qui vaut le coup d'être vu.

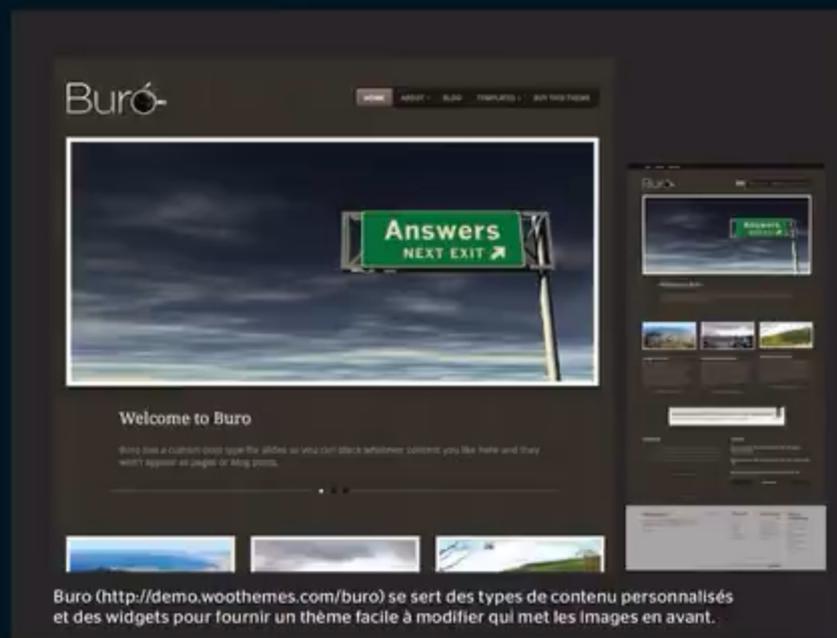
ils ne sont pas vraiment réactifs, et donc ne sont pas aussi beaux que Twenty Eleven dans un navigateur de bureau.

Si vous êtes obligé d'utiliser un thème non réactif pour une raison ou pour une autre et que vous savez que le site a une forte fréquentation venant du mobile, il vaut mieux utiliser une extension.

Comme nous l'avons déjà dit, l'extension WPTouch (<http://tinyurl.com/bnc-wptouch>) est très efficace pour que votre blog ou vos actualités soient accessibles à partir d'un appareil portable et rendent bien.

N'oubliez pas, toutefois, que c'est une extension et non un thème. Une extension mobile fera fonctionner le thème sur bureau/navigateur, mais elle prendra le contrôle sur les appareils mobiles.

L'inconvénient est que vous n'aurez probablement pas autant de contrôle sur la mise en forme et sur ce qui sera affiché sur les appareils mobiles qu'avec un thème véritablement réactif comme Twenty Eleven.



Buro (<http://demo.woothemes.com/buro>) se sert des types de contenu personnalisés et des widgets pour fournir un thème facile à modifier qui met les images en avant.

Widgetisez votre thème

La première page de Buro, lequel est conçu pour montrer des photos, nous accueille par une grande zone servant à afficher du contenu. WooThemes emploie des types de contenu personnalisés pour le slider, qu'il est ainsi facile de mettre à jour sans qu'il soit lié directement au contenu de votre site. Comme le slider est un type de contenu personnalisé, vous pouvez y mettre tout ce que vous voulez en y ajoutant un élément puis en faisant un lien vers ce qui est concerné. De nombreux autres sliders sont alimentés par le contenu du blog.

Le thème Buro se sert également beaucoup de widgets, vous pouvez ainsi changer facilement le contenu du pied de page de votre site. Si vous n'êtes pas programmeur, les zones de widgets vous proposent plein d'options pour l'agencement de votre contenu. Restant toujours dans le thème des images, Buro comporte aussi des miniatures de photos sur la page index du blog, qui aident à séparer les titres et rajoutent un peu de piment aux pages tout en évitant les longues listes de contenu qui manquent de style visuel.

Pour finir, Buro contient un template de page en pleine largeur, utile lorsque vous souhaitez enlever l'encadré sur le côté, ce que vous pourrez faire à votre guise en passant par un template de page personnalisé. Le pouvoir est mis entre vos mains pour que vous puissiez obtenir exactement ce que vous désirez du thème, que ce soit pour vous ou pour un de vos clients.

Qu'est-ce qu'un bon thème pour vous ?

Thord Daniel Hedengren
Expert WordPress
<http://tdh.me>

☞ Pour moi, deux choses définissent un bon thème WordPress. Tout d'abord, il y a le code, qui doit être économique et sémantique, aux standards de WordPress, et contenir des commentaires pour que ceux qui s'y connaissent puissent l'utiliser tout de suite. Cela veut dire qu'il faut s'assurer que tout est à jour, et que vous n'utilisez pas de fonctions obsolètes ni de hacks inutiles.

Ensuite, il y a la nécessité de "combler un vide", ce qui est moins facile à expliquer. Un thème, qu'il soit gratuit ou payant, doit proposer quelque chose d'unique aux utilisateurs. Si vous trouvez qu'il n'existe pas de bons thèmes portfolio, ou tout du moins pas de thèmes qui correspondent à votre idéal, alors ne vous gênez pas pour en créer un. Cependant, si vous trouvez un thème exactement comme celui que vous voulez, il ne sert à rien d'en faire une copie.

En créant une chose (qu'elle ait des fonctionnalités géniales ou des images magnifiques) que les autres voudront utiliser, vous comblerez un vide et pourrez prendre avec fierté la place qui vous est due dans l'écosystème de WordPress. Pour résumer, créez des thèmes magnifiques, faites en sorte qu'ils soient bien codés, et tout ira bien. ☞

Dimi Baitanciu
Cofondateur de ThemeFuse
<http://themefuse.com>

☞ On nous demande souvent, chez ThemeFuse, ce qui fait un bon thème WordPress. Nous avons toujours la même réponse : « *Nous ne savons pas* », parce que c'est vrai, nous ne savons pas comment faire des thèmes qui sont seulement "bien". Par contre, nous savons comment créer, grâce à un design et à une utilisabilité excellents, de très bons thèmes qui tiennent compte du client dès le départ, et qui répondent aux besoins d'une certaine industrie.

Nous n'aimons pas faire comme la majorité en créant des thèmes WordPress passe-partout. Nous essayons plutôt de donner à chaque domaine un design unique, et une fonctionnalité sur mesure et la mieux adaptée possible aux besoins du client.

Nous sommes d'avis que soit vous faites un thème WP passable, soit vous essayez d'en faire un qui a des fonctionnalités géniales, un design remarquable, et qui est vraiment fait pour client... Nous, nous choisirions le deuxième à coup sûr... ☞ c'est ce que nous faisons, d'ailleurs!

Marco
Commentaire sur le blog

☞ Pour moi, c'est la facilité avec laquelle le design/la maquette peut s'adapter au thème personnalisé final, et permettre au client de modifier tout ce qu'il souhaite. Avec Joomla! ou Drupal, je pensais que c'était impossible ; pour mon design j'étais obligé de prendre certaines décisions. ☞

Brandi
Commentaire sur le blog

☞ Un header/logo modifiable : Il m'est arrivé de télécharger des thèmes qui avaient des headers géniaux pour me rendre compte que c'étaient des images que je ne pouvais pas recréer moi-même. Le header doit être cool et modifiable.

Réactif : C'est nouveau pour moi. Si mon site rend bien sur une tablette ou un téléphone, c'est le top.

Beau : Les sites en noir et blanc m'ennuient à mourir et il en existe vraiment beaucoup. ☞

100% TUTORIELS · LA BIBLE PHOTOSHOP VOLUME 10

CD
OFFERT

Advanced Creation HORS-SÉRIE

Photoshop

Le magazine des passionnés et des professionnels de l'image

HS

Spécial
Modèles
féminins
avec
Photoshop
Volume X

30
projets
complets

160
PAGES
TUTORIELS
100%
TECHNIQUES

GLAMOUR
MONTAGE
CHARME
RETOUCHE
PIN-UP
PEINTURE
SEXY

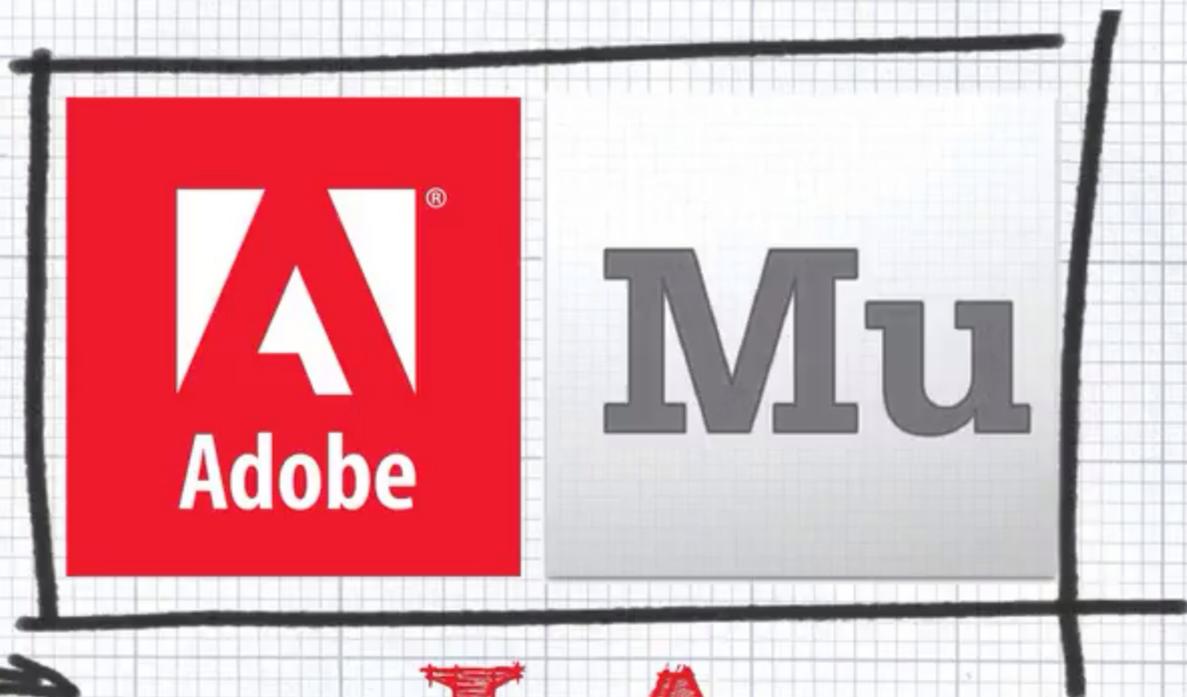
Pour Mac & PC
Soit 30 tutoriels
totalement
inédits pour
s'encanailler...

INCLUS : 2 TUTORIELS
ILLUSTRATOR



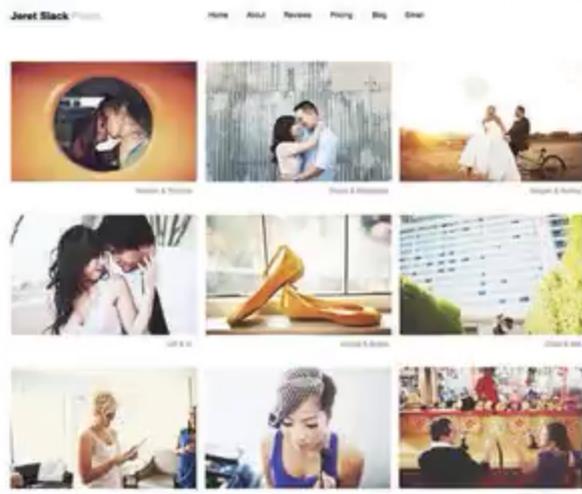
Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Vente au numéro sur www.shop.oracom.fr



The main title is written in a hand-drawn, red, textured font that looks like it was created with a marker or brush. The text is arranged in three lines: 'LA' at the top, 'NOUVELLE' in the middle, and 'MUSE D'ADOBE' at the bottom. A black arrow on the left points upwards towards the 'NOUVELLE' line, and another black arrow on the left points downwards towards the 'NOUVELLE' line. Below the text is a black, hand-drawn wavy line.

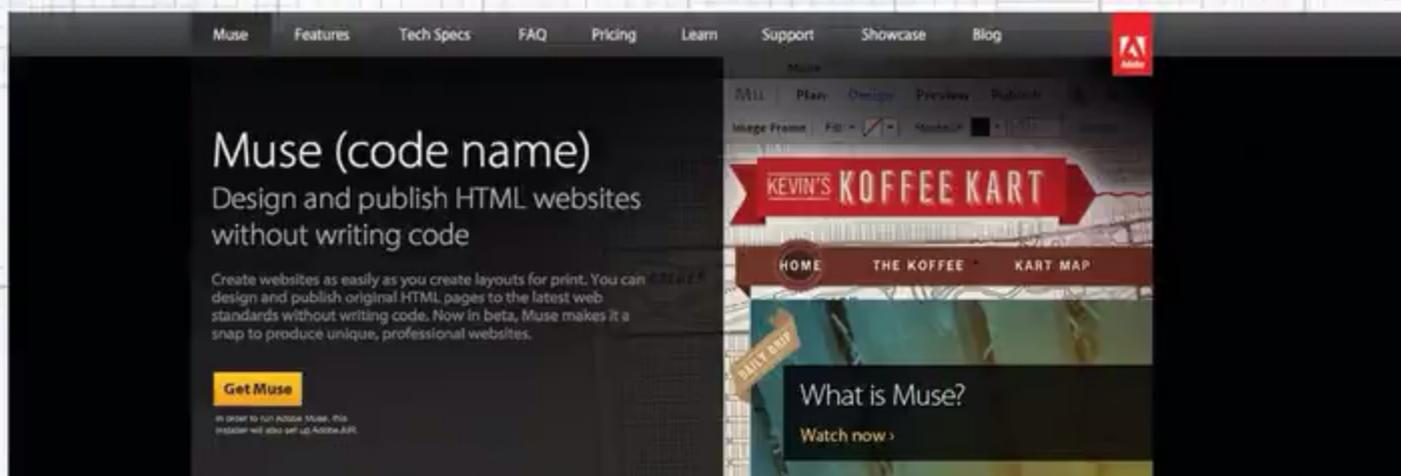
**Un designer HTML5 peut-il aujourd'hui se passer d'écrire du code ?
Simon Bisson examine l'objectif d'Adobe, qui est de mélanger
publication assistée par ordinateur et publication Web moderne,
passant en revue les fonctionnalités qui divisent la communauté.**



Adobe expose des sites faits avec Muse, comme <http://jeretslack.com>, pour montrer les capacités de la nouvelle suite.



Le mode d'édition des pages s'inspire des autres suites d'Adobe, comme InDesign, ce qui à la fois a été acclamé et rallié par la communauté.



Muse, actuellement en bêta ouverte et gratuite sur <http://muse.adobe.com>, est une application AJR qui sera disponible par abonnement en 2012.

Le HTML5, c'est dur. Pour avoir un design parfait sur le Web d'aujourd'hui, il faut investir beaucoup de temps et de travail à développer des règles CSS et à ajuster son JavaScript, sans oublier qu'il faut ensuite essayer de peaufiner son site pour qu'il fonctionne avec les derniers navigateurs et les particularités de chacun d'entre eux. La vérité, c'est que le Web a évidemment toujours été difficile, et que ce sont tout simplement nos outils qui sont devenus meilleurs. Ils restent cependant des outils destinés à une classe bien précise de designers et de développeurs, qui connaissent le CSS, qui peuvent programmer en JavaScript, et qui ont le savoir-faire nécessaire en

design pour comprendre ce qui se passe quand on déplace un élément d'un pixel ou deux dans une page. C'est comme pendant les premiers deux cents ans de l'imprimerie, lorsque la mise en page se faisait en plaçant avec soin des caractères métalliques dans un châssis. Puis est venue la publication assistée par ordinateur, et tout d'un coup les outils de mise en page ont été accessibles à quiconque avait un ordinateur. Le Web est encore comme ce monde manuel de l'impression, qui n'a que quelques outils à disposition pour automatiser un peu le processus. L'art de la mise en page est complexe, et ce monde de standards en pleine évolution et de plateformes qui changent rapidement le rend encore plus complexe. Il y a déjà eu quelques tentatives pour faire des outils de publication assistée par ordinateur destinés au

Web. NetObjects Fusion et Microsoft Frontpage ont essayé de rendre le Web plus facile à construire, mais c'était au prix de mises en page complexes à base de tableaux, qu'il était à la fois difficile de déboguer et d'utiliser dans d'autres outils de développement. Une fois que vous avez commencé à simplifier le processus de Webdesign il est presque impossible de revenir à quelque chose de plus complexe. Les utilisateurs finaux veulent un Web dirigé par le design. Ce sont les sites faisant preuve d'un savoir-faire en design qui font sans cesse revenir les internautes, et la génération actuelle des outils de Webdesign exige de rédiger beaucoup de code ; il est donc difficile pour les designers de créer les mises en page qu'ils souhaitent. Alors, y a-t-il une place sur le marché pour un outil de développement Web orienté uniquement vers le design et la mise en page ?

LucidSynergy
Online • Offline • Design

Web design and development for your business website.

You're starting a new business or have an existing one. You need a website... great to look at, fully functional, search engine optimized, user friendly and flexible enough so you can make changes easily and quickly.

How do you get there? You can either take on a different supplier for each part of the project. Or you can hand over to LucidSynergy and we'll look after everything for you.

Start simple and expand your online presence as your business grows. Or dive in at the deep end. Whatever your business dictates, and whatever features you need, we'll have a solution that works for you.

• E-commerce

Adobe Muse est un outil de conception qui permet de créer des sites HTML modernes sans avoir à écrire de code grâce à des outils de design et de mise en page semblables à de la publication assistée par ordinateur.

Create Your Free Trial Site

Take Business Catalyst for a test drive

In a few easy steps, you're going to create your first 30-day Free Trial Site.

- There's no commitment, pay only when you want to take your site live.
- You can also create additional test sites inside your Free Padded Portal once you've signed up.

TEMPLATE SHOWCASE
Code: By Business Catalyst

Muse se sert du CMS hébergé dans le cloud d'Adobe, Business Catalyst, sur lequel vous pouvez héberger vos sites de démonstration avant de les transformer en domaines réels.

Voici venir la Muse

C'est en tout cas ce que pense Adobe, et c'est la raison pour laquelle le géant des logiciels de création a récemment dévoilé le dernier venu de sa famille de logiciels de Webdesign et de développement. La bêta du nouvel outil HTML d'Adobe, "Muse" de son nom de code, est téléchargeable gratuitement sur le site d'Adobe. Muse, se servant de la dernière version du service de déploiement cross-plateformes d'Adobe, AIR, se téléchargera rapidement et facilement, et comme c'est une application AIR, Adobe peut y faire des mises à jour et des corrections sans avoir à développer de programmes d'installation ou d'outils de gestion de mises à jour supplémentaires.

Après le téléchargement, Muse lance automatiquement l'écran de bienvenue d'Adobe, et vous voyez ensuite apparaître une application à l'apparence très familière dotée d'une barre de menus et d'une vaste zone de travail. Vous avez quatre options (Plan, Conception, Aperçu et Publication), Muse vous proposant d'abord d'ouvrir un fichier existant ou d'en créer un nouveau.

La création d'un nouveau site fait apparaître une boîte de dialogue un peu déconcertante si vous avez l'habitude d'utiliser des outils comme Dreamweaver. Muse vous demande en effet d'abord d'indiquer les dimensions de la page : largeur, hauteur minimum, marges, gouttière et largeur des colonnes. Cela fait très publication assistée par ordinateur, et on a plus l'impression d'être en train de créer une mise en page dans InDesign que de faire un site Web. La largeur fixe pose quelques problèmes, car il faudra faire plusieurs sites pour plusieurs largeurs de page différentes. Une fois que vous avez choisi cette largeur, Muse ouvre la fenêtre du plan du site. Votre page d'accueil suit le gabarit du design actuel, et vous avez une section à part pour les autres gabarits que vous projetez d'utiliser dans votre site.

Commencer par un plan et par un gabarit est une bonne chose. Cela pousse à réfléchir à l'architecture du site dès le départ et aide à définir le lien qui existe entre les pages, ainsi que la façon dont vous allez concevoir l'architecture de l'information et la

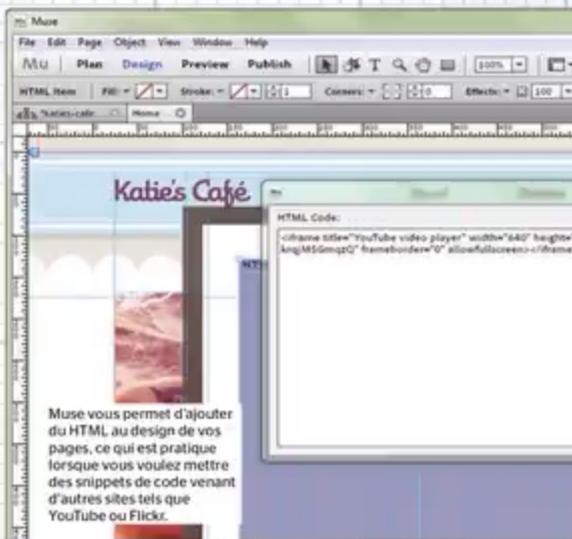
Commentaire

THORD DANIEL HEDENGREN



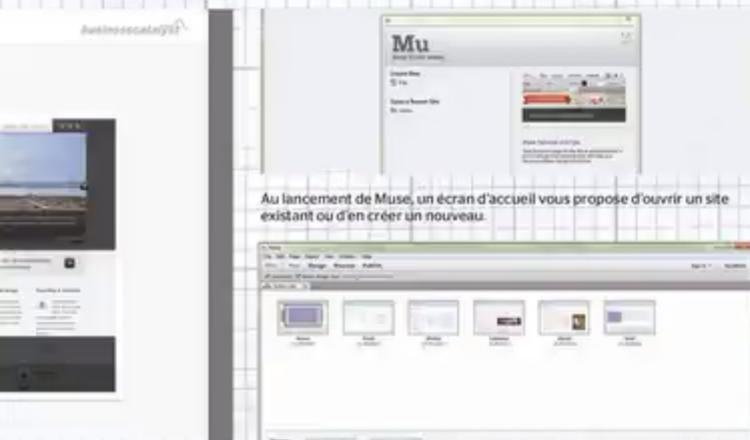
Je suis partagé à propos d'Adobe Muse qui, ne l'oublions pas, est pour l'instant en bêta. D'un côté je pense que c'est super qu'Adobe essaie de faciliter le passage au Web pour les print designers en leur présentant une interface dont ils ont l'habitude. Dans ce cas précis, c'est l'équipe d'InDesign de chez Adobe qui l'a concoctée et je la trouve attrayante, puisque j'aime InDesign. D'un autre côté, le produit Adobe Muse en lui-même a des lacunes, c'est le moins qu'on puisse dire, et il fait affreusement penser aux WYSIWYG maladroits d'avant. Le code que l'on obtient en créant des sites avec Adobe Muse est horrible. Il ne possède absolument aucune élégance, et pas besoin d'aller voir plus loin que le site du logiciel (fait pour montrer ce dont il est capable) pour en avoir une démonstration. C'est un exemple parfait d'un code mal écrit. Je ne suis pas non plus fan de l'approche à pixels fixes qu'a choisie Adobe Muse. Cela aide peut-être les print designers à comprendre les sites Web, mais dans le Web d'aujourd'hui, où il faut avoir un design réactif et tenir compte de nombreux appareils, ça ne marche pas du tout.

Alors oui, bravo à Adobe d'avoir essayé, mais Muse n'est pas le futur du Webdesign comme ils aimeraient nous faire croire en nous sortant des absurdités telles que « Dans dix ans, nous n'écrirons plus de code. » Nous connaissons le refrain, et il n'est certainement pas encore devenu réalité.



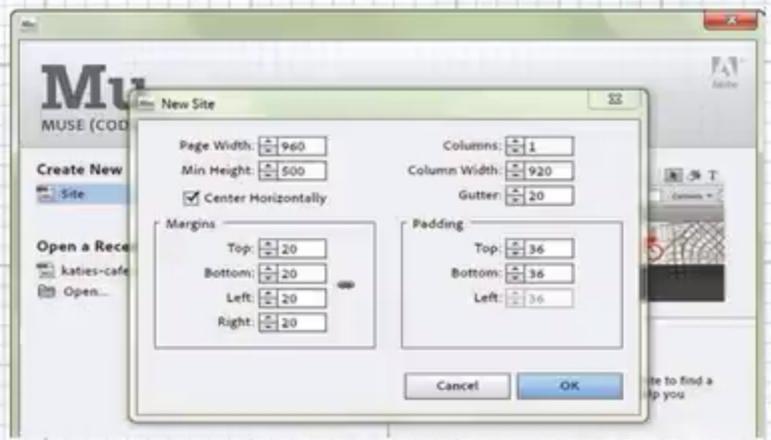
hiérarchie du site. Les gabarits aident également à déterminer quels éléments de la page doivent découler d'autres éléments, et vous laissent créer vos outils de navigation et les éléments de votre page séparément du contenu du site.

Vous pouvez utiliser un gabarit pour faire votre mise en page, avec des headers, pieds de page et autres éléments de design basiques. Vous pouvez ajouter des éléments comme dans n'importe quel autre logiciel de publication assistée par ordinateur et les mettre en forme comme vous le souhaitez. Muse les gère comme du HTML et du CSS (et peut-être aussi comme du JavaScript), mais vous ne verrez aucun code, seulement la mise en page que vous avez créée. Adobe se sert de Muse pour dissimuler tout ce code, tout ce qu'il vous reste à faire est donc de vous concentrer sur le design que vous voulez pour votre page. Si vous travaillez à partir d'une maquette Illustrator ou Photoshop, il faudra utiliser Fireworks, par exemple, pour séparer les divers éléments de la page afin de pouvoir les ajouter à votre gabarit. Les fichiers Photoshop sont également pris

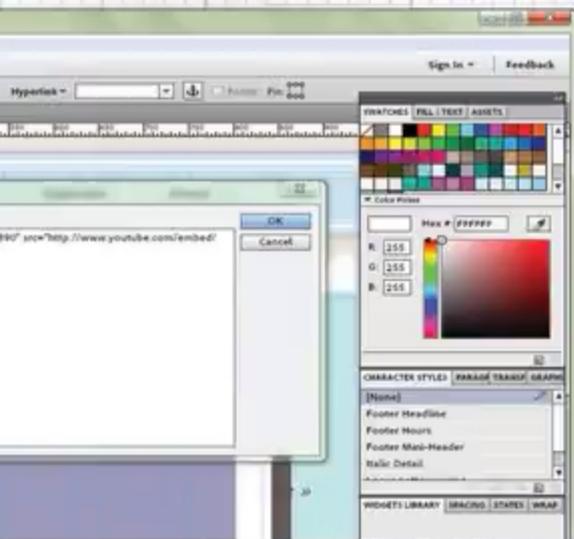


Au lancement de Muse, un écran d'accueil vous propose d'ouvrir un site existant ou d'en créer un nouveau.

Ce sont les gabarits qui contrôlent le design des pages du site, chaque page héritant de la mise en page d'un gabarit. La fenêtre Plan que propose Muse affiche un plan du site et vous permet de gérer les pages et le contenu.



Ce qui est étrange, c'est que Muse se serve de largeurs de page fixes. C'est un pas en arrière par rapport au Web flexible d'aujourd'hui, et ce n'est pas pratique pour les sites qui doivent fonctionner sur des appareils mobiles.



Deux autres sites faits avec Muse, sur www.emilyandrocky.com et www.greenartisans.com



en charge, vous pouvez donc vous servir de boutons conçus dans Illustrator et que vous avez convertis pour le Web dans Photoshop. Les calques éventuellement présents dans ces boutons étant pris en charge, vous pouvez utiliser différents calques pour différents états, ce qui est bien utile lorsqu'on se sert d'éléments typographiques tels que les boutons et les outils de navigation. Les boutons ont quatre états : normal, survolé, cliqué et activé. Vous pouvez utiliser Muse pour attribuer des liens aux différents états, pour qu'un clic amène vos internautes sur une page en particulier.

Comme les autres outils de mise en page, Muse propose des règles pour vous aider à centrer et à disposer votre contenu. Grâce à celles-ci, vous pourrez positionner votre contenu et vos images précisément où vous le souhaitez, puis utiliser les outils de placement de Muse pour aligner les éléments les uns par rapport aux autres. Vous pouvez aussi utiliser le gabarit pour définir les règles qui serviront à positionner le contenu dans le corps, l'en-tête et le pied de la page.

La fenêtre "Plan" de Muse permet de rapidement ajouter de nouvelles pages à un site, sous forme de pages sœurs et de pages enfants de la page actuelle. Chaque page découle du gabarit actuel, sauf si vous choisissez de créer un nouveau design pour certaines pages bien précises. Les pages d'un site ne doivent pas obligatoirement toutes se ressembler, et le fait d'avoir plusieurs gabarits peut aider les internautes à surfer sur votre site, ou les designers à placer certains types de contenu. Il est possible de faire un glisser-déposer des pages afin de réorganiser rapidement le site. Vous pouvez avoir autant de niveaux que vous souhaitez dans vos sites et, grâce au plan que propose Muse, très similaire à un bleu, vous en verrez facilement l'agencement. Attendez-vous juste à faire pas mal défiler la fenêtre s'il s'agit d'un gros site ! Pour changer le gabarit associé à une page, il suffit de faire Ctrl+clic droit.

