

37
web design

web



CD OFFERT ▶▶▶ Jetez un œil 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

100 TENDANCES 2012
TRUCS & ASTUCES

Vidéo, éditeur, mobile, stockage, navigateur, géolocalisation, 2D, requêtes de média, bibliothèque JavaScript, WebGL, débogage, balises sémantiques, utilitaires, CSS4, etc.

CSS3
Des effets de survol percutants

**PHOTOSHOP
LES SECRETS
DES TEMPLATES**

DÉVOILÉS



**Le guide professionnel
pour créer des thèmes parfaits**



**WIDGETS
WORDPRESS**
Personnaliser les thèmes

COMMENT

Élaborer un menu de navigation texturé

Intégrer l'inscription sur Facebook à un site

Créer un nuage de tag avec une classe PHP personnalisée

Produire une galerie d'images en glisser-déposer dans le style Polaroid

GRBCOM



L 18927 - 37 - F. 8,90 €

Dell recommande Windows® 7.



Le pouvoir d'en faire plus

Stations de travail Dell : une incroyable puissance.

Pour les analystes, les ingénieurs, les architectes, les créateurs de contenu numérique et les utilisateurs avancés à la recherche de performances extrêmes et d'une évolutivité quasi illimitée. Système certifié ISV par tous les principaux logiciels, notamment Autodesk Maya 2011 et Autodesk 3ds Max.



Station de travail Dell™ : Nouvelle solution

1 399 €^{HT}

E-value code: NPFR4-W02T1610

Cette solution comprend :

La station de travail Dell Precision™ T1600

- Processeur Intel® Xeon® E3-1225
- Windows® 7 Professionnel authentique
- Mémoire de 8 Go
- Disque dur de 1 To, 7200 RPM
- Carte graphique NVIDIA Quadro 600
- Un clavier USB
- Une souris optique USB
- 3 ans de service Dell ProSupport™
- Deux écrans Dell U2212HM de 55 cm (21,5")

**Inclus : 3 ans de service
ProSupport™ pour les
utilisateurs finaux avec
intervention sur site le jour
ouvrable suivant**



Écrans Dell UltraSharp™ U2212HM

Avec la technologie IPS (in-plane switching) pour des couleurs exceptionnelles et homogènes, quel que soit l'angle de vue.

Cliquez ▶ Dell.fr/precision

Appelez ▶ **0 825 387 297**

Offres valables jusqu'au 28/03/2012, sauf mention contraire.

Du lundi au vendredi de 9h à 19h. Numéro Indigo : 0.15 € TTC/min.

Offres réservées aux petites et moyennes entreprises de moins de 200 salariés, à la France métropolitaine et valables jusqu'au 28/03/2012 dans la limite des composants et pièces disponibles. En fonction de la taille de la mémoire système et d'autres facteurs, une quantité de mémoire système importante peut être nécessaire pour prendre en charge les cartes graphiques. Une mémoire de plus de 96 Go requiert l'utilisation d'un deuxième processeur et de Microsoft Windows Vista 64 bits ou de Windows XP 64 bits, et une mémoire de plus de 128 Go requiert l'utilisation d'un deuxième processeur et de Red Hat Enterprise Linux. Un système d'exploitation 64 bits est requis pour prendre en charge au moins 4 Go de mémoire système. La capacité réelle du disque dur varie en fonction du matériel pré-installé et du système d'exploitation et peut être inférieure aux valeurs indiquées. Intel, le Logo Intel, Xeon et Xeon Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. Microsoft, Windows, Windows 7 et le logo Windows 7 sont des marques déposées ou enregistrées de Microsoft Corporation ou de ses filiales, aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Offres soumises aux Conditions Générales de Vente et de Service Dell, disponibles sur www.dell.fr. Dell S.A. Capital : 1 676 939 €. 1 Rond Point Benjamin Franklin - 34938 Montpellier Cedex 9 France. RCS Montpellier N° 351 528 229 - APE 4651 Z.



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

Dans le monde mobile, la taille compte. Cela ne veut pas dire qu'il faille faire une version mobile de son site, mais plutôt une version réactive.

Thord Hendegren, fondateur de Web Odd Alice. Page 10



Cent conseils pratiques



Dans ce numéro, nous vous livrons le Top 100 annuel des conseils pratiques et des tendances. Vous découvrirez les outils les plus importants que vous devrez utiliser dans votre métier. À commencer par HTML5, devenu officiellement un standard du Web. Il vous sera donné de nombreuses astuces, entre autres, sur ce nouveau langage, le template Boilerplate, l'encodage des vidéos, la recherche du bon éditeur, la manière de faire passer le HTML5 au mobile et le stockage des données du navigateur. Il est également question de mise en cache hors ligne de

documents Web, de la géolocalisation pour vos utilisateurs, des images 2D avec Canvas, des stratégies de secours avec les requêtes de médias, du choix d'une bibliothèque JavaScript, du passage à la 3D avec WebGL et des outils de débogage intégrés aux navigateurs. Et Photoshop ? Il a évidemment bénéficié d'un traitement spécial dans un dossier dédié ! Lui qui nous sert à réaliser des thèmes de pages, riches en images, est un rouage essentiel du processus de création. Il est là où se retrouvent toutes les idées avant que la programmation ne débute. Et Web Design est là pour vous le faire découvrir. Alors, bonne lecture !

Bertrand Audouy

HTML5, devenu officiellement un standard du Web, possède de nombreuses astuces.



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 🌐 www.webdesignmag.fr

Ce qui vous attend

- 14** Lightbox
Une galerie de Webdesign épatants
- 18** Pro file
NewRound
Un collectif Web
- 24** Blog beautiful
Des blogs design
Design façon vieux journaux
- 26** Dossier
Top 100 2012
Techniques, outils et tendances
- 42** Dossier
Photoshop
Les secrets des templates dévoilés
- 50** Design diary
Marketing en ligne
La nouvelle Tablet S de Sony
- 90** Style relics
AOL
Gloire de l'Internet



p. 42

Photoshop, qui vous sert à faire des thèmes de page riches en images et en beauté, est un rouage essentiel du processus de création. Découvrez un guide visuel de la théorie et des outils pratiques indispensables pour passer du concept à la réalisation ...



26

Dossier

Découvrez les dernières techniques et tendances.



50

Design diary

Talent créatif pour marketing en ligne.

<header>

Les sujets les plus tendances provenant du monde entier !

- 8** Comment
Mark Shelkin
Secrets du métier
- 10** Comment
Thord Daniel Hedengren
La taille des mobiles
- 12** Webkit
Meublez votre studio avec des gadgets



12

Webkit

Les derniers équipements à la mode.



18

Pro file

Dans les bureaux parisiens de NewRound.

B@commerce

le salon des professionnels du e-commerce

TECHNOLOGIE E-COMMERCE
SERVICES E-COMMERCE
MARKETING & COMMUNICATION
LOGISTIQUE & TRANSPORT
MOBILE COMMERCE



www.b-ecommerce.fr

2^{ème} édition

3, 4 & 5 avril 2012

Paris | Porte de Versailles | Pavillon 4

3 jours d'affaires et
toutes les expériences
pour gagner demain !

Un événement

Tarsus
FRANCE
GRUPPO MEDIA 8 712 8

monANNUAIRE
pro.com

Tenue conjointe :

STRATÉGIE SECA
CLIENTS
Le salon de la Relation Client

Sur le CD

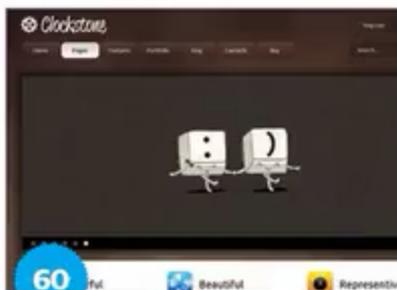
98 Récupérez les goodies de votre CD !

20 photos : offertes par Fotolia

- Des sons
- Des templates
- Des icônes
- Un composant Flash
- Les fichiers d'exercices



56 Action Script
Appliquer un scrolling 3D.



60 Facebook
Intégrer l'inscription à un site.



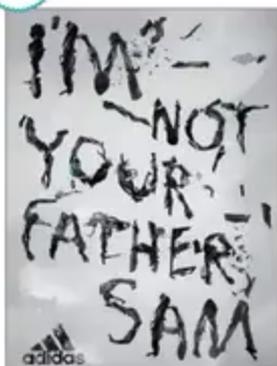
52 Drag and drop
Produire une galerie d'images.

<industry>

Vous montrer le meilleur des tendances

- 82** Carrière
Parlons boutiques
- 84** Portfolio
Des travaux de freelances
- 88** Trend map Oslo
- 92** E-commerce
Ouvrir un pop-up store

88 Oslo
Les meilleures agences



<tutoriels>

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

- 52** Produire une galerie d'images en glisser-déposer dans le style Polaroid
Profiter de la migration de Flash à JavaScript pour obtenir des effets visuels interactifs en plein boom.
- 56** Appliquer un scrolling 3D avec ActionScript 3
Ajouter des API 3D simples à Flash 10 pour, désormais, être vraiment "rock 'n' scroll".
- 60** Intégrer l'inscription sur Facebook à un site
Rationaliser sa méthode d'inscription par l'utilisation des API de Facebook.
- 64** Personnaliser les thèmes avec des widgets
Prendre le contrôle de vos zones "widgetisées" avec WordPress en les plaçant n'importe où dans votre thème, du centre aux côtés.
- 68** Créer un tag cloud avec une classe PHP personnalisée
Mettre à jour le modeste impact de votre tag cloud avec un puissant objet PHP-class.
- 72** Élaborer un menu de navigation texturé - partie 2
Développer une barre de navigation riche avec HTML5 et CSS3.
- 80** Des effets de survol percutants avec CSS3
Utiliser des effets spéciaux sans aucune baisse de performance pour le navigateur du client, favorisant des réponses attractives et inattendues de l'interface.

Web Workshop

Recréer les sites les plus à la pointe



- 80** Comprendre les designs qui changent avec le temps
Créer un design qui tient compte du temps pour impressionner vos visiteurs, en y apportant une touche esthétique facile à réussir.

**S'ABONNER
OU ACHETER
UN NUMÉRO EN LIGNE**
www.shop.oracom.fr

DES OFFRES SPÉCIALES
TOUTE L'ANNÉE !

OFFRE SPÉCIALE !



Abonnement 24 n°
1 LIVRE OFFERT*



145€
au lieu de ~~238,50 €~~

- > 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 24 numéros. Je joins mon règlement de 145 €.

Au choix

- Je choisis le livre SAVOIR TOUT FAIRE avec PHOTOSHOP - Web Design.
 Je choisis le livre SAVOIR TOUT FAIRE pour LE WEB - Avec les CSS.

NOM _____ PRÉNOM _____
ADRESSE _____
CODE POSTAL _____ VILLE _____
TÉLÉPHONE _____ E-MAIL _____

Date et signature obligatoires :

Je règle aujourd'hui par : chèque bancaire ou postal à l'ordre de Web Design / ORACOM SA

Tarifs Étranger : Nous consulter • Informatique et Libertés : en application de l'article L27 de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique et aux libertés, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification. Toute information vous concernant en vous adressant à notre siège social. Les informations requises sont nécessaires à l'établissement de votre abonnement.

* Offre valable en France métropolitaine jusqu'au 29.03.2012 dans la limite des stocks disponibles. Ces ouvrages peuvent être vendus séparément au prix unitaire de 24,90€ TTC.

Secrets du métier

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

À quoi peut-on s'attendre dans l'industrie du Web en 2012 ?

En vérité, personne ne sait ce que cette année nous réserve. En discutant avec nos clients, nous avons constaté que 2012 semble être l'année de l'imprévisibilité, et ça en inquiète beaucoup. La confiance est basse. Il semble que les campagnes spéculatives soient nombreuses et qu'il y ait suffisamment de travail pour tout le monde, mais au vu du fait que les comptes annuels sont de plus en plus bas et que les clients ne paient pas les agences à temps, nous nous attendons à ce que cette année soit témoin de nombreux changements.

Il n'y aura peut-être pas de récession, mais les temps vont quand même être durs et nous devons tirer des leçons de la dernière fois. Nous espérons que les jeunes et nouveaux designers ne seront pas de nouveau laissés sur la touche, et que les formations et le développement continueront d'être importants. Les grands réseaux d'agences sont souvent les premiers à freiner sur l'embauche, et les premiers à prendre de grandes décisions. Parfois, ces décisions sont prises par des bureaux internationaux, puis cela se répercute sur les agences anglaises. Les agences indépendantes ont tendance à faire ce qu'elles veulent, et font souvent le contraire des agences membres de réseaux. Espérons que les grands groupes ne gèleront pas les embauches, car ils possèdent un tel pourcentage de l'industrie que cela aurait des répercussions sur les autres holdings.

La dernière fois, chaque agence a géré à sa façon les réductions dans le budget de ses clients. Ce sera en grande partie la même chose cette année. Certaines sociétés se débarrasseront de leurs freelances et engageront des employés à plein temps, tandis que d'autres licencieront des employés à plein temps et engageront des freelances pour s'occuper de la charge de travail supplémentaire. Nous avons également vu de nombreux employés d'une certaine ancienneté se faire licencier et partir ensuite monter leur propre agence. Certains disent qu'une récession est le moment idéal pour lancer une société. En tout cas, ceux qui l'ont fait lors de la dernière récession ont récolté les fruits de leur travail, et beaucoup d'entre eux comptent maintenant parmi les agences les plus demandées. 2012 sera sans aucun doute témoin de la naissance de start-up prospères, comme celle de Damon Collins.

Si vous avez eu la malchance d'être licencié, ne paniquez pas. Pour moi,

chaque porte qui se ferme en ouvre une nouvelle, et il y a une raison à tout. Le meilleur conseil que nous puissions donner à ceux qui se retrouvent sans emploi est d'être proactifs. Vous allez devoir monter au front et prendre votre destin en main. N'attendez pas que ça vous tombe tout cuit dans la bouche, car il y a probablement plus de personnes à la recherche d'un emploi que de postes disponibles. Si vous avez de l'expérience et des amis dans l'industrie, contactez-les pour savoir s'ils ont quelque chose à vous proposer. Si vous êtes nouveau dans l'industrie, utilisez les réseaux sociaux comme LinkedIn et Twitter pour approcher les décideurs de sociétés pour lesquelles vous voulez travailler. Vous pouvez aussi, bien sûr, discuter avec des agences de recrutement pour vous faire une idée de l'état du marché, ce qui vous aidera peut-être encore un peu plus.

Si vous êtes freelance professionnel, baissez vos tarifs pour continuer à avoir du travail. Si vous cherchez un emploi à plein temps, attendez-vous à faire quelques CDD ou à passer par une période d'essai avant de trouver un CDI. Si vous avez eu la chance de garder votre emploi, attendez-vous à un gel des salaires. À moins que quelqu'un au-dessus de vous dans la hiérarchie ne parte et que vous ayez l'occasion d'être promu, votre salaire risque de rester le même pendant quelque temps. Ne laissez pas cela vous démotiver : voyez-le plutôt comme l'occasion de continuer à vous prouver et à prouver votre valeur, et attendez patiemment de meilleurs jours. Si vous pouvez survivre à une récession et garder votre travail, vous pourrez survivre à presque tous les obstacles que vous rencontrerez au cours de votre carrière.

Quand vous êtes dans un marché concurrentiel, vous devez sortir du lot. Ça commence par votre portfolio : gardez-le à jour et créez quelque chose d'unique. Peut-être avez-vous lu l'article que j'ai écrit pour un numéro précédent, sur les portfolios et sur l'essor de Cargo Collective. Il y a cependant tant de monde qui utilise Cargo Collective aujourd'hui qu'il devient difficile de se démarquer.

Si vous ne trouvez pas de travail en France, songez à aller travailler à l'étranger. Amsterdam, Dubaï, Miami et bien d'autres villes ont grand besoin de designers talentueux. Si votre situation personnelle vous permet de travailler n'importe où, ce sera peut-être rafraîchissant et bon pour votre CV !

☞ Amsterdam, Dubaï, Miami et bien d'autres villes ont grand besoin de designers talentueux. ☞

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



Dans le monde mobile, la taille compte

Thord est un écrivain travailleur qui ne se lasse ni du Webdesign, ni des logiciels open source, ni de l'écriture. Lorsqu'il ne publie pas des livres à la chaîne, il dirige l'agence Web Odd Alice à Stockholm, en Suède. Vous pouvez le suivre sur @tdh.



Thord Daniel Hedengren

L'important n'est pas de tout rétrécir pour les portables.

Ces derniers mois, nous n'avons entendu parler que du design réactif, et tout le monde se demande si c'est une bonne idée ou pas. J'ai lu beaucoup de critiques fondées sur ce sujet, et d'autres, soyons francs, un peu moins fondées qui, je pense, découlent souvent d'une peur et d'une réticence à apprendre quelque chose de nouveau. Devoir le faire peut être agaçant ; nous avons tous nos petites habitudes et c'est donc ennuyeux quand quelque chose de nouveau vient chambouler notre monde. Comme si ce n'était pas déjà suffisant que les Webdesigners doivent s'inquiéter de l'apparence qu'auront les choses dans plusieurs navigateurs à la fois ! Devons-nous aussi prendre en considération les écrans des portables quand nous faisons notre design initial ?

Design initial. C'est le vieux monde 1.0 qui parle là, celui dans lequel c'étaient les ordinateurs portables et les ordinateurs de bureau qui accueillaient les navigateurs Web. Aujourd'hui, nos smartphones et nos tablettes sont des alternatives redoutables. Il n'y a aucune raison pour que nous ne les incluions pas à notre design dès le départ. Design initial, oui, en effet.

Au final, tout se résume à ceci : la taille importe. Vous savez, c'est ce méchant dicton que les hommes ont transformé en mensonge. Et ce ne sont pas seulement la taille et la résolution de l'écran qui importent, c'est également la taille de votre site.

Même si l'on oublie facilement de penser aux kilooctets de scripts et d'images créés lorsqu'on fait la version bureau de son site Web (bien que vous ne devriez pas ; faites léger, les gars !), c'est tout simplement interdit lorsqu'on cible des appareils portables. La raison est simple, et il faut bien favoriser en tête : chaque kilooctet téléchargé coûtera de l'argent à l'utilisateur. S'il voulait payer pour utiliser un site, il le ferait de façon à ne pas mettre cet argent dans les poches de l'opérateur. Celui-ci récolte déjà suffisamment nos sous comme ça.

On m'a souvent fait des remarques à cause de cet avis. Ci-dessous, vous trouverez certains commentaires de la part de professionnels du Web à qui j'ai parlé de ce problème au cours des derniers mois :

« Les possesseurs d'iPhone ont bien évidemment un forfait avec échange illimité de données, ou un autre forfait du même genre... »

Bzz ! Mauvaise réponse, et le fait que vous supposiez cela nous en dit bien plus long sur vous que sur le monde réel.

« Eh bien, s'ils n'en ont pas, c'est qu'ils sont bêtes ! »

Ou peut-être sont-ils pauvres et ne peuvent pas se le permettre ? Peut-être n'ont-ils même pas besoin de tels forfaits, parce que ceux-ci ne servent à rien si l'on n'est pas un gros utilisateur. Pas vraiment besoin d'un forfait à grosse capacité d'échange de données juste pour vérifier ses e-mails et réserver des hôtels deux fois par mois.

Alors, quand je suis à l'étranger et que je veux ma dose quotidienne de Votre Site Génial, je dois payer, c'est ça ? 500 Ko coûtaient cher quand j'étais au Japon, je peux vous l'assurer. Ma facture de téléphone était déjà suffisamment élevée comme ça sans que vous ne l'aggraviez. Le truc, c'est que vous ne savez pas forcément quand et où les gens visiteront votre site.

« Bah ! On s'en fiche des gens à l'étranger, mes lecteurs ne voyagent pas ! »

Tant pis pour eux, je suppose, mais aussi tant pis pour vous. Ça vous dit quelque chose "mauvaise réception", "perte du réseau 3G", etc. ? 500 Ko, c'est déjà suffisamment lourd comme ça ; mais quand le réseau mobile refuse de coopérer, c'est horrible.