Une fois que les pages sont en place et qu'un gabarit gère le design, vous pouvez ajouter votre propre contenu : les pages s'allongent automatiquement lorsque vous ajoutez du texte et des images. Avec Muse, il est facile d'ajouter des effets HTML et CSS à vos pages, par exemple un contenu flottant, afin d'avoir des éléments de navigation persistants. Pour cela, c'est simple, il suffit d'utiliser l'outil "Point de référence" pour faire passer le contenu d'une position fixe dans la page à une position fixe dans le navigateur.

L'ajout de contenu se fait comme avec un outil de mise en page. Les zones de texte contiennent des blocs de texte et peuvent être mises en forme pour accueillir des images d'arrière-plan, tandis que les outils typographiques permettent de sélectionner à la fois des polices pour le Web et des polices locales (que Muse convertit en images). Les outils qui mettent votre texte en forme créent le CSS correspondant pour vos pages et pour votre site. Les styles de paragraphes contrôlent la mise en forme globale des blocs de texte, pour qu'il soit plus simple d'utiliser des règles de mise en forme complexes. Vous trouverez aussi des outils servant à gérer les boutons et les états des liens, vous pourrez donc assortir les actions de vos boutons au design de votre site.

Si vous voulez utiliser un contenu plus complexe que du texte et des images, vous devrez employer un widget de la bibliothèque de Muse. Les widgets contiennent des snippets de code que vous pourrez personnaliser pour mettre des fonctions sur une page, et ce sans avoir à connaître quoi que ce soit du code faisant tourner le widget. Les widgets peuvent utiliser un contenu externe, il suffit de copier/coler le HTML nécessaire à partir du site d'origine (en général le code d'intégration) : ils peuvent également utiliser un contenu local, comme la navigation ou les infobulles. Certains widgets, comme les barres de navigation, se mettent à jour automatiquement lorsque

Commentaire

STEPHANIE (SULLIVAN) REWIS

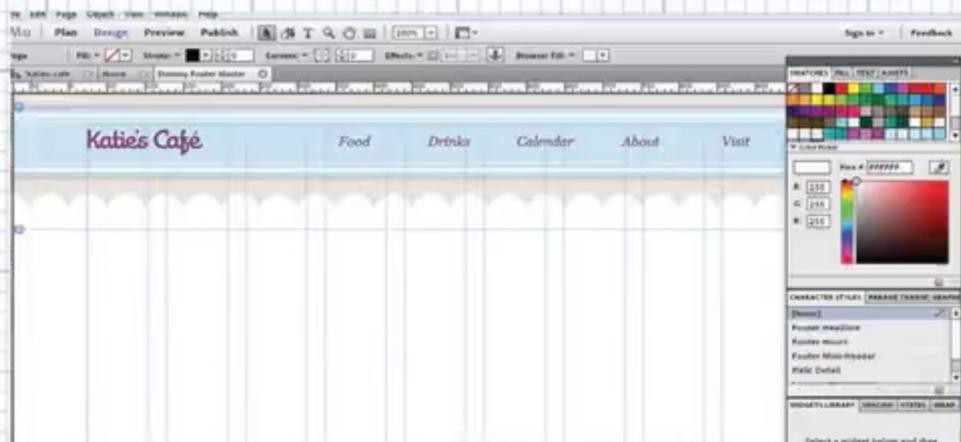


J'aimerais beaucoup avoir quelque chose de positif à dire, par exemple : « Ça me fait plaisir que mes amis designers puissent maintenant mettre leurs designs directement sur le Web car ce n'est vraiment pas compliqué. » En vérité, je considère cela comme une gifle aux développeurs d'interfaces de notre industrie. Voici en gros ce que nous dit Adobe : « Ce que vous autres, développeurs d'interfaces, faites n'exige en fait aucune réflexion. Accessibilité, flexibilité, réactivité, performances, une machine peut facilement faire tout cela, pas besoin d'humains. Et tant pis si vous avez passé des années à développer votre savoir-faire dans ce domaine. Tout le monde devrait pouvoir faire ça parce qu'il en a envie, c'est tout ! » Le design et la construction sont pourtant deux choses complètement différentes.

« Cet architecte conçoit des immeubles vraiment beaux. Il aimerait aussi les construire, mais il ne veut pas engager d'ingénieurs. Passez-lui ce marteau et ces engins de chantier. Ce n'est pas si difficile que ça, de bâtir un immeuble, non ? Pourquoi cela ne se passerait-il pas bien ? Il ne fait que douze étages après tout ! »

« Oh, j'adore cette ligne de voiture aérodynamique que vous avez créée. Superbe ! Vous pouvez utiliser ce magasin au coin de la rue pour assembler le moteur et le châssis en un clin d'œil. »

Ça paraît ridicule ? C'est normal. Ce n'est pas parce qu'un designer veut construire quelque chose, dans quelque domaine d'expertise que ce soit, qu'il peut ou doit le faire. Adobe prétend que les designers leur supplient de créer une façon de mettre leurs designs sur le Web sans avoir à engager des spécialistes en construction de sites Web, domaine qui doit aujourd'hui tenir compte de toutes sortes d'appareils mobiles. Est-ce une bonne idée ? Est-ce facile ? L'effort qu'Adobe a fait représente-t-il une tentative acceptable ? Pas dans l'état où se trouve Muse actuellement, non. Je me demande ce qu'a prévu Adobe pour ce logiciel. Vont-ils nettoyer le code et le faire fonctionner dans un tableau bien ordonné ? J'en doute, mais tout est possible. En attendant, tant que les performances, la flexibilité et le Web mobile auront de l'importance, Muse ne représentera pas une grande menace pour les développeurs. Il peut être utilisé par les designers qui veulent faire la démonstration de l'interactivité qu'ils ont en tête (comme outil de création de prototypes) mais pour l'instant je ne le vois pas servir à grand-chose d'autre.



Les gabarits contiennent des éléments graphiques courants ainsi que des en-têtes et pieds de page. Vous pouvez aussi les utiliser pour contrôler la mise en page de base.



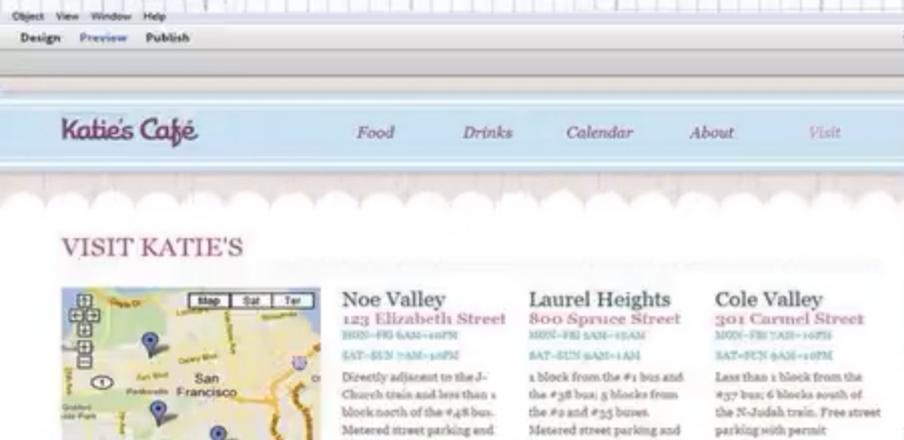
Ce site (www.horaceandlydia.com) pour des pizzas gastronomiques, fait avec Muse, prouve que l'originalité est parfaitement possible.

vous modifiez votre site. Les widgets de Muse sont nombreux à être modifiables, vous n'êtes donc pas limité à l'apparence des menus par défaut d'Adobe.

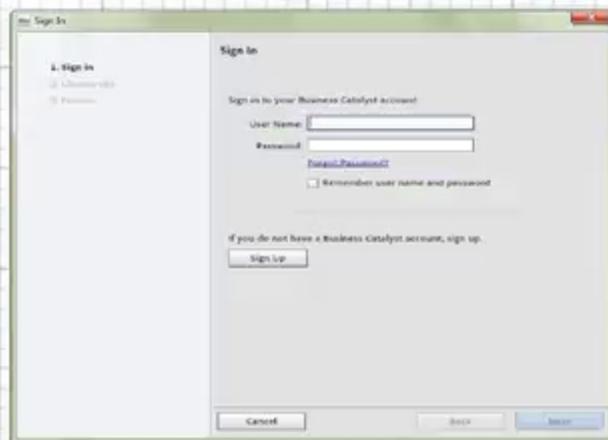
Vous devrez vous servir des widgets de Muse pour tirer le meilleur parti du logiciel. C'est grâce à eux que vous ajouterez des fonctionnalités de design complexes (comme des widgets d'onglets et d'accordeons), et ils s'inspirent très clairement de certains nouveaux widgets jQuery de Dreamweaver CS5.5. Certaines choses ne sont pas aussi faciles à mettre en forme que nous le voudrions, en particulier les onglets. C'est vraiment dommage, car il serait relativement simple de personnaliser avec des outils de Webdesign plus traditionnels donnant accès au CSS de la page.

Vous avez également la possibilité de rajouter du HTML à votre page si vous le voulez, en général en copiant/collant des snippets de code qui contiennent des éléments que les widgets ne gèrent pas. Ce type de HTML provient de sites qui fournissent un code d'intégration complexe, comme Google ou Bing Maps, ou de sites de photos tels que Flickr. Vu qu'avec ce genre de sites il est facile de copier/coller le code, pas besoin de perdre de temps à en connaître le fonctionnement. Il vous suffit de le placer sur votre page.

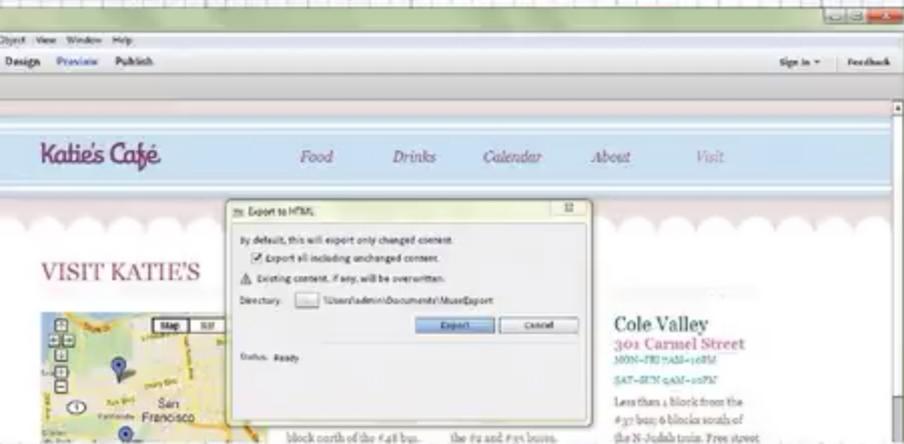
Si vous voulez faire un aperçu de vos sites, vous pouvez passer par le navigateur WebKit intégré (qui se sert de la visionneuse HTML d'AIR), ou par votre navigateur par défaut. L'implémentation de WebKit qu'a faite Adobe respecte les standards et prend le HTML5 en charge, ce qui donne à AIR un avantage considérable lorsqu'il faut aller jeter un œil au code. Une fois que vous êtes satisfait du design de votre site, il est temps de le publier. Pour le moment, Muse ne supporte que le service en ligne d'Adobe, Business Catalyst, qui héberge les pages sur des sous-domaines personnalisés comme <http://webdesign.businesscatalyst.com>. Il est logique d'utiliser un service si vous êtes une petite société de design qui a besoin de tester des designs et de les mettre à disposition de ses clients. Quand vous êtes prêt, vous pouvez convertir le site en HTML/CSS/JavaScript, et donc le mettre en ligne sur le site du client sans que celui-ci ait à connaître les formats de stockage de Muse.



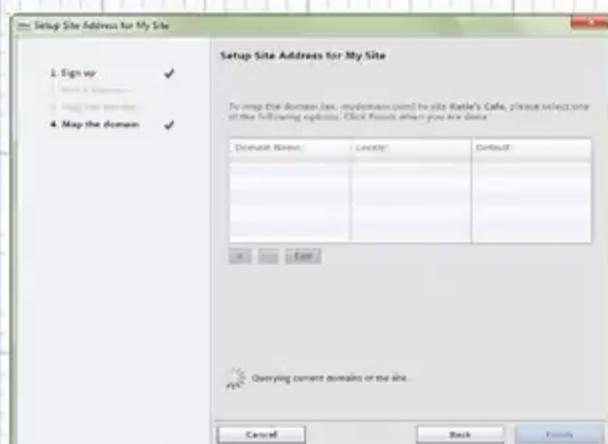
Utilisez l'Aperçu de Muse pour tester vos pages grâce au moteur intégré de rendu, WebKit, qui vous permettra de voir vos pages comme dans un navigateur sans que vous ayez à sortir de l'application.



Pour publier un site, connectez-vous à Business Catalyst depuis Muse. Si vous n'avez pas de compte, vous pouvez vous inscrire pour trente jours d'essai sans même avoir besoin de passer par votre navigateur.



Muse vous permet d'exporter des sites en HTML pour les utiliser sur vos propres serveurs, mais le code peut être complexe et difficile à utiliser en dehors de Muse.



Vous pouvez passer par Business Catalyst pour héberger et tester des sites finis. Pas besoin d'utiliser de domaine secondaire non plus, car vous pouvez attribuer des noms de domaine à des sites Business Catalyst.

Quelles répercussions ?

Muse est un changement de direction important pour Adobe, en partie à cause du mode de paiement choisi pour le logiciel. Au lieu d'acheter une version boîte, vous vous abonnez à un service, mensuel ou annuel. Bien que l'inscription à l'année soit moins chère, celle au mois vous donnera plus de liberté, permettant par exemple à de nouveaux membres d'une équipe d'avoir rapidement accès à de nouveaux outils, ou en vous laissant arrêter de payer pendant quelques mois pendant que vous vous concentrez sur un autre aspect du projet.

Il y a un autre avantage à mélanger un service à abonnement et un système d'achat en ligne (surtout vu la rapidité à laquelle le HTML5 évolue) : Adobe peut régulièrement mettre Muse à jour au fur et à mesure que de nouvelles fonctionnalités HTML apparaissent et que les navigateurs gagnent en fonctionnalités ou changent leur degré de prise en charge. Cela veut dire que vos sites resteront à jour, au lieu d'attendre un ou deux ans qu'apparaisse la nouvelle version d'un outil de design plus classique, ou d'avoir recours à un éditeur de texte pour faire vos sites.

L'inconvénient

Muse, malheureusement, ressemble à un piège à insectes pour ce qui est du contenu : il entre mais ne peut pas ressortir. Le CSS que Muse crée est complexe, tout comme son HTML. Une fois que vous avez fait un site avec Muse, il est très difficile de le transférer ailleurs et d'en conserver le design. Cela veut aussi dire qu'il est presque impossible de prendre un site conçu dans Muse, de l'exporter en HTML et de le charger dans Dreamweaver pour y ajouter des applications JavaScript personnalisées. Nous nous inquiétons de ce qui arrivera si l'on se désintéresse de Muse et qu'on veut transférer vers un CMS un contenu que l'on a créé et géré dans Muse. Il est impossible d'exporter des designs faits dans Muse sous forme de templates ou d'en transférer le contenu dans la base de données d'un CMS.

Peut-être faut-il considérer Muse comme le retour de NetObjects Fusion. C'est un outil qui peut faire de bons sites à la mise en page fixe. Avec les outils que propose Muse, il est facile de créer des sites faisant usage de n'importe quelle police. L'option servant à convertir le contenu de la page en images rend

cependant les sites plus lourds et plus lents ; comparé à un contenu à base de texte, cela lèse les internautes malvoyants car les lecteurs d'écran ne peuvent pas lire les images. Même si Muse indique quelles polices sont adaptées au Web, il est facile de choisir accidentellement une police système et de l'exporter sous forme d'images. Nous aurions préféré qu'Adobe utilise Muse pour pousser à l'utilisation de polices Web, que ce soit les polices gratuites de Google ou les autres polices Web commerciales.

L'équipe qui s'occupe de Muse chez Adobe pense peut-être qu'on peut séparer designers et développeurs, ces derniers étant relégués à écrire le code des extensions que l'on rajoute par la suite aux pages pour fournir certaines fonctions ; on ne peut toutefois pas faire cela lorsqu'on crée des sites avec des techniques et des outils modernes, dans lesquels JavaScript tient une place capitale. Cette façon de voir le Web, focalisée uniquement sur le design, que l'on retrouve dans Muse est intéressante, et elle fait penser à la différence qui existe entre un CMS facile à utiliser comme Tumblr et une installation WordPress



Commentaire

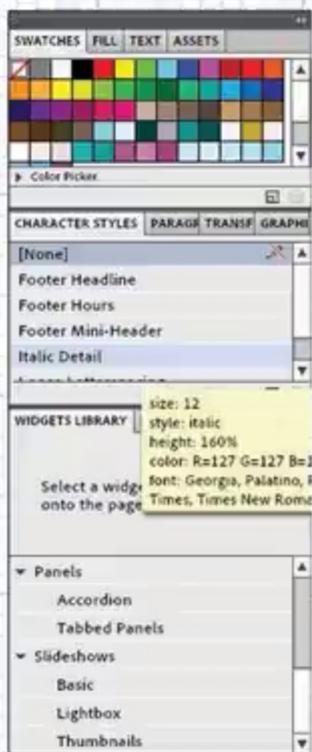
ELLIOT JAY STOCKS

Apparemment, août dernier a été pour Adobe le mois des nouveaux produits. Tout d'abord, ils ont sorti la bêta publique d'Edge, et, évidemment, il y a eu Muse. Ces deux applications semblent être portées par le même genre d'objectif : Edge vise à faciliter la création d'animations CSS pour les développeurs Flash, et Muse la construction de sites Web pour les print designers. Moi, par contre, je suis très sceptique.

Entendons-nous bien. D'un côté, je félicite Adobe de cette décision car, au moins, ils tentent de faire connaître le Web aux print designers, et le projet vise à créer du code respectant les standards. De plus, des ingénieurs de l'équipe d'InDesign participent au développement de Muse, ce qui est une bonne chose car (pour moi) InDesign le meilleur logiciel d'Adobe du moment. Une feuille de styles à la InDesign avec une interface utilisateur de création de site, ça semble être une très bonne idée.

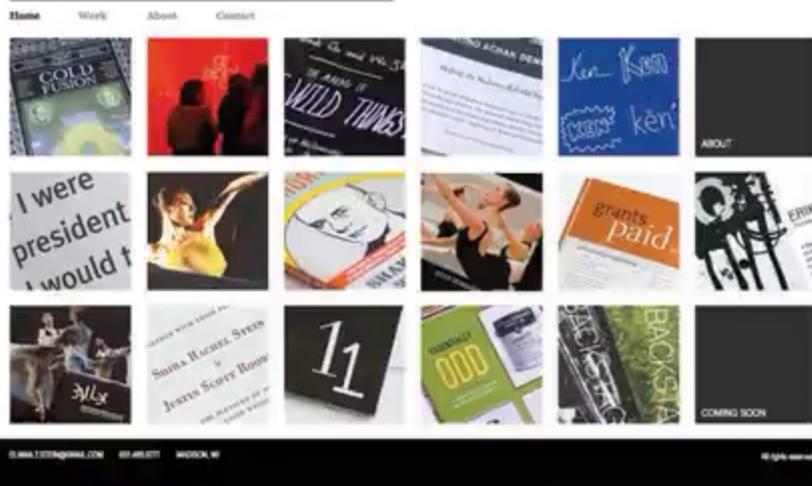
Il y a cependant quelques signes alarmants dans cette bêta publique qui laissent à penser que Muse représente en réalité un pas dans la mauvaise direction...

[Allez à <http://tinyurl.com/3oapzfe> pour lire Elliot's full review.]



Les outils de conception de Muse incluent une bibliothèque de widgets comprenant des composants HTML et CSS préfabriqués que vous pouvez utiliser dans votre page, et ainsi y rajouter des fonctions sans avoir à écrire une seule ligne de code.

ELIANA T. STEIN



Le portfolio en ligne de la graphiste Eliana Stein, www.elianastein.com est un autre exemple d'un site créé avec Muse.

complexe et multi-utilisateur. Ce qui est sûr, c'est que ce n'est pas comparable à la puissance d'un CMS d'entreprise !

Les designers et les développeurs sont plus efficaces quand ils travaillent ensemble, les séparer ne peut que causer des problèmes résultant d'une mauvaise communication. Les designers peuvent très bien penser avoir fini un site dans Muse, mais s'ils le remettent aux développeurs, cela voudra dire qu'ils ne pourront plus voir dans Muse les modifications que ces derniers y auront faites. Le HTML exporté ne pouvant pas être réimporté dans Muse, les sites Muse qui ont été adaptés pour fonctionner avec des systèmes dynamiques de traitement de données devront être gérés par d'autres outils. Adobe a fait beaucoup d'efforts dans ses autres outils de développement Web pour améliorer le workflow designer/développeur, c'est donc un peu comme si Muse représentait un retour en arrière.

Un autre problème, moins évident, est lié à l'utilisation de pages de taille fixe. Au lieu de prendre en charge les sélecteurs de média CSS et de concevoir des sites pouvant être visionnés dans des navigateurs modernes, de bureau et mobiles, Muse nous force à utiliser des pages de taille fixe qui ne se réajusteront pas lorsqu'elles passeront d'un PC à une télé ou à un téléphone. Même si l'on peut utiliser Muse pour faire des sites ciblant uniquement les appareils mobiles en choisissant la résolution qui convient, il faudra alors gérer deux versions différentes du site, ce qui peut facilement provoquer des incohérences au niveau du contenu et du design. Les appareils mobiles constituent déjà un grand pourcentage du nombre de pages vues, et les sites qui ne s'affichent pas bien sur petit écran deviendront inutilisables. La prise en charge de multiples types d'écrans est une des plus grandes forces du HTML5, et il est étrange que Muse ne propose pas d'outils pour utiliser ce genre de sites, surtout quand on sait la place que tient Device Central dans le workflow de Dreamweaver et de Flash.

Il y a d'autres risques liés aux logiciels à abonnement. Que se passera-t-il lorsqu'Adobe décidera que Muse est obsolète ? Laissera-t-il fonctionner votre logiciel ou le désactivera-t-il tout simplement en laissant déperir les sites conçus avec, impossibles à mettre à jour et presque impossibles à transférer dans un autre outil ? Après tout, nous devons réfléchir à l'avenir, et Muse n'est pas un deuxième Dreamweaver. Le lien avec le service d'hébergement d'Adobe, Business Catalyst, pose aussi problème car cela veut dire qu'il n'est pas très facile de déployer des pages créées dans Muse sur un autre service.

Et ensuite ?

Muse est toutefois toujours en phase bêta, et ne sortira pas avant quelques mois, ce qui laisse à Adobe le temps de régler ce qui ne va pas. C'est un projet ambitieux, c'est sûr, et nous ne pouvons nous empêcher d'approuver son but : amener le design HTML5 à des gens qui ne veulent pas écrire de code. Le Web moderne a cependant besoin d'autre chose que de pages bien conçues, et, sans outils servant à relier le Web au reste du monde informatique, Muse est dans une impasse : c'est une curiosité éphémère de plus sur le Web. Il y a aussi le problème de la gestion des sites au long terme, car les gros sites ont besoin d'un degré de gouvernance et de prise en charge multi-utilisateur qui fait visiblement défaut à Muse.

Nous espérons qu'Adobe règlera rapidement les problèmes de ce logiciel. Il peut constituer le moyen de rapprocher les designers et les développeurs et d'améliorer l'exportation HTML. Muse a de quoi avoir une place sur le bureau des designers. En attendant, il y a des chances pour qu'il reste un outil pour petites boutiques Web qui n'ont pas à se soucier de faire un site complexe et pour lesquelles le workflow designers/développeurs n'existe pas. Espérons qu'Adobe rende Muse ouvert au Web. En attendant, il est comme une reprise d'*Hotel California* qui ne rend pas aussi bien que la version originale.

SPÉCIAL TUTORIELS • LA BIBLE DE LA PAO VOLUME 3

BOOK
OF CREATION
Hub & Spine on 1

CD OFFERT
Fichiers d'exercice + 20 photos

Graphisme

Pour les passionnés et les professionnels de l'image

Savoir
TOUT FAIRE en

PAO

15 TUTORIELS !

FLYERS • CARTES DE VISITE
POSTERS • **AFFICHES**
COUV' DE LIVRE • DÉPLIANT
HABILLAGE, ETC.

PHOTOSHOP
INDESIGN
ILLUSTRATOR
XPRESS
FONTLAB



160 PAGES
DE CONSEILS
POUR
DEVENIR
PRO

DISTURB NOISE

AVAILABLE SOON ON CD'S/VINYL
TALK OVER THE NOISE

TYPO
CRÉEZ UNE
POLICE DE A A Z
Un typographe
vous de



Vente au numéro sur www.shop.oracom.fr

Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Design diary

Suivez le cycle du développement

Projet | **Maersk Fleet,**
www.maerskfleet.com

Société | **LBi Denmark**

Web | www.lbidenmark.com

Ce numéro : Comment LBi a accompli une tâche difficile, celle de faire pour Maersk un des sites Web les plus admirés de 2011.

LBi

Historique

Maersk n'est sans doute pas le premier nom qui vous vient à l'esprit pour ce qui est de sites Web mémorables, mais cette année nous avons vu s'effectuer un changement radical. En voici la raison...

Dans le n°34, nous avons choisi pour notre Lightbox un site du mois qui avait été acclamé par le milieu. Une des raisons pour lesquelles il est si spécial et si fascinant est qu'il est complètement différent des sites très en vue tels que ceux de Nike ou Levi's, ou même de tous ces sites de films hollywoodiens. Maersk, le grand conglomérat danois de porte-conteneurs internationaux, s'est associé à l'agence LBi pour lancer un centre interactif ambitieux servant à explorer sa flotte. On vous pardonnera si vous pensez que le résultat ne pourrait plaire qu'à des fans bizarres ou à des investisseurs. Ce qui est rafraîchissant, c'est que le projet a eu un succès incroyable et a réussi à intéresser les internautes à la marque et au business de Maersk, en mettant l'accent sur ce qui rend la flotte aussi impressionnante. En mettant en valeur, grâce à un contenu dynamique plutôt cool, l'immense taille (externe et interne), le poids, la puissance et les distances parcourues dans le monde par ces navires, le site devient une toute autre affaire. Ajoutez à cela la prise en charge de l'iPad et une utilisation moderne des techniques HTML nouvelle génération ; et nous nous sommes dit que nous devions absolument savoir, en détail comment tout cela avait été construit.



Anders Kavcic,
directeur artistique

Noah Laux,
développeur
créatif

Rasmus Frandsen,
directeur
de la création



Faire comprendre la taille et la puissance immenses de la flotte de Maersk allait être essentiel à la réussite du site.

C'est afin que le contenu fonctionne aussi bien sur ordinateur de bureau que sur iPad que le HTML a été utilisé plutôt que Flash.



Ces premières maquettes ne sont en réalité pas très différentes du design final, à part quelques modifications de mise en forme.



1 Concept

La première étape du projet a été de définir avec précision la manière dont le site allait représenter une marque aussi spécialisée et pourtant aussi influente.

Rasmus : « Dans le secteur du transport maritime, Maersk est une société très innovatrice. Elle est à la pointe de la technologie, du développement durable et des pratiques commerciales. Nous voulions que le projet reflète cela et qu'il soit progressiste, moderne et visuellement plaisant. Nous souhaitons que le site soit le reflet de la fierté qui entoure la société. Chez LBi, nous avons l'habitude de travailler en équipes hybrides. En général, dès le début, nous mélangeons les membres des équipes de stratégie, de création, de technologie et d'utilisabilité pour qu'ils participent tous au processus. Étant donné la nature de ce projet, ce sont les designers qui ont pris la charge du concept et de la direction.

Le premier résultat de cette méthode de travail a été une démo Flash servant à illustrer l'idée. A ce moment-là, nous ne savions pas encore si nous allions la faire en Flash ou en HTML. Les progrès de la technologie des navigateurs ainsi que l'essor des tablettes (surtout de l'iPad) nous ont fait pencher pour le HTML.

Nous avons ensuite travaillé en rapproché avec le client pour développer les premières idées pendant que nous testions différentes possibilités et améliorations. Ces idées ont été présentées au client sous forme de simples fichiers PowerPoint ou PDF. »

Typography

Zetta serif light
Zetta serif

Zetta serif book
Zetta serif bold

Zetta serif thin

Zetta serif extra

Zetta serif ultra

La feuille des directives définit les règles typographiques en ce qui concerne la mise en forme du texte du site : une utilisation constante de la famille de polices de Maersk - Zetta



2 Design

Les directives de Maersk ont formé le point de départ des décisions concernant le graphisme, et de la création des éléments par les développeurs.

Rasmus : « Nous avons commencé le graphisme parallèlement à la conception. Nous voulions, pour le design, créer un langage ancré dans les directives de Maersk, mais au style audacieux, qui convenait plus à ce projet qu'un site d'entreprise et serait aussi utilisable sur tablettes et écrans tactiles, comme une appli.

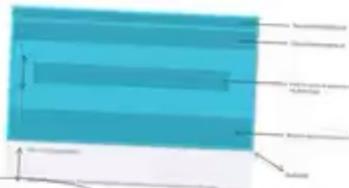
Là aussi, c'était un travail d'équipe où nous, designers, renvoyions constamment la balle à nos développeurs pour voir ce qu'il était possible de faire. Les objectifs que nous avons définis pour nous-mêmes nous ont obligés à créer beaucoup de solutions techniques différentes pour les nombreux navigateurs et plateformes qui existent. L'utilisation de vidéo en plein écran, de son, de redimensionnement dynamique, des polices de Maersk et d'autres choses a exigé de créer de nombreuses solutions techniques sur mesure. Anders Kavicic, directeur artistique, et moi-même nous occupons des présentations, des designs et des mises en page et gérons la production graphique. Voici ce que nous remettons aux développeurs : mises en page, directives graphiques et totalité des éléments graphiques.

En général, nous travaillons en simultané sur la production. Cela veut dire que les développeurs doivent avoir les éléments du design dont ils ont besoin quand ils en ont besoin. Il y aura toujours forcément des allers-retours au fur et à mesure qu'un projet avance. Dans un projet tel que celui-ci, les difficultés techniques engendrent beaucoup de versions différentes du site et de modifications des détails. Parfois, de nouvelles perspectives se présentent à nous, ce qui veut dire encore une autre version à concevoir et à développer. C'est ce qu'aiment tous ceux qui participent au projet. Nous travaillons tous à donner davantage de valeur au projet. »

Ces images panoramiques reconstituées forment des visites à 360 degrés de l'intérieur des navires de la flotte.



Design scalability



En termes d'adaptabilité du design, cette feuille propose un écran avec annotations sur les dimensions et les positionnements nécessaires pour que le site s'affiche correctement sur toutes les résolutions d'écran.

Comme le montre cette image ainsi que la section Live Map du site, planifier la myriade de trajets de la flotte autour du globe est parfois un cauchemar logistique.



Publier facilement vers les périphériques mobiles avec Dreamweaver et Flash

Avec le développement mobile, une demande croissante pour la suite Webdesign phare d'Adobe voit le jour, et nous vous montrons comment déployer du contenu pour Android et iOS.

outils|tech|tendances
Dreamweaver CS5.5,
Flash CS5.5
expert
Mark Shufflebottom



La publication sur mobile peut se révéler incroyablement déroutante et les flux de travail qui l'encadrent évoluent continuellement, en fonction des avancées. Dans ce

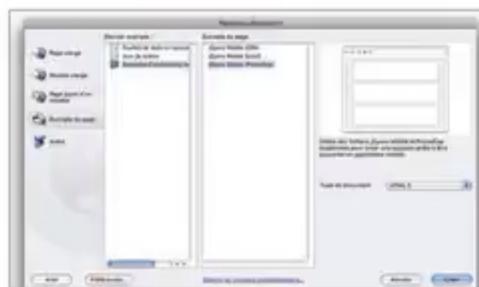
tutoriel, nous avons donc décidé de remédier à toute cette confusion. Dreamweaver intègre nativement jQuery.Mobile, PhoneGap et des émulateurs de déploiement pour Android et iOS. Vu la récente acquisition de Nitobi, les créateurs de PhoneGap, par Adobe, on peut supposer que cela va continuer dans le sens d'un flux de travail intégré important.

En attendant, Flash a assisté à la sortie récente de AIR3.0, qui propose des vitesses foudroyantes pour malmenier les éléments graphiques si vous savez tirer parti de Stage3D (ne vous laissez pas dérouter par le nom, il est aussi très rapide à la 2D). Nous vous montrerons comment "incruster" AIR3.0 et le paramétrer pour publier vers Android et iOS. Il suffit ensuite simplement d'adapter un menu déroulant pour basculer entre les deux plateformes.



01 Préparer le site

Nous présenterons d'abord le processus de travail avec Dreamweaver. Ouvrez donc Dreamweaver, dirigez-vous vers le menu Site et cliquez sur Nouveau site. Donnez-lui un nom approprié et un dossier, qui sera le répertoire local, dans lequel enregistrer votre travail. C'est tout ce que nous avons à faire en guise de préparation, et vous pouvez cliquer sur Enregistrer pour lancer la gestion du site.

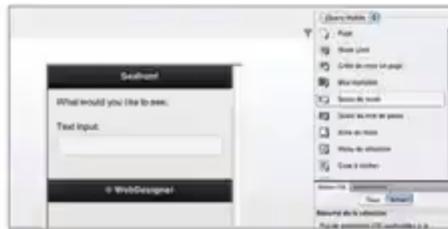


02 Nouvelle page

Dans le menu Fichier, choisissez Nouveau. En bas à gauche de la fenêtre pop-up, choisissez Exemple de page. Puis cliquez dans le répertoire Exemples d'applications mobiles et sélectionnez jQuery Mobile (PhoneGap). La version CDN utilise une source en ligne pour jQuery, la Local stocke jQuery localement, tandis que l'option PhoneGap inclut aussi la bibliothèque PhoneGap.



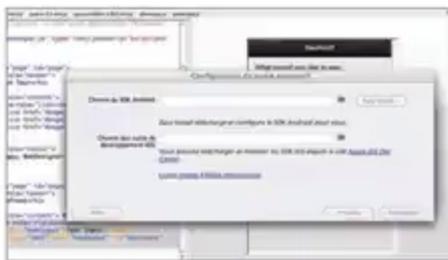
03 Paramétrer la vue
 Enregistrez votre page sous "index.html" et choisissez le répertoire que vous avez créé à l'étape 01. Tous les fichiers jQuery et PhoneGap seront copiés pour vous à cet emplacement. Vérifiez maintenant que vous pouvez bénéficier de la Vue fractionnée. Sélectionnez la flèche descendante à côté d'Écrans multiples et choisissez 320 x 480 avant de cliquer sur Affichage en direct.



04 Interface facile à ajouter
 Vous pouvez utiliser votre app totalement fonctionnelle dans la fenêtre Affichage en direct. Faites en sorte de voir le panneau Insertion et passez le menu déroulant Commun à jQuery Mobile. Placez votre curseur à l'endroit approprié dans le codé, et vous pourrez ensuite cliquer sur n'importe quelle icône pour ajouter l'élément à votre design.



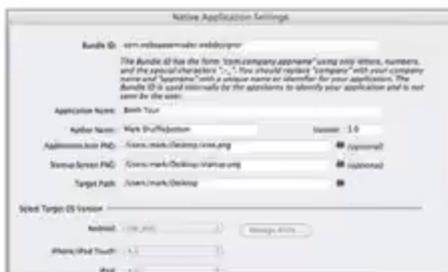
05 Paramétrer le SDK Android
 Continuez à ajouter tous vos éléments jusqu'à construire votre app. On peut facilement tester son travail sur l'émulateur Android. Allez dans Site> Applications mobiles puis Configuration du cadre applicatif. Si vous ne disposez pas déjà du SDK Android, cliquez sur Easy Install pour le télécharger et l'installer automatiquement.



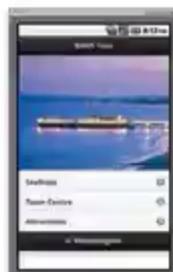
06 Paramétrer le SDK iOS
 Malheureusement, il n'existe pas d'option d'installation facile pour le SDK iOS, parce qu'il faut s'enregistrer en tant que développeur pour télécharger le kit de développement iOS. À l'évidence, ce n'est possible que si vous avez un ordinateur Mac. Une fois que c'est terminé, cependant, le chemin est toujours /Developer sur votre Mac.



07 Paramètres d'application
 Cliquez sur Enregistrer. Nous devons ensuite modifier les réglages de l'app. Allez dans Site> Applications mobiles> Paramètres de l'application. Vous devez ajouter un ID de lot unique : il s'agit généralement de votre adresse Web, par exemple "com.domaine.nom_app". Une fois que c'est fait, entrez les noms de votre app et de l'auteur dans les champs correspondants.



08 Publier la destination
 Vous pouvez maintenant ajouter une icône pour l'app afin qu'elle apparaisse sur l'écran d'accueil du téléphone, et vous pouvez aussi inclure une image de démarrage pour l'initialisation de l'app sur le téléphone. Enfin, et plus important, vous devez déterminer l'endroit où vous prévoyez de publier votre app. En-dessous, se trouvent aussi des versions de l'OS mobile que vous ciblez.



09 Adapter pour Android
 Lorsque vous avez terminé votre préparation, vous pouvez visualiser votre application dans l'outil d'émulation à n'importe quel moment en allant dans Site> Application mobile> Générer et émuler puis en choisissant soit Android, soit iPhone, soit iPad. S'ouvrira alors l'émulateur du bon SDK, et vous pourrez tester votre app. Remarquez que l'émulateur Android requiert un peu de patience au lancement.

Bibliothèque PhoneGap
 La bibliothèque PhoneGap vous donne, via JavaScript, accès aux fonctionnalités natives du téléphone, comme Address Books et Accelermeter. L'API se trouve sur <http://tinyurl.com/phonegapapi>.

Travailler avec jQuery Mobile

01 Ajouter une page
 Pour ajouter une page, placez le curseur au bon endroit dans le code, puis cliquez sur l'icône de page dans le panneau Insertion. Donnez-lui un id unique (nous avons utilisé 'Attractions') puis utilisez le code proposé sur la page du menu pour le lier à cette nouvelle page.

```
<li><a href="#attractions">Attractions</a></li>
```

```

32 <div data-role="page" id="page2" data-theme="b">
33 <div data-role="header">
34 <h2>Attractions</h2>
35 </div>
36 <div data-role="content">What would you like to see?
37 <div data-role="fieldcontain">
38 <input type="text" value="" data-input="text" data-theme="b" />
39 </div>
40 </div>
41 </div>
42 <div data-role="footer">
43 <div data-role="page">
44 </div>

```

02 Contenu thématique
 Tout élément peut être complété par une thématique en rapport. Ajoutez simplement data-theme="b" à chaque balise. On peut spécifier a, b, c, d ou e comme types de thème pour créer le contenu. La page entière se verra appliquer le thème de <div data-role="page">, ou on peut sélectionner des boutons et éléments d'interface individuels.

```

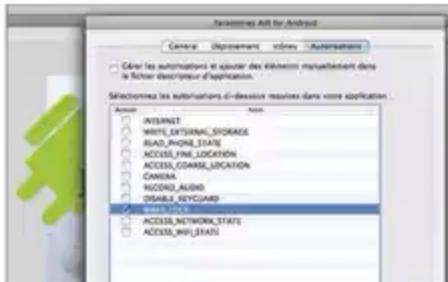
35 <div data-role="content">What would you like to see?
36 <div data-role="fieldcontain">
37 <input type="text" value="" data-input="text" data-theme="b" />
38 </div>
39 </div>
40 </div>
41 <div data-role="footer">
42 <div data-role="page">
43 </div>
44 </div>

```

03 Footer fixe
 Rien n'est plus simple que de faire en sorte que le footer soit toujours en bas de page. Ajoutez data-position="fixed" à <div data-role="footer"> pour le lier à la base de votre document. Il disparaît cependant temporairement pendant le scrolling, puis réapparaît une fois que le scrolling stoppe.

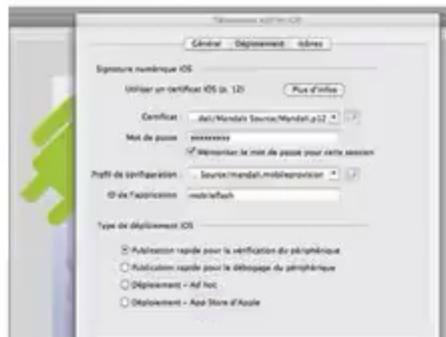
16 Onglet des permissions

Cliquez sur l'onglet Permissions et choisissez Wake_Lock : vous devez donner au moins une permission pour créer une app. Cliquez ensuite sur OK. C'est désormais entièrement adapté à Android et, si vous connectez un téléphone en USB, vous pouvez publier directement dessus. Changez maintenant les réglages de publication de AIR pour iOS et cliquez sur l'icône des réglages.



17 Réglages pour iOS

Les réglages généraux pour iOS sont très simples : si vous ciblez un iPhone 4, utilisez la haute résolution. Cliquez sur l'onglet Déploiement et vous devrez créer un profil de prestation iOS et un certificat. Les instructions complètes se trouvent sur <http://adobe.ly/rNOMLV>. Note : cela coûte environ 75 euros.



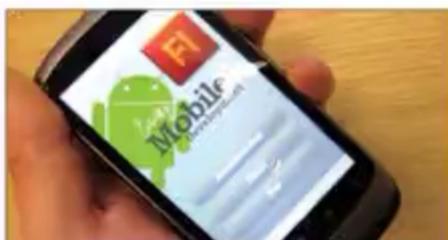
18 Du vectoriel au bitmap

La clé pour travailler avec Flash dans un environnement mobile est d'utiliser des bitmaps au lieu de vecteurs, parce qu'ils sont supportés par le GPU au lieu du CPU, ce qui améliore les performances. Cliquez sur le texte à l'écran dans Flash et, dans le panneau Affichage, choisissez Exporter en bitmap.



19 Cache sous forme de bitmap

Cliquez à nouveau sur le premier bouton dans les réglages d'Affichage, mais cette fois, choisissez Cache sous forme de bitmap. Ce n'est pas aussi rapide que l'option Exporter en bitmap parce qu'il faut créer le cache pendant le runtime, mais il est insignifiant dans la plupart des cas. La règle d'or consiste à tenter d'avoir aussi peu de contenu vectoriel que possible.



20 Publier l'app

Parce que tous les réglages de publication ont été préparés, nous n'avons plus qu'à basculer entre AIR pour iOS et AIR pour Android pour publier sur différentes plateformes. L'app sera créée par l'action Fichier > Publier. Si vous connectez un téléphone Android, elle s'installera et fonctionnera dès que vous débloquentez le service.



21 Placer l'IPA dans iTunes

Si vous avez publié une version iPhone de votre app, votre fichier publié portera le nom de 'mobile.ipa'. Vous devez le déposer dans iTunes puis synchroniser avec l'iPhone pour le voir sur ce périphérique. Cela prend plus de temps de le publier de cette façon. Si vous avez déjà une version de l'app sur votre téléphone, vous devez d'abord l'effacer avec de synchroniser avec iTunes.

AIR3.0
La nouvelle version d'AIR vous donne accès aux nouvelles API de Stage3D qui offrent une accélération matérielle native pour les graphiques 2D et 3D.

Élaborer un lecteur vidéo multi-clip en plein écran

Incorporez une sélection de vos films YouTube préférés dans une seule page.

outils|tech|tendances jQuery, CSS, HTML, YouTube
Expert Steve Jenkins



YouTube est synonyme de vidéos sur le Web – et avec justesse ! Il en regroupe des millions à sélectionner et les visiteurs ont la garantie presque totale de trouver ce qu'ils cherchent. En plus, les vidéos incluent nombre de fonctionnalités grâce

au bonus supplémentaire qui offre la capacité de les intégrer dans une page Web pour une relecture garantie. Nous nous concentrons ici sur les qualités d'intégration de YouTube.

Ce tutoriel combine un simple script pour panneau à onglets jQuery et une collection de vidéos YouTube disposées dans un conteneur liquide. Cela permet de consommer plus d'une vidéo sans avoir à quitter la page en cours. L'ensemble du scénario offre beaucoup de flexibilité et permet à l'utilisateur de choisir combien de vidéos il inclut et comment personnaliser la page, en fonction de l'objectif du lecteur. Le prérequis de base consiste à ajouter une image vignette dans un onglet, et de redimensionner le contenu YouTube relatif à 100%, pour permettre à la vidéo de s'afficher en plein écran.



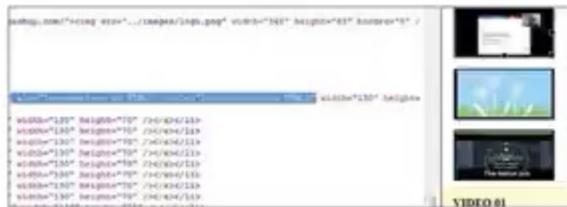
🗨️ Nous nous concentrons ici sur les qualités d'intégration de YouTube. 🗨️

<ci-dessus>
• Concevez votre propre lecteur vidéo pour regrouper une compilation de vos contenus YouTube préférés dans un espace clair et adapté.

Élaborer un lecteur vidéo multi-clip en plein écran

08 Ajouter des vignettes

Chaque vignette est vide pour le moment et a besoin d'être remplie avec l'image adéquate. Insérez à présent les images dans l'ordre que vous préférez jusqu'à ce que la liste soit complète. Par défaut, aucune des images n'aura de balises title ou alt. Ajoutez-les manuellement, par exemple insérez alt="introduction to HTML5" title="introduction to HTML5" pour chaque image de la liste.



09 Ajouter de la vidéo

Les balises div relatives aux onglets, comme <div id="tab-1">, intègrent pour le moment des balises header et paragraph (<h3> et <p>): supprimez-les en préparation de l'intégration du code vidéo. Rendez-vous ensuite sur YouTube et localisez la première vidéo à insérer. Puis cliquez sur le bouton Partager, suivi d'Intégrer. Copiez (Ctrl/Cmd+C) ce code et collez-le (Ctrl/Cmd+V) dans la balise div adéquate.



10 Vérifier le contenu vidéo

Répétez maintenant les étapes de Partager et Intégration pour toutes les vidéos restantes qui doivent égaier le nombre d'onglets. Une fois que c'est fait, enregistrez la page et prévisualisez dans votre navigateur favori pour être sûr que toutes les vignettes correspondent à leurs vidéos YouTube respectives.

11 Conteneur vidéo

Les vidéos nouvellement ajoutées sont contenues dans la balise #tabs, qui doit être modifiée pour s'adapter à la vidéo en pleine largeur. Localisez la balise #tabs dans le CSS et échangez le code avec celui détaillé ci-dessous. La largeur garantit que la balise div reste en pleine largeur et le positionnement en absolue une hauteur correcte et un placement parfait.

```
001 height: 85%;
002 width: 100%;
003 position: absolute;
004 left: 0px;
005 top: 170px;
006 z-index: 1;
007 background: #FFF9CC;
```

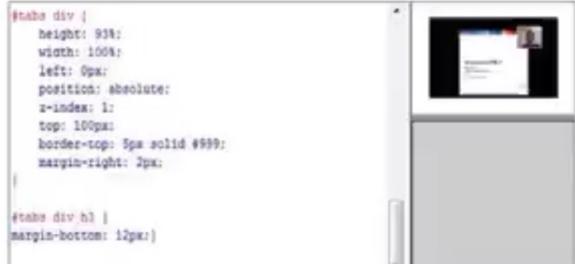


12 Vidéo en pleine largeur

L'étape précédente élargit le conteneur vidéo à 100% mais pas la vidéo elle-même. Localisez le code suivant dans chaque onglet (iframe width="425" height="349") et remettez la largeur et la hauteur à 100%. Une fois que toutes les vidéos de chaque onglet ont été modifiées (par exemple width="100%" height="100%"), enregistrez la page.

13 Peaufiner les onglets

La base de la page est désormais complète, mais il reste beaucoup de peaufinage à effectuer. Les onglets sont le premier élément à affiner. Allez à #tabs et changez le margin pour : 5px 0px 0px 0px. Cela réduira l'écart en haut de la page. Allez ensuite dans la div #tabs et réduisez top à 100 px.



14 Contrôler la bordure

Insérez à présent une bordure de 2px pour séparer les onglets et le contenu, par exemple en appliquant border-top: 2px solid #999. Pour le moment, la vignette de l'onglet accueille une bordure jaune pâle. Allez dans #tabs ul li.active, supprimez le code border-top et changez la couleur de fond pour celle de la bordure (#999) pour créer une connexion. Enregistrez et prévisualisez dans le navigateur.

```
001 #tabs ul li.active {
002 background: #999999;
003 }
```

15 Modifications finales

Reduce la taille de la zone des onglets et repositionner la zone de contenu vidéo générera un vide en bas de la vidéo. Allez dans la div #tabs et relevez un peu height (disons 90%) puis enregistrez la page et testez jusqu'à ce que la vidéo remplisse l'écran comme souhaité.



Bibliothèque jQuery
La bibliothèque jQuery par défaut est liée à une source en ligne. Rendez-vous sur <http://jquery.com> pour obtenir la bibliothèque la plus récente et ajoutez-la sur votre propre serveur.

Améliorer le lecteur de base

Les étapes du tutoriel couvrent les concepts de base compris dans la création d'un lecteur YouTube simple, personnalisé, plein écran. Cependant, le lecteur de base peut être personnalisé pour s'adapter. L'ensemble du conteneur peut être simplement glissé dans une page existante. Pour l'intégrer complètement dans une page existante, on peut simplement modifier les couleurs de fond et de bordure. Inversement, l'intégralité du conteneur peut constituer une offre indépendante : déplacez simplement les onglets et ajoutez un lien vers la page appropriée. Sinon, incorporez un système de menu existant pour une navigation plus fluide. Alors que les couleurs de fond peuvent être adaptées pour correspondre à une palette de couleurs, elles peuvent être isolées de l'équation et remplacées par une image de fond. Rappelez-vous que les images de fond fixes ne sont pas encore supportées par l'iPad ou l'iPhone. Les images vignettes peuvent être redimensionnées pour s'adapter à plus d'images, ce qui, en retour, donne la possibilité d'ajouter plus de vidéos, mais ne les faites pas trop petites pour les périphériques mobiles. Enfin, comme seule une petite image et le code d'intégration YouTube sont ajoutés, le poids du fichier restera léger.

HS12
web
design

LE GUIDE  ULTIME

200
PAGES

pour maîtriser les
logiciels et les
systèmes
d'exploitation
en open source

ÉDITION
2012

Linux & Open Source

36 PAGES DE CONSEILS
& ASTUCES

192 PAGES DE TUTORIELS
POUR MAÎTRISER LE MONDE
DE LINUX ET DE L'OPEN SOURCE

MASTERCLASS
CONCEVOIR, DÉVELOPPER
AVEC ARDUINO, PERL, ET PHP

CAHIER DÉVELOPPEMENT
80 PAGES SUR TOUS LES LANGAGES
DE DÉVELOPPEMENT OPEN SOURCE

 LES LOGICIELS
INCONTOURNABLES

■ LE TOP 10 DES DISTRIBUTIONS ■ SAUVEGARDE ET RESTAURATION ■ LE
■ GESTIONNAIRE DE PHOTO ■ NAVIGATEUR OPEN SOURCE

Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Vente au numéro sur www.shop.oracom.fr

Composer de superbes sites Web grâce à la suite Muse d'Adobe

La nouvelle version beta pour publier des pages met davantage l'accent sur le design que sur le code.



ous pourriez bien vous demander s'il existe un besoin pour un autre outil de webdesign. Il existe de nombreux éditeurs de code qui font un excellent travail de balisage dans les pages Web. Le problème est qu'ils

requièrent tous de connaître HTML. Même Dreamweaver vous demande de plonger dans le code : la vue Création est géniale pour ajouter du contenu mais pas pour structurer des pages. Cette partie est dévolue à la connaissance du code sémantique de CSS et JavaScript pour les diaporamas.

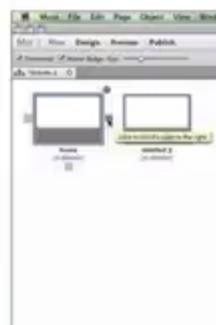
Le designer moyen, éduqué au design graphique, doit passer beaucoup de temps à croiser le technique et le graphique pour obtenir un site à moitié décent. C'est pourquoi Adobe Muse a été lancé. Il demande un peu de temps à maîtriser, à moins que vous n'utilisiez régulièrement InDesign, mais il se montre étonnamment puissant. Il ne cible pas les codeurs, et la plupart des codeurs se sentiraient sans doute mal à la vue du HTML, mais il dessert un objectif et vaut vraiment qu'on l'explore avant de prononcer un jugement.

outils|tech|tendances Adobe Muse (beta) **expert** Mark Shufflebottom



01 Télécharger Muse

Copiez les dossiers du CD sur votre bureau, pour avoir sous la main les assets avec lesquels travailler. Puis visitez le site de Muse (<http://muse.adobe.com>) et cliquez sur Get Muse. Téléchargez et installez le logiciel puis lancez-le. Cliquez sur Create New > Site et une boîte de dialogue de réglages du site s'ouvrira.

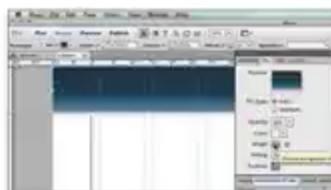
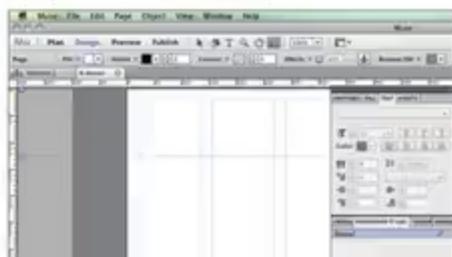


02 Créer un site

Paramétrez la largeur du site à 960 px : peu importe la hauteur. Changez le nombre de colonnes pour sept et laissez tout le reste. Commencez votre site en planifiant des pages. Nous en aurons trois : cliquez sur l'icône plus pour les ajouter.

03 Ajouter une autre page

Nommez cette page "Portfolio" puis ajoutez-en une autre "Contact". En bas de l'écran, vous pouvez voir un gabarit. Double-cliquez dessus pour la modifier : vous voilà en mode Design. Glissez le repère supérieur en haut de l'écran, l'inférieur à sa base, celui du header à 125 px et celui du footer à 440 px.



04 Paramétrer le header

Changez l'option Fill du navigateur sur blanc. À l'aide de l'outil Rectangle (Stroke réglé sur None), dessinez une boîte de header. Dans le panneau Fill, cherchez "top.png" dans le dossier Assets. Réglez-le pour qu'il se répète horizontalement et changez la couleur de fond sur None.



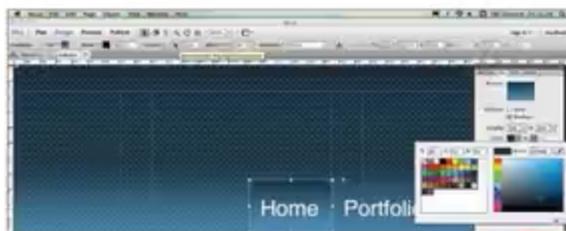
05 Footer et arrière-plan

En utilisant le même procédé, créez un footer et appliquez "footer.png" à l'image de fond. Dessinez un rectangle juste sous l'entête (155 px de profondeur et pleine largeur), en appliquant "pattern.png". Placez-le en fond comme proposé. Cliquez sur la page et, une nouvelle fois, réglez Stroke sur None.



06 Ajouter un menu

Dans le panneau Widgets Library, étirez un menu horizontal sur la page. Remarquez que le menu est automatiquement rempli de vos pages et des liens menant à ces pages. Pratique ! Appliquez une taille de texte de 14 px et la couleur blanc. Basculez ensuite sur le panneau States. Double-cliquez sur le menu jusqu'à ce que Home soit mis en surbrillance et sélectionnez l'état Rollover.



07 Créer le menu

Dans les options en haut, ajoutez un coin arrondi en haut à gauche et à droite du bouton. Dans le panneau Fill, changez la couleur de fond ou ajoutez un dégradé. Répétez l'opération pour chaque état et chaque bouton du menu. À tout moment, vous pouvez activer le bouton Preview pour voir la page et cliquer sur le bouton Design pour revenir à l'édition.

Réglages de widget
Une flèche bleue se trouve dans le coin de tous les widgets, comme le diaporama cela ouvre un menu qui contient beaucoup de réglages relatifs au comportement de ce widget.

08 Ajouter des éléments texte

Insérez à présent un header en utilisant l'outil Text et choisissez une police personnalisée. Elle sera convertie en image : Muse ne prend pas encore en charge les polices incorporées avec @font-face. Vous devriez ajouter le texte final au footer. Enregistrez votre travail et retournez à l'écran Plan. Nous allons remplir les pages avec du contenu : double-cliquez sur la page d'accueil.



09 Devoirs

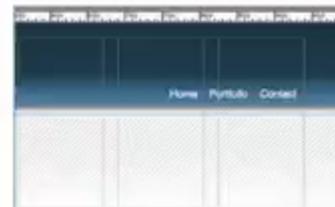
A partir du menu Object, choisissez Insert Composition et Slideshow. Cliquez sur la page pour l'ajouter et alignez-le au repère à droite. Cliquez dessus par deux fois, et saisissez la poignée de gauche pour la tirer vers la gauche et remplir la page. Choisissez File > Place et sélectionnez "presentation1.jpg". Cliquez dans le diaporama, et elle se glissera dans le fond, comme dans la capture.



Épingler une image



01 Que signifie épingler ? Épingler une image implique d'isoler une image de la mise en page. Elle flotte, de façon à toujours apparaître à la même place, indépendamment du scrolling.