« Mes lecteurs vivent tous dans des grandes villes ! Des villes comme Stockholm où le Turbo 3G est partout. Et où des ours polaires déambulent dans les rues. »

Eh bien, les réseaux mobiles ont des problèmes là-bas aussi. Et même si ce n'est pas le cas, d'autres choses peuvent venir entraver votre connectivité 3G et vous vous retrouverez de nouveau avec une connexion lente.

Vous voyez où je veux en venir ? Ces derniers mois, certains ont compris cela, d'autres non. Presque tous sont d'accord sur un point : les petits écrans, que ce soient ceux des portables ou des tablettes, exigent qu'on y mette un peu de réflexion. À mon avis, cela ne veut pas dire qu'il faille faire une version mobile de son site, mais plutôt une version réactive, s'assurer que les liens ne changent pas, etc. Ce n'est pas génial quand on est designer, parce que d'un seul coup on ne peut plus penser en grilles de 960 pixels, il faut faire un effort supplémentaire. Ça en vaudra la peine, car le résultat final, de quelque taille qu'il soit, en bénéficiera.

☞ Ce ne sont pas seulement la taille et la résolution de l'écran qui importent, c'est également la taille de votre site. ☞

1&1 SERVEURS DERNIÈRE GÉNÉRATION



EXCLUSIVITÉ 1&1 :
2 x 16 CŒURS
PROCESSEUR AMD OPTERON™ 6272

NOUVELLE GAMME DE SERVEURS DÉDIÉS 1&1 :

NOUVEAU : SERVEUR 1&1
AVEC PROCESSEUR INTEL® !

SERVEUR
4i



- Intel® Xeon® E3-1220
- 4 cœurs jusqu'à 3,4 GHz
- 12 Go ECC RAM
- 1000 Go RAID 1 avec
2 x 1000 SATA HDD

69,99€
HT/mois*
(83,71 € TTC/mois)

OFFRE SPÉCIALE :
3 MOIS GRATUITS !*

SERVEUR
XL 6



- AMD Hexa-Core
- 6 cœurs jusqu'à 3,3 GHz
- 16 Go ECC RAM
- 1000 Go RAID 1 avec
2 x 1000 SATA
HDD

3 MOIS À
0€*

99,99€
HT/mois*
(119,59 € TTC/mois)

EXCLUSIVITÉ 1&1 :
LE SERVEUR LE PLUS PUISSANT !

SERVEUR
XXL 32 CORE



- 2 x AMD Opteron™ 6272
(Interlagos)
- 2 x 16 cœurs jusqu'à 3,0 GHz
- 64 Go ECC RAM
- 2400 Go RAID 6 avec
6 x 600 SAS HDD

399,99€
HT/mois*
(478,39 € TTC/mois)

- ✓ **Fiabilité :**
Centres de données ultra-modernes, disponibilité de plus de 99,9 %
- ✓ **Tout inclus :**
Parallels® Plesk Panel
10.4 illimité, SSL, nom de domaine
- ✓ **Flexibilité :**
Systèmes d'exploitation et fonctionnalités au choix
- ✓ **Rapidité :**
Trafic illimité et connectivité de plus de 275 Gbits/s
- ✓ **Des questions ?**
Hotline non surtaxée et assistance par email

Découvrez tous les serveurs 1&1 sur notre site Web.

1&1



Contactez-nous au **0970 808 911** (non surtaxé) ou consultez notre site Web

www.1and1.fr

* Offre Serveur XL 6 : 3 mois à 0 € puis 99,99 € HT/mois (119,59 € TTC/mois). Offre soumise à un engagement de 12 mois et à des frais de mise en service de 99 € HT (118,40 € TTC). Offre sans durée minimum d'engagement également disponible. Serveurs 4i et XXL 32 Core : frais de mise en service de 49 € HT (58,60 € TTC) pour le Serveur 4i et de 99 € HT (118,40 € TTC) pour le Serveur XXL 32 Core. Pas de frais de mise en service en cas d'engagement de 12 mois. Conditions détaillées sur 1and1.fr.

<webkit>

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

AndyPad

129 £ (env. 155 €)

www.andypad.co.uk

1 L'AndyPad normal est une tablette Android adaptée aux enfants, intégrant 8 Go de mémoire vive, un écran ResiTouch de 7 pouces, le Wi-Fi et quelques jeux simples préinstallés. Vous pouvez y mettre de la musique, des films, des livres, prendre des photos et augmenter si vous le voulez sa capacité de stockage jusqu'à 32 Go.

Digitech iPB-10

499 \$

(env. 600 €)

www.digitech.com

2 L'iPB-10 exploite la puissance de l'iPad et associe la simplicité d'un pédalier à la flexibilité d'un multi-effet comprenant 87 pédales, 54 amplis et 26 baffles.

iCade pour iPad

128 \$ (env. 100 €)

www.firebox.com

3 Revivez vos journées passées en salle d'arcade grâce à cette miniborne conçue spécialement pour accueillir un iPad. LiCade est équipée d'un joystick et de huit boutons pouvant être reliés sans fil à l'iPad. Un jeu gratuit provenant de l'appli Atari Greatest Hits est également fourni avec, il s'agit actuellement de l'extraordinaire *Missile Command*.

SimpleMind+ GRATUIT

<http://bit.ly/h50qSj>

La version Plus de SimpleMind est gratuite, et transformera votre iPad, votre iPhone ou votre iPod touch en un appareil de brainstorming, de recoupement et de structuration d'idées. Déplacez, organisez et modifiez les aisément.



Etui Ear Phone

16 \$ (env. 10 €)

www.urbanoutfitters.co.uk

4 Pour que l'iPhone 4 et ses courbes restent en bon état, il leur faut un étui. Cet "appendice massif en silicone" est une solution amusante qui devrait faire rire lorsque vous répondez au téléphone.

Apple Thunderbolt

999 \$ (env. 770 €)

www.apple.com

5 Le Thunderbolt est un magnifique écran de 27 pouces rétroéclairé par LED, d'une résolution de 2560 x 1440 pixels et équipé d'une caméra FaceTime HD, d'un son de grande qualité, de trois ports USB 2.0, d'un port FireWire 800 et d'un port Thunderbolt si vous souhaitez relier en guirlande des périphériques hautes performances supplémentaires.

Étui Brunswick pour iPad 2

Env. 140 €

www.proporta.com

6 Si vous recherchez un peu de classe, de forme et de fond, l'étui Brunswick pour l'iPad 2 propose les trois. En véritable cuir précieux et cousu à la main, chaque étui est soigneusement contrôlé pour s'assurer qu'il est en parfait état.

Écouteurs Magnum

55 \$ (env. 40 €)

www.onanoff.com

7 De jolis écouteurs avec leur propre rangement pour câbles afin que vous n'ayez plus à vous soucier de ces fils agaçants qui s'emmêlent sans arrêt. Les écouteurs Magnum arborent également un double Jack, ce qui les rend idéaux pour partager votre musique avec un ami.

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



OpenDrive
Gratuit www.opendrive.com
Pour sauvegarder, synchroniser et partager documents, morceaux de musique ou images, ainsi que pour lire des vidéos en ligne.



Pixmac
Gratuit www.pixmac.com
Une agence microstock proposant de nombreuses images de grande qualité et sa propre section "Célébrités".



The Early Edition
5\$ (env. 4 €)
<http://bit.ly/diKICH>
Créez votre quotidien en ligne à partir de sources d'actualités que vous pourriez voir affichées comme sur la première page d'un journal. Importez des flux de Google Reader ou des fichiers OPML, ou bien rajoutez des URL de flux, classez-les en plusieurs catégories, et archivez-les.

Digital Artist
8,90 €
www.digitalartistmag.com
11 Digital Artist met à votre disposition tout ce qu'il vous faudra pour créer des dessins, des illustrations et des graphismes incroyables : cours sur les bases de l'art traditionnel et du design, ou encore façons créatives d'utiliser les supports numériques les plus récents.

CoffeeScript: Accelerated JavaScript Development
29 \$ (env. 25 €)
<http://pragprog.com>
8 Ce bel ouvrage propose une introduction détaillée à ce nouveau langage qu'est CoffeeScript, en commençant par les toutes premières bases. Apprenez à utiliser des fonctionnalités qui vous feront gagner du temps, et découvrez comment déployer votre travail sur plusieurs environnements grâce à jQuery et à Node.js.

Création de blogs
14,90 €
www.shop.oracom.fr
9 Plus de 150 pages qui vous feront découvrir comment bien construire, écrire et gérer votre blog. Découvrez comment trouver un créneau pour votre blog, faire passer le mot et créer un contenu intéressant.

AndyPad Pro
179 £ (env. 215 €)
www.andypad.co.uk
10 L'AndyPad Pro, cousin de l'AndyPad, comprend de nombreuses fonctionnalités que l'on ne retrouve pas chez ce dernier. Cette tablette est équipée de 16 Go de mémoire, d'un port mini-HDMI pour pouvoir lire des vidéos sur les télé équipées, du Wi-Fi et d'un appareil photo à l'avant comme à l'arrière.

Volkswagen Beetle

www.beetle.com

Développé avec HTML5, CSS, MooTools, WebSocket

DDB Tribal

Designer **DDB Tribal**
http://ddb-tribal.com

Un nouveau site brochure somptueux pour une voiture emblématique propose un petit truc magique sur mobile qui impressionnera vos amis.



n avez-vous déjà eu tellement assez de la barre de défilement de votre navigateur que vous avez souhaité avoir quelque chose de plus... original ? Même si la réponse est non, attendez un peu, car ce nouveau projet nous venant des génies de DDB Tribal va vous montrer

une nouvelle façon excitante de naviguer sur un site. Ne vous méprenez pas, ce site d'e-marketing incroyablement fligné pour la nouvelle Coccinelle sportive de VW ne s'appuie pas sur l'originalité pour faire forte impression. Comme pour tant d'autres sites commerciaux connus et à la mode (voir Design Diary en page 50), c'est le défilement effectué par l'internaute qui détermine la manière dont le contenu apparaît. Ce site mélange

avec brio de très belles photographies de voitures, des transitions fluides et un défilement parallaxe, faisant ainsi concorder la façon dont il a été construit avec la modernité dont fait preuve la Coccinelle. Le moment le plus impressionnant est celui où nous suivons les instructions qu'on nous avait données et que nous entrons un code mystérieux dans notre iPhone ou téléphone Android.

L'avantage, c'est que nous n'avons pas à télécharger d'appli ou à imprimer de cible de réalité augmentée, pas très pratique, il suffit de visiter un site mobile spécial et de rentrer ces chiffres magiques. Vous pourrez alors voir avec stupeur le navigateur de votre ordinateur de bureau aller vers le bas de la page en même temps que vous faites tourner le pneu sur votre téléphone ! Qu'inventera-t-on ensuite, hein ?

Vous pourrez voir le navigateur de votre ordinateur de bureau aller vers le bas de la page en même temps que vous faites tourner le pneu sur votre téléphone.



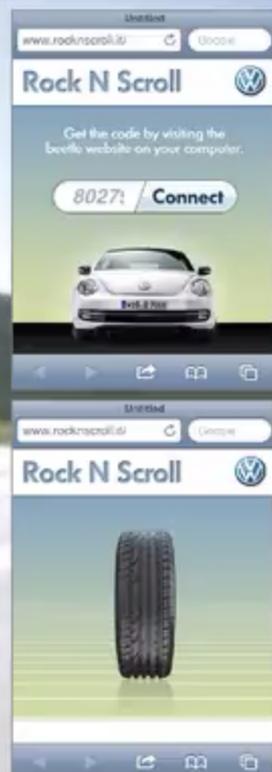
<ci-dessus>

La nouvelle Coccinelle de VW est arrivée, et ce site original nous montre comment vendre un classique grâce à une technologie moderne.

<ci-dessous>

Ces temps-ci, il est très à la mode de se servir du défilement vertical ou horizontal pour montrer l'agencement d'un site, ou pour raconter une histoire de manière visuelle.



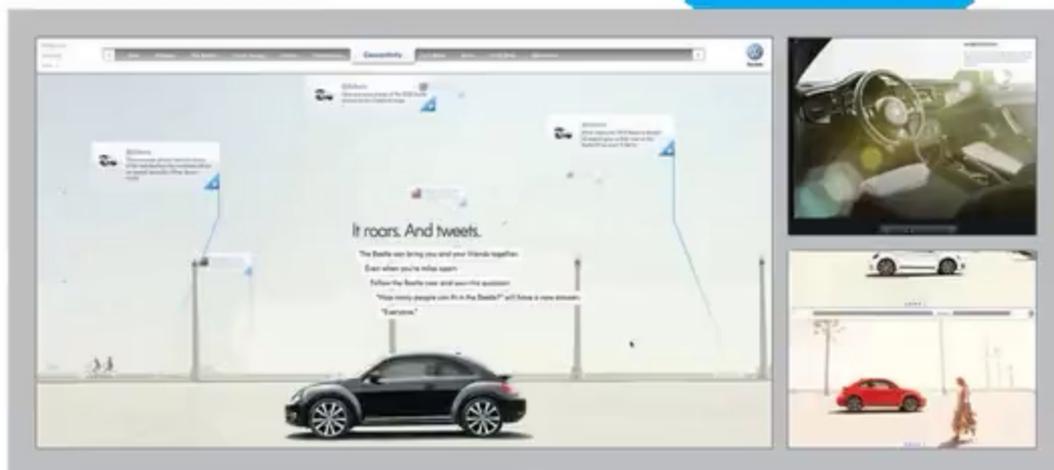


Molettes

Faire défiler la page à partir de son téléphone ne sert concrètement pas à grand-chose, mais cela laisse entrevoir, pour les futurs sites, des innovations plutôt cool en matière d'interactivité.

«de haut en bas»

- Entrez le code sur le site mobile www.rocknscroll.it et cliquez sur Connect.
- Vous verrez apparaître un pneu se comportant comme une molette qui vous permettra miraculeusement de contrôler la navigation de la page à partir de votre smartphone, sans avoir à télécharger d'appil.



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

- Cette partie du site, qui récupère des tweets du compte officiel @21cBeetle, représente l'intégration au monde des réseaux sociaux.
- L'intérieur de la voiture est décrit par le biais d'une galerie d'images, ce qui est un peu plus simple et statique que le reste.
- La partie "Scroll Drive" à la fin du site utilise elle aussi de beaux effets de transition pour déplacer la Coccinelle à travers de nombreux décors.

It's UP2U

<http://chooseup2u.com>

Développé avec CSS, JavaScript, Flash



Designer **The Martin Agency, unit9**

www.martinagency.com

www.unit9.com

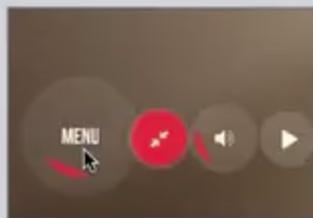
Un site promo conceptuel se sert de courts-métrages pour créer une expérience marginale où l'on peut mélanger huit vidéos intrigantes.



Quand un site Web cesse-t-il d'être un site Web pour devenir quelque chose d'autre de plus difficile à définir ? Même si nous avons déjà eu l'occasion de voir de très nombreux designs, nous continuons à en découvrir de nouveaux qui attirent notre attention parce qu'ils sont très différents de ce qui se fait habituellement. Ce site, pour le chewing-gum UP2U de Mentos, n'est pas constitué d'autre chose que huit courts-métrages originaux tournés exprès pour ce projet. En concordance avec le message de la marque (deux parfums dans un seul paquet), vous pouvez lire deux vidéos en même temps et passer de l'une à l'autre en temps réel. Une barre diagonale les sépare et

vous laisse en afficher une par-dessus l'autre, ce qui donne des mélanges bizarres qui le sont d'autant plus que les pistes audio se mélangent elles aussi. Ce qui est astucieux ici, c'est que les séquences ont été chorégraphiées de façon étrangement similaire et que, bizarrement, le résultat obtenu reste logique. C'est unit9, agence londonienne, qui a eu la tâche de tourner ces films en l'espace de cinq jours. Elle a assemblé des décors sur mesure et composé une musique entièrement originale, ce qui représente un investissement créatif considérable dans un site Web qui préfère le cinéma aux petits tours en HTML. À la place de ceux-ci, nous avons une façon ingénieuse de présenter les vidéos : des bibliothèques JavaScript, des SWFObjects et swfit.js servent à intégrer ce qui est en Flash et à le redimensionner, et on trouve également dans le code une lightbox jQuery appelée Facebook.

Une barre diagonale sépare les deux vidéos et vous laisse en afficher une par-dessus l'autre, ce qui donne des mélanges bizarres.



<ci-dessus, de haut en bas>

• Lors de certains passages, on peut apprécier le soin avec lequel les vidéos de chaque paire ont été synchronisées pour qu'elles se complètent lorsqu'on les mélange.

• Le menu ne comporte pas beaucoup de commandes, mais celles qui sont présentes sont bien faites et contiennent des animations de survol subtiles.

<ci-contre>

• On vous demande initialement de "choisir votre parfum" parmi huit images tirées des vidéos, qui juxtaposent leurs styles très différents.

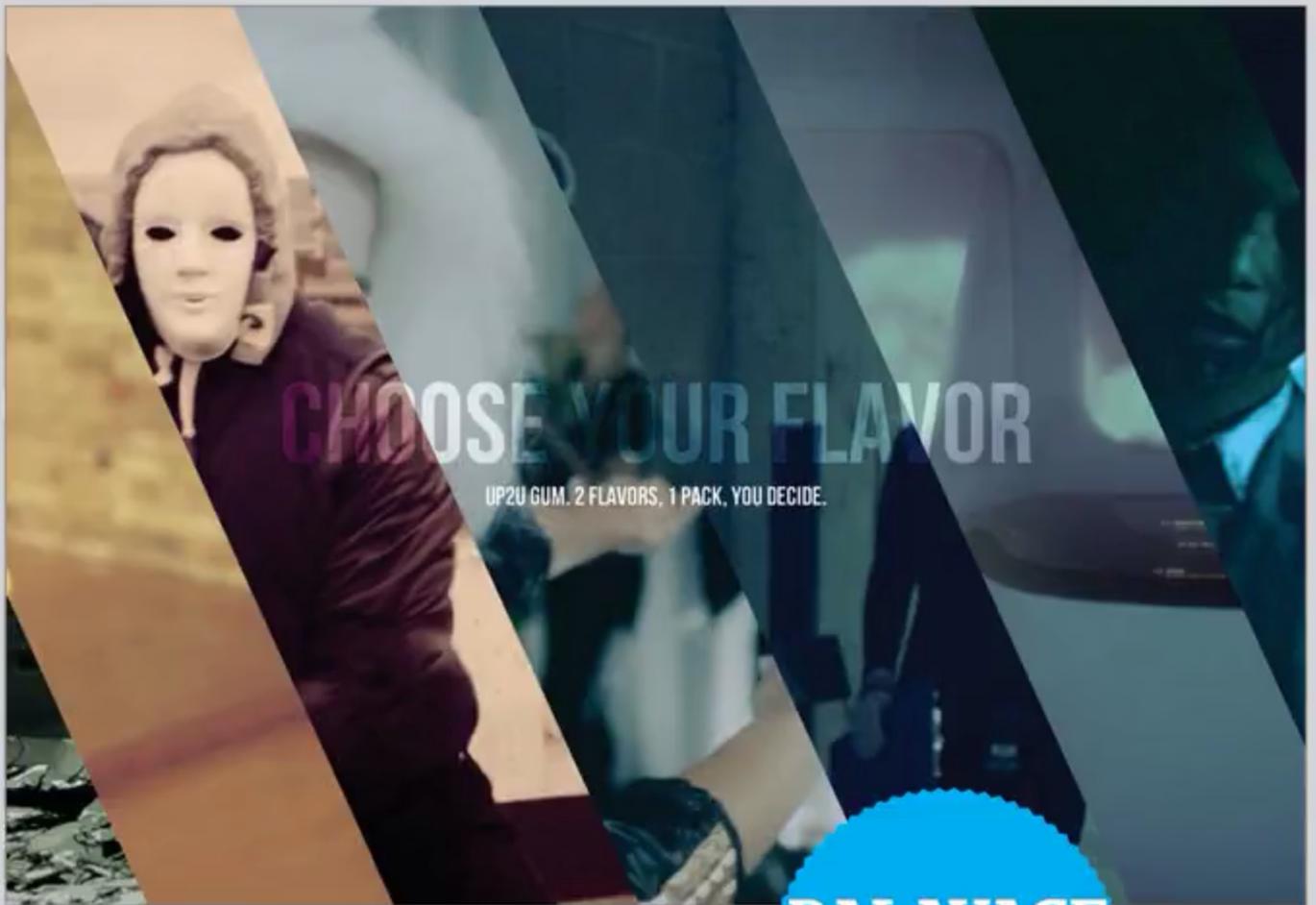
<ci-contre>

• Les vidéos, intitulées "Superhero" ou encore "Supermodel", ont toutes été créées par l'équipe de tournage d'unit9 et son metteur en scène Anrick Bregman.