02 Ajoutez une image Placez une image où vous souhaitez qu'elle apparaisse dans la page. Examinez les options en haut, jusqu'à trouver celle à épingler avec une icône de boîte sur son côté.



03 Épinglez l'image Cliquez sur l'une des poignées de la boîte. Si l'image est sur la gauche, choisir top-left signifie que sa position sera toujours calculée de ce point.

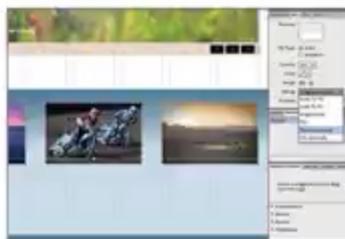
10 Achever le diaporama

Effacez l'image de premier plan du diaporama. Modifiez ensuite le texte pour qu'il donne du sens à l'image. Cliquez sur l'icône avec le chiffre 2 dans le diaporama et ajoutez "presentation2.jpg", en répétant le processus et de même pour "presentation3.jpg". Sélectionnez alors la flèche bleue pour modifier le diaporama.



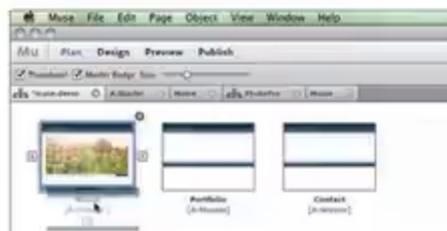
11 Touches finales

Dans le popup, passez Transition sur Fading. Sélectionnez tout le diaporama et ajoutez une couleur de fond beige clair et un contour de 12 px autour des bords. Basculez vers l'outil Rectangle et dessinez une boîte en pleine largeur de page près d'un bord. Glissez cette forme sous le diaporama pour étendre la page.



12 Personnalisez le rectangle

Supprimez le contour du rectangle et utilisez le panneau Fill pour ajouter un dégradé. Dessinez un autre rectangle sur toute la largeur de l'écran, avec une hauteur de 198 px. Rendez le fond transparent et appliquez une mosaïque avec l'image "pattern.png" comme proposé. Utilisez ensuite File > Place pour ajouter "small1.jpg" à "small3.jpg" dans une colonne.



13 Mettre de l'ordre

Nous avons ajouté un peu de texte sous les images avec l'outil Text, et une icône de vignette, nommée "cam.jpg", depuis le dossier Assets. Si vous examinez le footer, il y a une petite barre blanche : revenez à la fenêtre Plan. Cliquez avec le bouton droit (Ctrl+clic) sur le gabarit et dupliquez-le, renommez le nouveau "B-Master" et double-cliquez pour le modifier.



14 Appliquer le template

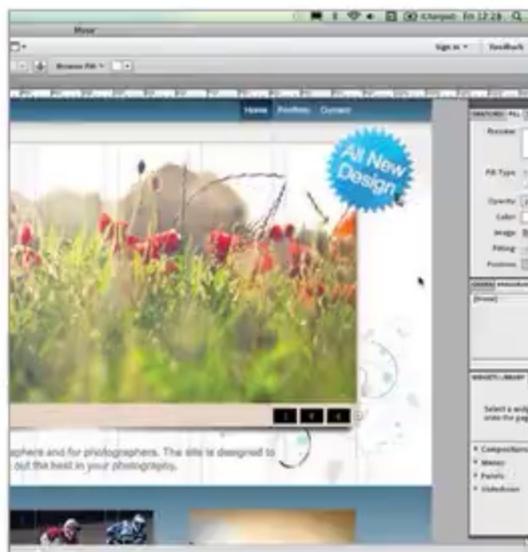
Dans l'image du footer, réglez l'option Fill pour le fond avec le même bleu que la boîte en page d'accueil (vous pouvez copier et coller le code hex si c'est plus commode). Retournez ensuite à la vue Plan et glissez la page B-Master sur la page d'accueil pour la changer. Comme vous pouvez le voir, c'est très efficace pour produire une banque de templates.

Mettre à jour les assets

L'un des plus gros problèmes de la création de sites est le moment où vous devez changer une image. Généralement, cela implique d'aller dans Photoshop, de bidouiller l'image et de ré-enregistrer comme attendu.

Cette méthode est quasiment identique lorsque vous utilisez Muse, mais quelque chose rend cette application vraiment puissante. Normalement, si vous enregistrez une image, elle est automatiquement mise à jour, ce qui est bien jusqu'à ce qu'on modifie sa taille et qu'on soit contraint de redimensionner ou supprimer manuellement l'image et de l'importer à nouveau.

Au contraire, avec Muse, vous n'aurez qu'à vous rendre dans le panneau Assets et cliquer sur l'image avec le bouton droit (Ctrl+clic) puis choisir l'option Relink All Instances. Et l'ensemble du site est aussitôt mis à jour avec l'image nouvellement redimensionnée. Muse est peut-être sujet à controverse dans le monde du webdesign, mais cette fonction est un vrai progrès !



Maîtriser les gabarits

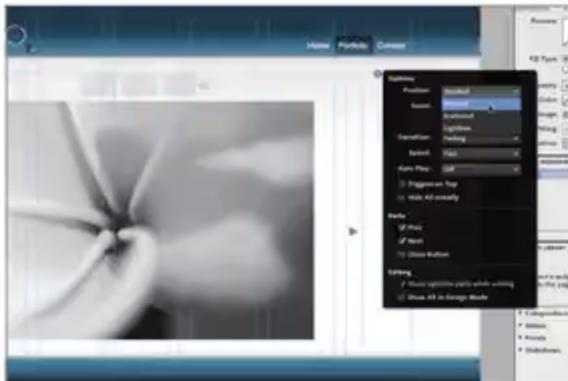
Les gabarits sont issus d'Adobe InDesign et ne sont pas répandus dans le monde du Web. Penser à eux comme à des pages de "template" sans contenu est la manière la plus facile de les envisager.

15 Enrichissements finaux

Revenez sur la page d'accueil et vous constaterez que le gabarit a été appliqué avec un bleu homogène en pied de page. Nous avons ajouté quelques autres images à partir du dossier Assets. Libre à vous d'ajouter ceux-là ou d'autres de votre propre composition, ou reportez-vous simplement à l'étape suivante pour créer les pages restantes.

16 Insérer une lightbox

Double-cliquez sur la page Portfolio à partir de la vue Plan pour l'ouvrir. Ensuite, ajoutez une lightbox via Object> Insert Composition. La page ne s'adapte pas, et vous devrez cliquer sur la flèche bleue et passer Position sur Stacked. La page s'étend à présent pour s'adapter aux images. Allez dans File> Place et importez l'image "lightbox1.jpg".



17 Plus loin avec les images

Cliquez dans la lightbox pour ajouter l'image, mais celle-ci se place derrière l'image en cours. Cliquez dedans jusqu'à ce que vous sélectionniez celle du dessus et supprimez-la pour révéler votre image. Sélectionnez ensuite la deuxième vignette et répétez le processus, en ajoutant "lightbox2.jpg" et "lightbox3.jpg".



18 Appliquer des vignettes

Cliquez sur la première image vignette et examinez le panneau Fill. Naviguez jusqu'à l'image "thumb1.jpg" et utilisez-la comme remplissage. Répétez le processus pour les autres vignettes. À ce stade, vous pourriez vouloir ajouter un peu de texte descriptif et une entête à la page ou d'autres enrichissements visuels.

19 Page de contact

Ouvrez la page Contact en cliquant sur l'icône Page dans la vue Plan. Allez dans le menu Object> Insert HTML. Dans le popup, ajoutez votre propre carte Google ou utilisez "html.txt" du dossier Assets et collez-le. Vous pouvez tout aussi facilement ajouter une vidéo YouTube ou similaire.



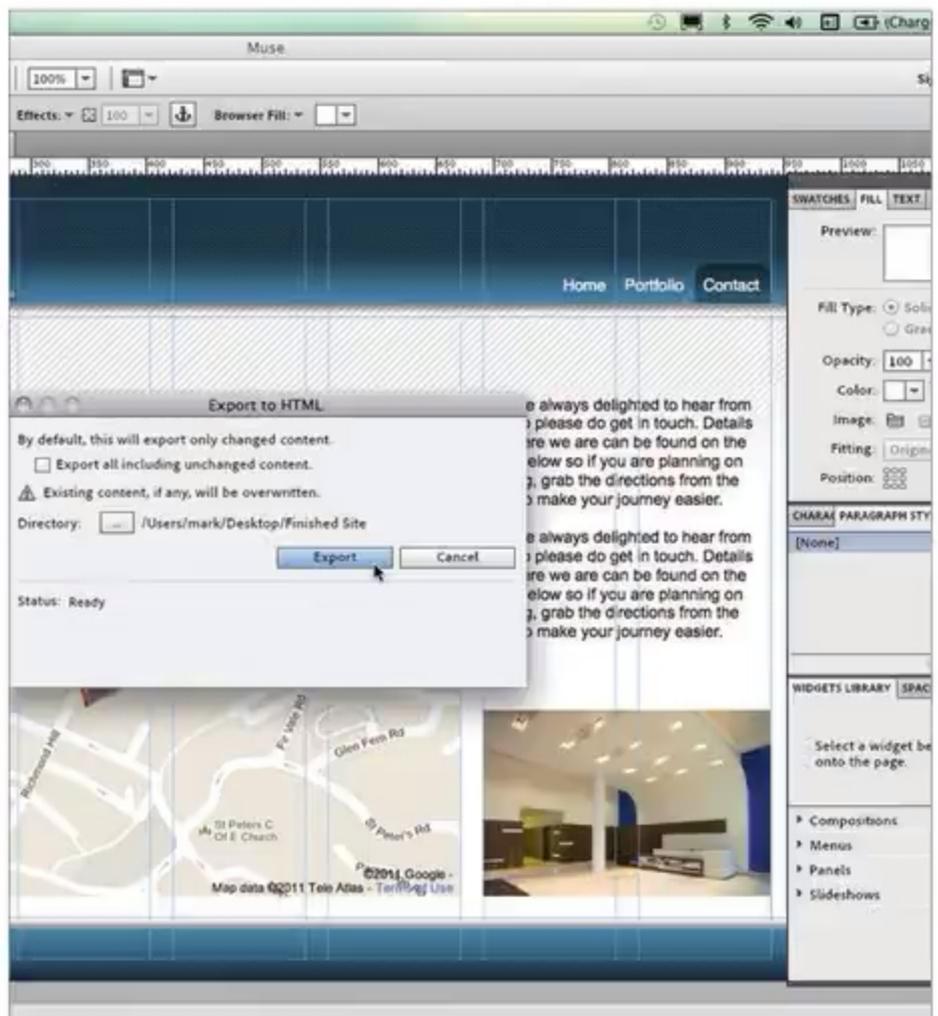
20 Créer une carte

Une fois que vous cliquez sur OK, la carte se charge dans la vignette et, lorsque vous cliquez sur la page, la carte pleine page s'affiche. Nous avons abouti à une paire de boîtes texte et une image du "bureau". C'est une bonne idée d'enregistrer votre travail via File> Save.



21 Publier le HTML

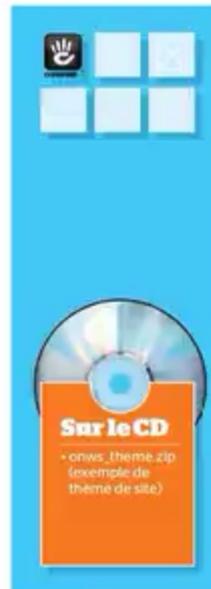
Allez dans File> Export as HTML. On vous demandera un emplacement pour l'exportation. Choisissez un répertoire dédié à ce projet. Exportez les fichiers et on vous invitera à voir le site : cliquez sur le bouton et votre site sera automatiquement chargé dans le navigateur par défaut de votre ordinateur.



Concevoir un site e-commerce avec concrete5

Vendre en ligne ne doit pas se résumer à privilégier la substance sur le style.

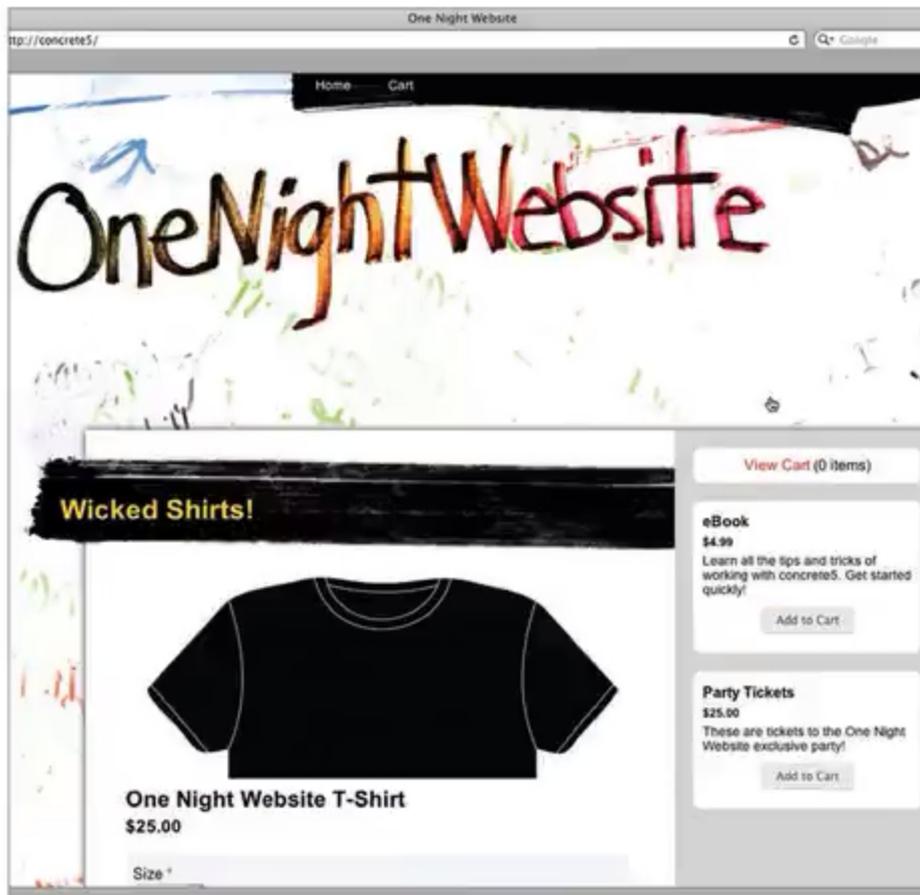
outils|tech|tendances concrete5 + extensions, TextWrangler ou un éditeur similaire, Transmit, PHP, MySQL **expert** Andrew Embler



ien qu'il n'y ait pas pénurie de solutions e-commerce open-source ou gratuites, celles qui se montrent flexibles et faciles à personnaliser sont en nombre limité. La plupart

des solutions vous contraignent à une stricte hiérarchie de listes de produits et à des pages de détails, en parallèle de nombreuses fonctionnalités additionnelles dont vous ne voudrez peut-être pas. Mais concrete5 a une approche différente.

Oui, c'est un CMS puissant et élégant, avec un mode d'édition contextuelle qui concurrence WordPress, Drupal, Joomla!, etc. De nombreuses personnes ne réalisent pas, cependant, que concrete5 peut adopter la même approche centrée sur le design pour l'adapter à une fonctionnalité interactive comme l'e-commerce, facilitant la création de sites attractifs destinés à vendre des produits ou des services, sans ressembler à des e-boutiques certifiées.



01 Installer concrete5

Créez un peu d'espace sur le Web avec une base de données MySQL, téléchargez concrete5 vers votre hébergeur et visitez le site. Suivez les instructions pour préparer concrete5. L'installation ne devrait pas requérir une seule ligne de code. Faites en sorte de créer un contenu de site sans remplissage : nous ajouterons le contenu plus tard.



02 Se connecter à concrete5

Il est recommandé de connecter votre site à concrete5.org pour faciliter le téléchargement et l'installation des extensions. Visitez simplement Dashboard > Add Functionality > Connect to Community, et entrez vos noms d'utilisateur et mot de passe pour concrete5.org.

03 Acheter les extensions

Sur concrete5.org, achetez les extensions eCommerce et eCommerce Digital Downloads. Sur le CD, nous avons inséré un lien pour acheter ces extensions avec une réduction de 50 pour cent sur le prix de base. Une fois que c'est fait, un menu de sélection apparaîtra, rempli des sites que vous avez connectés à la communauté. Sélectionnez ce site, et choisissez Assign License. Vous voilà maintenant capable de télécharger ces deux extensions directement sur votre site.

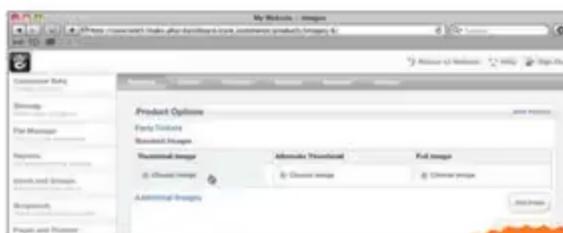


04 Installer les extensions

À présent que vous avez assigné vos licences, vous pouvez télécharger et installer les extensions directement à partir de la page Add Functionality du tableau de bord de votre site. Cliquez simplement sur Download pour transférer l'extension sur votre site, puis sur Install pour la monter sur votre site.

05 Ajouter des produits à votre site

Pour les besoins de ce tutorial, nous vendrons un billet pour une fête, un t-shirt et un fichier téléchargeable via un site d'une seule page afin de présenter une gamme de techniques pour les divers biens. Avant de pouvoir montrer ces produits aux consommateurs, nous devons les enregistrer dans la base de données eCommerce Products. Cette base stocke toutes les informations sur les produits, y compris le prix, les images, le titre, la description. En fait, tout ce qui est nécessaire à la vente de vos produits.



06 Vendre des billets

Les billets sont les produits les plus faciles à vendre dont nous disposons. Donnez-leur simplement un nom, une description sommaire et un prix, et les voilà prêts. Nous n'avons pas besoin de nous embrouiller avec d'autres extensions déroutantes ou un développement personnalisé : nous utiliserons simplement un reçu imprimé comme preuve d'achat.

07 Images produit

Tout produit présent dans l'extension eCommerce peut se voir associer des images. Trois images (vignette, vignette alternative et image pleine) sont disponibles par défaut, mais on peut aussi ajouter n'importe quelle quantité d'images complémentaires. Des vignettes attractives ont une grande incidence sur la vente d'un produit.

Cela semble familier...
Dans concrete5, les templates de page sont juste du code HTML et PHP. Transformer du HTML en template concrete5 est un processus très simple.

08 Vendre des fichiers à télécharger

L'extension Digital Downloads facilite l'ajout d'un fichier téléchargeable à un produit sous la forme d'un attribut personnalisé, qui sera alors disponible une fois le produit acheté. Nous utiliserons cette méthode pour vendre notre eBook. Les attributs personnalisés peuvent être conçus pour toutes sortes d'objectifs : l'extension eCommerce peut pister toutes sortes de données auxquelles vous l'attachez.



09 Exploiter les choix du consommateur

Comme nous vendons un t-shirt, nous devons être capables de proposer des tailles au consommateur. Heureusement, l'extension eCommerce facilite cette action. Ajoutez simplement un choix du consommateur à votre produit. Les choix du consommateur sont affichés lorsqu'un utilisateur ajoute un article à son panier, et peut prendre la forme de n'importe quelle combinaison de cases à cocher, de sélections dans des menus déroulants ou de champs texte.



Le bloc produit



01 Les bases

Le bloc produit est une manière de placer une information à propos d'un produit particulier sur la page. Vous choisissez quels champs afficher pour chaque instance du bloc.



02 Bouton Ajouter au panier

Le bloc produit peut aussi afficher un bouton Ajouter au panier, ainsi qu'un sélecteur de quantité et tout choix du consommateur requis pour rendre le produit accessible.



03 Templates personnalisés

Le bloc produit utilise généralement des tableaux HTML pour l'affichage. Utilisez le template personnalisé Plain, qui encadre les champs du produit entre des balises div, facilitant sa personnalisation.

10 Uploader votre thème

Notre site Web exploitera un thème personnalisé, qui est inclus sur le CD. Décompressez le fichier "onws_theme" et montez par FTP le dossier obtenu dans le répertoire des thèmes de votre site (qui devrait être vide). Tous les thèmes personnalisés spécifiques à un site concrete5 peuvent être déposés ici.



11 Installer le thème

Il est temps à présent d'activer le thème de votre site. Activer un thème fait appel à ses templates, images, JavaScript et CSS pour afficher chacune des pages sur votre site. Allez dans Dashboard > Pages and Themes pour consulter une liste des thèmes installés et disponibles. Installez le nouveau thème On Night, puis cliquez sur Activer.



12 Étudions la page d'accueil

Examinons le rendu de notre page d'accueil une fois le nouveau thème appliqué. Comme on peut le constater, nous disposons d'un site complètement différent d'il y a quelques instants. En activant le thème, on y insère un nouveau code HTML et CSS, et des images. Ils sont contrôlés par les templates de page présents dans le répertoire onws_theme.

L'approche eCommerce de concrete5

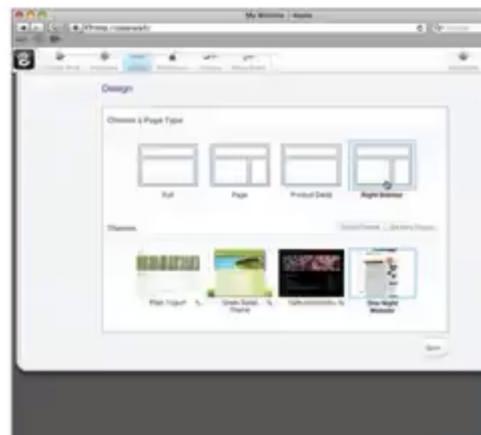
Avec concrete5, vous n'êtes pas restreint à l'affichage de tous vos produits dans un catalogue difficile à faire évoluer. Bien sûr, cette approche est toujours disponible, mais reste optionnelle. Vous voulez un catalogue ? Ajoutez une liste de produits à une page et paramétrez-la avec la source de données et les options de présentation souhaitées. Vous souhaitez n'afficher qu'un produit ? Ajoutez un bloc produit à une page. Vous avez besoin de montrer peu de produits ? Ajoutez plusieurs blocs produit à une page. Chaque bloc produit et liste de produits opère indépendamment des autres, avec des options de personnalisation, sources de données et structures différentes.

Dans la partie administrative, l'extension eCommerce est traditionnelle dans les types de données et les capacités qu'elle propose, mais les outils d'édition contextuelle vous offrent la liberté ultime de personnaliser l'expérience de votre boutique en ligne.

13 Explorer le thème

C'est le bon moment de vous familiariser avec le fonctionnement du thème. Ouvrez themes/onws_theme/right_sidebar.php et vous afficherez le code HTML et PHP de base, à l'origine de la barre latérale de droite de ce site. Créer une zone éditable dans concrete5 est aussi simple que d'écrire deux lignes de code.

```
001 <div class="sidebar-inner">
002 <?php
003 $as = new Area("Sidebar");
004 $as->display($c);
005 ?>
006 </div>
```



15 Assigner une page type

eCommerce installe deux types de blocs similaires : le bloc produit fonctionne pour un seul produit, alors que la liste de produits vous offre le même contrôle d'affichage sur une série de produits, qui peuvent provenir de sources variées. On peut utiliser toute combinaison de ces blocs sur une page.

14 Créer des pages types

Comme notre thème contient right_sidebar.php, nous avons besoin d'utiliser en page d'accueil une page type avec le handle right_sidebar. On peut créer la page type via la section Dashboard > Pages and Themes > Page Types. Vérifiez simplement que le handle est correctement paramétré une fois que vous avez terminé.

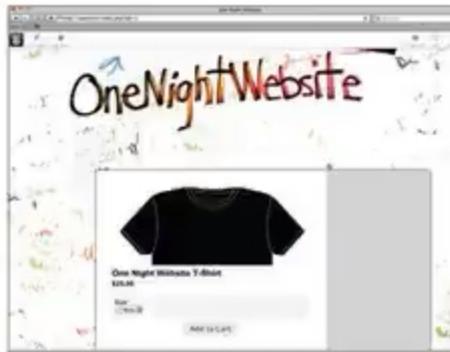


Simple contre liste

eCommerce installe deux types de blocs : le bloc produit pour un seul produit, et la liste de produits vous offre le même contrôle d'affichage sur une série de produits, qui peuvent provenir de sources variées.

16 Ajouter le t-shirt

Ajoutez un bloc produit pour le t-shirt dans la zone principale de la page d'accueil. Affichez le nom du produit, une image vignette et un bouton Ajouter au panier. Vous présentez aussitôt un produit attractif sur la page d'accueil de votre site, qui peut être ajouté au panier sans même quitter la page d'accueil.



19 Faisons du shopping !

En seulement quelques minutes, nous avons intégré trois produits hautement personnalisés dans un joli site. À présent que notre page d'accueil est montée, ajoutons deux blocs à notre panier. Par défaut, le panier eCommerce est disponible sur chaque page à partir d'une boîte de dialogue modale.



20 Règlement

L'extension eCommerce prend aussi en charge différentes solutions de livraison et moyens de paiement. Cela implique qu'il requiert toujours des informations de facturation, et parfois des informations de livraison. Ces données sont renseignées dans une série d'écrans au moment du règlement.



21 N'oubliez pas votre reçu !

Et voilà ! Une fois que c'est terminé, eCommerce génère un simple reçu. Les administrateurs sont également prévenus par mail et un enregistrement de la commande est stocké dans le tableau de bord de concrete5. Vous venez d'acheter un produit via une boutique en ligne confirmée, et ça aussi, c'est super !

17 Personnaliser le bloc produit

Remarquez que le bloc produit affiche ses nom, image, choix de consommateur et boutons d'une façon qui fonctionne très bien avec le thème que nous venons d'installer. Ce n'est pas un accident : notre thème a été taillé pour fonctionner avec l'extension eCommerce. Par exemple, examinez la feuille de styles de notre thème, en particulier le code du style appliqué au bouton d'achat eCommerce.

```
001 .cm-core-commerce-add-to-cart-submit input {
002   cursor: pointer;
003   background-color: #e6e6e6;
004   padding: 5px 14px 6px;
005   color: #333;
006   font-size: 20px;
007   line-height: normal;
008   border: 1px solid #ccc;
009   border-bottom-color: #bbb;
010   -webkit-border-radius: 4px;
011   -moz-border-radius: 4px;
012   border-radius: 4px;
013 }
014 .cm-core-commerce-add-to-cart-submit
015 input:hover {
016   background-color: #fff;
017   color: #000;
018 }
019 div#sidebar .cm-core-commerce-add-to-cart
020 -submit input {
021   font-size: 12px;
022 }
```

18 Ajoutez des produits

Dans la zone de la barre latérale, ajoutez deux autres blocs produit. Le premier est destiné à l'eBook et le second au ticket pour la fête ensuite. Dans concrete5, on peut ajouter plusieurs blocs à n'importe quelle zone. Nous avons inclus des styles dans notre thème pour nous assurer que les blocs produit sont plaisants à l'œil, même lorsqu'ils sont ajoutés l'un après l'autre.



Animations HTML5 faciles avec Adobe Edge Preview

Ouvrez-vous aux capacités interpériphériques et au montage intuitif grâce à cette nouvelle bêta.



'absence de contenu Flash sur les périphériques iOS a contraint Adobe à combler ce fossé : comment créer un contenu riche pour Internet sur des périphériques comme l'ipad et l'iPhone ? La réponse est Edge.

Il s'agit d'un tout nouvel outil toujours en développement, récoltant le feedback qui déterminera son avenir. Edge excelle à ouvrir une page HTML existante et ajouter de l'animation à des éléments du DOM. Ce sera la seconde partie de ce tutoriel, puisque nous ajouterons de l'animation à notre page existante.

La première partie de ce tutoriel se concentre cependant sur la création d'animation à partir de rien. Le programme le fait correctement, mais Edge se vend comme un outil d'animation HTML5 et, pour l'heure, il n'existe rien de véritablement HTML5 dans l'animation. Par exemple, il aurait été révolutionnaire de disposer d'un outil d'animation canvas ! L'application possède un avantage : sa facilité d'utilisation, qui se révèle bien plus intuitive que Flash ne l'a jamais été !

outils|tendances Adobe Edge Preview 1 **expert** Mark Shufflebottom



01 Récupérez Edge
Téléchargez Edge à partir de <http://labs.adobe.com/technologies/edge> et installez-le sur votre ordinateur. Une fois que le logiciel est installé, copiez les répertoires start 1 et start 2 sur votre bureau, depuis le CD. Ouvrez Adobe Edge et examinez l'interface pour vous familiariser avec. Créez un nouveau document pour commencer à concevoir une animation à partir de rien.



02 Redimensionner le document
Paramétrez la taille du document sur 960 px de large et 400 px de haut, avec un arrière-plan noir. Le trop-plein devrait être masqué de sorte qu'il cache tout ce qui se déplace en dehors de la zone. Enregistrez le fichier sous "index" dans le répertoire start 1. Faites ensuite File> Import et choisissez "bg.jpg" dans le dossier d'images.