<ci-dessous>

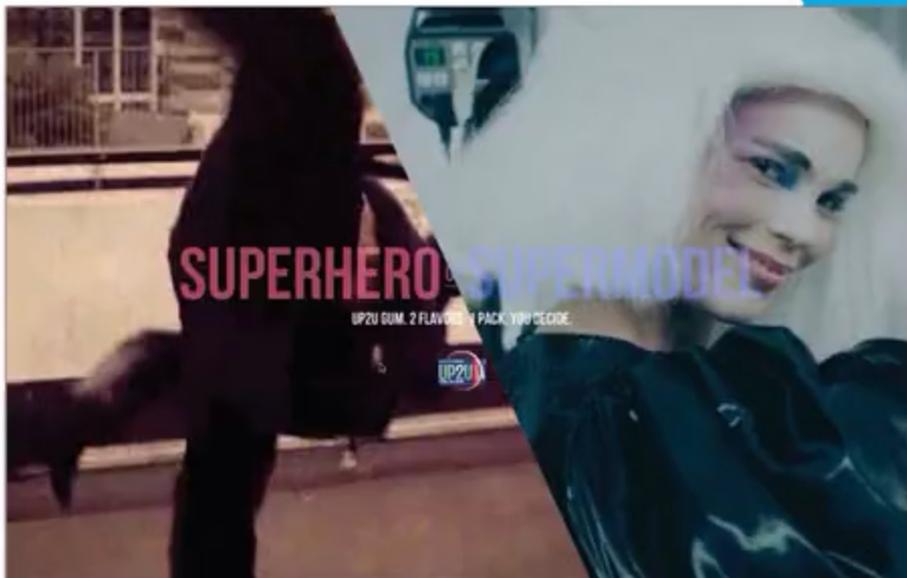
• À la fin de chaque séquence vous est indiqué quel pourcentage de chaque vidéo vous avez regardé.





BALAYAGE

Il est particulièrement fascinant de pouvoir passer instantanément d'une vidéo Flash à une autre, celles-ci étant adroitement synchronisées, et l'effet est étonnamment réactif.



<ci-dessous>

• En faisant glisser la barre diagonale en travers de l'écran, vous pouvez afficher ou cacher les vidéos et imaginer de nouveau les scènes.



Agence Digitale NewRound, collectif Web

NewRound est un collectif de freelances dans le milieu du Web. Il a été créé en 2008, à Paris. Ce collectif, aux capacités complémentaires, intervient principalement dans la réalisation de votre charte graphique et dans la réalisation de votre projet Web, avec des intervenants ayant une bonne maîtrise des nouvelles technologies.

Propos recueillis par Antoine Duchamp

qui NewRound **quoi** Collectif de freelances dans le milieu du Web depuis 2008
où Paris **web** www.newround.net



principalement composé de deux Webdesigners, deux développeurs/intégrateurs et d'un responsable de projet.

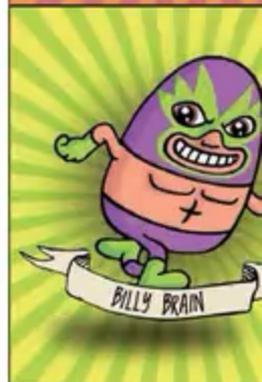
NewRound a déjà une équipe de base aux profils complémentaires. « Mais notre spécificité en tant que collectif, c'est la flexibilité de notre équipe qui peut facilement intégrer d'autres compétences en fonction des projets qui nous sont confiés. » Les fondateurs de NR

sont Olivier Demonchy, directeur artistique et Webdesigner, Cédric Lagrandcourt, développeur/intégrateur, et Johann Van Aerden, Webdesigner/intégrateur. « Nous avons tous déjà plusieurs années d'expérience quand nous avons décidé de regrouper nos compétences. NR intervient au niveau de la conception et de la réalisation d'un projet Web. Une fois

qu'une stratégie est définie, nous intervenons en qualité de conseil sur l'architecture des contenus, l'ergonomie et la navigation, puis nous nous occupons de la réalisation graphique et technique. Nous intervenons aujourd'hui sur tout type de projet Web : corporate, événementiel, portail d'informations, blogs, e-commerce... »

NewRound et l'avenir

NR aspire à plaire, et à se plaire. Bien que le plaisir du client soit plus qu'important, leur plaisir à eux dans la réalisation de leurs projets est également primordial. « Pour le futur, nous souhaitons continuer à partager des expériences nouvelles en œuvrant sur des projets qui nous plaisent (et qui plaisent à nos clients, bien sûr). » À propos de l'internationalisation, NR nous répond que le collectif est composé de freelances passionnés, souhaitant préserver des relations privilégiées et de proximité avec ses clients. « À ce jour, nous



<p>CHRISTIAN CUNY ALIAS "L'UN DES VOSERS", SOUS SON AIR BOUYER, CET GROS LMAO CÉLÈBRE SERA LE COMPAGNON IDEAL POUR UN PROJET BIEN ALLIÉ SA DEVISE POUR 2012 "UN PEU DE DOUCEUR DANS UN MONDE DE BRUTES"</p>		<p>JOHANN VAN AERDEN ALIAS "AFFORDANCE BOY", DE L'INNOVATION, DE L'ENTHOUSIASME ET DU HYPERACTIVISME VOUS PERMET D'APPRÉHENDER LE WEB DE 2012 SA DEVISE POUR 2012 "J'ARRÊTE MINECRAFT ET JE ME METS AU JASS"</p> <p>→ VOIR SON SITE</p>
<p>CHRISTOPHE CASTEL ALIAS "BOUL PAIN", VOUS MITONNERA UNE STRATÈGE AUX PETITS DINMANS ET LA RECETTE D'UN SITE WEB RAPIDE À SOUHAITER ! SA DEVISE POUR 2012 "TOUJOURS PLUS, MAIS EN MIEUX."</p>		<p>OLIVIER DEMONCHY ALIAS "OIL DE LYNX", SAURA VOUS SÉDUIRE PAR SON ESPRIT CRÉATIF ET SES RÉALISATIONS TOUJOURS DE BON GOUT. SA DEVISE POUR 2012 "DU BEAU, DU BON, DU MEH !"</p> <p>→ VOIR SON SITE</p>
<p>CÉDRIC LAGRANCOURT ALIAS "CLÉ À MOLETTE", METTRA TOUTS SES MÉCANISMES EN ACTION POUR QUE VOTRE SITE VOUS APPELLE AU POINT ET À L'ŒIL. SA DEVISE POUR 2012 "ON VA CLIGNER DE JOIE !"</p> <p>→ VOIR SON SITE</p>		<p>SÉBASTIEN PICOT ALIAS "POINTS DE FÉE", DONNERA VUS À TOUTES VOS INTIÈRES INNOVATIONS. SA DEVISE POUR 2012 "SOUS LE SOLEIL, EXACTEMENT, AU PIXEL PRÈS."</p> <p>→ VOIR SON SITE</p>



Clients

PPR, Boursorama, L'Équipe.fr,
ABC Arbitrage, Green et Vert,
12^{ème} Homme, etc.

travaillons plutôt pour des entreprises françaises désireuses de communiquer vers la France et l'étranger.» La liste des clients de NewRound est tout de même pas mal. PPR, Boursorama, L'Équipe... enfin, beaucoup de grosses entreprises. Chez NR, le piston n'y est pour rien. « Nous remarquons depuis plusieurs années que les grandes entreprises se tournent de plus en plus vers les petites structures comme la nôtre, dans le cadre de leurs projets Web. Nous sommes d'ailleurs souvent en compétition avec de grosses agences sur des appels d'offres importants. » L'originalité, la sympathie, la créativité et la qualité de leur structure font le reste du travail.

Graphisme créatif

« Une bonne dose de créativité, le souci du détail et toujours mettre le design au service de l'expérience utilisateur » sont les maîtres mots pour la réalisation d'un design chez NewRound, même si les demandes

sont toujours différentes en fonction des clients. « Certains nous sollicitent sur des problématiques d'image, de design et d'ergonomie, d'autres peuvent être plus attachés aux fonctionnalités du site ou à l'outil de gestion de contenu que l'on va mettre en place... Nous essayons bien sûr de satisfaire tous ces points à la fois, dans le respect du budget alloué au projet. Grands fans de WordPress pour le CMS, nous travaillons la plupart du temps sur des plateformes LAMP (Linux, Apache, MySQL, PHP). C'est l'environnement le plus communément utilisé sur Internet. Par ailleurs, les technologies open source nous semblent beaucoup plus sûres et durables. » L'équipe développement de NewRound essaie par ailleurs d'utiliser et d'intégrer autant que possible les dernières technologies telles que l'HTML5, le CSS3 ou le WebGL, qu'ils trouvent intéressantes.

Bien qu'ils ne souhaitent pas opposer le Flash au JavaScript, et donc ne pas répondre catégoriquement

NewRound

Olivier Demonchy,
directeur artistique et Webdesigner

« Rencontre de compétences complémentaires, NewRound intervient principalement dans la création graphique et la réalisation de projets web. »



< ci-dessus >

Travail sur le design global et l'ergonomie
Deux plateformes dédiées au foot et au rugby pour Orange, avec Havas Sports.
« Le 12^{ème} homme » pour le foot et « Ensemble avec le XV » pour le rugby, permettent aux communautés de passionnés, de partager et d'échanger sur leur sujet favori.



< ci-contre et ci-dessus >

Refonte du site ABC Arbitrage
Ce nouveau site web s'inscrit pleinement dans la politique générale de communication du groupe coté en bourse, visant à rendre toujours plus accessible son information et à favoriser l'interactivité avec ses principaux partenaires, actionnaires et futurs collaborateurs.



Nous sommes amenés aujourd'hui à beaucoup plus utiliser le JavaScript que le Flash.

à notre question « Flash ou JavaScript ? », NewRound voit les choses par leur côté pratique : « Faut-il vraiment opposer ces deux technologies ? Quoi qu'il en soit, avec l'évolution des navigateurs et l'arrivée du HTML5, nous sommes amenés aujourd'hui à beaucoup plus utiliser le JavaScript que le Flash, pour dynamiser les sites que nous réalisons.

De plus en plus de sites passent aussi du Flash au HTML pour des problématiques de référencement naturel ou de compatibilité avec les nouveaux supports de type smartphone ou tablette. »

NewRound procède de manière très organisée et sensée pour la réalisation de ses projets, avec un planning d'une moyenne de huit à dix semaines pour la réalisation d'un projet.

Le site de PPR

Voici les trois grandes phases décrites par NewRound : « Stratégie et transformation fonctionnelle, ergonomie et Webdesign, développement et intégration. » Ces trois grandes phases permettent une réflexion sur le positionnement de la marque et l'image de l'entreprise

avec laquelle ils travaillent, se prolongeant par des propositions ergonomiques et graphiques, pour se terminer sur un développement front end testé et validé avant publication du projet. Sa réalisation la plus remarquable ? PPR est un grand groupe du CAC 40. Les marques qui le composent sont plutôt prestigieuses : Gucci, Puma, La Fnac, et autres... Ce projet a également été une grande victoire pour une petite structure comme NewRound, qui a remporté l'appel d'offres de la part d'un tel groupe. « C'était un challenge pour nous d'avoir remporté cet appel d'offres et de travailler pour un grand groupe du CAC 40. Nous avons conçu pour eux une interface originale et très flexible qui leur permet de communiquer très rapidement sur les nombreuses activités du groupe et de ses marques. Ce projet de longue haleine a duré six mois, mais nous avons toujours été soutenus dans notre démarche par les responsables du projet chez PPR. Cela dit, nous sommes aussi très fiers de notre seconde refonte du site de L'Équipe.fr ou de la récente réalisation du site d'ABC Arbitrage. »



Refonte du site groupe PPR, contre le site du CAC 40 et développement d'un portail email de marques mondiales

Nouvel site web Boursorama, le portail N°1 de l'information financière

Interview

Un collectif de freelances web, créé à Paris en 2008

L'équipe principale est composée de profils complémentaires : deux webdesigners, deux développeurs intégrateurs, un responsable projets. Mais sa spécificité en tant que collectif, c'est la flexibilité de son équipe qui peut facilement intégrer d'autres compétences en fonction des projets qui leur sont confiés. À la base, ils sont trois. Olivier Demonchy, directeur artistique et webdesigner, Cédric Lagrand'court, développeur-intégrateur et Johann Van Aerden, webdesigner et intégrateur. Ils avaient tous déjà plusieurs années d'expérience quand ils ont décidé de regrouper leurs compétences. Interview des trois cofondateurs.

Vos aspirations pour le futur ?
Continuer à partager des expériences nouvelles en œuvrant sur des projets qui nous plaisent (et qui plaisent à nos clients, bien sûr).

Avez-vous des projets d'internationalisation ?
NewRound est un collectif de freelances passionnés qui souhaitent préserver des relations privilégiées et de proximité avec ses clients. À ce jour, nous travaillons plutôt pour des entreprises françaises désireuses de communiquer vers la France et l'étranger.

PPR, Boursorama, l'Equipe.fr... Comment en êtes-vous arrivé là ?
Le piston, bien sûr ! Non plus sérieusement, nous remarquons depuis plusieurs années que les grandes entreprises se tournent de plus en plus vers les petites structures comme la nôtre, dans le cadre de leurs projets web. Nous sommes d'ailleurs souvent en compétition contre de grosses agences sur des appels d'offres importants. L'originalité de notre structure, notre créativité et la qualité de notre travail font le reste... et en plus on est sympas !

Quels sont les points auxquels NewRound attache le plus d'importance dans ses réalisations graphiques ?
Une bonne dose de créativité, le souci du détail et toujours mettre le design au service de l'expérience utilisateur.

Quelles exigences de la part des clients reviennent le plus régulièrement ?
Quand nous réalisons un projet Web, les exigences de nos clients sont variées. Certains nous sollicitent sur des problématiques d'image, de design et d'ergonomie, d'autres peuvent être plus attachés aux fonctionnalités du site ou à l'outil de gestion de contenu que l'on va mettre en place... Nous essayons bien sûr de satisfaire tous ces points à la fois dans le respect du budget alloué au projet.

Quels conseils pour des jeunes designers/graphistes souhaitant intégrer NewRound ?
Nous pouvons être amenés à solliciter des compétences particulières sur un projet. Alors, si vous êtes freelances et avez du talent, contactez-nous !

Quelles sont les technologies le plus souvent utilisées chez NewRound ?
Grands fans de WordPress pour le CMS, nous travaillons la plupart du temps sur des plateformes LAMP (Linux, Apache, MySQL, PHP). C'est l'environnement le plus communément utilisé sur internet. Par ailleurs, les technologies Open-Source nous semblent beaucoup plus sûres et durables. Nous sommes aussi toujours à l'affût des nouvelles possibilités technologiques (HTML5, CSS3, WebGL...) et essayons autant que faire se peut de les implémenter dans nos projets.

Javascript ou flash ? Pourquoi ?
Quoi qu'il en soit, avec l'évolution des navigateurs et l'arrivée du HTML5, nous sommes amenés aujourd'hui à beaucoup plus utiliser Javascript que Flash pour dynamiser les sites que nous réalisons. De plus en plus de sites passent aussi du Flash au HTML pour des problématiques de référencement naturel ou de compatibilité avec les nouveaux supports de types smartphone et tablette.

Pôle rédaction

Des créatifs diversifiés

NewRound, c'est un collectif de créatifs et développeurs freelances basés à Paris, ayant fait leurs preuves dans des domaines d'activités tels que le luxe, le sport ou encore la finance.

Rencontre de compétences complémentaires, nous intervenons principalement dans la création graphique et la réalisation de projets web. Leur meilleure réalisation, en détail, et pourquoi ? « Disons plutôt la plus importante, fut sans doute la refonte du site du groupe PPR. C'était un challenge pour nous, d'avoir remporté cet appel d'offre et de travailler pour un grand groupe du CAC 40, dont le nom est peu connu du grand public mais dont les marques sont prestigieuses et internationales (Gucci, Puma, La Fnac...). Nous avons conçu pour eux une interface originale et très flexible qui leur permet de communiquer très rapidement sur les nombreuses activités du groupe et de ses marques. Ce fut un projet de longue haleine qui a duré six mois, mais nous avons toujours été soutenus dans notre démarche par les responsables du projet chez PPR. Cela dit, nous sommes aussi très fiers de notre seconde refonte du site de L'Equipe.fr ou de la récente réalisation du site d'ABC Arbitrage. » Avec des parcours professionnels variés, ils partagent créativité et réactivité afin de proposer aux entreprises ou aux agences de communication, un savoir-faire combinant communication visuelle pertinente et parfaite maîtrise des technologies. NewRound, c'est aussi une structure légère, appuyée par un réseau de spécialistes aux expertises complémentaires, capable de vous accompagner dans la réussite de votre projet internet.

<ci-contre et ci-dessous>

Nouvelle version du site L'Equipe.fr NewRound a réalisé le nouveau site Web de L'Equipe.fr. « C'est notre deuxième refonte et la 6ème version du site aux 5 millions de visiteurs uniques par mois. », souligne l'agence.



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

Recrutement dans un collectif talentueux

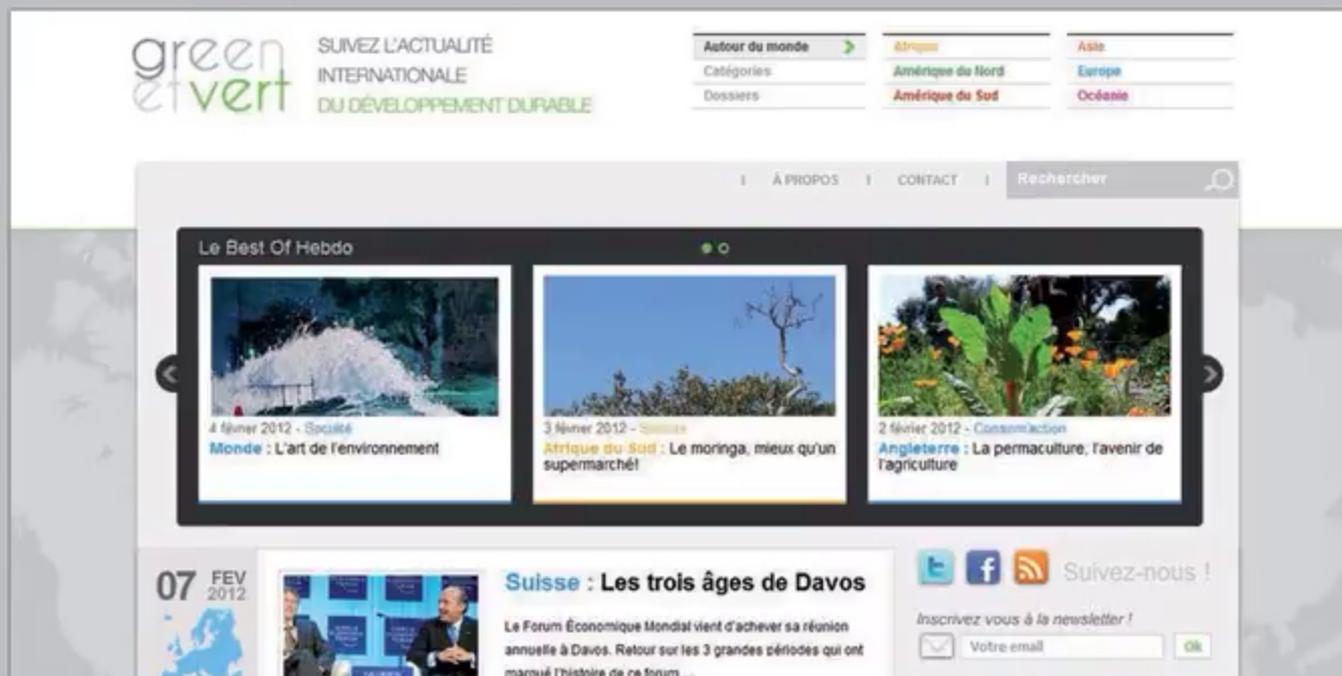
Comment rejoindre NewRound ? « Nous pouvons être amenés à solliciter des compétences particulières sur un projet. Alors, si vous êtes freelance et avez du talent, contactez-nous ! ». C'est le message de NR envers les jeunes talents, qui souhaiteraient peut-être travailler avec eux. Un message d'enthousiasme, pour un accueil probablement chaleureux dans leur équipe. NewRound ne recrute pas à proprement parler comme une agence Web. C'est un collectif. Ils sont donc plus

souvent amenés à collaborer avec d'autres freelances pour certains projets qu'à employer des personnes. Mais même pour les collaborations « le choix se fait sur les compétences bien sûr, mais aussi sur un état d'esprit commun ». Bien que de petite envergure, NewRound est un collectif talentueux, exécutant des projets complexes pour des clients de plus en plus prestigieux. Ils montrent que la collaboration est un très bon moyen de travailler et remettent un peu au goût du jour le système de collectif, probablement plus simple à gérer qu'une entreprise ayant des employés permanents.



<ci-dessus>

Refonte du site groupe PPR Conception d'une nouvelle interface dynamique et travail sur les fonctionnalités, l'ergonomie et l'identité visuelle, puis intégration HTML/CSS/JS pour la plateforme de CMS Drupal.



<ci-dessus>

Nouvelle version du blog Green et Vert

Refonte ergonomique et graphique, intégration sur plateforme WordPress, du blog Green et Vert dédié à l'actualité internationale du développement durable.

Curriculum vitae

Un portfolio riche en idées

De la PME à l'entreprise du CAC 40, cette agence s'attache à travailler avec la même implication.

Elle a notamment réalisé le nouveau site Web de l'Equipe.fr. « C'est notre deuxième refonte et la 6^{ème} version du site aux 5 millions de visiteurs uniques par mois. Nous avons réalisé un travail d'ergonomie et de design sur plusieurs mois, afin de proposer une version plus structurée et aérée, mettant notamment davantage en valeur les contenus visuels et vidéos du site. Nos clients sont aussi divers et variés que peut l'être notre faculté d'adaptation aux projets qui nous sont confiés. De la PME à l'entreprise du CAC 40, nous nous attachons à travailler à chaque fois, en collaboration étroite avec nos clients et avec toujours la même implication », expliquent les trois fondateurs Olivier Demonchy, Cédric Lagrandcourt et Johann Van Aerden. Ce collectif a notamment travaillé sur des sites de sport. Le Marathon de Paris, par exemple, a choisi NewRound pour la nouvelle

version de son site internet. Sa mission a été de retravailler la navigation et du design ainsi que l'intégration HTML/CSS/JS. L'écurie de Formule 1 Renault F1, lui a confié la refonte globale de son site pour la saison 2010. Au menu : travail sur l'ergonomie, le système de navigation et le Webdesign du nouveau site. France Football a fait appel à ses services pour travailler l'ergonomie et le design de son site Internet FranceFootball.fr. Le n°1 des sites d'information sur le football en France a ainsi bénéficié d'une nouvelle interface dédiée à la lecture et au tri des flux d'information en temps réel. Mais l'agence ne fait pas que dans le sport. Tournaire Solaire, fabricant de modules photovoltaïques, qui se positionne comme un acteur clé du secteur des énergies renouvelables, a fait appel à ses services pour concevoir et intégrer son site sur une plateforme WordPress. L'agence a également réalisé le blog de Ruppert et Muiot, scénaristes et dessinateurs de BD, sur une plateforme WordPress. Il est ainsi possible d'ajouter des commentaires aux articles, sous forme de dessins sur ww.succursale.org.

NewRound

WEB www.newround.net

FONDATEURS Olivier Demonchy,
Cédric Lagrandcourt,
Johann Van Aerden

ANNÉE DE CRÉATION 2008

EMPLOYÉS ACTUELS C'est un collectif,
cela change en fonction des besoins.

VILLE Paris, France

SERVICES

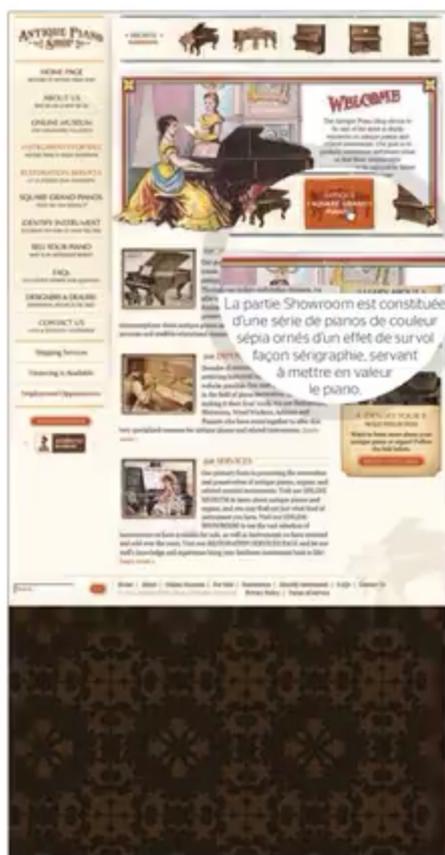
- > Désign et développements interactifs
- > Conseil
- > Conception / Rédaction
- > Ergonomie
- > Design
- > Animation
- > Développement informatique
- > Référencement naturel
- > Marketing interactif

Design façon vieux journaux

Tons sépia, textures représentant du vieux papier et polices anciennes



Le site Wayward Irregular utilise comme arrière-plan une image presque entière afin de simplifier la mise en page.



La partie Showroom est constituée d'une série de pianos de couleur sépia ornés d'un effet de survol façon sérigraphie, servant à mettre en valeur le piano.



Difficile de faire plus simple que la mise en page de "52 Weeks", mais c'est justement grâce à cette simplicité que les internautes aiment le site.

The Wayward Irregular
www.waywardirregular.com
Plateforme de développement WordPress

La texture de papier d'antan est essentielle à de nombreux sites vintage, vous en trouverez en abondance sur The Wayward Irregular. Toutefois, elle ne fait ici que préparer le terrain à une collection hétéroclite de polices rétro et à des images qui vont parfaitement avec le reste du site. Les polices Web présentes donnent de la profondeur aux titres et rajoutent un peu de simplicité au site.

The Antique Piano Shop
www.antiquepianoshop.com
Plateforme de développement HTML, CSS, jQuery

Ce site traite des pianos anciens et, du côté des images, c'est donc le piano qui a la part belle. Le principal élément aidant à définir la page se sert d'une image colorisée - qui contient un piano - et d'une police Art nouveau. Les autres éléments sont de couleur sépia et utilisent des textures et des arrière-plans représentant des papier peints plus ou moins anciens, selon la période choisie.

Fisticuff Design Co
www.fisticuffdesign.com
Plateforme de développement HTML, CSS

Le site de Fisticuff est simple, mais va droit au but, et là aussi le sépia et les textures représentant du vieux papier sont à l'ordre du jour. La mise en page en deux colonnes est basique et contient de jolies images, des photographies et esquisses bicolorées, qui contribuent à renforcer le look début du xx^e siècle du site. La publicité, en revanche, est un peu différente du reste et procure un peu de couleur au site lorsqu'on la survole.

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

ne se démodent jamais dans le Webdesign. En voici six exemples classiques.



Forefathers

http://forefathersgroup.com

Plateforme de développement HTML, CSS, Drupal, OpenGraph

Forefathers est le site Web de la société de Webdesign éponyme et propose à profusion des textures, des images et des polices anciennes qui, ensemble, forment un site moderne. Au milieu de tous ces éléments rétro, se trouve un peu de modernité sous forme d'un diaporama d'images, qui met en avant l'aptitude qu'a le studio pour le design.

52 Weeks of UX

http://52weeksofux.com

Plateforme de développement Tumblr

Difficile de faire plus simple que la mise en page de "52 Weeks", mais c'est justement grâce à cette simplicité que les internautes aiment le site. La disposition des polices, le choix des graisses, l'espacement et les bordures aident à rendre la lecture agréable. L'apparence du site reprend cette simplicité avec un croquis qui accompagne le texte et une texture de papier recyclé servant d'arrière-plan.

Lord Lively

http://lordlively.com

Plateforme de développement WordPress

La mise en page de Lord Lively est composée de trois colonnes, en référence aux journaux d'antan. Sa mise en forme adopte tout ce qui caractérise ce style vintage. Une texture papier simple sert d'arrière-plan et les trois polices rétro procurent une touche de réalisme. La page d'accueil est longue, mais ses publicités et ses anecdotes amusantes valent le coup d'œil.



**TOP
100
2012**

**Découvrez les techniques, outils
et tendances indispensables !**

Dans ce numéro, Web Design vous donne le Top 100 annuel d'acteurs principaux de l'industrie du Web. Ils apporteront des conseils pratiques et les tendances pour utiliser les outils importants de votre métier.



Un jour, mars et ses gelées ! Eh oui, à l'approche du printemps, nous voilà armés d'un optimisme enivrant et résistant aux derniers froids et sombres nuits d'hiver. N'ayez crainte, notre Top 100 annuel réchauffera votre cœur créatif et éclairera de son flambeau ce à quoi nous pouvons nous attendre pour les prochains mois. Après une année 2011 pendant laquelle nous avons vu les standards nouvelle génération du Web se faire propulser au premier plan, les tablettes devenir à la mode, et l'avenir de Flash sur mobiles être réduit à néant, l'année 2012 promet d'être très intéressante. Notre Top 100 est une excellente occasion de faire le point et de regarder devant. Pour ceux qui ne connaissent pas, c'est pour nous l'occasion de mettre en bouteille un mélange enivrant d'avis de la communauté et d'astuces pratiques professionnelles qui vous inspireront au cours de cette nouvelle année de Webdesign. Nous avons ici de nombreux invités spéciaux

qui nous diront ce sur quoi garder un œil, et la participation exceptionnelle de la géniale Stephanie (Sullivan) Rewis, une des personnalités les plus demandées de l'industrie et star des conférences. En tant qu'invitée, elle nous donnera son point de vue professionnel sur les outils et les tendances à ne pas manquer.

Cette année, nous avons un peu réorganisé la rubrique pour mettre l'accent sur les technologies qui vous intéressent le plus : HTML5, CSS3, JavaScript, jQuery et WordPress. Des pros de la communauté vous y donneront des conseils techniques, des ressources et des outils afin que vous ayez toutes les clés en main pour créer des projets inspirés. Et ce n'est pas tout, nous dévoilerons également les résultats des sondages que nous avons organisés sur notre site pour connaître votre site Lightbox et votre agence Profile préférés de 2011. Ne vous retrouvez pas à la traîne en 2012 : mettez-vous donc à l'aise et profitez de quinze pages pleines de bonnes choses pendant que nous passons en revue une centaine de conseils et d'astuces !



HTML5 devient officiellement un standard du Web

Le Web a changé. Le HTML5 est là, et il n'est pas près de disparaître. Les navigateurs modernes comme Chrome, Firefox et Internet Explorer déploient tour à tour de nouvelles fonctionnalités HTML et JavaScript, de nouveaux moteurs JS plus puissants, et tirent parti du matériel que l'on trouve dans les PC, téléphones et tablettes modernes. Les designs qui nécessitaient Flash ou Java peuvent maintenant être faits en HTML et présentés au reste du Web.

Il n'est pas compliqué de se mettre au HTML5 : des frameworks de templates comme Boilerplate et des bibliothèques de puissants programmes, comme jQuery, sont là pour vous aider à placer des fonctionnalités complexes sur votre site, tout en lui procurant l'expérience utilisateur poussée qui est maintenant la norme. Vous pouvez même participer à l'enrichissement de la spécification ; jetez un œil aux ressources que proposent les sites comme Move the Web Forward (<http://movethewebforward.org>), où designers et développeurs peuvent apporter leur contribution de nombreuses façons différentes à une plateforme grandissante et en évolution constante. Les nouvelles versions de tous les principaux navigateurs vont arriver au cours de l'année, c'est donc le moment idéal pour vous impliquer, en apprendre davantage sur le HTML5 et vous en servir pour améliorer vos sites.

Move the Web Forward est à destination des développeurs de la nouvelle génération qui cherchent à donner quelque chose en retour (voir conseil 32 pour en savoir plus).



Move the Web Forward
You can make the web as awesome as you want it to be.

For more web awesomeness, you want to give back to this community?
Get some advice where to start? We're here to help.

Move the Web Forward is a community of developers and designers who are committed to the idea of making the web a better place for everyone. We're here to help you make the web a better place for everyone. We're here to help you make the web a better place for everyone. We're here to help you make the web a better place for everyone.

02

Mise en cache hors ligne de documents Web

HTML5 Faire passer le Web hors ligne est plus facile que vous ne le pensez. Commencez par créer une liste de toutes les ressources qui doivent se trouver hors ligne, et utilisez-la pour créer une application cache qui contrôlera quels fichiers seront stockés par le navigateur. La première fois que la page d'un site pouvant fonctionner hors ligne sera chargée, elle forcera le navigateur à télécharger et à stocker toutes les données mises en cache. C'est une bonne idée d'encourager les internautes à mettre en favoris des sites faits pour pouvoir tourner hors ligne, ou même à créer des raccourcis sur leur bureau (voir conseil 29).

CACHE MANIFEST

```
#rev 1
FALLBACK:
//offline.html
NETWORK:
/analytics.cgi
CACHE:
/site.html
/site.css
/site.js
/site.jpg
```

03

La géolocalisation pour vos utilisateurs

HTML5 Comme les appareils mobiles occupent une place de plus en plus importante dans l'écosystème du HTML5, les utilisateurs veulent aujourd'hui des informations personnalisées et très localisées. C'est là qu'entre en jeu la géolocalisation : elle se sert du HTML5 pour envoyer des requêtes aux fonctionnalités GPS ou aux autres fonctions de localisation de l'appareil (certains systèmes d'exploitation d'ordinateurs ou de tablettes les mappent à une adresse IP, à un service de localisation Wi-Fi, etc.). Comme la géolocalisation est une fonctionnalité optionnelle, les utilisateurs doivent l'autoriser expressément pour que vos applications puissent avoir accès aux données. Vous disposerez alors de nombreuses informations sur la localisation de vos usagers, même pour des ordinateurs de bureau et des tablettes.

Grâce aux fonctions JavaScript, vous pouvez facilement déterminer la localisation d'un appareil, et même obtenir des données extrêmement précises si nécessaire. Vous devrez probablement géocoder les données et les convertir en codes postaux pour obtenir les adresses nécessaires aux recherches locales, sauf si vous avez accès à des données géographiques brutes.

Les résultats sont fournis dans un objet `Coordinates` dont les propriétés comprennent l'altitude, la direction et la vitesse, en plus des habituelles latitudes et longitudes. Elles donnent des informations supplémentaires pouvant servir aux outils de recherche ainsi qu'à la navigation ou autres services géographiques plus complexes.

```
001 function get_location() {
002   navigator.geolocation.getCurrentPosition(show_map);
003 }
004 function show_map(position) {
005   var latitude = position.coords.latitude;
006   var longitude = position.coords.longitude;
007   //passez cela dans les API de cartographie de Google ou Bing pour faire la carte
008 }
```



04

Images 2D avec Canvas

HTML5 La balise `Canvas` du HTML5 vous donne une surface sur laquelle vous pouvez dessiner pratiquement tout ce que vous voulez avec JavaScript. La plupart des navigateurs modernes utilisent une accélération GPU 2D, vous avez donc de quoi faire plein d'animations ou de jeux complexes. Pour profiter au maximum de `Canvas`, vous devrez mélanger JavaScript et CSS afin de profiter de la propriété `fill` et des polices. Le plus dur avec `Canvas`, c'est de choisir la bibliothèque de dessin adaptée ; il vaut mieux en chercher une correspondant spécifiquement à vos besoins, que ce soit pour faire des tableaux, des dessins ou des sprites animés.



06

Stratégies de secours avec les requêtes de média

HTML5 Il existe tellement de navigateurs et tellement de types et de formats d'écrans (encore plus avec l'arrivée des tablettes de 5, 7 et 10 pouces) que pour déterminer les capacités d'un navigateur, il faut laisser tomber les méthodes traditionnelles. Les chaînes de caractères ne fournissent pas assez d'informations sur les technologies et les API supportées, par exemple pour savoir si le navigateur peut afficher les vidéos en WebM ou en H.264.

Pour obtenir des détails sur la taille (et l'orientation) des écrans, et pour tester les fonctionnalités que vous avez l'intention d'employer, il est préférable d'utiliser les requêtes de média CSS. Vous pouvez de cette manière écrire du code contenant des stratégies de secours pour les navigateurs plus anciens, ou pour des fonctionnalités bien précises de ces navigateurs.

```
001 var v = document.createElement('video');
002 return!(v.canPlayType && v.canPlayType('video/mp4; codecs="avc1.42E01E, mp4a.40.2"')
003   .replace(/no/, ''));
003 var a = document.createElement('audio');
004 return!(a.canPlayType && a.canPlayType('audio/mpeg;').replace(/no/, ''));
```

05

Le nouveau langage de HTML5

HTML5 Google Dart a pour but d'être le premier langage Web HTML5. C'est une alternative à JavaScript destinée au développement d'applications ainsi qu'à l'élaboration d'applications Web grandes et complexes (comme Google Apps). Dart n'est pas évident à apprendre, et son succès dépendra uniquement des développeurs.

DART

07

Choisir une bibliothèque JavaScript

HTML5 On trouve beaucoup de bibliothèques JS visant à simplifier la programmation en HTML5. La plus mature et la plus utilisée est jQuery, supportée par tous les principaux outils et navigateurs. Si ce n'est pas déjà le cas, jQuery devrait être votre premier choix pour la construction de sites en HTML5. En utilisant une seule bibliothèque, vous pourrez améliorer les performances de votre site, réduire les temps de chargement, tirer parti de la mise en cache, et simplifier l'application de skins à vos contrôles dans Dreamweaver, par exemple, ce qui donnera à vos sites une apparence unique.





08 Stocker les données des navigateurs grâce au HTML5

HTML5 HTML5 comprend des outils servant à stocker localement des données grâce à une base de données locale. Utilisez l'objet `localStorage` pour stocker les données de votre site grâce à de simples paires clé/valeur ayant une chaîne comme nom. Les données seront toutes stockées sous forme de chaînes. Si vous stockez des données numériques, vous devrez donc les convertir au moment de la lecture. Attention, la quantité de données que vous pouvez stocker est de 5 Mo maximum par site. Vous pouvez stocker des données plus complexes en passant par l'API Indexed Database.

```
001 function saveAppInformation() {
002   if (!supportsLocalStorage()) return false;
003   localStorage["currentsession"] = aSession;
004   for (var i = 0; i < kLocation.length; i++) {
005     localStorage["position." + i + ".lat"] =
006       gPosition[i].lat;
007     localStorage["position." + i + ".long"] =
008       gPosition[i].long;
009   }
010   return true;
011 }
```



10 Passer à la 3D avec WebGL

HTML5 Le Web HTML5 ne sert pas qu'à faire de la 2D, et si vous travaillez avec Firefox ou Chrome, vous pourrez proposer du contenu 3D à vos utilisateurs grâce à WebGL. Ce n'est pas la technologie la plus simple, mais en utilisant des bibliothèques JS et des concepteurs de shaders, vous pourrez faire rapidement des animations 3D élaborées pour des jeux ou simplement comme démonstration. Passez un peu de temps sur un des nombreux sites WebGL pour voir ce qu'il est possible de faire. Dreams Of Black (www.ro.me) de Google met à disposition de nombreux conseils et snippets de code, ce qui en fait un bon endroit où commencer.