03 Votre première animation

Glissez la "marque" (le petit repère sous la tête de lecture) à une seconde, avant de changer l'Opacité de l'image à 0%. La marque conserve l'Opacité à 100% à une seconde puisque vous avez créé un fade in : un système d'animation très simple. Importez maintenant l'image "logo.png" et désactivez l'option Auto keyframe (le chronomètre rouge de la timeline).



06 Appliquer le bon timing

Déplacez maintenant votre tête de lecture sur l'animation jusqu'à trouver le moment où le logo stoppe avant de revenir légèrement en place (juste avant une seconde). Repositionnez la marque au début de cette animation à 0,5 seconde, alors que la tête de lecture reste en place. Cliquez sur le logo et appliquez-lui une rotation de douze degrés.

08 Prévisualiser dans le navigateur

Enregistrez le fichier et choisissez File > Preview in Browser. Votre navigateur se lancera et l'animation jouera. Vous remarquerez qu'elle joue très doucement et, si vous la testez sur un périphérique mobile, elle fonctionne aussi très bien. Fermez le navigateur et retournez à Edge pour que nous puissions boucler cette animation.



04 Animer le logo

Positionnez le logo comme proposé. Placez ensuite la tête de lecture à 0,5 secondes et déplacez la marque à une seconde. Activez à nouveau Auto keyframe et déplacez le logo hors de l'écran sur la gauche : vous pouvez utiliser Maj et la flèche directionnelle gauche pour sauter 10 px à la fois. Vous pouvez à présent constater que l'animation est prête.



07 Coller l'animation inversée

Sélectionnez l'animation que vous venez de réaliser. Copiez celle-ci et placez votre tête de lecture à la dernière image de cette rotation. Allez ensuite dans Edit > Paste Inverted. L'animation est à présent inversée à la fin, mais elle est trop longue : cliquez sur la dernière image-clé et remettez-la en position.

09 Ajouter du texte

Désactivez l'outil Auto keyframe pour que nous puissions ajouter du texte et l'ajuster sans que les changements ne s'effectuent dans une image-clé. Sélectionnez l'outil Text et ajoutez quelques mots comme dans la capture : nous avons écrit en blanc pour le rendre plus facile à lire sur le fond. Placez la tête de lecture à une seconde, et déplacez la marque à 0,5 seconde.



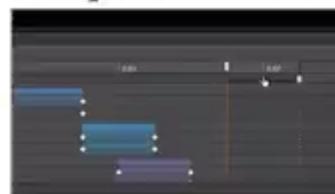
05 Copier et coller l'animation

Changez l'easeing pour easeOutBack et cliquez sur Play pour prévisualiser. Une fois la tête de lecture à la fin de l'animation, importez l'image "logo-reflect.png". Positionnez celle-ci sous le logo original puis sélectionnez la première image du logo. Copiez (Edit > Copy), puis sélectionnez la nouvelle image et placez la tête de lecture à 0,5 seconde. Ensuite, sélectionnez et collez l'animation (Edit > Paste).

Keyframing : auto ou manuel

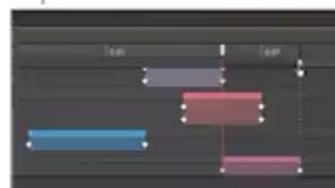
À l'étape 5, nous avons laissé l'outil Auto keyframe activé au moment de déplacer l'image. Notez que nous avons un keyframe supplémentaire sur l'axe Y qui n'est pas requis. Il n'affecte rien, mais il est bon de le remarquer.

Marquez ces mots...



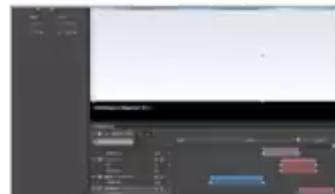
01 Définir une rangée

La "marque" peut se montrer un peu difficile à comprendre au départ. Pensez-y comme à une façon de définir une rangée à animer, dans laquelle on ajoute, pour résumer, deux keyframes en une fois.



02 Propriétés actuelles

Comme les changements interviennent au niveau de la tête de lecture, la marque est le point auquel vous souhaitez appliquer les propriétés actuelles, comme l'était l'objet avant que vous n'effectuiez des modifications.



03 Ajouter une keyframe

Ajouter des propriétés à la tête de lecture avec Auto keyframe activé crée un lien entre ces propriétés et les précédentes, au niveau de la marque dans la timeline.

10 Fondu et diapo

Activez la fonction Auto-keyframing puis réduisez l'Opacité à 0%. Cliquez sur le texte dans la zone et déplacez-le légèrement vers la droite : pour aller plus vite, appuyez sur Maj et la touche directionnelle droite pour sauter 10 px à la fois. Jouez l'animation et vous verrez le texte effectuer un "fade in" et se positionner de lui-même à côté du logo.



11 Un autre calque texte

Désactivez Auto keyframe et ajoutez un autre calque texte avec un sous-titre, comme dans la capture. Positionnez la tête de lecture à une seconde et déplacez la marque juste sous les deux secondes. À nouveau, activez Auto keyframe et réduisez l'Opacité à 0%. Déplacez le texte en bas de la zone pour qu'il effectue un "fade in" et "fade up".



12 Enregistrer et prévisualiser

Enregistrez à nouveau votre document et prévisualisez votre animation dans le navigateur. Vous devriez voir tous les éléments de votre bannière se rassembler pour créer un header intéressant. L'animation est jouée avec fluidité sur divers périphériques. Fermez ce document, nous en avons terminé avec cette partie.

13 Ouvrir une page existante

Ouvrez à présent la page "index.html" depuis le dossier start 2. Edge est vraiment bon pour animer des documents Web existants. Travaillons sans la marque et l'Auto keyframer pour voir comment les keyframes sont ajoutées manuellement. Cliquez sur le logo pour sélectionner l'élément header en entier.

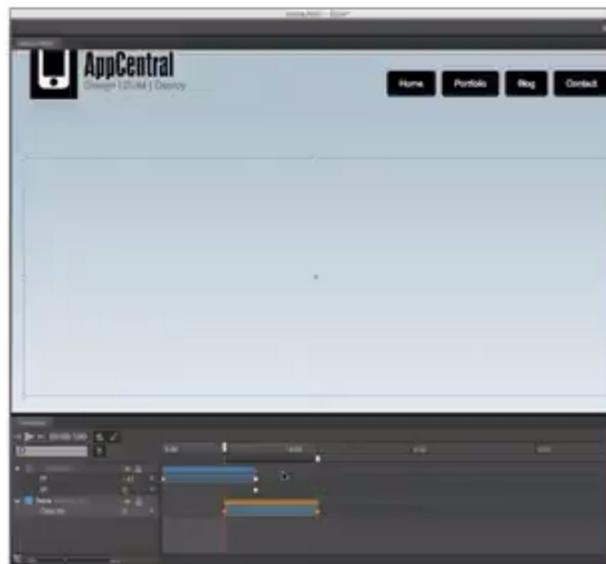


14 Animer le header

Positionnez votre tête de lecture à 0,75 seconde et cliquez sur le diamant à côté de Location : vous devriez maintenant avoir ajouté une keyframe. Ensuite, déplacez la tête de lecture au point de départ et cliquez sur le diamant de la keyframe pour le réglage tY sur la timeline. Paramétrez-le à -130 et appuyez sur Play pour voir le header bouger. Cette méthode demande un peu plus de temps, mais vous donne un contrôle total.

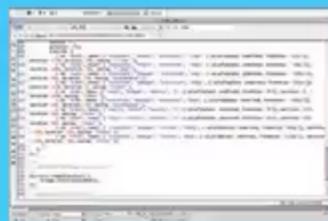
15 Animer l'image centrale

Sélectionnez l'image principale sur la page et placez la tête de lecture à 0,5 seconde, puis la marque à juste une seconde passée. Vérifiez que l'option Auto keyframe et baissez l'Opacité à 0% de sorte que l'image se voie appliquer un fade in. Cliquez sur le bouton Play pour voir l'animation en action à ce point.



Expérimentez l'animation

On peut créer une animation en insérant manuellement des keyframes, en les insérant automatiquement ou en utilisant la marque et en les ignorant totalement. Trouvez avec quelle méthode vous êtes le plus à l'aise.



Étrange code d'animation

Examiner le code qui est ajouté à votre projet Web montre les liens vers plusieurs fichiers JavaScript supplémentaires. La première paire est très classique : la bibliothèque jQuery et une bibliothèque easing superposée à jQuery, et fournissant tous ces jolis effets d'élasticité et d'ease-out. La prochaine paire de fichiers JavaScript sont de ceux qui permettent à Edge de contrôler l'animation et de "parler" aux éléments individuels sur la page Web. En dehors du dossier de cette bibliothèque, on trouve le fichier JavaScript final, qui a l'air plutôt bizarre à n'importe quel badaud du Web. "Index-edge.js" est un fichier des données JSON (JavaScript Object Notation), qu'on ajoute pour contrôler l'animation. La raison pour laquelle on l'utilise est qu'il crée en plus l'animation, plutôt que d'embrouiller votre HTML et CSS, et par conséquent laisse la page intacte pour que votre développeur/designer continue à la triturer.



16 Animer les boutons

Décalez la tête de lecture à la fin du déplacement vers le bas du header, et placez la marque juste après une seconde. Sélectionnez le premier bouton, réduisez l'Opacité à 0% et, pour le paramètre tX, entrez une valeur de 90 dans le but de créer un fade up et un déplacement à partir de la droite. Nous devons reproduire cette action pour tous les autres boutons mais il est possible de copier l'animation.



17 Dupliquer l'animation

Sélectionnez les barres tX et Opacité en appuyant sur Maj pour choisir la seconde. Copiez le tout (Ctrl/Cmd+C) et sélectionnez le bouton suivant. Déplacez la tête de lecture à une seconde et collez l'animation (Ctrl/Cmd+V). En déplaçant la tête de lecture à cette position, l'animation sera déclenchée à partir de ce point.

18 Animations de bouton restantes

Positionnez la tête de lecture juste après la première seconde et sélectionnez le bouton suivant dans le menu. Collez l'animation comme précédemment puis sélectionnez le bouton suivant dans le menu. Déplacez la tête de lecture à 15 seconde. Collez à nouveau l'animation : cela devrait conclure notre action sur les quatre boutons.



☞ Sélectionnez le premier bouton, réduisez l'Opacité à 0% et, pour le paramètre tX, entrez une valeur de 90. ☞



19 Prévisualiser l'animation

Enregistrez le document et prévisualisez-le dans le navigateur, soit via File > Preview in Browser, soit en tapant Ctrl/Cmd+Entrée sur votre clavier. Vous verrez votre page sous la forme d'une animation. Une partie, déjà visible dans le navigateur, affiche le texte du contenu principal sous l'image centrale : faisons aussi en sorte de l'intégrer.

20 Sélectionner le contenu

La prochaine zone est plutôt difficile à sélectionner dans l'espace de travail, vous devrez cliquer sur la section Content dans le panneau Elements. Placez la tête de lecture juste avant l'étape de deux secondes dans la timeline, puis déplacez la marque juste après ce point. Réduisez l'Opacité à 0% pour ajouter l'animation et appliquer un "fade in" à ce contenu.

21 Enregistrer et conclure

Enregistrez à présent le projet et prévisualisez-le dans le navigateur, pour voir tout le contenu apparaître sur la page et se développer à l'écran. Comme vous pouvez le constater, cela fonctionne extrêmement bien pour les pages qui ont déjà été insérées, et se montre extrêmement rapide à produire ce genre d'animations. Essayez d'expérimenter avec vos propres pages Web pour voir de quoi il est capable.



Débogage dans le navigateur avec Opera Dragonfly



Modifiez à la volée et piègez des erreurs inter périphériques avec une multitude d'outils.

outils|tech|tendances Opera 11.10 ou supérieur, HTML, CSS, JavaScript **expert** Chris Mills



<ci-dessus>

Opera Dragonfly est dans la lignée des outils intégrés aux navigateurs, comme Firebug pour Firefox, qui permettent aux développeurs d'effectuer des modifications rapides et simples ou de diagnostiquer des problèmes d'affichage sans avoir à quitter la page. Avec des bénéfices évidents pour tester le contenu, vous pourriez trouver vieillotte cette époque de sauvegarde et d'actualisation entre Dreamweaver et votre navigateur...



es dernières années ont vu de nouveaux outils de débogage pour sites proliférer.

Nous connaissons Firebug, bien sûr, l'outil qui a tout lancé, mettant en place le standard il y a des années de cela. Safari dispose aujourd'hui de son propre Web Inspector intégré au navigateur. Internet

Explorer possède aussi des outils intégrés, tout comme Chrome. Et nous avons un nouvel arrivant dans le domaine : Opera Dragonfly. Cet outil très complet était disponible en versions alpha et bêta depuis quelques années maintenant, mais sa sortie 1.0 tant attendue est intervenue en mai 2011.

Dans cet article, nous vous guiderons à travers quelques-unes des fonctions les plus utiles que Dragonfly a à offrir, et qui comprennent l'édition HTML et CSS, les points d'arrêt, la console JavaScript et le débogage à distance (comprendre : mobile). Il s'agit d'un tutoriel pas-à-pas, bien que nous l'ayons divisé en différentes sections pour vous permettre de passer certaines étapes avec une relative facilité en fonction de vos connaissances de base.

Il n'y a pas assez de place pour tout couvrir en détail, mais vous pouvez trouver une vue d'ensemble complète du produit et une documentation utile complémentaire dans le manuel Opera Dragonfly Field, disponible sur www.opera.com/dragonfly/documentation.

Opera Dragonfly était disponible en versions alpha et bêta depuis quelques années, mais sa sortie 1.0 tant attendue a eu lieu en mai 2011.

01 Première ouverture de Dragonfly

Opera Dragonfly est intégré au navigateur lui-même : vous n'avez pas besoin d'installer de plug-in. Il se lance via Outils> Avancé> Opera Dragonfly, ou en tapant Ctrl/Cmd+Alt/Opt+I sur le clavier.

02 Personnaliser un bouton de contrôle Dragonfly

Il nous est plus facile de créer notre propre bouton Dragonfly sur l'interface d'Opera pour l'activer et le désactiver.

Vous pouvez procéder comme suit :

1. Cliquez avec le bouton droit (Ctrl+clic) sur une zone vide de l'interface.
2. Sélectionnez Personnaliser> Apparence.
3. Sélectionnez l'onglet Bouton.
4. Sélectionnez l'option Affichage.
5. Glissez le bouton Opera Dragonfly à l'emplacement que vous souhaitez dans le navigateur.

Cliquez sur OK pour finaliser ou Annuler pour revenir en arrière. Vous pourrez vous débarrasser plus tard du bouton en cliquant dessus avec le bouton droit de la souris (Ctrl+clic) et en sélectionnant Personnaliser> Enlever de la barre d'outils.

03 Inspecter HTML et CSS

Opera Dragonfly étant ouvert, cliquez sur n'importe quel élément dans la page actuelle pour montrer sa position dans le DOM sur la partie gauche. Sinon, s'il est fermé, cliquez avec le bouton droit (Ctrl+clic) sur un élément et sélectionnez Inspecter l'élément. Le panneau Styles vous montre quelles propriétés CSS sont appliquées à cet élément, alors que le panneau Propriétés montre celles du DOM et les méthodes définies sur l'élément sélectionné ainsi que celles héritées de sa chaîne prototype.

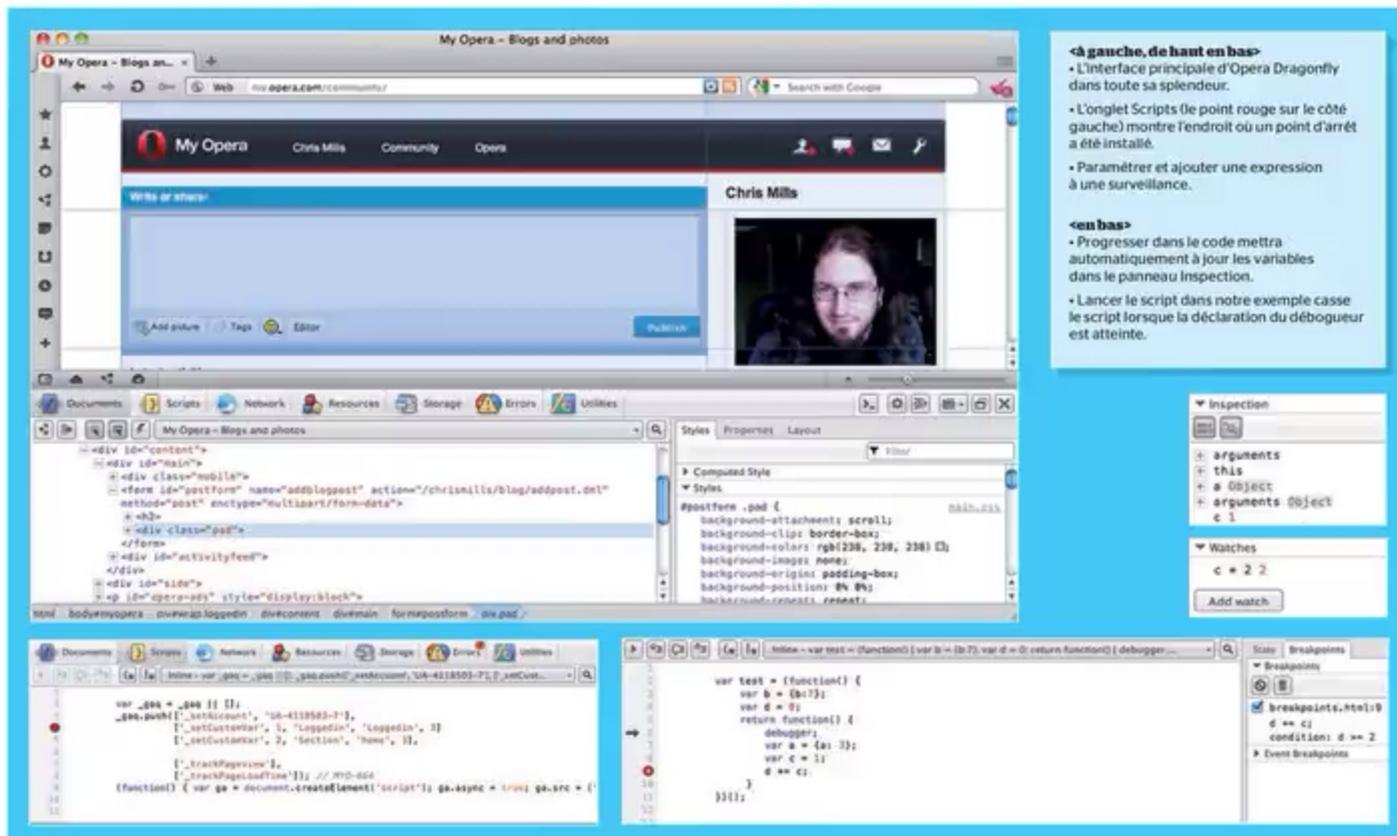
04 Inspection CSS avancée

Essayez ces fonctions avancées CSS :

1. Cliquez sur le titre Style calculé pour montrer la constitution exacte des styles calculés sur cet élément.
2. Vous pouvez ajouter, modifier et supprimer des propriétés CSS : nous entrerons plus tard dans les détails.
3. Désactivez les propriétés CSS via les encoches proposées à côté pour vérifier rapidement l'effet que chacune a sur l'habillage de la page.
4. Cliquez sur l'onglet Disposition pour un joli schéma visuel du modèle de boîte de cet élément, qui détaille les valeurs de padding, margin, etc. Survoler n'importe laquelle de ces zones met en surbrillance la page elle-même.
5. Vous pouvez examiner la spécification de n'importe quelle propriété ou méthode CSS ou DOM en cliquant avec le bouton droit de la souris (Ctrl+clic) et en sélectionnant l'option Spécification.

05 Édition CSS et HTML à la volée

Pour déboguer un problème HTML ou CSS, cliquez sur l'élément qui ne ressemble pas vraiment à ce qu'il devrait (clic droit ou Ctrl+clic si l'environnement de débogage n'est pas déjà ouvert). Vous pouvez maintenant voir exactement à quoi ressemble l'élément dans l'arbre DOM et comment il est positionné. En outre, il est aussi possible de voir quel CSS lui est appliqué. Pour éditer le code à la volée, double-cliquez.



<à gauche, de haut en bas>

- L'interface principale d'Opera Dragonfly dans toute sa splendeur.
- L'onglet Scripts (le point rouge sur le côté gauche) montre l'endroit où un point d'arrêt a été installé.
- Paramétrer et ajouter une expression à une surveillance.

<en bas>

- Progresser dans le code mettra automatiquement à jour les variables dans le panneau Inspection.
- Lancer le script dans notre exemple casse le script lorsque la déclaration du débogueur est atteinte.

simplement sur l'élément ou la déclaration CSS que vous souhaitez affiner, entrez les nouvelles données et appuyez sur Entrée. Vous devriez voir cette action se traduire instantanément dans la page en cours. Lorsque vous êtes satisfait du résultat, vous pouvez simplement sélectionner le texte et le copier/coller dans votre fichier de code.

06 Scripts d'inspection

Essayez maintenant de cliquer sur l'onglet Scripts pour afficher les scripts appliqués à la page en cours, des informations sur le call stack de la page, toutes les surveillances en cours et les points d'arrêt appliqués, et même plus. Les points d'arrêt peuvent être créés en cliquant sur le numéro de la ligne dans laquelle vous souhaitez en insérer un ; nous examinerons plus en profondeur ce genre de fonctions dans la section suivante.

07 Un exemple de point d'arrêt plus impliqué

Nous avons créé une page test à http://people.opera.com/dstorey/dfw/points_darrêt.html que vous devriez ouvrir et examiner avec Dragonfly (basculez sur l'onglet Scripts et cliquez sur le bouton Recharger). Le panneau Scripts montre le code source du script dans le

panneau principal ainsi que l'état et la liste des points d'arrêt dans le panneau de droite.

08 Lancer le script

Vous remarquerez une déclaration de débogueur à la ligne 6 qui peut être utilisée pour mettre en pause l'exécution lorsqu'elle est atteinte. Dans cet exemple, le contact se produit lorsque l'événement de clic est lancé après avoir cliqué sur le bouton. Faites-le maintenant et vous remarquerez qu'une icône de pause s'affiche dans l'onglet Scripts avec une icône de flèche à la ligne 6 pour indiquer l'emplacement actuel de l'exécution.

09 Progresser jusqu'à la fin

Dans la section Inspection du panneau État, vous constaterez que les variables a, c et d ne sont pas actuellement définies, parce que nous n'avons pas encore atteint les états qui assignent leurs valeurs. Cliquez sur le bouton Rentrer dans à gauche de la barre d'outils pour progresser dans l'exécution déclaration par déclaration. Les variables dans le panneau Inspection se mettront à jour pour refléter les valeurs lorsqu'elles seront assignées. Vous pouvez aussi cliquer sur le bouton Continuer pour avancer jusqu'au prochain point d'arrêt, ce qui dans ce cas terminera le programme.

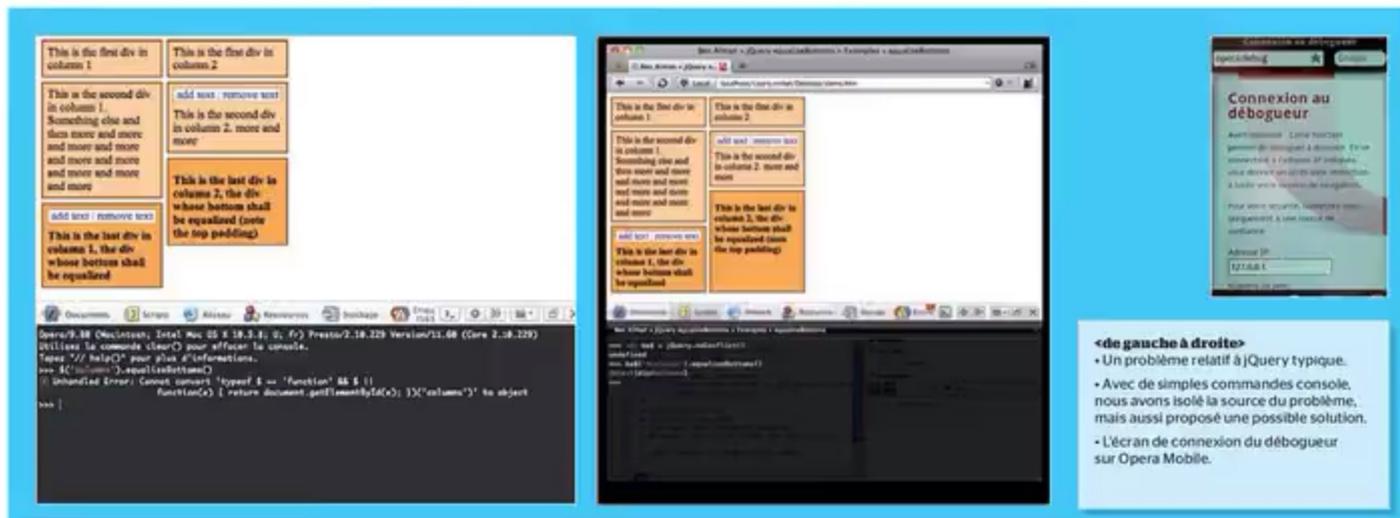
10 Utiliser les surveillances

Il est possible de contrôler toute variable ou expression JavaScript en utilisant les surveillances. Pour en voir une en action, rechargez la page, cliquez de nouveau sur le bouton de test, mettez en surbrillance la variable c dans le listing du code et sélectionnez Surveiller c dans le menu contextuel. La nouvelle surveillance sera ajoutée à la section Surveillances. Elle sera évaluée et affichera le résultat au fur et à mesure de votre progression dans le code. Vous pouvez ajouter toute expression valide à la surveillance : double-cliquez sur la surveillance et changez la valeur pour lire "c * 2". Lorsque c n'est pas défini ou hors de portée, la valeur est affichée comme NaN, mais quand c se voit assigner la valeur 1, la surveillance est évaluée et se voit assigner la valeur 2.

11 Conditions de point d'arrêt

Essayez de recharger le code, cliquez sur le bouton de test puis ajoutez un point d'arrêt à la ligne 9. Allez dans le panneau Points d'arrêt et vous constaterez que votre nouveau point d'arrêt y est enregistré. Vous pouvez ajouter une condition à un point d'arrêt : il ne s'arrêtera que si cette condition est évaluée à true. Pour ajouter une condition à votre point d'arrêt, cliquez dessus avec le bouton droit (Ctrl+clique) et sélectionnez Ajouter

Débugage dans le navigateur avec Opera Dragonfly



«de gauche à droite»

- Un problème relatif à jQuery typique.
- Avec de simples commandes console, nous avons isolé la source du problème, mais aussi proposé une possible solution.
- L'écran de connexion du débogueur sur Opera Mobile.

une condition. Vous pouvez appliquer toute expression JavaScript valide qui évalue à true ou false : essayez donc d'ajouter la condition "d >= 2". Le symbole de point d'arrêt indiquera la condition avec un signe plus.

12 Tester la condition

Essayons à présent de tester notre point d'arrêt conditionnel, avec le bouton Rentrer dans. Les deux premières fois, l'exécution ne s'arrêtera pas à la ligne 9 à cause de la condition. Mais à la troisième répétition, il se cassera, puisque d se voit assigner la valeur 2. Essayez de combiner avec des surveillances pour contrôler la progression de la valeur de la variable. C'est utile lorsqu'on sait que le code ne se comporte pas correctement uniquement dans certaines circonstances, comme une variable qui se voit assigner une valeur particulière.

13 Faire prendre tournure à la console JavaScript

Opera Dragonfly intègre une console puissante qui agit comme une ligne de commande pour votre JavaScript, vous permettant d'injecter du JavaScript dans votre page actuelle pour comprendre pourquoi les choses fonctionnent mal. Vous pouvez l'ouvrir en appuyant sur la touche Espace. Nous examinerons une page d'exemple qui utilise le plug-in jQuery `equalizeBottoms` de Ben Alman, disponible à <http://benalman.com/projects/jquery-equalizebottoms-plugin>, et qui applique la même hauteur à plusieurs colonnes. Cependant, comme vous pouvez le voir dans la capture ci-dessus, ce n'est pas le cas : quelque chose ne va pas, car les deux colonnes orange n'ont pas la même hauteur !