11 Outils de débogage intégrés aux navigateurs

HTML5 Les navigateurs modernes sont équipés d'outils de développement (pour Firefox, vous pouvez télécharger l'excellent Firebug). Appuyez sur F12 pour lancer des outils permettant de déboguer du HTML et du JavaScript ainsi que d'examiner les performances de la page. Grâce à ces outils de débogage, il est possible d'aller fouiller dans le code et de voir comment la page est construite. Si vous faites un site HTML5 lourd en JS, vous verrez que ces outils sont indispensables, surtout si vous utilisez des données JSON et que vous devez déboguer ou tester des connexions serveur.

HTML5 ★ BOILERPLATE

A rock-solid default for HTML5 awesome.

HTML5 BOILERPLATE IS 2.0!

HAPPY BIRTHDAY!



09 HTML5 Boilerplate

HTML5 Si vous voulez commencer à faire des applications en HTML5, le template Boilerplate est un excellent point de départ. Combinant CSS et bibliothèques JavaScript, c'est une série d'outils cross-browser, rétrocompatibles et pleins de fonctionnalités pratiques qui vous aideront à tester et à déboguer votre code. Il supporte également l'hébergement dans le cloud, sur des services comme App Engine de Google. Boilerplate est même compatible avec les mobiles, vous pouvez donc faire des sites et des applications qui fonctionneront sur ordinateurs de bureau, tablettes et téléphones portables. Sur <http://html5boilerplate.com>, vous trouverez plein de documentation ainsi que des astuces pour personnaliser vos templates, alors jetez-y un oeil.



12 Conférences HTML5 en 2012

HTML5 En 2012, les conférences qui traiteront en grande partie du HTML5 seront Google IO en juin et Adobe MAX en octobre. Microsoft n'a pas encore donné de dates pour MIX ou BUILD, mais attendez-vous là aussi à plein de HTML5. Laissez également une place dans votre agenda pour la conférence Velocity d'O'Reilly, qui traitera de la performance du Web.



13 Trouver un bon éditeur HTML5

HTML5 Il est indispensable d'avoir un bon éditeur de code prenant le HTML5 en charge. Jetez un oeil aux dernières versions de Dreamweaver et à la future version des outils de développement Visual Studio de Microsoft. Les développeurs JS devraient également aller voir la dernière version d'Aptana Studio.



14 Faire passer le HTML5 au mobile

HTML5 Vous faites une appli mobile ? Pourquoi ne pas la développer en HTML5 et utiliser PhoneGap pour ensuite pouvoir la mettre sur les boutiques d'applications les plus populaires ? Ou alors simplement la laisser tourner dans le navigateur, car BlackBerry, iOS, Android et Windows ont des navigateurs HTML5-ready.



15 Faire ses designs pour les tablettes

HTML5 Les tablettes ont un grand écran et un grand navigateur. Concevez vos sites pour les tablettes plutôt que pour les téléphones portables, donc au format large et en HTML5. Cela fera revenir les internautes et vous pourrez créer une expérience utilisateur bien plus efficace.



16 Code court avec CoffeeScript

HTML5 Quand on fait de grosses applications Web en JS, il est parfois difficile de s'y retrouver au milieu de tout ce code et de toutes ces fonctions. CoffeeScript propose une syntaxe alternative qui rend la lecture du code plus facile et aide à écrire rapidement des applications plus grandes et plus complexes.



17 Encoder vos vidéos pour le HTML5

HTML5 Deux standards vidéo HTML5 sont en concurrence : Apple et Microsoft prônent le H.264, et Google et Mozilla le format ouvert WebM. Vous devrez encoder les vidéos aux deux formats et fournir un code pour passer de l'un à l'autre.



18 WebSockets

HTML5 WebSockets est un nouveau standard servant aux connexions entre applications Web et navigateurs ou bien serveurs à distance. Il peut vous permettre d'établir plus rapidement et plus facilement des connexions à des sources de données sans que vous ayez à utiliser des technologies telles que JSON.



19 Faire un test pour chercher des fonctionnalités HTML5

HTML5 La bibliothèque JS Modernizr testera les navigateurs de vos utilisateurs pour chercher automatiquement, pendant qu'elle se charge, des fonctionnalités HTML5. Les tableaux de propriétés qui en résulteront montreront les fonctionnalités prises en charge, pour que vous puissiez plus facilement fournir le bon code au bon navigateur afin de procurer la meilleure expérience qui soit (voir conseil 27).



20 Utiliser des formulaires HTML5 pour avoir des claviers mobiles personnalisés

HTML5 Utilisez un formulaire d'e-mail pour obtenir automatiquement sur les appareils iOS un clavier optimisé comprenant un @, un point et une petite barre d'espace. Les téléphones plus anciens le traiteront simplement comme un champ de texte.



21 Ajouter des sous-titres à une vidéo

HTML5 Pour être accessible, une vidéo a besoin d'autre chose que de simples images. Pour cela, il y a le format WebVTT, qui vous fournira des fichiers contenant des sous-titres, des descriptions et des informations de navigation supplémentaires, comme les chapitres. C'est un peu comme faire ressembler un vidéo Web à un DVD.

```
001 <video width="640" height="480" controls>
002   <source src="video.mp4" type="video/mp4" />
003   <source src="video.webm" type="video/webm" />
004   <track src="subtitles.vtt" kind="subtitles" srclang="en" label="Français" />
005 </video>
```

22

HTML5

Les 11 balises sémantiques les plus en vogue

Le HTML5 possède désormais des balises servant à gérer les sections et les résumés, ce qui peut aider les robots indexeurs des moteurs de recherche à comprendre la signification de votre site, et en améliorer ainsi la visibilité.

```
<article> <hgroup> <figcaption> <mark>
<nav> <header> <aside> <figure>
<summary> <footer> <section>
```

24

Expert

Conseil d'un pro



Sam Hampton-Smith,
graphiste/Webdesigner,
www.hampton-smith.com

Vidéos HTML5

La prise en charge par le HTML5 de l'affichage natif de vidéos permet d'en intégrer directement à des sites et à des applications. Cette pratique explosera sans doute en 2012 lorsque de plus en plus de designers et de développeurs incluront la vidéo à leur workflow. De nouvelles bibliothèques apparaissent et exploitent la puissance de jQuery et de MooTools pour que la prise en charge de plusieurs standards en même temps devienne facile. On trouve même des décodeurs natifs écrits entièrement en JavaScript, grâce auxquels nous n'avons plus besoin d'avoir plusieurs formats pour pouvoir prendre en charge tous les navigateurs. Tubular de Sean McCambridge (www.seanmccambridge.com/tubular) en est un très bon exemple. Utilisez l'extension jQuery qu'il vous fournit pour charger une vidéo YouTube à l'arrière-plan de votre page, il suffit d'ajouter la ligne de code suivante à votre script `$(body).tubular('VKW_M uVjw';wrapper');`

25

HTML5

Concevoir et valider des formulaires en ligne

Ce qu'on ignore souvent dans le HTML5, c'est le travail qui a été réalisé pour améliorer les formulaires. Les applications Web étant par nature interactives, les formulaires font partie des outils les plus puissants dont disposent les designers et les développeurs. Les formulaires HTML5 rajoutent de nombreux nouveaux types de saisie, comme des pipettes, des sliders graphiques, des champs pour les numéros de téléphone, les URL et les adresses e-mail, ainsi que des champs améliorés pour la date et l'heure.

Le plus important concernant la spécification des formulaires HTML5 est cependant la possibilité qu'ils ont de valider leur contenu sans que vous ayez à écrire de code complexe de validation en JavaScript. C'est particulièrement important lorsque vous faites des sites larges et élaborés. En laissant le navigateur s'occuper de la validation du contenu du formulaire, vous améliorerez les performances de votre site et rendrez

vos formulaires HTML5 plus faciles à lire et à gérer. Les formulaires HTML5 peuvent également améliorer l'utilisabilité d'un site en incluant un texte temporaire aux champs du formulaire, pour indiquer aux internautes ce qu'ils doivent écrire et sous quelle forme. Ce texte temporaire disparaît dès que l'on clique sur le champ. Les champs de formulaire peuvent aussi utiliser un autofocus : tout ce que l'internaute aura donc à faire sera de commencer à taper son texte quand la page aura fini de se charger.

```
001 <form>
002 <input name="header" autofocus>
003 <input name="address" type="email" placeholder="name
@exemple.com">
004 <input type="submit" value="Envoyer">
005 </form>
```

26

HTML5

Développer des interfaces pour Windows 8



La prochaine version de Windows proposera une nouvelle plateforme de développement et une nouvelle interface. Grâce à WinRT, vous pouvez faire en HTML5 des applications de style Metro qui contiennent des liens profonds vers Windows, via JavaScript. Microsoft se sert de ses versions d'évaluation d'IE10 pour dévoiler et tester les fonctionnalités HTML5 que l'on retrouvera dans Windows 8, et vous pouvez les utiliser pour tester les interfaces de vos applications avant de les intégrer au code des dites applications. La sortie de Windows 8 est prévue pour le deuxième semestre 2012.

23

HTML5

Traiter des données avec le Web workers du HTML5

Les Web workers donnent au HTML5 la possibilité d'exécuter des scripts en arrière-plan. Vous pouvez vous en servir pour gérer des tâches d'arrière-plan complexes pendant que votre code JavaScript principal s'occupe du traitement et de l'affichage du contenu. Servez-vous-en pour gérer les transferts de données à partir de serveurs ou des opérations mathématiques complexes (comme le moteur de physique d'un jeu). Les internautes pourront naviguer dans le site comme d'habitude, pendant que le code du Web worker s'occupera du reste sans ralentir la page, améliorant ainsi l'expérience utilisateur sur des sites élaborés.

```
001 var worker = new Worker('my_
worker.js');
002 worker.addEventListener
('message', function(event) {
003 console.log("Web worker
callback received\n");
004 }, false);
005 worker.postMessage();
006 }
```

STEPHANIE (SULLIVAN) REWIS

La lumière du Webdesign participe au Top 100 avec six techniques qu'il vous faudra connaître pour prospérer en 2012

27 Cibler les capacités des navigateurs avec Modernizr et .foo

Modernizr.com, que je t'aime. Laissez-moi vous expliquer pourquoi. Modernizr me donne des informations en temps réel sur ce que les navigateurs des internautes prennent en charge. C'est une bibliothèque JavaScript open source de détection de fonctionnalités. Cela signifie que plutôt que demander son identité au navigateur, je teste ce dont il est capable. Une fois que j'ai fait le lien vers Modernizr, lorsque la page se charge, j'ai en retour un groupe de classes dans l'élément HTML : `<html class="js flexbox canvas webgl no-cssgradients no-csstransforms3d svg">` (et c'est juste une petite partie de la quarantaine de tests qu'il peut faire). Je peux alors écrire du CSS (et du JS) en plaçant les classes reportées au début afin de proposer une expérience différente à mon utilisateur selon ce qu'il peut consommer. Une fois que j'ai mis un lien dans l'en-tête de ma page vers la dernière version de développement de Modernizr (pour des questions de performance, le JS se trouve en général en bas de la page, mais Modernizr doit rester en haut de celle-ci), je crée mon site. Si certaines fonctionnalités ne sont pas totalement implémentées, je peux écrire du CSS que seuls les navigateurs modernes peuvent voir :

```
001 cssgradients.foo {
002   * / property: value info; /*
003 }
```

Où alors je peux écrire une classe CSS .foo normale pour définir les propriétés et proposer une image (ou la solution de secours que je préfère) aux navigateurs plus anciens.

```
001 .no-cssgradients.foo {
002   * / image URL - cette requête HTTP
n'est visible que par les vieux navigateurs /*
003 }
```

Une fois que j'ai déterminé quels tests je dois effectuer et que je suis en train de préparer la sortie de mon site, je retourne simplement sur www.modernizr.com et je personnalise mon téléchargement en ne sélectionnant que les tests susmentionnés afin d'optimiser la taille du fichier.

28 Polyfills et shims

Ce second conseil doit lui aussi beaucoup à Modernizr ! On peut souvent réaliser une mise en forme alternative grâce au CSS, mais comment faire lorsqu'il faut améliorer la fonctionnalité d'une page, et pas seulement son apparence ? S'il est impératif que l'internaute profite d'une expérience bien particulière (pas juste pour des coins arrondis, par exemple), vous pouvez proposer un polyfill ou un shim aux navigateurs qui ne supportent pas la fonctionnalité nativement : il y en a une excellente liste ici, <https://github.com/Modernizr/Modernizr/wiki/HTML5-Cross-browser-Polyfills>. Modernizr peut être personnalisé pour qu'il inclue la bibliothèque `yeppope.js`, un chargeur de ressources conditionnel et asynchrone hyper-rapide qui permet de ne charger que les scripts dont les utilisateurs ont besoin.

29 L'attribut XML.manifest

Étant donné le nombre de nouveaux appareils mobiles qui apparaissent, il faut parfois que votre site soit accessible même sans être connecté. Le HTML5 a une API appache qui fournit une méthode pour dire à l'agent de télécharger (ou pas) certaines ressources du site pour qu'on puisse ensuite y accéder en étant hors ligne. Un fichier XML appelé manifest est créé, il établit la liste des fichiers à enregistrer et contient un commentaire avec un numéro de version. Un attribut est placé dans l'élément HTML :

```
001 <html manifest="geeks4sail.manifest">
```

Si des modifications sont effectuées, le commentaire du manifest change (#version 1.0, #version 1.1). Lorsque l'internaute revisitera le site, le navigateur vérifiera automatiquement le manifest pour voir s'il faut de nouveau télécharger le fichier.

30 Se tenir au courant des nouvelles fonctionnalités des navigateurs

Au milieu de toutes ces récentes nouveautés, il n'est pas toujours facile de rester à jour des nouvelles fonctionnalités HTML5 et CSS3. De nombreux Webdesigners s'enlisent dans la lecture des spécifications. <http://instacs.com> propose un accès facile à de la documentation très succincte concernant CSS, HTML, JS et DOM. Comment savoir, cependant, si l'on peut utiliser ces nouvelles fonctionnalités sans risque ? <http://caniuse.com> et <http://mobilehtml5.org> sont des tableaux de compatibilité HTML5/CSS (entre autres) pour navigateurs mobiles et navigateurs de bureau. Pour finir, <http://html5accessibility.com> vous dira quelles nouvelles fonctionnalités d'interface utilisateur HTML5 sont compatibles avec les technologies d'accessibilité, et vous proposera des solutions de rechange si elles ne sont pas compatibles.

31 Outils de partage

Pour partager un bout de code (une expérience, une preuve de concept, le code du billet d'un blog ou même un exemple simplifié de bug), j'ai trouvé quelques outils utiles en ligne. <http://jsfiddle.net> permet d'accéder à des bibliothèques JS ainsi qu'à JSLint pour valider le JS. <http://tinkerbin.com> vous laissera taper du HTML, du CSS et du JS, mais supporte aussi CoffeeScript, Sass (avec Compass), Less, HAML et plus encore. Pour finir, <http://dabblet.com> est idéal pour les expériences en CSS et en HTML (vous pouvez aussi ajouter du JS). Il se sert de prefix-free, donc pas besoin d'ajouter des préfixes à votre CSS. Vous pouvez aussi enregistrer le résultat en Bit GitHub.

32 Soutenir les standards du Web

La sécurité réside dans le nombre, et le pouvoir aussi. Pensez-vous qu'il faille lutter pour les standards du Web ? Et si je vous disais qu'ensemble nous pouvons faire progresser le Web (<http://movethewebforward.org>) ? Ce site contient de très nombreuses idées, par exemple comment apprendre, comment aider les autres à apprendre, comment bidouiller le Web et contribuer aux spécifications. Vous n'avez pas d'excuse pour ne pas participer, surtout pas lorsque les idées sont si bien organisées et qu'elles vous permettent de choisir ce dont vous ou votre organisation pouvez vous occuper. Ensemble, nous pouvons faire en sorte que le Web déchire encore plus !

Stephanie (Sullivan) Rewis est une professionnelle du Web depuis 2009, et a fondé le cabinet d'experts-conseils sur les standards, W3Conversions (www.w3conversions.com). Célèbre pour sa maîtrise du CSS/XHTML, Stephanie a également coécrit des livres à succès, et c'est une oratrice habituée des conférences internationales.



Helpers CSS

Ces petits utilitaires pratiques permettent de réutiliser des bouts de mise en forme courants à plusieurs reprises dans votre code. "micro clearfix" de Nicolas Gallagher est par exemple une classe helper. Rattacher une classe .cf au parent d'un élément flottant permet au parent de se dimensionner correctement et de contenir cet élément. Même si ces petits helpers sont vraiment pratiques, ils peuvent alourdir votre code à force d'apparaître un peu partout... mais SASS vous sauvera la mise.

SASS (<http://sass-lang.com>) permet de dégraisser votre code en faisant d'un bout de code un mixin. Un mixin est une sorte de variable que l'on définit une seule fois et que l'on peut ensuite appeler à plusieurs reprises dans la feuille de styles. Prenons micro clearfix comme exemple : plutôt que d'avoir `<div id="float_wrapper" class="cf">...</div>`, il suffirait simplement de cibler #float_wrapper dans votre feuille de styles et d'appeler le mixin. Cette astuce pratique vous procurera la flexibilité des classes helper sans que votre code n'en soit alourdi.

35 <http://wagon-bertrand.fr/southParkCSS3>

Bon, nous devons absolument inclure ce site parce qu'il est vraiment trop cool ! Il fait une démonstration solide des nouvelles capacités de CSS3. Le CSS est séparé en personnages si vous voulez y jeter un œil, et croyez-nous, ça en vaut le coup !



36 <http://paulirish.com/2008/conditional-stylesheets-vs-css-hacks-answer-neither>

Paul Irish décrit ici une méthode servant à cibler d'anciennes versions d'Internet Explorer sans avoir recours à des feuilles de styles conditionnelles ou à des hacks CSS. Combiné à Modernizr, cela vous donne une méthode propre et pratique pour écrire du CSS ciblant presque n'importe quel navigateur de bureau...

37 <http://matthewlein.com/ceaser>

Matthew Lein propose une jolie interface pour faire des animations personnalisées pour vos transitions CSS3. Il y a inclus des approximations des équations de Robert Penner.

38 <http://lab.simurai.com/css/tilt-shift>

Ce site montre comment créer un effet de bascule sur du texte en mélangeant CSS3, transformations 2D et text-shadow. Vous pouvez voir d'autres exemples sur : <http://simurai.com>.



Effets de survol avec CSS

Les transitions CSS nous procurent un moyen rapide de faire des effets de survol passe-partout agrémentés d'une solution de secours pour les navigateurs plus anciens. Si vous ajoutez une transition CSS à un élément en définissant la propriété transition sur "all", les modifications apportées à cet élément et prises en charge par les transitions seront animées. Vous pouvez modifier les propriétés en ajoutant une nouvelle classe ou en utilisant le pseudosélecteur :hover. Les navigateurs qui ne prennent pas les transitions en charge se contenteront d'appliquer les nouvelles propriétés sans transition, comme d'habitude.

```
001 a#some_btn {
002     /* Propriétés du bouton */
003     color: #f00;
004
005     -webkit-transition: all 1s ease-out;
006     -moz-transition: all 1s ease-out;
007     -o-transition: all 1s ease-out;
008     ms-transition: all 1s ease-out; /* Peut être
dans la version 10? */
009 }
010
011 a#some_btn:hover {
012     /* Les propriétés modifiées ici et prises en
charge par les transitions seront */
013     /* animées par les navigateurs
supportant les transitions CSS */
014     color: #f00;
015 }
```

Scalable and Modular Architecture for CSS



"SMACSS is becoming one of the most useful contributions to front-end discussions in years" - I've been watching my process (and the process of those around me) and figuring out how to structure code for projects on a larger scale. What I've found is a process that works equally well for sites small and large.

Learn how to structure your CSS to allow for flexibility and maintainability on your present and your future projects.

Get smacss.it!

What is it?

SMACSS (Scalable and Modular Architecture for CSS) is a more style guide-like thing. It's not a library written just for you to download or install. SMACSS is a way to organize your design process and as a way to try to give your team a better design process. It's an attempt to document a consistent approach to our development when using CSS. And really, who isn't building a site with CSS these days?

What is SMACSS?

- 1. Base Styles
- 2. Layout
- 3. Components
- 4. States and Variants
- 5. Utility Classes



SMACSS : Scalable and Modular Architecture for CSS

Considérez SMACSS (qu'on prononce "smacks") comme un guide de mise en forme pour votre CSS. Il propose des méthodes de sélection et d'organisation des sélecteurs. SMACSS (<http://smacss.com>), qui n'est pas une bibliothèque téléchargeable mais plutôt un eBook, fait usage de ce qu'a découvert Jonathan Snook en analysant le processus de structuration de code lors de projets à grande échelle, même si selon Jonathan ces bonnes pratiques fonctionneront tout aussi bien pour de petits sites.

Conçu pour l'adaptabilité et l'entretien, il vous propose de grouper vos styles en quatre catégories de règles CSS : base, mise en page, module et état. Pour cela, SMACSS suggère quelques conventions concernant les noms afin que cela reste lisible même lorsque votre code est séparé en plusieurs fichiers. Les règles de mise en page sont précédées de !- ou de layout- ; les modules, qui forment la plus grande partie d'un projet, ont des noms simples, descriptifs, et pas de préfixe, comme .callout ; les états ont le préfixe is- ("est" en anglais) afin que cela reste compréhensible, par exemple .callout.is-collapsed. SMACSS propose même une façon de classer les modules en sous-catégories en donnant comme préfixe à un module enfant le nom de son parent.



Menu de Path en pur CSS3

Le design de l'interface de la nouvelle application mobile Path (<https://path.com>) a attiré le regard des designers du monde entier, et a récemment été un sujet chaud sur Twitter. Victor Coulon a entrepris de recréer en pur CSS3 l'interactivité de la fonction d'ajout de menu de Path. Le résultat est une solide démonstration de ce que l'on peut faire en CSS3 sans images ou sans JavaScript. Vous pouvez la voir sur <http://lab.victorcoulon.fr/css/path-menu>.

LES SUCCÈS EN CSS3

41

Respond.js de Modernizr

CSS3

Nous avons déjà parlé dans ce Top 100 de cette bibliothèque JS qui peut vraiment faire gagner du temps aux développeurs. En plus de détecter, en CSS et en JavaScript, si le navigateur d'un visiteur supporte les nouvelles fonctionnalités CSS3/HTML5, et de proposer le très bon test `yeppope.js`, `Modernizr` contient aussi `respond.js` qui permet d'utiliser des requêtes de média dans IE6-8. `Respond.js` fonctionne comme un polyfill en vous permettant d'écrire vos requêtes de média comme d'habitude, pendant qu'il s'occupe du reste en coulisses afin que les anciens navigateurs se comportent comme il faut.

001 // In JavaScript

002 if (Modernizr.csstransitions) {

003 // Utilisez des transitions CSS!

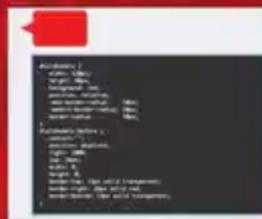
004 }

005 /* En CSS */

006 .csstransitions div#my_div {

007 /**Utilisez des transitions CSS!*/

008 }



42

Formes CSS3 pour boutons et bulles

CSS3

Tapez "dessiner des formes avec CSS3" dans Google et vous trouverez des tas d'exemples de ce qu'il est possible de faire. En mélangeant `border-radius` aux transformations et aux pseudosélecteurs `:before/after`, la seule chose qui vous limitera sera votre imagination. Cette méthode peut servir pour les boutons, les contrôles de lecture vidéo, et bien plus encore. La bulle de dialogue (à gauche) est un des exemples les plus utiles que nous ayons trouvés. Pour plus d'exemples, www.css3shapes.com et <http://css-tricks.com/examples/ShapesOfCSS>.



43

Icônes via @font-face: <http://fico.lensco.be>

CSS3

`Fico` est une police de caractères conçue spécialement pour être utilisée avec `@font-face` afin de fournir des icônes adaptables, ce qui constitue une alternative pratique aux images. Réfléchissez à combien elle est facile à implémenter comparée aux sprites compliquées contenant plusieurs états selon qu'elles sont survolées, activées, etc. C'est une idée intéressante, même si vous ne voulez pas utiliser la série d'icônes actuellement proposée.



44

Design réactif avec les requêtes de média

CSS3

L'idée cruciale du Webdesign réactif est de pouvoir afficher différentes mises en page en fonction de la taille de la fenêtre, et la clé pour cela, ce sont les requêtes de média. Elles détectent la taille de la fenêtre, si la page est affichée sur un appareil portable ou non (et même l'orientation de celui-ci), et appliquent différentes parties de la feuille de styles selon des conditions données. La prise en charge des requêtes de média est limitée dans Internet Explorer (8+), mais pour cela `Modernizr.js` pourra vous aider. <http://viljamis.com>.

45

<http://css3please.com>

`CSS3 Please!` propose une liste étendue des nouvelles fonctionnalités CSS3, et vous permet de rentrer vos propres valeurs pour générer du code CSS3 cross-browser pour chacune d'entre elles.



46

<http://css-tricks.com>

Un excellent blog avec des billets quotidiens donnant de nouveaux conseils et astuces sur le CSS. Vous y trouverez aussi un forum, des snippets de code, des tutoriels vidéo, une galerie d'exemples, des téléchargements et même des réductions pour de l'hébergement, des thèmes, etc. Un excellent site très complet.



47

Page de Matt Hamm

`Matt Hamm` (<http://matthamm.com/box-shadow-curly.html>) a créé et partagé cet effet de page gondoilée en pur CSS3, qui fait usage de `box-shadow`, des transformations 2D et des pseudosélecteurs `:before` et `:after`. Génial pour afficher des photos de type Polaroid, ou encore un contenu appelé.



48

www.zurb.com/playground/css-boxshadow-experiments

Cette expérience montre comment aller encore plus loin avec les ombres CSS3. L'équipe de `Zurb` a créé cette étude de cas interactive qui comprend des exemples avant-gardistes de `box-shadow`, de transitions et de transformations CSS3.



49

<http://quirksmode.org>

Voici le guide définitif des fonctionnalités CSS3 prises en charge par les navigateurs. Pour chaque fonctionnalité, un tableau décrit selon les navigateurs/versions si elle est prise en charge, si elle ne l'est pas, ou si c'est bogue/incomplet.



50

<http://caniuse.com>

Semblable à `Quirks Mode`, mais comprend aussi des solutions alternatives pour les navigateurs ne prenant pas en charge les fonctionnalités, ainsi que des statistiques de la portée de chacune d'entre elles. <http://tests.caniuse.com> testera également les fonctionnalités supportées.



51

<http://layerstyles.org>

`Layer Styles` vous permet de faire des fonctionnalités CSS3 en passant par une interface très familière : c'est un éditeur en ligne ressemblant à la fenêtre `Style` de calque du célèbre `Photoshop`. Vous pouvez manipuler plusieurs propriétés CSS3, en avoir un aperçu, puis exporter un code cross-browser quand vous avez fini.



52

<http://nicolas.github.com/normalize.css>

`Normalize.css` est un reset CSS un peu plus avancé que les autres en ce qu'il préserve les caractéristiques par défaut des navigateurs tout en vous donnant une base normalisée et sans bugs pour votre travail. Vous pouvez voir d'autres projets et exemples en CSS3 de `Nicolas Gallagher`.





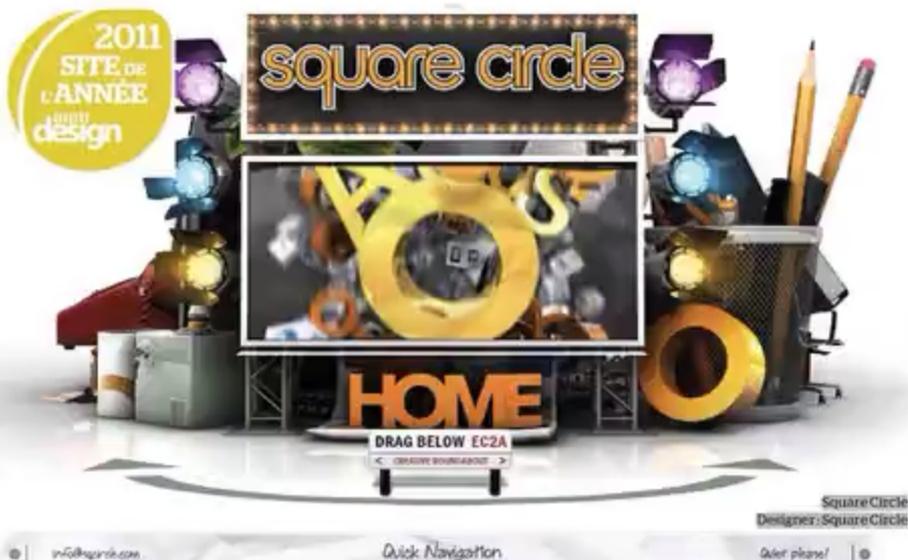
Site de l'année 2011

LE LAURÉAT ET LES SITES LIGHTBOX DU MOIS NOMINÉS, DU WEB DESIGN NUMÉRO 30 AU 37

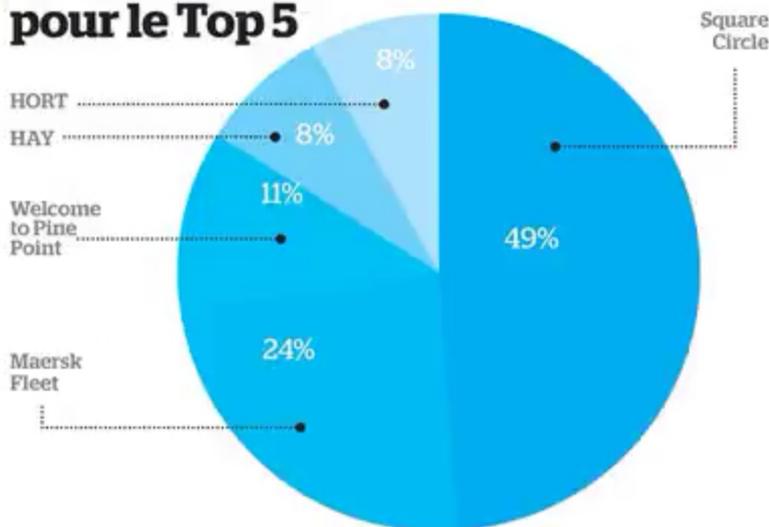
Square Circle

C'est un site vraiment remarquable qui remporte la palme du Site de l'année 2011, et c'est une surprise étant donné la lourde utilisation qu'il faisait de Flash. Cela montre bien que cette technologie n'est pas aussi détestée que ce que certains voudraient nous faire croire, et qu'un site captivant ne doit pas sa réussite ou son échec à sa construction. Félicitations à l'équipe pleine de talent. Voici ce qu'elle déclare :

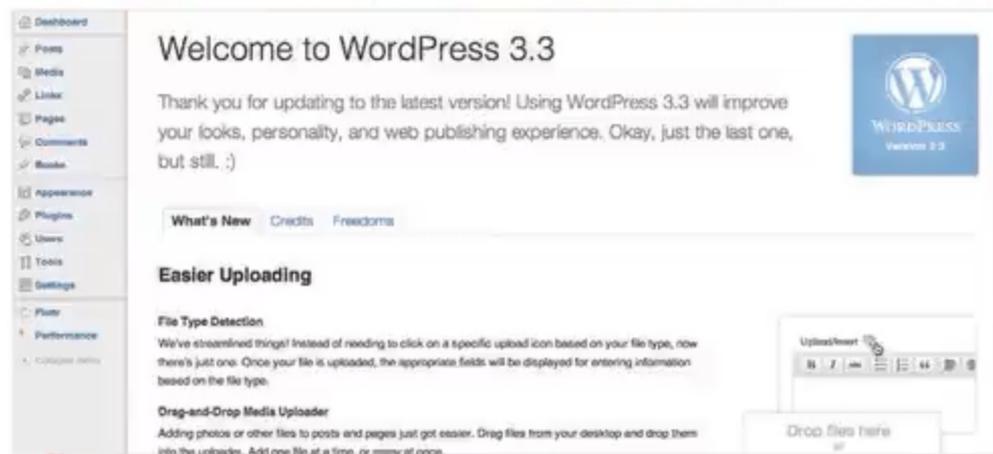
« Les prix sont le repère interne d'excellence pour les membres de Square Circle. C'est un grand honneur de remporter le titre de Site de l'année 2011 dans le magazine Web Design, et d'être récompensés pour le dur labeur que nous avons investi dans la planification, la conception et la construction du site Square Circle. Square Circle doit une fière chandelle à ses membres, et nous aimerions remercier les lecteurs de Web Design qui ont voté pour nous dans le sondage du Top 100. Merci ! Nous n'aurions pas réussi sans votre aide. »



Part des votes pour le Top 5



WORDPRESS



53 WordPress 3.3 est là

La sortie en décembre de WordPress 3.3 dominera le premier semestre 2012. Cette nouvelle version arbore une interface d'administration améliorée, ainsi que des pointeurs pour aider les nouveaux usagers à démarrer. Les développeurs ont accès à ceux-ci, mais à l'heure où nous écrivons cet article, l'API n'a pas encore été finalisée. Nous reviendrons très probablement sur cette fonctionnalité dans un prochain numéro. L'interface du menu a elle aussi été améliorée, ainsi que la barre d'administration pour les usagers connectés. En fait, la partie administration a été revue façon HTML5 et elle est maintenant plus ou moins réactive. Les installations en

réseau sont plus faciles à gérer et vous pouvez désormais activer des thèmes en réseau, comme il est possible de faire avec les extensions depuis un moment. La nouveauté la plus importante est toutefois la fonction d'envoi de fichiers multimédias, qui vous permet de glisser-déposer des fichiers dans la fenêtre de mise en ligne. Cet uploader utilise en priorité HTML5 et repasse à Flash si vous utilisez un ancien appareil ne prenant pas le HTML5 en charge. Si nécessaire, il propose aussi une fonctionnalité simple de mise en ligne par recherche sur le disque dur. Passez à la version 3.3 car elle est désormais disponible : c'est une excellente version, et déjà une mise à jour solide !



54 Nettoyer son installation WP

De temps en temps, c'est une bonne idée de nettoyer votre installation. Vous avez sans doute des extensions et des thèmes que vous avez utilisés un temps puis avez laissé tomber. Ce sont de potentiels risques de sécurité qui pourraient vous causer des problèmes si vous êtes malchanceux, alors débarrassez-vous de ceux que vous n'utilisez pas. Et pendant que vous y êtes, pourquoi ne pas remettre en question l'utilisation que vous faites de vos extensions ? Avez-vous vraiment besoin de toutes ? Essayez d'en supprimer quelques-unes et de voir si elles vous manquent.



55 Protéger son wp-config.php

Si votre serveur Web supporte .htaccess, vous pouvez protéger votre fichier wp-config.php grâce à ce petit rajout (à placer à la racine de votre installation) :

```
001 <Files wp-config.php>  
002 order allow,deny  
003 deny from all  
004 </Files>
```

Il deviendra plus difficile pour les personnes malintentionnées de récupérer votre fichier wp-config.php, lequel contient des informations très sensibles. Essayez d'abord sur une installation de test, juste au cas où votre hôte aurait une sorte de configuration spéciale qui mettrait tout en l'air.



56 Extension BuddyPress

L'extension communautaire BuddyPress a fait de gros progrès, vous devez absolument l'essayer si ce n'est pas déjà fait. Grâce à BuddyPress, vous pourrez permettre à vos utilisateurs de mettre leur statut à jour, de rejoindre des groupes et d'interagir au-delà du champ de commentaire.



57 Partager avec la communauté

L'open source marche parce que nous sommes nombreux à y participer en développant ou en conseillant des logiciels libres de droits. En 2012, pourquoi ne pas essayer de proposer un patch pour WordPress, de faire une extension ou un thème, ou tout simplement d'apprendre aux gens à utiliser la plateforme ? Aidons tous ensemble WordPress à se développer !



58 Extension Jetpack

Jetpack est une extension qui donne aux installations indépendantes de WordPress de nombreuses fonctionnalités que l'on trouve sur WordPress.com. Elle est très pratique quand vous déménagez WordPress.com, mais aussi si vous voulez rajouter à votre blog WordPress des fonctionnalités simples et extrêmement courantes. Apprenez-en plus sur <http://jetpack.me>.



59 Passer à WordPress

Il y a plein d'outils d'importation qui vous aideront à passer de la plateforme que vous utilisez à WordPress. Il vous suffit de l'installer puis d'aller dans Outils > Importer pour voir ceux qui vous sont proposés. En 2012, quitterez-vous enfin Blogger pour rejoindre l'armée de WP ?



60 Hébergement par WordPress

Il y a de fortes chances que vous ayez votre propre installation de WordPress, mais le service d'hébergement de WordPress.com lui aussi est plutôt pratique. Peut-être, pour un projet donné, correspondra-t-il mieux à vos besoins ? En tout cas, c'est toujours une bonne idée d'aller voir ce qui se passe sur WordPress.com.



61 Contribuer à Akismet

Nous sommes nombreux à utiliser Akismet pour éviter le spam, mais savez-vous que ce n'est pas un service gratuit ? Les blogs et les sites personnels peuvent choisir de ne rien payer, mais les utilisateurs professionnels doivent casquer. Vous pouvez en lire plus sur le sujet sur <http://akismet.com>.



62 Nouveaux moteurs de recherche

La recherche par défaut de WordPress n'est pas franchement du même niveau que celle de Google, alors pourquoi ne pas essayer Google Custom Search Engine (www.google.com/cse) ? Et si vous préférez vous cantonner à WordPress, jetez un œil à l'excellente extension Relevanssi : <http://wordpress.org/extend/plugins/relevanssi>.



LES SUCCÈS CHEZ WORDPRESS

63 Les thèmes enfants sont l'avenir

WordPress Si vous voulez donner la possibilité de modifier vos thèmes, créez des thèmes enfants. En utilisant des thèmes enfants, vous pourrez conserver vos modifications en dehors du thème template, qu'elles soient de petits changements au niveau du CSS ou des fichiers templates complètement différents, ou encore des nouvelles fonctionnalités dans fonctions.php. Cela veut dire que lorsque le thème template est mis à jour, vous savez que vous pouvez appliquer cette mise à jour sans avoir peur qu'elle n'écrase vos modifications. Vous pouvez facilement commencer à utiliser des thèmes enfants. Tout ce que vous avez à faire, c'est de créer un nouveau dossier dans wp-content/themes qui contiendra (au minimum) styles.css et la déclaration normale du thème, laquelle comportera un ajout : la ligne template. Ci-dessous, vous trouverez la partie supérieure du CSS d'un thème enfant factice (la feuille de styles du thème template sera même importée, ce qui est en général une bonne idée) qui se sert du thème Twenty Eleven comme base. Vous remarquerez que la ligne template fait référence au nom du dossier du thème template, et non au nom du thème :

```
001 /*
002 Theme Name: My Child Theme
003 Author: Web Designer HOT 100
004 Author URI: http://tdh.me/
005 Description: This child theme uses
Twenty Eleven!
006 Version: 1.0
007 Template: twentyeleven
008 */
009
010 @import url(../twentyeleven/
style.css);
```



64 Les meilleures extensions de mise en cache

WordPress Votre site WordPress tournera beaucoup mieux si vous utilisez une extension de mise en cache. Il en existe plusieurs, chacune ayant son propre degré de personnalisation. La plus populaire est W3 Total Cache (<http://wordpress.org/extend/plugins/w3-total-cache>), qui propose de nombreuses options. WP Super Cache, qui en est à la version 1.0 (<http://wordpress.org/extend/plugins/w3-super-cache>) est elle aussi très appréciée. WP Super Cache est un peu plus facile à installer, mais comparez-les vous-même. Pour les moins techniques d'entre vous, Hyper Cache (<http://wordpress.org/extend/plugins/hyper-cache>) est peut-être celle qui vous faut.