14 Essayer quelques commandes console

Tout d'abord, entrez "line" dans une console pour appeler la méthode du plug-in sur le sélecteur jQuery, juste pour voir ce qu'il va se passer : cela devrait vous donner une exception. Ce n'est absolument pas ce que

nous devrions obtenir : vérifiez encore que jQuery se charge effectivement dans la page. Pour cela, entrez simplement jQuery dans le prompt. Vous pourriez aussi vérifier le numéro de version de jQuery, justé au cas où nous utiliserions par erreur une super-vieille version. Pour cela, entrez "line c" dans la console. Les deux semblent produire les résultats escomptés.

```
001 a. >>> $('#columns').equalizeBottoms()
002 b. >>> jQuery
003 c. >>> jQuery.fn.jquery
```

15 Localiser le problème

Il est possible que quelque chose écrase la valeur de la variable \$. Entrer \$ dans la console vous permettra de vérifier cette théorie. Il en résulte un code dump à partir de la fonction \$. qui ne correspond pas à la sortie jQuery. Par conséquent, un autre script a écrasé `window.$`, faisant échouer le plug-in.

```
001 $
```

16 Une solution possible

Vous pouvez contourner cela en utilisant la méthode `.noConflict()` de jQuery et en réassignant \$ à tout ce que vous voulez (voir l'extrait de code). Excellent : vous devriez à présent voir que l'objet jQuery a été retourné en tant que résultat et constater que les colonnes sont d'égale hauteur, comme elles sont supposées l'être (voir le code ci-dessous). Pour résoudre cela, vous avez deux options :

1. Revenir et utiliser `ba$` à la place de \$ pour éviter le conflit.
2. Traquer ce qui écrasait \$ au départ.

```
001 d. >>> var ba$ = jQuery.noConflict()
002 undefined
003 >>> ba$('#columns').equalizeBottoms()
004 Object[div#columns]
```

17 Débogage mobile

Le débogage à distance est une fonction qui permet de lier une instance d'Opera Dragonfly sur votre bureau vers un périphérique muni d'Opera Mobile, puis de déboguer les pages d'Opera Mobile directement à partir de l'instance Opera Dragonfly. Pour paramétrer votre matériel en conséquence vérifiez que l'ordinateur avec Opera Dragonfly et le périphérique mobile avec Opera Mobile sont tous deux connectés au même réseau. Notez également votre adresse IP, vous en aurez besoin plus tard. Une méthode facile pour cela consiste à ouvrir une ligne de commande et à saisir la commande `ifconfig`. Un certain nombre d'IP différentes s'afficheront : cherchez la valeur inet de l'entrée qui indique "status: active".

18 Créer la connexion à distance

Pour que vos périphériques communiquent entre eux, ouvrez Opera Dragonfly, cliquez sur le bouton Configuration du débogage à distance dans la partie supérieure droite de l'interface d'Opera Dragonfly, puis sur le bouton Appliquer dans la boîte de dialogue qui s'ouvre. Suivez ensuite les instructions qui apparaissent dans la boîte de dialogue (l'écran `opera-debug` sur votre mobile devrait ressembler à l'image en haut à droite). Opera Mobile devrait à présent vous proposer un message de connexion.

19 Tester le débogage à distance

Chargez le site que vous souhaitez déboguer dans Opera Mobile : vous devriez maintenant voir apparaître les informations de débogage dans Opera Dragonfly sur votre ordinateur. En cliquant sur différents éléments, effectuez des modifications dans le CSS, etc., et vous les verrez se produire sur votre mobile, ce qui signifie que vous êtes opérationnel.

100% PRATIQUE · NUMÉRO SPÉCIAL CRÉATION DE BLOGS

VOLUME II

Hors-série 18
Micro portable

Création de BLOGS

CD OFFERT ▶▶▶

- 20 photos Fotolia
- Le code et les fichiers des tutoriels

+ un **CAHIER DÉBUTANTS**
pour créer un blog en
quelques minutes !

RÉUSSISSEZ VOS BLOGS !

WordPress
Tumblr
Blogger
Skyblog
OverBlog

INÉDIT
150
PAGES DE
PRATIQUE

20 TUTORIELS

- Créez des templates avec Photoshop
- Intégrez des thèmes WordPress
- Jouez avec les réseaux sociaux
- Ajoutez un paiement PayPal
- Apprenez à écrire pour un blog
- La SEO pour les blogs...

Des pages d'inspiration



Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Vente au numéro sur www.shop.oracom.fr

web workshop

Revenir au style des années 50

inspiration www.prahba.com

Ce qu'on considère souvent comme une niche en Webdesign consiste à préserver un degré d'ambiguïté dans votre style. Cependant, certaines tendances qui piquent à la fois l'intérêt des designers et navigateurs contemporains peuvent se montrer difficiles à ignorer. Les styles rétro font partie de ces modes qui se placent au premier plan : loin d'être une niche, pratiquement tous les formats créatifs ont embrassé cette sensibilité à un moment ou un autre. Les webdesigners en particulier prennent aujourd'hui le pli et mènent ce thème esthétique et reconnaissable vers un succès aussi grand que celui de ses prédécesseurs.

Une forte prolifération de polices, palettes de couleurs, finitions glossy et mode Americana de style rétro s'est révélée totalement inspirante, à voir

la façon dont le design de site rétro est devenu sérieusement branché - presque au point de "rétrophilie". Bien sûr, le World Wide Web est un nouveau support, mais cela n'a pas arrêté les illustrations de pin-ups inspirées des années 50 et les logotypes pop art et tape-à-l'œil de faire ressentir leur présence.

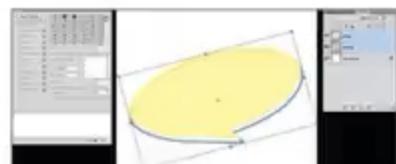
On prétend que la majeure partie de cette résurgence est due au désir de faire revivre quelque chose qui a été cool pour une génération d'utilisateurs plus vieux, qui représentent toujours une partie du public cible sur ce marché. D'autres pensent que son attrait repose davantage sur l'inspiration, et vise à revigorer les sens d'une nouvelle génération de designers et consommateurs. Quelle que soit la raison de ce retour, il est irréfutable que les styles rétro sont fermement dans le "ici et maintenant" et auront aussi un rôle important à jouer dans le futur.

1 Technique Phylactères rétro



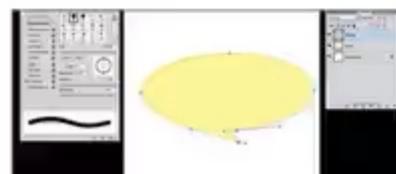
01 Formes de tracé

Commencez par ouvrir un nouveau fichier et créez deux calques intitulés "Forme" et "Contour". Utilisez l'outil Ellipse avec l'option Tracés pour créer un ovale dans le calque Forme, et l'outil Ajout de point d'ancrage pour créer un phylactère. Ensuite, sélectionnez le panneau Tracés.



03 Contour

Revenez à votre tracé de travail et effectuez un nouveau clic droit (Ctrl+clic), cette fois pour sélectionner Contour du tracé. Revenez à votre panneau Calques, glissez le calque Contour sous le calque Forme, en le descendant aussi légèrement, comme une ombre. Relevez l'Opacité du calque Forme à 90% puis, avec un Ctrl/Cmd+clic sur les deux calques, faites-les pivoter de -15°.



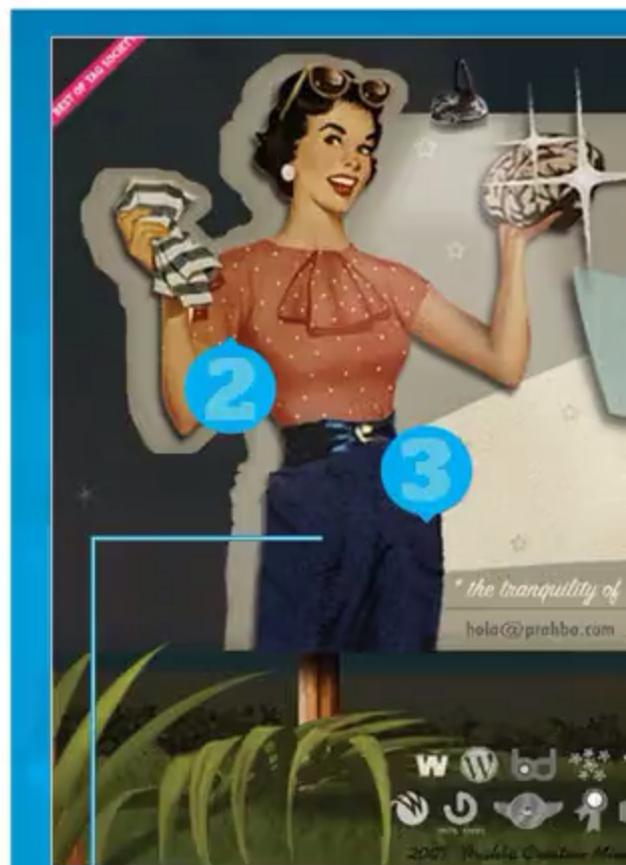
02 Remplissage

Avec un jaune léger en couleur de premier plan, cliquez avec le bouton droit de la souris (Ctrl+clic) sur votre tracé de travail pour sélectionner Fond du tracé. Vérifiez que vous avez agi sur le calque Forme, puis activez le calque Contour et appliquez un bleu foncé à la couleur. Utilisez un pinceau dur (12).



04 Effets typos

Ensuite, sélectionnez une police qui s'inspire des années 50, entrez votre phrase, et faites-la pivoter du même nombre de degrés. Effectuez un Ctrl/Cmd+clic sur le calque texte et appliquez un masque au calque Forme. Inversez-le et déplacez le texte pour révéler le détournage. À ce stade, vous pouvez ajouter un Biseautage et Estampage, une texture et d'autres éléments illustratifs.



Femme cérébrale

Ce personnage rétro tient un cerveau brillant. Ce n'est pas un produit quotidien, mais il représente le soin que porte Prahba au détail, au travail difficile et à l'ouverture d'esprit, qui mènent collectivement à de brillantes idées.

Qu'est-ce qui rend les années 50 si cool ?

Noël Mascias, qui a fondé Prahba Creative Minds, donne son explication sur la raison pour laquelle le style rétro est si répandu en ce moment. Elle pense que les années 50 ont été une décennie prolifique en termes d'innovation et de croissance, et le besoin d'un plus grand impact visuel a crû en même temps que la compétition. « Cela se reflétait clairement dans [la publicité], en particulier dans les symboles et affiches, en créant un style américain unique qui reste extrêmement attractif de nos jours », explique-t-elle.

Noël Mascias, www.prahba.com



<comment>
Qu'est-ce qui rend les années 50 si cool ?



Métaphores dans le style des années 50

Ici Noël Mascias, fondatrice de Prahba, dissèque son site rétro et nous raconte comment les éléments thématiques sont en réalité des métaphores visuellement inspirées, créées sur mesure pour l'activité créative de son studio.

Villa de séjour

Une réminiscence de l'atmosphère d'escapades exclusives vintage, dans lesquelles on se détend et on se laisse choyer, comme c'est le cas avec les prestations de Prahba.

Bonnes vacances

Prahba a appliqué l'un des principes-clés de l'identité corporate à son propre site : donner une impression positive. Alors que les vacances sous les tropiques n'ont pas grand-chose à voir avec les prestations proposées par l'entreprise, cela vous place dans d'agréables dispositions !

Asseyez-vous et détendez-vous

Le transat, qui apparaît une fois la langue de votre choix sélectionnée, représente le service personnalisé proposé par le studio et aide les clients à se sentir en confiance : leur image professionnelle sera elle aussi soignée.



3 Inspiration

Qu'est-ce qui a inspiré Prahba ?

L'identité de Prahba tourne autour des jeunes femmes modernes des années 50, car cette époque a brisé les codes en termes de mode et de situations professionnelles. Mascias est convaincue que cette image représente le travail ardu, l'attention au détail et l'innovation. « Dans cette décennie également est né ce besoin spécial d'être différent, exclusif et original, explique-t-elle. C'est personifié dans notre propre thème de site par l'allure exclusive de la page d'accueil, dans laquelle nous pouvons oublier notre identité professionnelle, nous détendre et faire confiance à nos critères esthétiques. »

Pour réussir cette esthétique rétro authentique, l'équipe avait d'abord besoin de conduire une profonde analyse du mode de vie de la décennie, les tendances de la mode, son architecture, ses lieux particuliers et ses escapades. « J'ai aussi puisé mon inspiration dans différents types de magazines, les objets souvenirs, la publicité et, entre tous, dans les affiches et brochures de vacances », conclut Mascias.

2 Technique
Effet pop art

L'effet pop art est amusant et facile à réaliser avec Photoshop : le niveau de détail que vous appliquerez dépendra cependant de votre propre endurance. Nous vous proposons ici les outils nécessaires pour prendre un bon départ. L'effet demande un peu de réglages tonals, commencez donc par choisir un modèle vintage qui convient, détourez en utilisant l'outil avec lequel vous êtes le plus à l'aise et appuyez sur Ctrl/Cmd+J. Collez dans un nouveau calque et changez le mode pour Niveau de gris. Suivez les trois étapes pour faire vraiment ressortir l'image !



01 Effet bitmap

Commencez par copier/coller votre image dans une nouvelle fenêtre puis sélectionnez Image > Mode > Bitmap. Laissez la Résolution par défaut avant de régler la Linéature à 50 et l'Angle à 45°. Enfin, utilisez une Forme de Cercle dans les réglages de Trame de demi-teintes.



02 Seuil

Copiez/collez votre modèle tramé dans votre image originale, renommez convenablement le calque. Dupliquez votre calque original et placez le nouveau en haut de la pile. Sélectionnez Image > Réglages > Seuil, paramétrez le niveau à votre convenance : nous avons choisi 125.



03 Réappliquer la couleur

Tout ce qu'il nous reste à faire à ce stade, c'est coloriser l'image une fois de plus. Pour cela, créez des calques individuels pour chaque section du modèle, comme les cheveux, la peau, les yeux, les lèvres et les vêtements. Privilégiez les modes de fusion Couleur et Densité linéaire +, selon l'effet auquel vous souhaitez parvenir au final.

web workshop

Proposer des vidéos HTML5 pleine largeur inspiration www.thebullittagency.com

Il n'y a rien de neuf dans le fait d'intégrer de la vidéo pleine largeur dans les sites, mais on peut remarquer que de nombreux sites qui en diffusent proposent des vidéos HTML5, puisant leur inspiration d'exemples Flash immersifs mais offrant une visibilité sur n'importe quelle tablette. C'est évidemment très attractif pour de nombreux sites promotionnels : les personnes qui disposent des fonds suffisants pour s'acheter une tablette sont

généralement la cible que les services marketing essayent d'atteindre ! Le site de Bullitt Agency est en ligne depuis quelque temps maintenant, mais il semble être celui qui a lancé la tendance : peut-être pourrions-nous même revenir sur ce fait pour dire qu'il a été le premier site à réaliser des séquences d'intro qui soient, osons le dire, "acceptables". Un projet audacieux à mettre au crédit de l'équipe qui a assemblé tout cela.

1 INSPIRATION

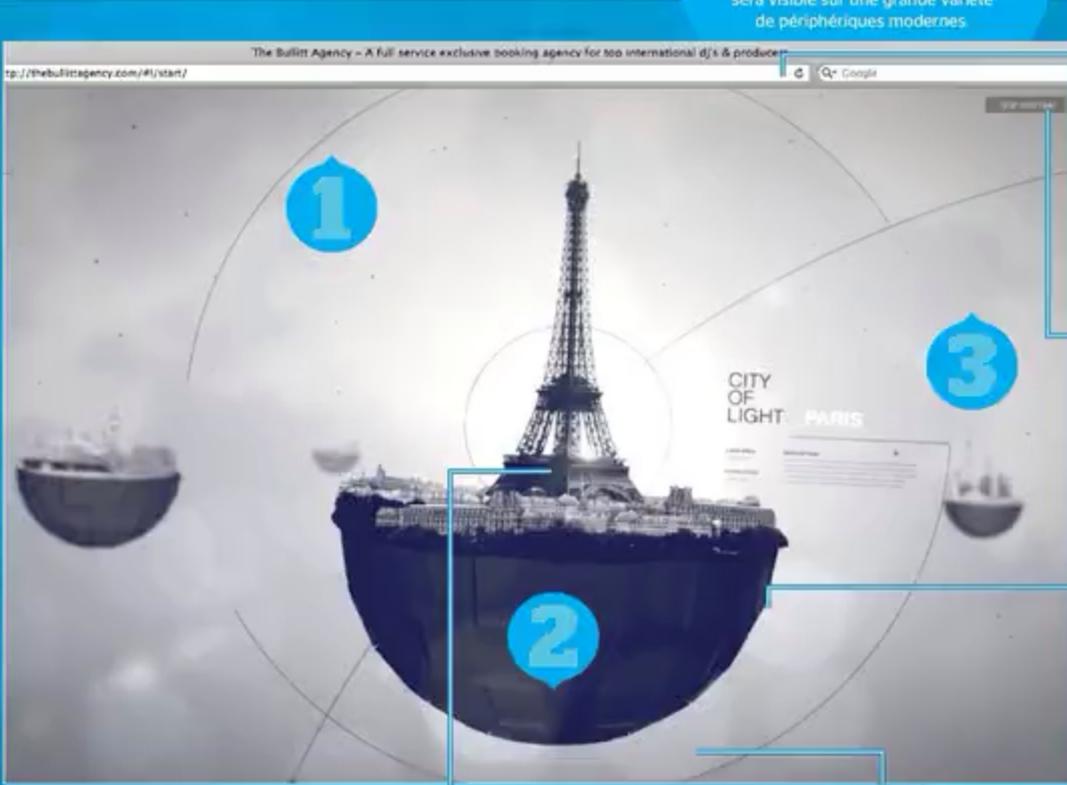
Motion graphics

En regardant la vidéo d'intro de Bullitt Agency, on peut en apprendre beaucoup. Remarquez d'abord l'absence de couleurs, importante du point de vue de la compression. Moins les couleurs sont présentes, plus la vidéo peut être compressée, et à l'évidence il est de la première importance de ne pas faire attendre les visiteurs, voire de les empêcher de partir.

Le second point est la nature inspirante de la vidéo elle-même. Ce n'est pas simplement une séquence filmée et projetée sur un mobile, mais un certain nombre d'éléments graphiques assemblés dans une animation et intégrant de la typographie. On appelle cela motion graphics, exploitant le design traditionnel mais dans une composition graphique qui joue avec le temps.

Vidéo HTML5 Pour et contre

L'inconvénient principal à l'utilisation de la vidéo HTML5 est que vous devez l'encoder trois fois, contrairement au travail avec un plug-in qui ne demande qu'un encodage. Cependant, la plupart des clients sont prêts à payer le travail supplémentaire, sachant que leur vidéo sera visible sur une grande variété de périphériques modernes.



The screenshot shows a browser window displaying the Bullitt Agency website. The main content is a video player showing a Paris-themed motion graphic. The video features the Eiffel Tower and a cityscape, with the text 'CITY OF LIGHT PARIS' visible. Three blue circular callouts with numbers 1, 2, and 3 are overlaid on the video. Callout 1 points to the top left, callout 2 to the bottom center, and callout 3 to the right side. The browser's address bar shows 'http://thebullittagency.com/#/start/'.

Preloader
Un preloader permet au site et à la vidéo d'être chargés avant de jouer la vidéo. Le preloader contient une image animée laissant la liberté au visiteur de suivre la progression pendant l'attente.

Passer à chaque fois
Passer une intro aurait pu être relégué à l'histoire, mais malgré ce jugement, le principe est de retour, et on dispose même de la possibilité de passer à chaque fois, de sorte que les visiteurs réguliers n'ont pas à attendre le contenu.

Mettre à l'échelle du navigateur
La vidéo s'adapte pour remplir le navigateur, de sorte que le visiteur est immergé dans l'expérience vidéo sans la nécessité d'un plug-in, cette vidéo est visible sur les tablettes et navigateurs modernes.

Créer de l'impact
La vidéo en motion graphics, inspirante, renforce l'expérience. Si vous devez utiliser une intro, faites en sorte qu'elle délivre une bonne impression au public.

Pas d'espace inutile
Non seulement la vidéo apparaît en plein écran, mais le contenu a aussi été conçu en gardant les dimensions du navigateur à l'esprit, et les panneaux latéraux vides n'apparaissent pas dans cette composition.



Relecture interpériphériques

« L'utilisation par le site de vidéos plein écran est importante pour l'expérience utilisateur et, en tant que tels, les designers (Dilshan Arukatti et Sylvain Tran) ne souhaitent pas exclure des visiteurs en utilisant une marque déterminée de tablettes. C'est pourquoi le site a choisi d'utiliser de la vidéo HTML5 pour que vivent tous ses utilisateurs une expérience indépendante du matériel. »

Mark Shufflebottom, www.webspaceinvader.com

comment
Ce que nos experts pensent du site

2

TECHNIQUE Vidéos HTML5 pleine largeur

01 Utiliser jQuery pour redimensionner

Nous allons utiliser un plug-in de jQuery pour prendre en charge notre vidéo et le redimensionnement. Téléchargez le plug-in depuis <http://sydddev.com/jquery.videoBG>.

Ouvrez Dreamweaver et créez une nouvelle page HTML5. Ajoutez la balise div suivante à la partie body du site. Elle supportera notre vidéo HTML pleine largeur : nous utiliserons CSS pour lui faire remplir le browser.

```
001 <div id="fullBrowser"></div>
```

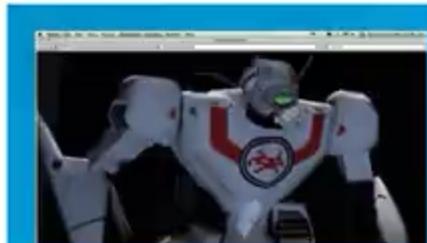
02 Paramétrer la page

Ajoutez à présent le CSS suivant à la section head de la page. Ce CSS ordonne au HTML et à la balise body de remplir 100 % de la hauteur du navigateur. C'est une étape vraiment importante dans le remplissage du navigateur par la balise. Body se voit ensuite appliquer un margin de 0 pixel et une couleur de fond noire.

```
001 <style type="text/css">
002 html, body {
003     height: 100%;
004 }
005 body {
006     margin: 0px;
007     background-color: #000;
008 }
```

03 Étirer la div

A présent, notre CSS communique spécifiquement avec la balise div créée à l'étape 1. Nous lui ordonnons ici d'avoir une hauteur minimale identique



Technique

La vidéo se lit en pleine largeur dans le navigateur et se positionne en tant qu'élément d'arrière-plan sur la div. Ainsi, le contenu peut être affiché très facilement au premier plan.

à celle du navigateur, et une largeur qui remplit le navigateur. La partie suivante fait en sorte que tous les débordements soient masqués en empêchant l'apparition d'une barre de défilement dans certains navigateurs et donc la perte de l'expérience immersive.

```
001 #fullBrowser {
002     min-height: 100%;
003     width: 100%;
004     overflow: hidden;
005 }
006 </style>
```

04 Lier au JavaScript

Directement sous le CSS dans la section head, créez un lien vers la dernière version de jQuery et le plug-in vidéo jQuery. Cela fournira la puissance nécessaire au fonctionnement du plug-in et, ensuite, au chargement de la vidéo. Les balises script vides offrent la place d'insérer notre propre code dans l'étape finale ci-dessous.

```
001 <script type="text/javascript"
002     src="http://code.jquery.com/jquery-1.6.4.min.js"></script>
003 <script type="text/javascript"
004     src="jquery.videoBG.js"></script>
005 </script>
```

05 Charger la vidéo

Nous ajoutons le dernier code entre les balises de script pour charger notre vidéo à l'intérieur de la balise div fullBrowser. Remarquez les trois codecs vidéo séparés pour les différents navigateurs HTML5. Nous disposons aussi d'une image poster qui fonctionne sur les anciens navigateurs ne supportant pas du tout la vidéo HTML5. Enregistrez la page, vous devriez maintenant avoir une vidéo tournant en pleine largeur.

```
001 $(document).ready(function() {
002     mp4:'assets/intro.mp4',
003     ogv:'assets/intro.ogv',
004     webm:'assets/intro.webm',
005     poster:'assets/intro.jpg',
006     scale:true,
007     zIndex:0
008 });
009 })
```

3

TECHNIQUE

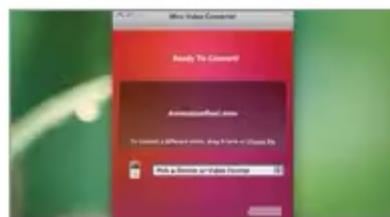
Convertir la vidéo

L'un des plus gros problèmes pour les professionnels du Web consiste à convertir une vidéo pour les formats HTML5 nécessaires. MP4, Ogg Theora et WebM sont les principaux candidats et nous dévoilons ici un outil capable de tous les convertir.



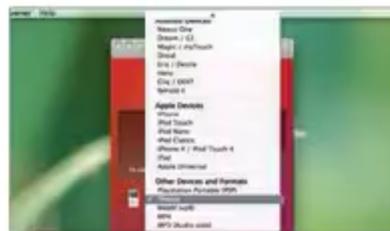
01 Se procurez le convertisseur

Pour convertir une vidéo en un certain nombre de formats, nous avons besoin d'un outil spécifique et, heureusement, Miro Video Converter est disponible sur Mac et PC (www.mirovideoconverter.com). Rendez-vous sur le site et téléchargez le logiciel pour votre plateforme.



02 Choisir la vidéo

Une fois le logiciel téléchargé, l'étape suivante consiste simplement à installer le logiciel sur votre ordinateur. Lancez le logiciel et une petite fenêtre d'application vous sera proposée. Glissez simplement la vidéo que vous souhaitez convertir dans le panneau central.



03 Convertir la vidéo

À partir du menu déroulant, déplacez le curseur en bas de la liste et, sous Other Devices and Formats, vous verrez MP4, Theora et WebM. Choisissez l'un de ceux-ci, et cliquez sur le bouton Convert. Répétez cette étape jusqu'à obtenir tous les autres formats.

web workshop

Créer des styles cartoon pour le Web inspiration www.yipori.com

Le style Web cartoon est de ceux qui sont sans cesse améliorés, en particulier dans le domaine commercial. Au-delà de sites qui vendent des produits illustratifs, les marques adou-

cissent leur image corporate par des graphismes mièvres, tout en amusant les publics plus jeunes. Chris Alexander, auteur et propriétaire du site www.yipori.com, est un excellent exemple de designer maximisant l'attractivité de son site par de tels moyens. Il a même été reconnu pour ses efforts, comme il le révèle : « Je suis extrêmement heureux d'avoir remporté des prix pour mon site. En raison de sa nature lourdement graphique, le CSS utilisé pour certains des éléments du site, comme le header, est limité. Mais j'aime la flexibilité de CSS, qui m'a permis de préserver l'originalité de mon site, avec des éléments comme le footer nuageux superposé. »

Alexander est convaincu que les webdesigns s'appuyant sur des personnages sont attractifs parce qu'ils ont tendance à ressortir, en rupture avec les structures en grille dépouillées. « Ils peuvent instantanément se distinguer dans une multitude de designs, explique-t-il. J'ai aussi le sentiment qu'ajouter un personnage mascotte à votre site peut lui conférer une allure plus humaine et amicale, et lui offrir un "crochet" visuel pour parvenir à rester présent dans les esprits. »

Son travail graphique ne peut indiscutablement pas être accusé de timidité lorsqu'on parle de choix de couleurs, sa palette privilégiant les teintes claires, parfois atténuées, comme il l'explique : « J'ai appliqué beaucoup de couleurs puissantes, et pour essayer de trouver un équilibre, tous les éléments d'arrière-plan sont légèrement assourdis par l'utilisation de couleurs comme un brun terre. Les éléments de menu et boîtes de contenu ressortent avec des tons plus saturés, comme le rose. »



Influences

« Je considère que l'ère des jeux vidéo 16 bits a eu une influence majeure, quand tous avaient des couleurs brillantes saturées. J'aime à quel point elles étaient vibrantes et heureuses, et c'est une chose que j'essaie de capturer dans tous mes designs. Selon moi, d'autres influences viennent du Japon, ce qui est généralement vu comme kawaii. » **Chris Alexander, www.yipori.com**

commentaire
Ce qui a inspiré le designer dans ce site

Profondeur
Le character design et les styles illustratifs s'accroissent généralement de deux dimensions. On peut ajouter de la profondeur avec des dégradés.

Texte
Le mélange des types de polices standard Arial et d'autres composées à la main sur le site ajoute à la sensibilité illustrative, créant un sentiment d'harmonie avec les divers personnages illustrés.

CSS
Les éléments graphiques lourds sont révélés par un ou deux éléments CSS comme le footer nuageux et le header nuageux mobile.



1 TECHNIQUE

De la photo au personnage toon

Les filtres de Photoshop offrent des méthodes puissantes et amusantes pour ajouter des effets de style. Nombre d'entre eux simulent des médias traditionnels et du mixed media, et certains peuvent même être fusionnés pour un meilleur rendu. Puisque nous cherchons ici des styles illustratifs, l'ensemble de filtres Artistiques offre tout ce dont nous avons besoin pour prendre une photo et la transformer façon cartoon. Ils peuvent être isolés et utilisés comme des éléments de vos projets de design.



01 Filtre Contour postérisé

Appliquez d'abord l'effet de base en utilisant l'option Contour postérisé, que vous trouverez dans le menu Filtres> Artistiques. Avec vos réglages, vous parviendrez à des contours clairement définis qui séparent votre arrière-plan des couleurs de ton chair.



02 Filtre Découpage

Dupliquez votre calque et sélectionnez Filtres> Artistiques> Découpage. Son action résulte elle aussi de la combinaison de plusieurs curseurs. Les valeurs spécifiques que vous appliquez dépendront de la tonalité de votre modèle, mais vous devriez envisager de créer des segments de couleur.