65 5 nouvelles solutions de sauvegarde

WordPress Vous ne pouvez pas compter uniquement sur la solution de sauvegarde de votre hôte. Voici quelques options à étudier au cours de l'année qui vient :

- VaultPress (<http://vaultpress.com>)
- BackupBuddy (<http://pluginbuddy.com/purchase/backupbuddy>)
- WP-DB-Backup (<http://wordpress.org/extend/plugins/wp-db-backup>)
- BackUpWordPress (<http://wordpress.org/extend/plugins/backupwordpress>)
- WordPress Backup to Dropbox (<http://wordpress.org/extend/plugins/wordpress-backup-to-dropbox>)

66 Activer le SSL pour wp-admin

WordPress Si votre hôte supporte le trafic crypté SSL, vous pouvez forcer toutes les interactions d'administration de WordPress à utiliser le SSL. C'est évidemment une bonne idée car cela rendra la vie des pirates bien plus difficile. Ajoutez ceci à wp-config.php :

```
001 define('FORCE_SSL_ADMIN', true);
```

67 Scanner vos sites WordPress

WordPress Le problème, c'est que vous ne pouvez pas prévoir quand votre site se fera pirater et quand le pirate y placera du code malveillant. L'extension WP Security Scan analysera votre installation et vous avertira si elle y trouve quelque chose de suspect : <http://wordpress.org/extend/plugins/wp-security-scan>.



Zurb

Zurb, dans le business depuis plus de dix ans, n'est pas une nouvelle venue : elle montre au contraire comment certaines agences peuvent servir de pionnières en faisant d'excellents designs. Cette agence fait non seulement un très bon travail pour ses clients, mais elle aide aussi la communauté à adopter des standards éprouvés et de bonnes pratiques. On ne peut que se sentir encouragés par la clarté de son site Web et les ressources publiques offertes dans la section Playground : feuilles d'ébauches, pochoirs ou encore papier quadrillé. Comme si ça ne suffisait pas, vous trouverez également le framework Foundation 21 et le texte standard de Zurb pour la création de contenus destinés à de multiples appareils. Allez sur www.zurb.com pour commencer à bavarder.





74 Conférence Web Heroines Emerge

La miniconférence Emerge, organisée par Web Heroines, nouvelle organisation anglaise à but non lucratif, fait l'éloge du talent et de l'innovation des femmes dans le design et la technologie. Conférence sur trois jours qui s'est déroulée du 16 au 18 janvier, Emerge a proposé des conférences et des ateliers tenus par certaines des femmes les plus influentes de l'industrie, pour finir par un débat en partenariat avec le British Library Business & IP Centre. Voici ce que nous dit Ken Lambden, fondatrice : « Web Heroines Emerge est là pour toucher toutes les femmes qui aiment le design et la technologie, et les encourager à faire le premier pas, à concrétiser leurs idées et à travailler en équipe. Nous voulons voir plus de femmes programmer, faire des apps et créer de superbes expériences sur le Web. » <http://webheroines.com/emerge>

75 Start-up à suivre : Webdoc

Webdoc est un service en bêta se servant du HTML5 et qui permet de mixer le Web pour partager des photos, des fichiers audio, de la vidéo, du texte, et bien plus encore. Tirant parti de Facebook, Twitter, SoundCloud et de sa propre boutique d'apps, il a déjà été adopté commercialement par Universal Music/EMI, NME.com, Orange et Playboy. « Vous utilisez Webdoc lorsqu'une mise à jour de statut ne suffit pas à raconter votre histoire, et que s'occuper d'un blog est trop embêtant, explique Stelio Tzonis, PDG et cofondateur de Webdoc. Nous le trouvons plutôt magique, et nous pensons qu'il rendra la communication en ligne plus sympa et plus expressive. » www.webdoc.com

76 EU Cookie Collective

Sarah Arrow, autorité du blogging et femme d'affaires, a lancé l'extension pour WordPress EU Cookie Law pour aider les sites à se plier aux nouvelles lois sur la vie privée. « Il est vital que les sociétés (toutes celles qui ont un site Web, en fait) se plient à cette loi si leur site utilise des cookies pour collecter des données ou pour voir comment leurs visiteurs utilisent leur site, explique Sarah. Il faut afficher un avertissement avant que le site ne se charge, prévenant qu'il se sert de cookies. » L'extension empêche un site de se charger si le visiteur ne coche une case pour indiquer qu'il est au courant que des cookies sont utilisés. Vous pouvez trouver plus d'informations et acheter l'extension sur www.eucookieplawplugin.co.uk

77 Orbcreation

Les films en 3D font fureur au cinéma, mais ils n'ont pas vraiment embrasé le Web, surtout quand on pense au contre-coup qu'a subi Flash l'an dernier. Orbcreation est un nouveau service lancé en janvier, basé sur Unity Web Player, qui permet à ses usagers de faire des sites Web en 3D grâce à une série de templates et d'inclusions préconçus. Bébé du développeur Richard Knot, ce service pourrait être un pas inspirant vers une expérience Web plus riche et plus immersive, et ce sans lunettes ridicules ! www.orbcreation.com



69 Types de contenus personnalisés

Les types de contenus personnalisés vous permettent de créer vos propres formats de billets, lesquels se comportent plus ou moins comme les billets et les pages classiques. Vous pourriez avoir un type de contenu pour vos livres, par exemple, ce qui ferait que les billets sur les livres existeraient en dehors des billets ordinaires. Tout ce que vous avez à faire, c'est d'ajouter le code suivant au fichier `functions.php` de votre thème pour avoir un format de billet simple pour vos livres :

```
001 // Books post type
002 register_post_type('books', array(
003     'label' => 'Livres',
004     'singular_label' => 'Livre',
005     'public' => true,
006     'show_ui' => true,
007     'capability_type' => 'post',
```

```
008     'taxonomies' => array('category'),
009     'has_archive' => true,
010     'rewrite' => array(),
011     'slug' => 'livres'
012 ),
013     'query_var' => false,
014     'supports' => array('titre', 'éditeur',
015     'auteur', 'miniature', 'extrait', 'champs-persos',
016     'commentaires')
017 ));
```

Il faudra probablement aussi créer un fichier template `archive-livres.php`, pour les archives des types de contenus de la catégorie des livres. Vous pouvez aussi créer un fichier template `livres-uniques.php` pour les billets de livres uniques. Vous pouvez en lire davantage sur les types de contenus personnalisés dans le Codex (<http://codex.wordpress.org/Post-Types>).

70 Faire sa propre page de maintenance

Dans WordPress, quand vous êtes en train de mettre quelque chose à jour, le site affiche un message de maintenance aux visiteurs. La page par défaut n'est pas très belle, alors pourquoi ne pas en changer ? C'est heureusement très facile à faire : il suffit de concevoir une simple page HTML contenant un message indiquant que vous êtes en train d'effectuer une opération de maintenance et que le site sera bientôt de nouveau en ligne. Appelez cette page `maintenance.php` et mettez-la dans votre dossier `wp-content`. La prochaine fois que vous mettrez votre installation à jour, vos visiteurs verront cette page plutôt que l'autre.

Updates in progress.
We'll be back soon.



71 Thème en vogue : Sport Edge

Préconfiguré pour le domaine du sport mais suffisamment adaptable pour servir à autre chose. Sport Edge ne coûte que 49 dollars (env. 37,40 euros) alors qu'il déborde d'excellentes fonctionnalités, notamment un slider d'images en plein écran qui domine en haut de la page principale, une présentation en onglets, et une mise en page attractive en deux colonnes. Vous pouvez voir la démo et acheter le thème sur : <http://themefuse.com/demo/wp/sportedge/>

72 Ajouter bbPress

Puisqu'on parlait de BuddyPress, l'extension autonome pour forums, bbPress, est enfin sortie cette année, et vous devriez l'utiliser elle aussi. Elle s'intègre très bien à BuddyPress, vous pouvez donc faire une communauté à part entière pour votre site WordPress si vous le souhaitez !

73 Formats d'articles

Il y a neuf formats d'articles de type Tumblr dans WordPress, sans compter le format par défaut (standard). Avec tout cela, vous pouvez facilement gérer de courts articles de type "en passant", des citations, des galeries, etc. parmi votre contenu. Consultez le codex (sur http://codex.wordpress.org/Post_Formats) pour avoir une liste complète des formats d'articles disponibles. Vous devrez activer la prise en charge du format d'article que vous voudrez utiliser dans le `functions.php` de votre thème :

```
001 add_theme_support('post-formats',
002     array('aside', 'gallery', 'quote'));
Le code ci-dessous rajoute une prise en
charge des formats de billet de type "en passant", des galeries et des citations, maintenant
tous disponibles dans "Éditer l'article" dans
l'administration. Pour mettre en forme le
format d'article, utilisez CSS ou des balises condi-
tionnelles, comme cette vérification pour le
format d'article de type "en passant" :
001 if ( has_post_format('aside') ) {
002     echo Voici le format d'article de type
"en passant" ;
003 }
```



JQUERY

78
jQuery

Chaining jQuery

jQuery a une fonctionnalité que l'on appelle chaining permettant de lier plusieurs méthodes pour avoir au final moins de code. Cela fait gagner énormément de temps, et vous devriez l'utiliser pour que votre code soit concis.

jQuery Mobile Touch-Optimized Web Framework for Smartphones & Tablets

Project Goals and Status

jQuery Mobile framework has the "write less, do more" mantra in its DNA. jQuery Mobile makes it possible to write code that will also run on a single desktop browser, and even on a mobile browser that will run on a desktop browser.

79

L'essor de jQuery Mobile v1.0

jQuery Mobile a gagné beaucoup de terrain en 2011 : première version alpha fin 2010, puis trois versions d'évaluation en 2011, et enfin sortie de la version 1.0. Ce framework a reçu de nombreux prix, dont celui de l'innovation de l'année lors des .net Awards. jQuery Mobile est pour la communauté des Webdesigners et des développeurs d'interfaces un moyen facile de faire un site mobile. jQuery Mobile, semblable à la bibliothèque principale jQuery, est basé sur le principe "écrire moins, en faire plus" : la syntaxe est très facile à comprendre et c'est une extension de la bibliothèque de base. jQuery Mobile supporte actuellement les appareils équipés des dernières versions des systèmes d'exploitation suivants : Apple iOS, Google Android, BlackBerry, Palm WebOS et Windows Phone. L'équipe de développement a également passé beaucoup de temps à travailler sur la prise en charge des navigateurs mobiles plus vieux et moins connus, ce qui fait de jQuery Mobile un choix très attractif lorsqu'on fait un site mobile. jQuery Mobile commence à peine à pénétrer le marché : s'il continue à progresser ainsi et a le même effet qu'à eu jQuery sur le marché en 2011, il connaîtra à coup sûr une croissance explosive.

80
jQuery

Extension jQuery PhotoSwipe

Le Webdesign réactif a bénéficié de beaucoup de buzz en 2011, il restera un sujet d'actualité en 2012. Le Webdesign réactif fait référence à la pratique qui consiste à créer une seule mise en page fonctionnant sur plusieurs types d'appareils et se redimensionnant pour s'adapter à chacun d'eux, procurant ainsi une expérience utilisateur optimale. La compatibilité avec les appareils couvre des navigateurs comme des portables, et on l'obtient en utilisant des requêtes de média CSS ciblant différentes résolutions. En plus du CSS, de nombreux designers et développeurs trouvent des façons d'utiliser jQuery pour créer et améliorer l'ex-



81
jQuery

jQuery Conference vient au Royaume-Uni

L'équipe de jQuery a organisé des conférences officielles sur jQuery au cours de ces dernières années, mais c'est la première fois que l'une d'elles aura lieu en Europe. Elle se tiendra à Oxford, au Royaume-Uni, et c'est un événement d'un jour (10 février 2012) à ne manquer sous aucun prétexte. Deux ateliers durant toute la journée sont prévus la veille de la conférence. Intro à jQuery et jQuery Mobile, un sujet chaud qui sera sans doute très débattu au cours de la conférence. Dix grands orateurs traiteront également de sujets comme l'utilisation de jQuery dans les applications Web, ou encore la construction d'applications mobiles avec jQuery,



expérience utilisateur par rapport aux mises en page réactives. PhotoSwipe (www.photoswipe.com) est une extension jQuery permettant aux utilisateurs d'accéder à une galerie d'images qui fonctionne sur tous les appareils portables et qui est agrémentée de fonctionnalités natives que ces appareils prennent en charge. Comme le suggère son nom, PhotoSwipe donne aux utilisateurs la possibilité d'utiliser un balayage ("swipe" en anglais), un type de saisie natif que l'on trouve sur les appareils portables, afin de parcourir une galerie d'images. PhotoSwipe est une extension open source que vous pouvez télécharger et utiliser pour n'importe quel projet.

82
jQuery

Utiliser l'alias de jQuery et éviter les conflits

La plupart des tutoriels pour débutants font usage du \$ (symbole du dollar) pour créer des déclarations jQuery ; on appelle cela l'alias. Pour éviter les conflits avec d'autres bibliothèques/frameworks, il est recommandé d'utiliser l'alias de jQuery.

83
jQuery

Agence à suivre : appendTo

Surveillez appendTo (<http://appendto.com>) de près. C'est une agence interactive qui offre des services de conseil et des cours sur jQuery en ligne et lors de conférences. Cette société fait usage de nouvelles technologies passionnantes, comme HTML5, CSS3 et jQuery, pour faire des sites de bureau et mobiles qui repoussent réellement les limites.

84

Conseil d'un pro

Mark Shufflebottom,
conférencier New Media,www.shufflebottom.com

Expert

Prototypage rapide avec Proto

Pour l'instant, les tablettes ont principalement été utilisées comme appareils de grande consommation ; nous commençons à peine à voir arriver des outils de création utiles. Adobe a lancé Photoshop Touch, et Proto, une application simple de dessin qui permet de rapidement faire des maquettes fil de fer, l'a suivi de près. Elle est idéale pour les réunions lorsque vous voulez ébaucher quelques concepts, ou pour ceux qui essaient d'obtenir l'expérience utilisateur parfaite. L'appli permet aussi d'utiliser Dreamweaver pour transformer votre ébauche en code, mais nous émettrons un jugement sur cette fonctionnalité lorsque nous pourrons voir si le code est propre ou pas. Même sans compter la prise en charge de Dreamweaver, elle semble être une nouvelle venue très utile dans la panoplie d'outils du designer.

86

Site jQuery en vogue :
jquerystyle.com

Allez sur <http://jquerystyle.com>, c'est un site qui se consacre à montrer les meilleures utilisations de jQuery sur le Web. jQuery.com propose aussi une liste de sites utilisant jQuery, mais elle n'est pas toujours à jour.

87

Utiliser des ID plutôt
que des classes pour avoir
un site plus rapide

Lorsque vous sélectionnez des éléments du DOM (Document Object Model), il vaut mieux les sélectionner selon leur ID. jQuery utilise pour cela la fonction native getElementById, et cela va bien plus vite que si on sélectionne les éléments en fonction de leur nom, qui est une nouvelle méthode n'existant pas en JavaScript natif.

88

jQuery hébergé sur un CDN

jQuery has set up partnerships with Google and Microsoft offering a CDN (content delivery network)-hosted version of jQuery. Using a CDN-hosted version will greatly decrease your page load time and therefore increase your performance.

89

jQuery hébergé
sur un CDN

jQuery Mobile - Up and Running est un livre prévu pour 2012. jQuery Mobile a beaucoup évolué cette année, avec la sortie des versions alpha, bêta et, pour finir, la version 1. En 2012, nous serons probablement témoins de nouvelles améliorations, alors achetez ce livre pour prendre de l'avance sur la concurrence.

90

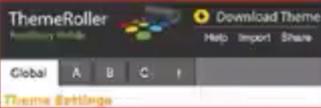
JS Bin pour tester jQuery
dans le navigateur

JS Bin (<http://jsbin.com>) est un outil pour navigateur qui permet d'écrire et de faire tourner du JavaScript dans le navigateur sans avoir besoin d'un éditeur ou d'un serveur Web. Vous pouvez y inclure les dernières versions de jQuery, jQuery UI et jQuery Mobile, et partager le code avec vos amis pour un travail en équipe ultime.

91

jPlayer pour les vidéos HTML5

Adobe a récemment annoncé qu'il abandonnait Flash au profit du HTML5, étant donné la pénétration de la vidéo Flash sur le Web, voici une annonce qui va avoir de grosses répercussions. Le HTML5 a apporté la vidéo aux API des navigateurs, mais n'est pris en charge que par les navigateurs les plus récents. De nombreux grands sites qui offrent des vidéos (YouTube) les proposent maintenant en utilisant le HTML5 pour également fournir ce contenu aux smartphones et aux tablettes, de plus en plus nombreux. Une extension jQuery appelée jPlayer (<http://jplayer.org>) vous permet toutefois de proposer soit de la vidéo Flash, soit de la vidéo HTML5 à vos utilisateurs.



92

ThemeRoller
pour jQuery
Mobile

L'équipe de jQuery Mobile a adapté le ThemeRoller de jQuery UI, lequel permet de créer sans écrire de CSS des thèmes personnalisés que l'on peut utiliser pour des sites mobiles se servant de jQuery Mobile. Toute la création du thème se fait en utilisant l'application Web ThemeRoller sur Internet. Cette appli est intégrée à Adobe Kuler, ce qui vous permet de créer plusieurs palettes de couleurs puis de les utiliser avec votre thème jQuery Mobile, ce que ne propose pas la version de bureau. Il faudra garder l'œil sur ThemeRoller en 2012, car tout ça ne fait que commencer !

85

Tester jQuery avec Firebug

Firebug est une extension pour Firefox qui est devenue une des plus utilisées par les Webdesigners et les développeurs d'interfaces. Ses nombreuses fonctionnalités sont couramment utilisées, mais s'il y en a une à côté de laquelle on passe souvent, c'est la Console, qui permet de faire tourner JavaScript directement dans le navigateur et de répertorier les erreurs grâce à console.log. La prochaine fois que vous écrirez du jQuery, essayez d'utiliser la Console dans Firebug. On trouve aussi des fonctionnalités similaires dans les outils pour développeurs de Safari et de Chrome.



93

CSS4, déjà ?!

Si vous en avez déjà marre de CSS3, vous n'aurez peut-être pas si longtemps que ça à attendre pour voir la version suivante, car le W3C est déjà en train d'en publier des ébauches. Le nouveau navigateur 11.60 d'Opera dit en offrir une prise en charge préliminaire, et la spécification promet des nouveautés fascinantes, comme les pseudoclasses servant à implémenter des styles d'UI liés à l'état des éléments, par exemple .enabled, .disabled, .checked, etc. Vous pouvez en lire plus sur www.w3.org/TR/2011/WD-selectors4-20110929.

94

Adobe CSS shaders

Adobe va faire beaucoup d'efforts pour adopter le HTML5 cette année, et a envoyé une proposition d'effets spéciaux en CSS au W3C. Basée sur les filtres SVG, l'ébauche de "CSS Shaders", qui a été montrée sous forme d'une démo comprenant des snippets de code, laisse envisager des animations et des transitions impressionnantes. Pour une documentation complète et des informations sur l'accueil qu'a reçu cette initiative, allez sur www.adobe.com/devnet/html5/articles/css-shaders.html.

FUTURETECH



95 Combiner et minifier votre code jQuery

La performance sera toujours un souci, mais vous pouvez limiter l'impact de jQuery en combinant vos extensions et votre code jQuery, et en minifiant le tout pour réduire leur poids et leur impact.

96 jQuery Fundamentals

jQuery Fundamentals est un livre open source disponible uniquement sur Internet, dont l'auteur, Rebecca Murphey, est aussi animatrice du podcast yayQuery. Ce livre est une très bonne présentation de la bibliothèque jQuery. Murphey maîtrise très bien et nous vous conseillons fortement de mettre ce livre en favoris dans votre navigateur.

97 Agence à suivre : Bocoup

Bocoup (<http://bocoup.com>) est une agence qui ressemble un peu à appendTo au sens où elle propose des services de conseil et de formation en jQuery et autres technologies émergentes. Bocoup sponsorise souvent les conférences jQuery, et ses développeurs contribuent régulièrement à divers projets jQuery.