03 Post-traitement

On peut réaliser divers réglages pour maximiser l'effet cartoon. Peut-être réduire l'opacité pour faire apparaître des détails plus fins et/ou appliquer un calque de réglage Luminosité/Contraste, avec la Luminosité sur 10 et le Contraste sur 30.

3

TECHNIQUE

Outillage pour toons

Si vous cherchez à recréer des personnages dans le style vectoriel semblables à ceux du site Yipori, quelques fonctions de Photoshop peuvent vous aider. Elles vous permettront de parvenir à ce rendu brillant et "mièvre", et préserveront une utilisabilité totale en tout temps.



01 Outils Forme et Plume

L'outil Plume peut être appliqué à des formes qui se prêtent au détourage par courbes de Bézier, aux bords doux, tandis que l'outil Forme vous permet de redimensionner et modifier les couleurs rapidement. Vous pouvez aussi créer des contours grâce au masque. Les deux outils offrent une façon rapide et simple de créer des formes élémentaires pour des personnages amorphes.



02 Styles de calque

Ils sont applicables aux calques de forme à partir des options fx du panneau Calques. Les commandes les mieux adaptées sont : Incrustation en dégradé, qui crée un ombrage doux à faible opacité, dans un style de premier plan vers transparent, et Contour qui ajoute un joli dégradé de renfort à votre personnage une fois les calques aplatis.



03 Un peu de dynamisme

Après avoir sélectionné tous vos calques, vous pouvez cliquer avec le bouton droit sur un calque (Ctrl+clic) et sélectionner Convertir en Objet dynamique. Cela signifie qu'au moment de passer à une échelle supérieure, vous pouvez redimensionner un personnage sans perdre les informations de pixels, et en préservant tous les détails. Le nouveau calque condensé reste éditable si vous souhaitez apporter quelques réglages.



Public
Un style cartoon peut contenter un public plus jeune mais aussi adoucir une image corporate, en faisant paraître une entreprise beaucoup plus amicale. Ne forçissez pas le concept cependant : vous saurez si votre marque peut s'en accommoder.

Couleur
L'application de couleurs et formes ne connaît pas de limites sur ce site qui cherche seulement à produire de l'enthousiasme et peut-être un sentiment de nostalgie.

Reconnaissance Instantanée
Le site d'Alexander présente une version interactive vivante de son propre art. Cela signifie que dès que vous atteignez la page d'accueil, vous vous faites une idée du contenu du site.

2 Ressources
ToonIt! Photo

Si vous cherchez une solution rapide pour créer des styles cartoon avec une ressource photo, Digital Anarchy propose le plug-in ToonIt!. Travaillant de concert avec Photoshop (rétrocompatible avec la version 7), PS Elements et Aperture, ce programme libère les artistes de techniques chronophages comme peindre les cheveux, ou les masques. Travaillant d'abord sur un effet de cel-shading, ses contrôles facilitent la personnalisation avec différents styles de peinture, de l'ombrage et plus. Essayez avant d'acheter grâce à une démo gratuite en téléchargement sur www.digitalanarchy.com.



Trouver des clients

En cette période difficile, comment un freelance peut-il avoir régulièrement du travail et stimuler ses affaires ?

qui Dave Howell **quoi** Journalist, writer and publisher
où Nexus Publishing **web** www.nexuspublishing.co.uk



Dave Howell

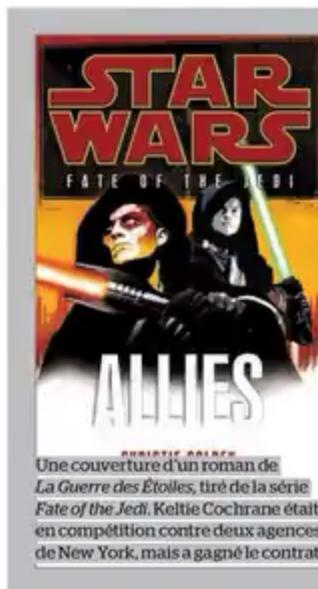
Journaliste, auteur et éditeur depuis une vingtaine d'années, Davis a été le témoin de grands bouleversements dans la manière de recruter au sein de l'industrie du design et du secteur marchand.



Chaque designer sait qu'il va devoir trouver un moyen de survivre pendant les périodes difficiles. Les cycles de tout ou rien, qui sont parties intégrantes de la vie des freelances, font que ces derniers doivent faire en sorte que le travail vienne à eux. Les campagnes spéculatives sont tout un art, mais c'est aussi un savoir-faire que l'on peut apprendre et affiner au fil du

temps. Que vous travailliez avec des petites ou des grandes sociétés, vous devez quand même faire en sorte que votre entreprise gagne le travail dont elle a besoin.

Nik Gill (www.remixcreative.net), qui fait partie de l'industrie depuis plus de dix ans, a une autre méthode pour trouver du travail. « Dès le départ, j'ai décidé de m'y prendre différemment pour rechercher de nouvelles affaires. Je ne fais ni campagne de marketing ni démarchage téléphonique. Je me suis rendu compte que ceux qui utilisent Internet et les moteurs de recherche afin de se procurer du design sont vraiment nombreux, j'ai donc fait de la SEO une priorité. En faisant mon site correctement dès le départ, je me suis vraiment bien implanté dans les moteurs de recherche et je reçois plein de demandes de renseignements.



Andy Budd, directeur général, Clearieft.



Eve Morris, expert-conseil, CoSkill.

Sinon, je pousse aux recommandations, qui stimulent mes affaires et restent une très bonne source de clients préqualifiés.»

« Il est crucial que vous et vos talents soyez bien visibles sur le marché, nous dit Lawrence Holland, directeur d'Indigo Visual (www.indigoisual.com). Le plus important est de se montrer. Utilisez un portfolio en ligne pour révéler votre travail, inscrivez-vous à des répertoires de freelances et ayez un site Web professionnel. Il est également toujours bon d'avoir des compétences principales ou une spécialité dans lesquelles prospecter. »

Si en ce moment vous avez du mal à trouver du travail, la question des campagnes non rémunérées se pose. Devez-vous passer du temps et dépenser de l'énergie et de l'argent sur une campagne spéculative qui ne débouchera peut-être sur aucun travail ? Eve Morris, expert-conseil pour CoSkill (<http://coskill.com>) a une piètre opinion des campagnes non rémunérées : « Chez CoSkill, nous ne demandons pas aux freelances de présenter leurs idées gratuitement, et ce pour une seule bonne raison : ce qui vaut la peine d'être acheté ne devrait pas être donné. Demander à une "micro-entreprise" (c'est ainsi que nous considérons les freelances) de faire quelque chose que nous ne ferions pas (donner gratuitement des idées sans aucun

Ressources indispensables

Le Web propose de nombreux services de prospection de clients qui vous aideront à faire vos recherches.



CV dynamique

Gratuit et offres pro
www.doyoubuzz.com

Ce site permet en quelques clics de créer un ministe Web avec votre CV, y compris à partir de vos profils LinkedIn et Viadeo, et de l'exporter vers où vous voulez : votre blog principal, par exemple, ou en lien vers des sites de recherche d'emploi.

Auto-entrepreneur

Gratuit
www.communaute-auto-entrepreneur.fr

Devenir auto-entrepreneur est un statut qui présente peu de contraintes lorsqu'on débute une activité sans garantie de bénéfice immédiat. Mais les lois qui régissent ce statut sont régulièrement modifiées...



Nik Gill,
patron de Remix Creative.



Richard Jefferson,
directeur général
de Keltie Cochrane.



Lawrence Holland,
directeur d'Indigo Visual.



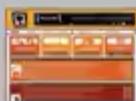
Shelley Gallagher,
directrice de la formation
chez Pareto Law.

dédommagement en retour) n'est tout simplement pas dans la nature de notre société. Ce n'est pas équitable, et cela ne lance pas une nouvelle relation sur de très bonnes bases. »

Voici ce que Richard Jefferson, directeur général de Keltie Cochrane (www.keltiecochrane.com), nous dit : « Si le client vous a approché directement en vous demandant de participer à la campagne spéculative, je vous conseille d'accepter, car il a probablement pris le temps de se renseigner sur ce que vous avez créé en tant que designer et veut savoir comment vous allez approcher le projet. Nous avons récemment décidé de participer à plusieurs campagnes non rémunérées que nous pensions sérieusement gagner, et nous les avons en effet remportées. Le mot important, ici, c'est "sérieusement". Réfléchissez à ce que vous pouvez proposer au client, et si cela correspond à ce qu'il cherche, forcez. »

Le marché a également été envahi, ces dernières années, de répertoires de freelances et de services qui mettent les acheteurs en contact avec des freelances talentueux. Les sites comme People Per Hour peuvent vous donner plein de travail pendant les périodes tranquilles, mais faites attention à choisir les bonnes campagnes, celles qui rapportent de l'argent mais qui vous aident aussi à étoffer votre portfolio.

Offres d'emplois Gratuit www.katoonk.com



Ce site propose des offres d'emploi liées aux métiers de l'animation. Vous aurez des annonces pour trouver des scénaristes, des coloristes, des animateurs 3D, des dessinateurs, des modélistes ou encore des monteuses.

Un nouveau client signifie un premier entretien. Quand vous êtes à la recherche d'un travail, c'est l'occasion de vous vendre mais aussi de montrer au client potentiel que vous êtes le candidat idéal pour le poste proposé.

Andy Budd, de Clearleft (<http://clearleft.com>), nous explique : « Les freelances peuvent perdre beaucoup de temps à traiter avec des clients qu'ils ne convaincront jamais. Vous devez donc mettre de très bonnes pratiques en place pour séparer le bon grain de l'ivraie. Réagissez rapidement aux clients potentiels, posez des questions et faites preuve d'intérêt envers leur projet, mais ne donnez pas trop d'informations précieuses, trop tôt. Faites-leur savoir vos tarifs et assurez-vous qu'ils ont le budget nécessaire pour travailler avec vous avant d'investir trop de temps dans quelque chose qui ne se concrétisera peut-être jamais. »

Morris fait aussi remarquer qu'en période calme vous serez peut-être tenté d'accepter une offre qui n'est pas spécialement adaptée à vos compétences ou à votre tempérament. « Si vous aimez être informel et travailler dans des bureaux branchés avec des gens cool, ne vous forcez pas à porter un costard et à grimper dans une tour d'ivoire. Même si les clients ne voient pas clair dans votre jeu (et il y a de grandes chances pour que ce soit le contraire), si vous décrochez le poste vous serez malheureux. La règle de mon PDG est celle-ci : "Ne travaillez qu'avec des personnes avec lesquelles vous aimeriez dîner", et c'est une des plus importantes que j'aie jamais apprises ! »

Nous vivons une période éprouvante. Si votre charge de travail a diminué, vous n'êtes pas impuissant et pouvez réagir : utilisez vos réseaux, contactez des clients potentiels et, si vous décidez en fin de compte de participer à une campagne non rémunérée, comparez vos chances de réussite par rapport aux frais engendrés. Et lorsque vous obtenez ce premier entretien si important, il est, comme toujours essentiel de s'y préparer, dans le calme et la réflexion.

2 Pas trop de cadeaux

Participer à des campagnes où on ne peut pas gagner d'argent est risqué. Vous pouvez minimiser les risques en faisant des recherches approfondies qui vous diront si votre façon d'approcher les directives aura des chances de réussir. Essayez de ne pas multiplier ces campagnes, car elles prennent du temps et coûtent cher.

1 Soyez bien habillé

Richard Jefferson, de Keltie Cochrane, nous dit ceci : « La dernière fois, je discutais avec un nouveau client, et il m'a dit combien il était agréable que je ne porte pas de T-shirt Space Invaders, car c'était le cas dans la dernière agence avec laquelle il avait travaillé. Une fois que vous aurez développé une relation avec votre client, à ce moment-là vous pourrez commencer à être un peu moins formel. »

Demandez de l'aide

Vos questions

@WebDesignMag Dots-je travailler en équipe avec d'autres designers pour participer à des campagnes ?

Tout à fait ! Les boulots exigent souvent plusieurs compétences bien précises qu'un designer ne possédait pas à lui tout seul. Les alliances stratégiques avec d'autres designers aux talents complémentaires sont une bonne façon d'obtenir de nouveaux jobs. Utilisez vos réseaux pour vous faire ces contacts. Ils pourraient avoir pour résultat des contrats très lucratifs.

@WebDesignMag Pour l'instant c'est calme, Dois-je continuer à travailler sur mes projets personnels ?

Voici ce que conseille Lawrence Holland d'Indigo Visual : « Les projets personnels peuvent vous aider à rester au courant des dernières modes et à vous changer du travail en freelance. C'est une part importante de la carrière d'un designer et aussi le meilleur moyen d'apprendre et de développer un nouveau savoir-faire. »

3 Devenez commercial

Voici ce que nous conseille Shelley Gallagher, directrice de la formation chez Pareto Law : « La clé des négociations, c'est de créer une situation où tout le monde sort gagnant. Le client veut savoir qu'il en a pour son argent, et vous, vous voulez conclure l'affaire. Pour cela, vous devez avoir fait des recherches afin d'aboutir sur une vue d'ensemble de la situation. »

Guide
Conseils pour
freelances

Mark Fraser

web www.greenjersey.com



Emploi actuel Directeur général et cofondateur de Green Jersey Web Design

Parcours N/A

Spécialités Actinic, Joomla, WordPress, stratégie et exploitation e-CRM, ainsi que les outils habituels de Webdesign

Clients British Film Institute, Down's Syndrome Association, Continental, Siemens, The Transport Trust, Axiom Films, Polished Bliss, Appliance House

Twitter @greenjersey

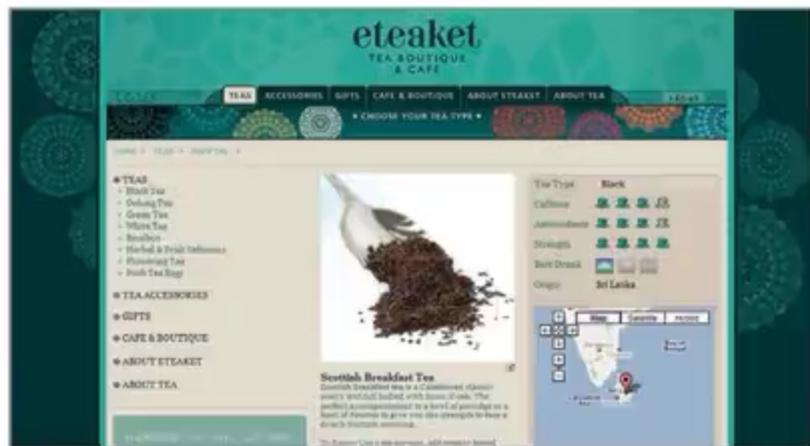
Green Jersey est connu pour ses sites d'e-commerce créatifs faits avec le logiciel Actinic. En plus de ces derniers, Green Jersey fait aussi des sites Joomla et WordPress. Mark Fraser, son directeur général, nous parle un peu de l'entreprise : « Nous savions que nous devons nous forger une place sur le marché. Les petites agences doivent savoir se distinguer ; et Actinic nous convenait parfaitement. Nous nous sommes fait une réputation, celle de faire des sites créatifs, et nous avons développé une excellente relation avec l'agence. Depuis que nous avons fait le site d'Actinic, nous sommes aussi leur fournisseur ! »

Avec la maturation de l'entreprise, Green Jersey est passée de projets centrés sur le design à un travail plus commercial. « Les clients s'attendent à avoir un design et une fonctionnalité de grande qualité - continue Mark. Mais à long terme, à moins de fournir

également un bon retour sur investissement, le client ira voir ailleurs. Tout ce que nous faisons pour lui doit donc être justifié et contribuer à la rentabilité de l'entreprise. Nous aimons le challenge qui est de faire des sites d'e-commerce pour des PME afin de concurrencer les grandes marques. »

Green Jersey fait beaucoup pour aider les clients e-CRM à développer leurs affaires. « Nous sommes fascinés par l'amélioration des performances en e-commerce, nous dit Mark, et la clé pour cela, c'est de connaître le marché du client, ses clients à lui et les performances de son site. Nous utilisons des données en provenance de nombreuses sources pour avoir un tableau global.

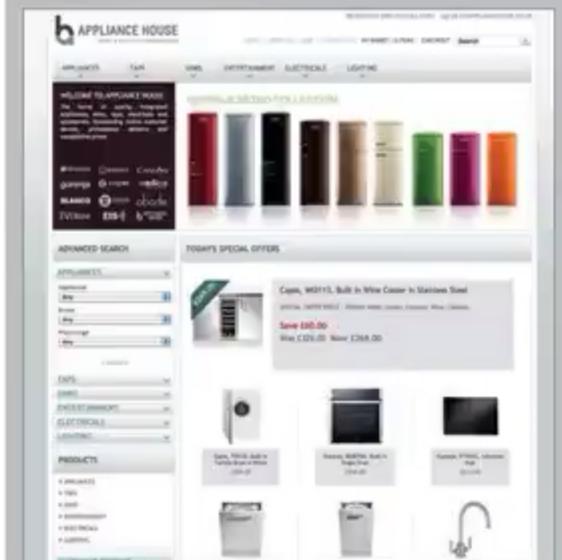
Notre travail bénéficie d'un buzz énorme. Nous avons la chance d'être rémunérés pour ce que nous adorons faire de toute façon, une chance que tout le monde n'a pas. »



04 www.eteaket.co.uk



01 www.polishedbliss.co.uk



02 www.appliancehouse.co.uk



03 www.actinic.co.uk

01 Ce site doit vendre des produits haut de gamme d'entretien pour voiture, mais Green Jersey a également créé une mise en page qui présente les services de grand standing du client.

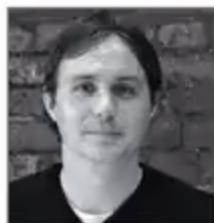
02 Green Jersey a créé la charte graphique de cette entreprise d'électroménager ainsi que son site Web. Celui-ci peut faire concurrence aux grands vendeurs du marché.

03 Le site Web d'Actinic a été transformé grâce à un tout nouveau design, une nouvelle fonctionnalité et un CMS puissant. C'est un outil majeur du service client de la société.

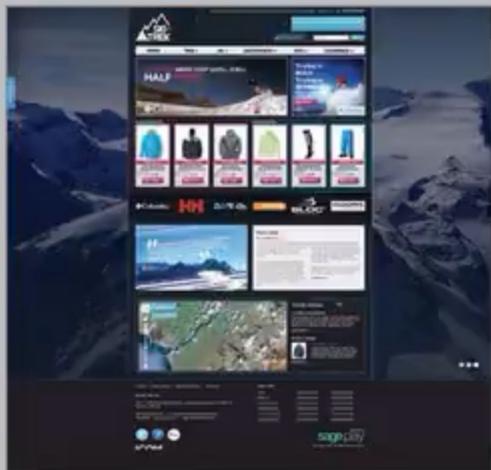
04 Le site d'Eteaket, un fournisseur de thé, a bénéficié d'un design extrêmement créatif et d'un développement personnalisé. Tout est conçu afin de rendre le shopping en ligne agréable.

Ben Gross

web www.i-com.net



Emploi actuel Webdesigner supérieur chez I-COM
Parcours Licence en Design et Média
Spécialités Design et création de chartes graphiques, Photoshop, Illustrator, Flash, InDesign, connaissance pratique du HTML, de CSS et de JavaScript
Clients Barneys Leather Jackets, IL2L, Ski and Trek, Iconic Lights, JMW, Red Architecture
Twitter @thenarrowescape



02 www.ski-trek.co.uk



03 www.iconiclights.co.uk



04 www.jmw.co.uk

Ben est un Webdesigner originaire de Manchester, qui a démarré sa carrière dans une petite société de la ville. Il a alors dû apprendre toutes les méthodologies de création de Webdesign : Photoshop, Illustrator, HTML, CSS et JavaScript, ainsi que la SEO. Cela lui a donné des bases solides lui permettant de connaître la puissance des technologies qu'utilisent les Webdesigners et de savoir les meilleures méthodes à employer pour faire des applications en ligne.

Il a ensuite passé plusieurs années dans une grande agence publicitaire avec comme clients, entre autres, The Environment Agency, Jaguar et Boots. En travaillant dans cet environnement, il a compris l'importance d'un concept solide, peu importe la taille du projet. Après cela, il est passé chez I-COM, où son poste est de nature plus pratique, il y travaille avec des experts en développement qui peuvent implémenter de puissants sites et interfaces.

Ben croit en la création de sites bien conçus et riches en fonctionnalités. Il a trois règles qui, selon lui, devraient être utilisées pour n'importe quelle application en ligne : bon design, excellente utilisabilité et réflexions techniques. Il aime faire se distinguer de petites marques dans un marché surpeuplé. Le fait qu'I-COM vient d'être nominée pour un DADI Award est la preuve que ces règles marchent.

Son travail lui demande d'interagir régulièrement avec le client et d'être en communication constante avec les chefs de projet et les développeurs, pour que tout se passe bien et que le résultat soit parfait. I-COM s'est aujourd'hui lancée dans les jeux en ligne, les applis mobiles et les plateformes pour Facebook.

S'il n'est pas en train de chercher de nouvelles idées pour des sites, vous le trouverez à feuilleter (avidement) des magazines sur la typographie, à la recherche d'inspiration.



01 www.barneysmcr.com

01

Un site professionnel pour un détaillant de vestes en cuir. Des éléments authentiques ont été pris en photo afin de créer une scène représentant une boutique de cuir du tournant du XX^e siècle.

02

Le logo est dynamique et angulaire, afin de symboliser les collines et les montagnes. On retrouve ces lignes et ces angles forts sur tout le site. L'arrière-plan représente des extérieurs grandioses.

03

Le site est élégant, simple et stylé, conçu dans un tableau pour que tout reste bien en ordre. Pour compléter l'apparence, on retrouve une police chic dans toutes les images mises en avant en haut de la page.

04

Un photographe mancurien a été engagé pour prendre des photos de symboles de Manchester. Cufon a été implémenté et Coolvetica a servi à donner un peu de caractère au site.

Paulo Natal

web www.paulonatal.com



Emploi actuel Webdesigner et développeur chez PPS Publications
Parcours Diplôme en communication et multimédia et suit un cursus de Webdesign et développement.
Spécialités Photoshop, Illustrator, InDesign, Flash, Dreamweaver, Coda, Aptana, CSS, XHTML, PHP, JavaScript
Clients José Silva, Roberta Merey, Vanda Natal, Simon Taylor, Rads Transfers
Twitter @Paulo_Natal

Paulo est un Webdesigner, graphiste et développeur basé à Crawley, une ville d'Angleterre située entre Brighton et Londres. Pour lui, l'inspiration est partout, en permanence. La plupart de ses designs sont le fruit d'interactions quotidiennes avec des personnes, des objets, ou avec tout ce qui lui tombe sous la main. Quand on lui demande s'il est difficile d'être perpétuellement créatif, il répond : « *Quand on fait partie d'une industrie qui exige d'être créatif et que l'on dépend de cette créativité, je pense qu'elle devient une part de vous et que vous commencez à être constamment stimulé, ce qui donne naissance à des idées et à des concepts intéressants.* » Il a toujours aimé l'illustration et le graphisme : mais en découvrant le Webdesign il y a six

ans, pendant qu'il suivait un cursus en multimédia, il a su que c'était là sa voie.

Cela fait maintenant quatre ans qu'il est sur la scène du Web : et il déclare qu'il n'a pas encore travaillé un seul instant : ce n'était que du plaisir. La passion de Paulo pour cette industrie lui donne envie d'apprendre et de s'impliquer davantage. Il dit avoir très envie d'apprendre les nouvelles technologies, car il sait l'importance de rester à jour des évolutions constantes et rapides pour lesquelles cette industrie est connue.

« *Je suis vraiment convaincu que tout le monde devrait chercher, jusqu'à n'en plus pouvoir, un métier qui les fait se lever avec un grand sourire aux lèvres tous les matins !* », ajoute-t-il.



01 <http://josesilvacarpentry.com>



02 www.paulonatal.com/quinta



03 www.robertamereuphotography.com



04 www.vandanatal.com

01 Un CMS développé avec PHP et alimenté par une base de données MySQL. Un motif représentant du bois ainsi que des vis ont servi à représenter le secteur principal du site : la menuiserie.

02 De nombreuses textures de style grunge ont servi à obtenir un look d'antan. Les vignes ont été incorporées afin d'encadrer le texte.

03 Site développé pour un photographe italien, dans un style propre et rétro. Seulement trois couleurs ont été utilisées, afin de symboliser la simplicité, et les animations jQuery lui ont donné un peu de pêche.

04 Site créé pour un peintre. Les coups de pinceau en arrière-plan aident tout de suite à raconter l'histoire du site. jQuery a donné vie à la navigation et à son défilement horizontal fluide.

SAVOIR TOUT FAIRE POUR LE WEB

La collection de livres sur le web



DES
COLLECTIONS
À NE PAS
MANQUER !

Améliorez vos sites web grâce
à des conseils de pros.

Oracom Éditions

en librairie

TREND MAP

Foyer de Webdesign autour du globe

Milan

Regardez au-delà de la scène de la mode cette ville italienne.



Milan, centre international de créativité, est le moteur de l'économie italienne. Ce centre urbain qui attire et intègre l'intelligence, l'excellence professionnelle et le talent, est une marque en lui-même : c'est la véritable capitale du design. Les opportunités dans de très nombreux secteurs à la pointe de la technologie, attirent des millions de personnes chaque année.

Milan est une ville vivante, magnifique, et qui a les pieds bien sur terre. Elle est productive et déterminée, mais fièrement et profondément italienne. Elle sait apprécier la beauté, et la valeur esthétique trouve sa place dans tous les recoins de la ville. Milan ne cesse jamais d'être intéressante, compacte tout en étant riche en culture, et subtile tout en ayant une âme. C'est la ville ultime pour les grandes activités créatives et culturelles, surtout dans le secteur du design. Son quartier général est constitué d'un grand nombre de sociétés, dont des agences publicitaires et des agences Web nationales et internationales qui l'ont transformée en un centre d'affaires dans le domaine numérique et dans celui de la création. Milan attire les agences créatives avec des perspectives d'emploi et une énergie spéciale qui permet à n'importe qui de forger son propre espace, même si la concurrence est parfois rude. Voici donc le contexte de notre aperçu des agences indépendantes qui se sont installées à Milan.

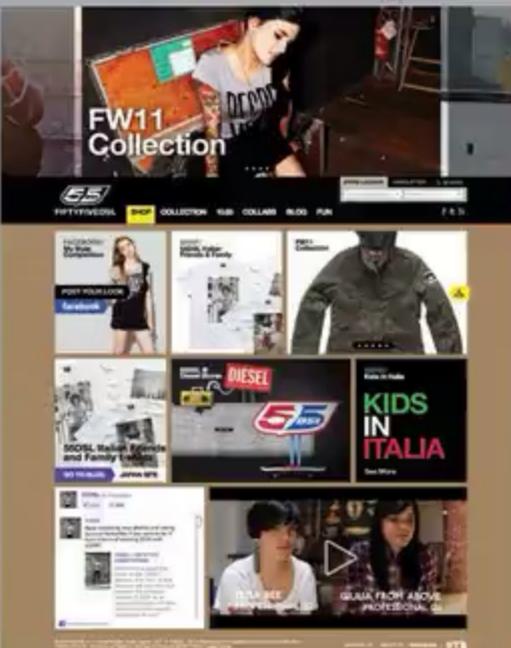
1

Mutado

www.mutado.com

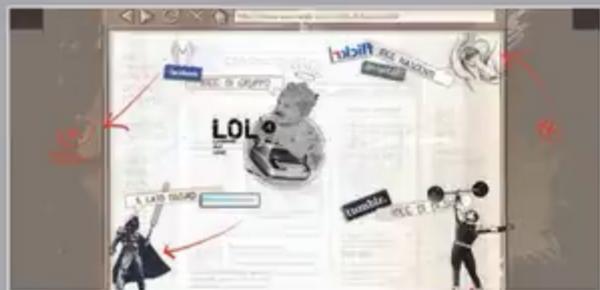
Mutado est une agence numérique indépendante qui aime rester simple.

Elle est née en 2004 d'un désir de se libérer des modèles traditionnels hiérarchiques et structurés de la communication, sur le Web et dans le monde réel. Mutado associe l'expertise et la passion de ses créateurs (le graphisme et la technologie) à un savoir-faire commercial. L'agence s'occupe principalement de projets Web, d'animation et visuels, et a dédié une équipe complète au développement mobile il y a un an.



2 KarmaSolution
www.karmasolution.it

L'activité principale de KarmaSolution est d'être à l'écoute du Web. L'agence s'occupe de Web analytics et travaille avec ses clients vers des buts bien précis concernant des projets numériques. SocialKarma est le nom de l'équipe commerciale dédiée à la surveillance des réseaux sociaux et à leur marketing. Cette société certifiée Google a la conviction que les analytics sont importants pour garantir un retour sur investissement à ses clients.



3 Kettydo
www.kettydo.com

Kettydo est une agence de communication Web et numérique née en 2004 qui a comme objectif de fournir des solutions à des problèmes de communication. Cette société approche la technologie d'un point de vue humain, en construisant des instruments destinés à des projets ayant un sens, utiles et améliorant la vie des gens, ainsi qu'en entretenant des relations avec les marques. Kettydo se spécialise dans l'identité et dans l'e-commerce.



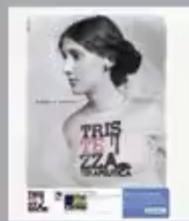
4 Mikamai
<http://mikamai.com>

Mikamai est plus qu'une simple société : c'est un groupe de passionnés. Elle vise à avoir toujours une longueur d'avance et à mener la technologie grâce à des buts communs et à une expertise éprouvée en matière de développement Web, de moteurs de recherche, de communication et de finance.



5 COOKIES ADV
www.ibiscotticomunicano.com

Voici une petite agence de communication qui a l'habitude de travailler avec des clients nationaux et internationaux. Agence atypique à l'âme italienne, elle approche la publicité de façon innovante. Les campagnes de COOKIE tournent autour de messages clairs sans jamais être triviaux. Le meilleur travail de l'agence se trouve dans le domaine social, aux niveaux local et international.



Le Salone del Mobile est un événement de design annuel se déroulant à Milan

City hotspots



Musée de design Triennale
Visitez ce musée pour vous régaler de design et de culture.
www.triennale.org

À l'origine panorama d'arts, moderne, décoratif et industriel, le Triennale est vite devenu le miroir de la culture artistique et architecturale d'Italie ainsi qu'un centre de pour les tendances émergentes.



Castello Sforzesco
Musées, bâtiments historiques et artistiques dans un cadre magnifique.
www.milancastello.it

Castello Sforzesco est probablement le symbole le plus connu de Milan. Accueillant le Parco Sempione, le plus grand parc de la ville, c'est aussi un des plus beaux lieux d'évasion de Milan.



10 Corso Como
Un sanctuaire pour découvrir l'art et le design, notamment.
www.10corsocomo.com

Art, mode, musique, design et cuisine se côtoient au cœur de Milan. Créé en 1990 dans une cour charmante, 10 Corso Como est le meilleur endroit où faire du shopping et découvrir les tendances.

2000

Web design relic

Du Flash partout

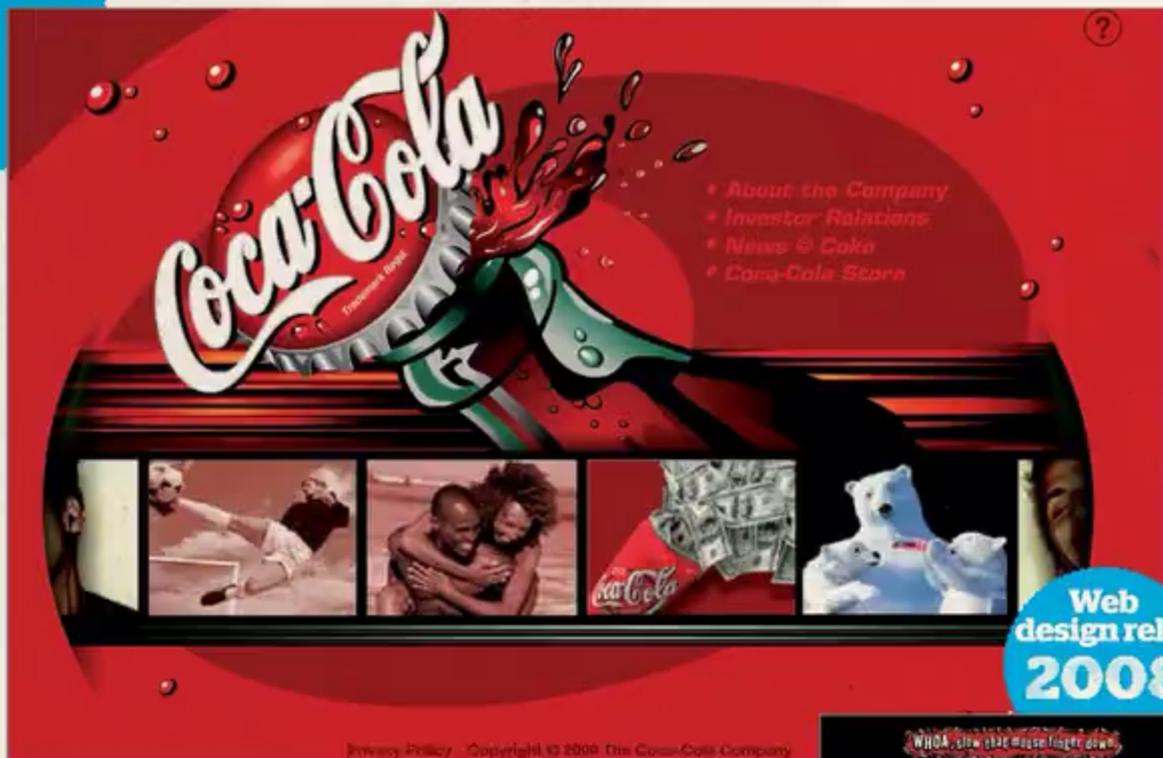
L'interface en plein écran avait été faite entièrement en Flash. La charte graphique de la marque y était omniprésente, et la capsule et la bouteille utilisaient des animations subtiles pour enrichir l'expérience.

Temps de chargement!

Taille de la page: 102Ko



14 secondes avec une connexion de 56 kbps



Images optimisées

A cause de la faible bande passante des abonnements Internet domestiques du début du 21ème siècle, les images devaient être très légères, ce qui explique pourquoi les images du diaporama sont pixellisées.

Shockwave

Le premier site Web de Coca-Cola établissait un niveau que de nombreux autres sites n'arrivaient pas à atteindre. L'animation y avait la part belle, et les internautes devaient avoir installé Shockwave pour pouvoir voir le site dans toute sa gloire.



Coca-Cola www.coca-cola.com

Le célèbre rouge et blanc de Coca-Cola et les courbes caractéristiques de son logo se retrouvent sur le Web.



Coca-Cola est une des marques les plus reconnaissables au monde, et qui fait fi des frontières géographiques et de la barrière de la langue. Les racines de cette boisson remontent à la fin des années 1800, mais ce n'est qu'à la fin des années 1990 que le géant de la boisson non-alcoolisée a rejoint la révolution Internet. Le site Web Coca-Cola de l'époque, disposant d'un gros budget, était un modèle en la matière.

En 1998 le site utilisait Shockwave et recommandait d'avoir le navigateur Netscape. Quelques années plus tard il s'est mis à Flash. Comme de nombreuses multinationales, il propose une page faisant la liste des pays afin de rediriger l'internaute vers des sites locaux. De nos jours, ce site, indéniablement attractif et attachant, est beaucoup plus subtil.

En 1998 le site utilisait Shockwave et recommandait d'avoir le navigateur Netscape.

Bachelors (bac +3)

Communication visuelle
Conception 3D/VFX
Jeux Vidéo - Game Design
Jeux Vidéo - Game Art

Formations professionnalisantes

Classe préparatoire
Infographiste Multimédia - option 3D
Concepteur 3D
Webmaster
Concepteur 3D/VFX
Animateur 3D

Nouveau

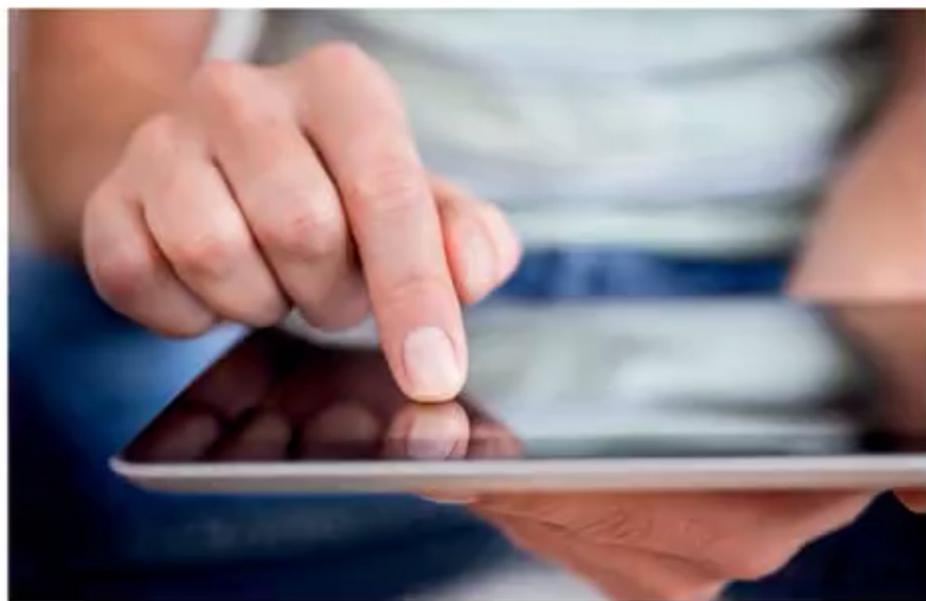
Concepteur Développeur Informatique

Options :
Réalité Augmentée Mixte (RAM)
ou Jeux vidéo et mobiles



T-commerce : créneau porteur ou niche éphémère ?

Vitrine sur tablette : faire le bon choix. *Thibaut Hofer*



E-commerce, m-commerce, f-commerce, et maintenant t-commerce. La déclinaison semblait ne pas avoir de fin, chaque gérant de boutique doit se poser la question de la pertinence de la multiplication des vitrines et terminaux d'achat. L'engouement confirmé pour les tablettes semble suffisant à justifier d'investir du temps ou de l'argent pour compléter ses supports de vente. La profusion de nouveautés annoncées pour 2012 (Apple, Amazon, Google, Samsung...) ne dément pas l'importance du phénomène, et les constructeurs sont de plus en plus nombreux à s'arracher cette part de marché. Pourquoi ? Et cela vaut-il le coup de parier sur ce mouvement de foule sans précédent ?

Un gadget qui rapporte

En sortant l'iPad, tablette tactile qui a suscité les critiques les plus dilthyrambiques en réussissant le double pari de proposer un nombre incroyable d'apps tout en restant très compact, Apple a donné l'essor commercial nécessaire à une technologie qui a fait depuis de nombreux émules. Ce n'est pas que les tablettes ou les écrans tactiles n'existaient pas avant

Apple, c'est qu'Apple en a fait des produits très lucratifs en donnant aux individus et familles la possibilité de remplacer l'encombrant ordinateur de salon par un appareil discret, léger et nche en interactivité. Depuis, d'autres lui ont emboîté le pas, à commencer par les tablettes intégrant Android, de Motorola à récemment Amazon et son Kindle Fire encore inaccessible en France, en passant par Samsung. Les produits de bonne qualité ne se comptent plus, et la compétition fait rage, tout en restant dominée pour l'heure par Apple.

C'est évidemment cet enthousiasme qui a poussé Google à annoncer la sortie en 2012 de sa propre tablette, qui évoluera sous Android, et devrait, si l'on s'en réfère aux stratégies précédentes de Google avec ses smartphones, proposer la mise à jour exclusive de l'OS vers sa version 4.1. Pourquoi s'intéresser en particulier à Google ? Parce que, outre le fait qu'il présente sa machine comme un nouveau concurrent sérieux de l'iPad, Google adopte des stratégies tentaculaires, et parce qu'il a relancé, en août dernier, son app Catalogs dédiée à T-commerce (voir encadré). À bon escient, semble-t-il.

Google Catalogs

Créée en 2001, cette application permettait de consulter en ligne des catalogues dont les pages avaient été scannées au préalable. Abandonnée depuis, l'app revient d'entre les morts avec des partenariats impressionnants (Sephora, Urban Outfitters, Ralph Lauren) et dispose également de la possibilité de créer son propre collage interactif en quelques clics. Une stratégie qui vient à point, et qui a de grandes chances d'attirer de nombreuses grandes enseignes par sa simplicité et la légitimité du label Google.

<http://www.google.com/catalogs/about/##>

■ Pour créer son catalogue, Google invite simplement et gratuitement à remplir ce formulaire : <http://tinyurl.com/catalogs-form>.



CATALOGS

Google relance son application e-commerce. Cette fois optimisée pour les tablettes.



l'école des métiers numériques

GRAPHISME

WEB

VIDEO

« **Chef de projet multimédia** »
titre certifié par l'état niveau II
J.O du 21/07/2009

« **Directeur de projets en édition et communication numériques** »
titre certifié par l'état niveau I
J.O du 21/07/2009



Journées Portes Ouvertes :

le 8 février 2012,
le 25 février 2012,
le 14 mars 2012,
et le 31 mars 2012,
de 10h à 18h

Formations Post Bac en 3 ans
| 3e Cycle | Alternance

IESA multimédia

5 rue Saint-Augustin-75002-Paris
01 42 86 57 06 | www.iesamultimedia.com

ECOLE SUPERIEURE DES METIERS DE
L'IMAGE, DU SON ET DU MULTIMEDIA



Raphaël Beau
Directeur artistique Junior Freelance
et agence de publicité multimédia
Prestia EMC 2009
www.raphaelbeau.com



RENTREE 2012
Prépa Art & Multimédia

RENCONTRONS-NOUS :
Salon des formations artistiques 27 & 28 janvier 2012
Journées Portes Ouvertes - Entrée libre
• Samedi 4 février 2012 de 10h à 17h
• Samedi 3 mars 2012 de 10h à 17h
• Mercredi 4 avril 2012 de 10h à 13h

INFORMATIONS AUPRES DE :
Florence Girard
01 46 55 39 19 - f.girard@emc.fr

Réussir sa vie professionnelle
c'est bien choisir son école.

Comme Raphaël, vous rêvez de devenir un professionnel du graphisme ou du multimédia. EMC contribue à réaliser votre souhait en vous proposant une formation en alternance, reconnue par l'Etat et la profession, une expérience solide de terrain, un carnet d'adresses indispensable pour une intégration professionnelle réussie. EMC, c'est 23 ans d'expertise pédagogique, 13 formations post-bac en alternance sur 1 an / 2 ans / 3 ans d'études, 110 intervenants extérieurs, un cadre de vie de 2500 m², 400 étudiants dans l'action.

Diplômes d'Etat Ministère de l'Éducation Nationale
Titres d'Etat inscrits au Répertoire National de la Certification Professionnelle
Formation Infographiste en multimédia classée dans le TOP 10 des meilleurs cursus post-bac secteur artistique



ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR TECHNIQUE PRIVE FONDE EN 1989 - RECONNU PAR L'ETAT



www.emc.fr

Facebook et Myspace

10-12 rue Eugène Varlin - 92240 Malakoff - Tél. : 01 46 55 39 19
Métro ligne 13 - Station Malakoff Plateau de Vanves

Entrez dans l'univers EMC en scannant ce flashcode avec votre mobile.
Application Mobile Tag sur m.mobilettag.com





MAGAZINES

Les magazines comme Wired placent haut la barre de l'interactivité - © Jasonnichols.net.

Terminal d'achat de salon

Contrairement au m-commerce, qui compte avant tout sur la mobilité grâce aux smartphones, le t-commerce table sur une utilisation domestique, plus précisément dans le salon ou la chambre, où la tablette remplace l'ordinateur personnel, de la station de travail à l'ultraportable. Elle est essentiellement utilisée pour surfer sur Internet et consulter ses mails, et cela comprend les actions d'achat. Faut-il en déduire que la tablette est le terminal d'achat de demain ?

Pour l'heure, la tablette semble attirer une population âgée en moyenne de 38 ans et plus, aux revenus confortables, selon une étude réalisée par Maritz le 21 décembre dernier : <http://tinyurl.com/maritz-study>. La dévaluation des tablettes les plus anciennes et les offres promotionnelles permettront peut-être d'élargir cette population cible, mais pour l'heure les acheteurs potentiels correspondent majoritairement à ce profil. Un gérant de boutique peut d'ores et déjà s'en servir pour effectuer un tri en fonction de sa propre cible.

Exploiter les nouvelles technologies

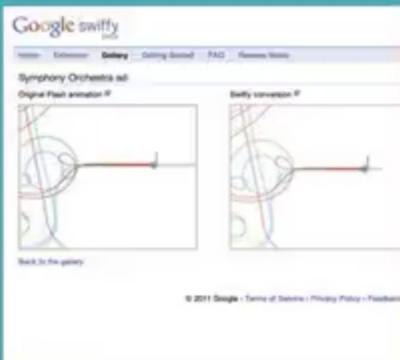
Avec l'absence de Flash sur iPad et l'arrivée de Google sur le marché, autant dire que les apps et interfaces personnalisées, même dynamiques, devront faire appel aux nouvelles technologies créatives de demain. En ligne de mire : HTML5, dont les fonctionnalités permettent d'adapter les dimensions d'un site marchand à divers supports et d'intégrer sans trop de peine des vidéos et autres animations et interactions. Un bonus évident lorsqu'on se lance dans un milieu aussi concurrentiel que l'e-commerce. Google, qui a toujours du flair, propose d'ores et déjà un plug-in pour Flash Pro permettant de convertir un fichier SWF en HTML5 : <http://tinyurl.com/flash-to-html5>.

Les gérants les plus ambitieux voudront peut-être faire appel à un développeur pour créer leurs propres applications pour iOS et Android. Une telle dépense peut être justifiée par un retour sur investissement, un quart des actions effectuées sur tablette relevant du surf et de l'achat, selon l'étude Maritz précitée.

Les tablettes, au contraire des mobiles, s'adressent encore à un segment de marché assez réduit, qui ne croise pas nécessairement celui d'une boutique, ce qui limite le nombre de clients potentiellement intéressés par un achat depuis ce périphérique. En outre, les nouvelles technologies, qui ne sont pas des plus accessibles, ont leur importance dans l'avenir du t-commerce. Des magazines comme Wired démontrent ce qu'il est possible de produire en termes de contenu statique et interactif, et placent la barre haut. Tout gérant devrait, avant de se lancer dans le t-commerce, mesurer la réceptivité de l'audience, en particulier s'il pense investir de l'argent ou du temps dans la conception d'une app ou interface dédiée. La solution proposée par Google semble rester pour l'heure la plus accessible. En tout cas, une chose semble certaine : le t-commerce n'a rien d'éphémère.

SWIFFY

Le plug-in de Google pour convertir un SWF en HTML5.



L'autre t-commerce

Le t-commerce relatif aux tablettes tactiles ne doit pas être confondu avec un autre principe de vente à distance, lui aussi baptisé t-commerce, qui se passe sur un écran de télévision et a des chances, si le concept trouve sa place dans les foyers, de damer le pion à la vente sur tablette.

La chaîne américaine History vient notamment de lancer un service de vente accessible via la télécommande de salon des abonnés de Verizon FIOS TV : <http://tinyurl.com/history-verizon>.

Toujours aux États-Unis, PayPal semble aussi de la partie, et envisage un partenariat avec un acteur du câble pour permettre aux usagers d'acheter directement les produits : <http://tinyurl.com/paypal-tv>.



INDEX

POUR PARAÎTRE DANS CETTE RUBRIQUE

Formats	Tarifs
Page : 210x262 mm	980 € HT
1/2 page : verticale : 100x262 mm / horizontale : 210x135 mm	520 € HT
1/4 de page : 100x135 mm	380 € HT

Remises * :

Quantités * :

3 parutions : -10%

6 parutions : -15%

12 parutions et plus : -25%

Couplage ** :

2 magazines : -10%

3 à 5 magazines : -20%

au delà : -30%

* Ces tarifs et remises sont applicables exclusivement dans la rubrique Index Métiers des magazines, sur un minimum de 3 parutions par magazine.
 ** Les magazines concernés par cette offre sont exclusivement les numéros courants de Web Design, Advanced Creation, 3DMag, Création Photo, Digital Artist, Movie Creation, Photographie Facile.

BONUS ONLINE :

www.webdesignmag.fr



OFFERT*

VOTRE ANNONCE PUBLICITAIRE
 SUR NOTRE PORTAL SOUS LA RUBRIQUE
 "PARTENAIRE FORMATION"

*Pour un engagement minimum de 6 parutions

POUR PLUS D'INFORMATIONS
 CONTACTEZ NOUS AU :

01 44 78 98 40

Objectif 3D

formation continue & enseignement supérieur

Formez-vous aux métiers du WEB

Rencontres
 sur les salons étudiants

Grenoble : 21 janv.
 Montpellier : 26-28 janv.
 Perpignan : 9 fév.

études
 formations longues
 ou modules
 personnalisés

infographiste
 webdesigner
 webmaster
 webdeveloper

Objectif 3D : CS 74607 | 34397 Montpellier Cedex 5 - tél. : 04 67 150 166

www.objectif3d.com

SERVICE CLIENT / ABONNEMENT

Pour les demandes d'abonnement et d'anciens numéros,
règlement à l'ordre de : Oracom.

RÉDACTION

mail@webdesignmag.fr

Rédactrice en chef : Stéphanie Guillaume

stephanie.guillaume@oracom.fr

Secrétaire de rédaction : Nadia Ali Belhadj

Directrice de production : Gaël Le Guen

Directeur artistique : Rob Sullivan

Rédacteur graphiste : Hôël Le Quenven

Révision : www.proule.com

Traducteurs & collaborateurs :

Bertrand Audouy, Gaëlle Drope, Thibaut Hofer

PUBLICITÉ

Directeur de la publicité : Pascal Leproust - pascal.leproust@oracom.fr

Directrice de clientèle : Dama Massa - Tél : 01 44 78 98 40,

d.massa@oracom.fr

Chargée de marketing commercial (contact annonces) :

Christelle Simon - Tél : 01 44 78 98 30, christelle.simon@oracom.fr

L'éditeur s'autorise à refuser toute insertion qui semblerait contraire
aux intérêts moraux ou matériels de la publication.

DIFFUSION

Messageries Lyonnaises de Presse

Directeur des ventes et de la diffusion : Jean-Philippe Piron

Responsable titres, dépositaires, réassort :

Bojana Radasinskić - Tél : 01 77 45 35 73

Chargée de gestion : Alexia Rajasoniravelo

MARKETING / PROMOTION / PARTENARIATS MAGAZINES & WEB

marketing@oracom.fr

Responsable du service marketing :

Mélanie Legas assistée de Camille Brugeron

INTERNET

Directeur des activités Internet : Alexandre Habian

alexandre.habian@oracom.fr

Web Design / Développement :

Morgane Hivet, Hery Rasclongatovo, Frédéric Reboutet

BOUTIQUE EN LIGNE

Pour tout renseignement, visitez notre boutique en ligne : shop.oracom.fr

Responsable : Virginie Labrusse - service-client@oracom.fr

ADMINISTRATION

Directeur administratif et financier : Caroline La Ray

Comptabilité, gestion : Ève Rabenoro (eve.rabenoro@oracom.fr),

Daphné Lebrun

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ

Nathalie Cohen

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Jean-Philippe Pécout

WEB DESIGN est édité par ORACOM, SA au capital de 112 969,45 €

RCS Paris B 397 522 657

Sigle social : 168 bis-170 rue Raymond Losserand - 75014 Paris

Dépôt légal à parution. ISSN 1773-6455

Commission paritaire 1134 K 90016

Impression

Montterra - Area Empresarial Andalucía - C/ Cabo de Gata, 1-3 Sector 2

28320 Pego (Maoní) - Espagne



Oracom est publié sous licence d'Imagine Publishing Limited.

Tous droits sur les contenus sous licence appartenant à Imagine Publishing Limited

et ne peuvent être reproduits, en partie ou en entier, sans le consentement préalable

d'Imagine Publishing Limited.

© (2011) Imagine Publishing Limited (www.imagine-publishing.co.uk)

CD-Rom offert avec le magazine collé en page 99.

Malgré le soin apporté par la rédaction pour assurer l'exactitude des informations publiées,

ces informations peuvent de temps à autre, ou l'inverse, ne l'être pas et pour autant être tenues

responsables d'éventuelles erreurs ou omissions. Sauf avis contraire, les messages, lettres

et photos envoyés à la rédaction ne sont jamais restitués. La citation de messages, notes de femmes, etc.,

est faite sans aucun but publicitaire. Extrait du Code de la propriété intellectuelle : Art. L. 112-4

Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur

ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il est de même pour la traduction, l'adaptation

ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque. Art. L. 335-3

Il est également un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque

moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis

et régis par la loi n° 94-100 du 3 février 1994, art. 1er) (sauf avis contraire d'empressement

et de 300 000 euros d'amende).

Droits photos et copyright : tous droits réservés.

Web Design est une publication du groupe



Le mois prochain

PHOTOSHOP LE SECRET DES TEMPLATES

DÉVOILÉ



Le guide professionnel pour créer
des thèmes de pages parfaits

AUSSI



**E-COMMERCE
CRÉER UN DESIGN
ATTRACTIF**



**PROFIL
NEW ROUND,
DU BEAU, DU BON,
DU WEB**



**TUTORIELS
SIX EXERCICES
POUR RENFORCER
VOS COMPÉTENCES**

Web Design n° 37 sera en kiosque le jeudi 29 février 2012

ABONNEZ-VOUS !



Abonnement 12 n°

79 € au lieu de ~~106,80 €~~

**S'ABONNER
OU ACHETER
UN NUMÉRO EN LIGNE**
www.shop.oracom.fr

DES OFFRES SPÉCIALES
TOUTE L'ANNÉE !

- > NE MANQUEZ PLUS AUCUN NUMÉRO
- > RECEVEZ VOTRE MAGAZINE CHEZ VOUS OU AU BUREAU
- > BÉNÉFICIEZ D'UNE ÉCONOMIE IMPORTANTE

BULLETIN D'ABONNEMENT A découper ou à photocopier, puis à retourner complété et accompagné de votre règlement à l'adresse suivante : Web design - Abonnement, 168 bis-170 rue Raymond Losserand - 75014 Paris.

Oui, je m'abonne à Web design pour 12 numéros. Je joins mon règlement de 79 €.

NOM _____ PRÉNOM _____

ADRESSE _____

CODE POSTAL _____ VILLE _____

E-MAIL (OBLIGATOIRE) _____

Date et signature obligatoires : _____ Je règle aujourd'hui par : chèque bancaire ou postal à l'ordre de Web design / ORACOM SA

Sur votre CD offert

Ce CD contient plus de **50 €** de bonus

20 photos offertes par  **fotolia**

Fotolia, le leader européen de l'image libre de droits, vous offre chaque mois vingt images de sa collection. Ces images peuvent être utilisées de manière professionnelle conformément au contrat de licence standard disponible sur le site Fotolia à la page : <http://fr.fotolia.com/Info/Agreements>.

La collection Fotolia comprend près de douze millions d'images, de vecteurs et de vidéos proposés à partir de 1 euro l'image pour une utilisation professionnelle.

Les images Fotolia peuvent être utilisées commercialement conformément à la licence d'utilisation standard disponible à l'adresse : <http://fr.fotolia.com/Contract/View/XS>.



06 Tutoriels

Une collection essentielle de codes et assets pour compléter les tutoriels de ce numéro.

55 vectoriels

Une collection de vecteurs faits à la main et entièrement évolutifs au format SVG.

10 Clips audio

Des boucles audio de haute qualité dans une variété de styles pour toutes les occasions.

De : <http://www.ultrashock.com/>



55 fichiers vectoriels dessinés main



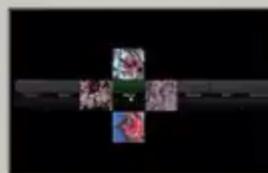
De <http://vandelaypremier.com>

Le dessin fait main est un style encore très populaire qui est utilisé dans des milliers de sites Web. Il ajoute une touche personnelle et évoque souvent une ambiance rétro, restituant une ambiance particulière. Vandelay Premier a ainsi créé une collection de flèches dans des aspects aussi divers qu'originaux. Tous les fichiers sont au format SVG. Ils sont notamment compatibles avec Photoshop CS2.

XML cross photo gallery

www.flashreseller.com

Ce composant haute qualité, proposé par Flash Reseller, entièrement personnalisable, pourvu de 50 réglages XML, permet de créer des animations diverses.



- 20 photos Fotolia
- Des sons
- Des formes vectorielles
- Des templates
- Des typos
- Des fichiers d'exercice

Police Tasneem NF

www.nicksfonts.com

Le modèle de cette police de caractères Art Deco, d'une belle originalité, a été dessiné par Gustav Jensen en 1931 pour un alphabet américain. Il suggère l'exotisme et se marie facilement avec des polices de caractères différentes.



Thème WordPress GameBoard

De <http://newwpthemes.com>

Le thème WordPress GameBoard peut se vanter d'avoir des options de contenus adaptées. Idéal, il s'adapte à tous les styles de sites. Les utilisateurs peuvent ajouter des bannières via des options d'intégration. Ils peuvent également utiliser trois colonnes, une largeur fixe. Enfin, il est optimisé SEO pour être sûr que les moteurs de recherche le trouvent.

Encore plus de contenu gratuit sur www.webdesignmag.fr

FRANÇOIS LEROY POUR FOTOLIA



10 ARTISTES - 10 THEMES - 10 MOIS - 10 PSD

FOTOLIA VOUS INVITE À DÉCOUVRIR CHAQUE MOIS
un nouveau PSD créé par un des meilleurs artistes numériques français

COLLECTION • TEN

Le vendredi 10 Février, téléchargez gratuitement durant 24H le PSD de l'image réalisée
par l'artiste François Leroy sur le thème "Vacances". Découvrez également le making-of de cette création.

Tél. 0970 465 265

www.fotolia.fr/ten

 fotolia