98 Podcast yayQuery

Écoutez le podcast yayQuery pour profiter d'infos utiles sur jQuery. Ce podcast est présenté par quatre excellents développeurs jQuery (Paul Irish, Rebecca Murphey, Adam J. Sontag et Alex Sexton) qui débattent des actualités sur jQuery, des mises à jour de la bibliothèque, d'extensions utiles et d'autres sujets comme les formations et la prise en charge.

99 Un régime pour jQuery

La bibliothèque principale de jQuery pèse environ 150 Ko non compressée, ce qui peut entraver la performance de votre site ou de votre application. jQuery UI propose de personnaliser votre téléchargement pour n'y inclure que les packs nécessaires. Un développeur a également lancé un projet appelé jQuip, ou jQuery-in-parts, qui divise jQuery en plusieurs parties et vous permet de n'inclure à votre projet que celles dont vous avez besoin afin d'en améliorer la performance. jQuery Core et Mobile ne le proposent pas encore, mais cela pourrait bien voir le jour en 2012, alors gardez l'œil ouvert !

PT Sans

100 Police Web de Google en vogue

PT Sans, police de caractères que nous avons aperçue sur plusieurs sites au cours des derniers mois, offre une réelle variété tout en restant lisible. Sortie par ParaType en 2009 et conçue par Alexandra Korolkova, Olga Umpeleva et Vladimir Yefimov, elle emprunte beaucoup aux polices russes sans empattement du 20^e siècle, tout en étant moderne. Maintenant disponible en tant que police Web en passant par Google, elle existe en plusieurs versions différentes : normal, gras, caption et narrow, mais surtout elle reste bien nette et bien lisible même en petits caractères. www.google.com/webfonts

Agence de l'année 2011

LA LAURÉATE ET LES AGENCES « PROFILE » NOMINÉES, DES NUMÉROS 30 À 37

I I / R E S /

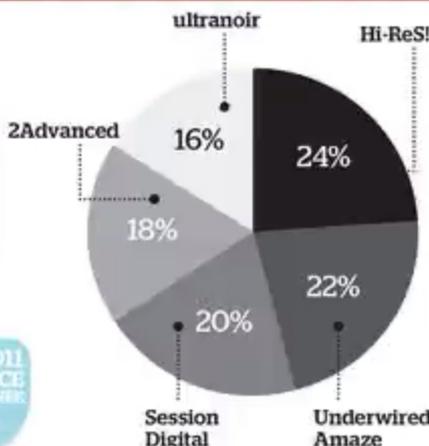


Fournisseur et créatrice de chefs-d'œuvre numériques primés, l'agence Hi-ReSI vient de rajouter une excellente année de plus à celles qu'elle a déjà passées dans le domaine du design numérique.

À l'occasion de la refonte de son site, elle a créé une expérience géniale et moderne et plusieurs projets incontournables. Félicitations, Hi-ReSI. Sa cofondatrice, Alexandra Jugovic, nous touche quelques mots :

« Hi-ReSI a été créée en mai 1999 par Florian Schmitt et moi-même. Au fil du temps, de nombreuses personnes pleines de talent ont travaillé avec nous, et nous sommes apparus plusieurs fois dans le magazine Web Design. C'est un très grand compliment pour nous en tant que studio, et pour tous les travailleurs acharnés de notre équipe, que d'avoir été désignée Agence de l'année 2011 par Web Design. C'est vraiment motivant de savoir que nous avons encore notre place après douze années dans le business ! Merci à tous ceux qui ont voté. »

Alexandra Jugovic, cofondatrice de Hi-ReSI, a lancé la société en 1999.



Underwired Amaze
www.underwired.com



Session Digital
www.sessiondigital.com



ultra noir
www.ultra noir.com



2Advanced
STUDIOS

2Advanced
www.2advanced.com

firstborn
www.fbom.com

DRIFTLAB
INTERACTIVE AGENCY
www.driftlab.com



Liquid Light
www.liquidlight.co.uk

Mutado
<http://mutado.com>



Critical Mass
www.criticalmass.com

flightless
www.flightless.co.nz



GR/DD
www.grdd.co.uk



ORM London
www.ormlondon.com

44 TELLEMENT PRESSÉ
DE **PLIER** CE 77
PROJET



OUI.
MAIS UN
BEAU PLIAGE.

Pourquoi budget réduit et projet pas sexy
rimeraient avec mauvaise imagerie ?

Images, vecteurs, musiques, vidéos.

iStockphoto.fr Premium low-cost des banques d'images.



PHOTOSHOP LES SECRETS DES TEMPLATES

DÉVOILÉS



Le guide professionnel
pour créer des thèmes parfaits

Photoshop, qui vous sert à faire des thèmes de page riches en images et en beauté, est un rouage essentiel du processus de création.

Radim Malinic, expert, nous présente un guide visuel de la théorie et des outils pratiques indispensables pour passer de concept à la réalisation...



Vous pouvez suivre le template qui sert d'exemple à Radim dans ce numéro, soit grâce aux liens ci-dessous :
<http://sites.brandnu.co.uk/raw/test>
<http://sites.brandnu.co.uk/raw/final>
(Photographies originales par Nathalie Gordon)

Nous faisons tout notre possible pour nous distinguer les uns des autres, que ce soit par notre style vestimentaire ou bien par le café que nous buvons. Nous voulons être uniques, et nous voulons créer quelque chose qui montre clairement ce que nous savons faire.

Les designers sont une espèce rare au sens où ils sont prêts à travailler plus pour obtenir de meilleurs résultats, dans l'espoir qu'à la fin on reconnaisse les efforts qu'ils ont fournis. C'est parfois le cas, d'autres fois non. Pourtant, en tant qu'êtres humains vivant dans un monde où les titres de fonction sont tantôt déroutants, tantôt significatifs, une camaraderie règne dans le monde du design. Vous qui lisez ce magazine, peut-être êtes-vous "Webdesigner" ou "développeur". Si oui, dites-vous que vous êtes membre d'un groupe toujours plus grand de personnes se trouvant sur la même longueur d'onde que vous, et qui auraient tout à fait le droit de cocher "bilingue" sur un formulaire de recensement vu qu'elles parlent le HTML aussi couramment que leur langue natale.

Certains lecteurs sont également issus du graphisme, un monde où la presse d'imprimerie, l'encre et le papier ont encore un grand rôle à jouer aux côtés de la création numérique. Dans leur bible du design, vous trouverez des chapitres sur l'ajout de fond perdu, de couleurs Pantone et autres merveilles spécifiques à l'impression. Le métier de graphiste est riche et vieux de plusieurs décennies ayant vu naître des œuvres révolutionnaires. De l'autre côté, Internet (et le Webdesign par la même occasion) n'a qu'une vingtaine d'années. Ça vous semble peut-être long, mais certaines des plus grandes avancées dans ce domaine n'ont eu lieu que récemment. Les nouveaux

venus comme le HTML5, le CSS et WordPress ont enrichi l'expérience utilisateur à tous les niveaux. Avec le temps, de plus en plus de personnes se mettent à programmer, à faire des designs et à influencer le monde du Webdesign.

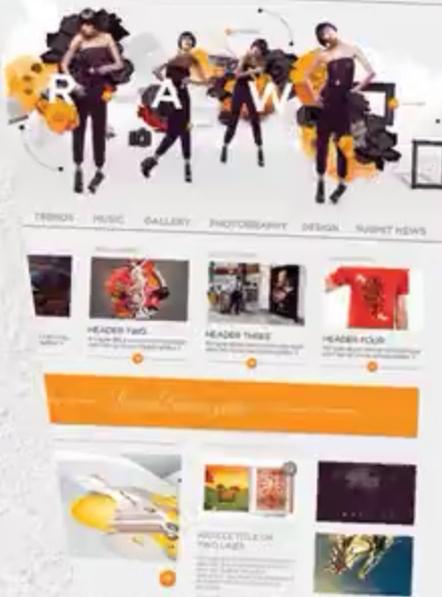
Même si les différences entre le graphisme et le Webdesign sont nombreuses, en réalité, nous avons là deux groupes de personnes qui font des sites Web. Que se passe-t-il donc lorsque ces deux mondes entrent en collision, et qu'un print designer travaille sur un site Web ? Dans la majorité des cas, tout se passe bien, à moins qu'il ne soit tenté d'utiliser le dernier logiciel d'Adobe, Muse, ce que je déconseille personnellement.

La méthode éprouvée pour bien créer des sites est de mélanger les logiciels de traitement d'images et de programmation HTML. Adobe, un des leaders de ces domaines, propose des logiciels parmi les pionniers du genre et ayant récemment fêté leur vingtième anniversaire. Ces logiciels de création sont régulièrement mis à jour et agrémentés de nouvelles fonctionnalités pour aider leurs utilisateurs à concrétiser leurs idées. Photoshop et Illustrator sont évidemment deux des logiciels les plus connus d'Adobe. Ils fonctionnent en parfaite harmonie, se complètent l'un l'autre tout en accélérant grandement le rythme de travail de l'utilisateur. Même si le monde de l'impression était leur cible principale, les print designers comme les Webdesigners se sont vite mis à les utiliser et à les aimer. Certains des sites les plus frappants qui existent aujourd'hui sont le résultat d'un mélange entre ce qui est amusant et ce qui est sérieux : Photoshop et le HTML.

Faire un site à partir de rien peut faire peur, en particulier si l'on doit utiliser Photoshop et qu'on ne connaît pas bien le logiciel. Les pages qui suivent vous le présenteront et vous expliqueront comment utiliser ses outils puissants pour transformer votre Webdesign.

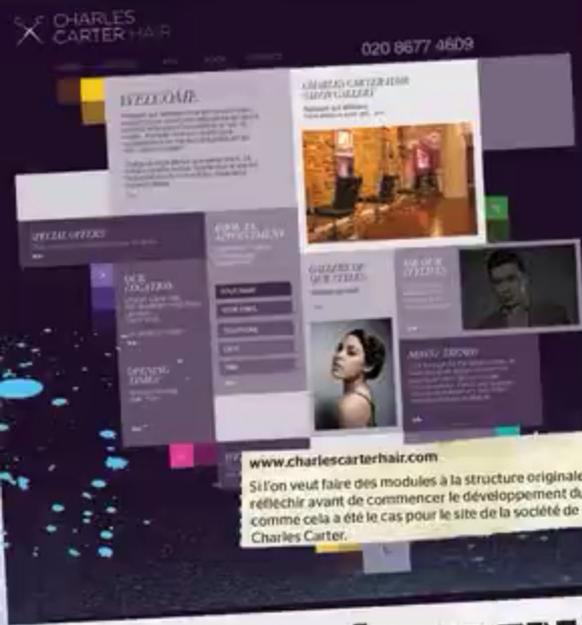
RAW: sites.brandnu.co.uk/raw

PROJET DE
ISSUE.07



« Photoshop est là où se retrouvent toutes les idées avant que la programmation ne débute. Il est formidable de pouvoir tester tout ce qu'on veut avant de prendre sa décision finale, surtout depuis que le nombre de nouveaux portables et de nouveaux supports ne cesse d'augmenter. »

Radim Malinic



www.charlescarterhair.com

Si l'on veut faire des modules à la structure originale, il faut y réfléchir avant de commencer le développement du site, comme cela a été le cas pour le site de la société de coiffure Charles Carter.



www.urbanwarriors.co.uk

Un site personnalisé conçu en testant plusieurs concepts dans Photoshop ; les fichiers ont ensuite été remis aux développeurs Web.



www.jonbriggs.com

La quantité de couleurs est dosée à point, et en parfait équilibre avec le contenu destiné aux clients de l'entreprise.



www.incrediblefta.com

Incredible FTA permet à ses clients d'acheter des produits sur le site, et propose plusieurs arrière-plans différents.



www.kokou.co.uk

En partant d'un print design, on peut facilement transformer la charte graphique d'une marque en thème global d'un site, comme cela a été le cas pour la marque de produits pour cheveux Kokou.



PREMIÈRE INSPIRATION

Avant même de commencer à formuler des idées pour le template, d'où les designers tirent-ils cette première inspiration visuelle ?

Les designers, souvent de formation différente, ont tendance à repousser les frontières du Webdesign ensemble, même s'ils le font chacun à leur manière.

Toute idée ou élément inhabituel (qu'il date d'il y a mille ans ou d'hier) peut très bien être choisi par quelqu'un se trouvant de l'autre côté du globe et qui le fera de nouveau évoluer. Attention, je ne suis pas en train de vous encourager à voler des idées, mais plutôt à vous baser sur ce qui existe déjà et à y rajouter vos propres idées et votre personnalité. Nous programmons tous dans le même langage, nous avons tous un clavier, une souris et parfois une tablette. C'est un terrain de jeu où tout le monde est à égalité, alors comment se fait-il que les œuvres créées soient si différentes les unes des autres ? Évidemment, tout dépend de la personne.

Ne nous voilons pas la face : il y aura toujours une forte demande pour ce qui est médiocre. Il y aura toujours de la musique pop, de la barbe à papa et des sites criards. Que ça nous plaise ou non, nous ne pouvons rien y changer. Cela nous donne toutefois un repère pour que nous puissions créer des sites excellents et uniques, qui sortiront du lot pour de bonnes raisons.

Les designers ne peuvent plus utiliser l'excuse insipide du : « Qu'est-ce que j'aimerais que mes clients me donnent des briefs intéressants ! » C'est l'excuse du designer sans inspiration qui n'a pas d'idées lui-même étant propres. Vous n'êtes peut-être pas d'accord, mais à combien de reprises avez-vous déjà entendu dire qu'un client avait refusé un concept de site formidable et "dans les limites du budget" ? Si vous restez dans le budget et profitez de chaque projet en y apportant votre propre style, tout le monde en sortira gagnant. Chaque nouvelle commande sera l'occasion d'affiner et d'élargir votre savoir-faire tout en étant payé à rester assis à votre bureau et à boire des litres de café (ludique

bien sûr, tout cela à votre commande) pendant que vous concoctez le meilleur site qui soit.

Une fois celui-ci achevé, vous devrez bombarder le Web en publiant la nouvelle partout. Montrez à tout le monde ce que vous venez de finir, non pas parce que vous avez réussi à faire un site Web, mais parce que vous avez fait quelque chose de complètement différent, né de votre désir de vous différencier du reste des acteurs de l'industrie. Comme nous le savons tous, certains clients font tout leur possible pour gâcher nos meilleures idées durant le processus de création, mais d'un autre côté nous les laissons payer notre café. Ça fait partie du jeu.

Il y a cinq ans, l'industrie créative a connu une renaissance de l'illustration : une renaissance numérique. Photoshop est alors devenu une des armes principales du design numérique, et n'a depuis jamais perdu sa place de leader. Ce logiciel de retouche d'images a permis la naissance de nombreuses idées novatrices débordantes de couleur et de complexité.

Les progrès des langages de programmation ont eux aussi contribué à repousser toutes ces limites. Quand on nous donne une page blanche (ou une page Web), nous pouvons y mettre tout ce que nos projets précédents nous ont enseigné. Tout site doit avoir sa propre identité et son propre attrait. Certains des meilleurs sites combinent des éléments que l'on ne mélange d'ordinaire pas avec des langages de programmation. Visuellement, on peut faire ressembler un site à une boîte en origami, à une brique de lait, à une boîte de bonbons, ou à n'importe quoi d'autre. Certains des sites les plus intrigants du Web exploitent des idées très originales. Par exemple, une perspective ou une profondeur 3D inhabituelles peuvent rendre à merveille lorsqu'on les équilibre soigneusement avec une hiérarchie du contenu bien conçue. Les choix sont infinis.

ÉBAUCHES ET MAQUETTES

Les ébauches que vous faites au début sont parfois indispensables pour définir le chemin que suivra le design...

Pour donner à une page Web sa propre identité, il est essentiel de définir un thème. Les objets la composant symbolisent des sujets que l'on pourrait éventuellement retrouver dans le contenu du site.

Dans notre industrie, ce sont bien évidemment les clients qui sont le plus important. Ce sont eux

qui alimentent la demande pour le travail et qui, par la même occasion, nous permettent de manger et de rembourser nos crédits, mais pas avant que nous ayons combattu douze rounds sur le ring du design ! Il y en a de toutes sortes, chacun ayant sa propre idée de ce qu'il veut pour lui et pour son site. Les clients se tournent vers les Webdesigners pour avoir des solutions pratiques et réalisables qui, parfois, sont à l'opposé de ce qu'ils font. Si vous avez de la chance, la personne se trouvant à l'autre bout du fil dira seulement qu'elle a besoin d'un site. Cela ne vous donnera pas une base très substantielle, mais une multitude de questions suivront inévitablement. Nous voici au premier round de notre combat de Webdesign. Pendant qu'un directeur artistique est en train de faire l'ébauche de campagnes à destination de la presse et de la télévision, des équipes de Webdesigners de toutes tailles posent les premières questions afin de concevoir le plan d'action qui précède les décisions logistiques. Étant donnée la diversité des supports et des systèmes d'exploitation, il ne faut rien laisser au hasard.

Il est bien connu que sauter des étapes n'aidera pas vos projets à long terme, car tôt ou tard vous tomberez sur un obstacle causé par une mauvaise préparation ou de mauvaises décisions. À ce stade, cela vaut le coup de noter tout ce qui vous vient à l'esprit. Non seulement vous pourrez répondre à toutes les questions que vous a posées votre client, mais cela vous aidera aussi à comprendre l'ampleur du projet qui vous attend.

Visionnez aussi vos anciens sites sur des supports récents, et peaufinez les détails importants de votre style caractéristique, surtout si vous créez un site non accompagné d'une appli mobile. Par exemple, quelque chose qui paraissait très bien il y a quelques années peut avoir l'air bancal ou disproportionné sur l'écran des nouveaux portables.

Lorsque vous prenez une feuille de papier vierge et commencez à réfléchir aux résolutions d'écran et au positionnement basique des objets, dessiner



quelques ébauches du thème général du site vous aidera peut-être. Pour un cas commercial, il faut généralement inclure la charte graphique de la marque au concept. Il n'est pas toujours facile de trouver comment mettre une illustration élaborée dans un positionnement basique de modules lorsqu'on n'a pas encore défini le thème du site. Ayez, en plus du document PSD optimisé pour le Web, une mise en page à part au format affiche dans laquelle vous pouvez illustrer des éléments et préparer le concept général.

Pendant les premières phases du projet, utilisez les outils intégrés au logiciel pour faire régulièrement l'aperçu de votre design dans plusieurs navigateurs. L'option "Enregistrer pour le Web" de Photoshop est depuis presque dix ans maintenant une fonctionnalité de base du logiciel. Elle reste aujourd'hui un outil formidable pour accélérer votre

workflow. Grâce à la fonction "Créer des tranches à partir des repères" dans l'outil Tranches de Photoshop, vous pouvez facilement découper votre page en plusieurs éléments.

À ce stade, vous pouvez enregistrer le design provisoire sous forme de document HTML contenant des images, puis le mettre en ligne sur un serveur de test. Vous pouvez en distribuer le lien à ceux qui ont participé pour qu'ils donnent leur avis. La possibilité de se rendre compte des changements de dimensions sur des appareils portables ou dans des navigateurs classiques plutôt que de ne voir qu'un PDF ou un JPEG plat envoyé par e-mail permet de se faire une bien meilleure idée de ce que sera la page finale.

La navigation est cruciale. Faites attention à ce que même sur de petits appareils comme l'iPhone, les éléments de la page principale soient visibles dès le départ sans que l'on doive la faire défiler.



Une fois les fichiers mis sur le serveur, vous pouvez commencer à tester le site sur différentes plateformes, comme les navigateurs des smartphones.

Le premier test ne révèle aucun problème : le site s'affiche normalement dans le navigateur.



Une fois la maquette créée, utilisez "Enregistrer pour le Web" pour générer du code HTML contenant l'image, et testez-le dans le navigateur de votre choix afin de rechercher d'éventuels problèmes d'affichage.

CRÉATION CINQ ÉTAPES INDISPENSABLES

Garder une longueur d'avance

Préparer la zone de travail

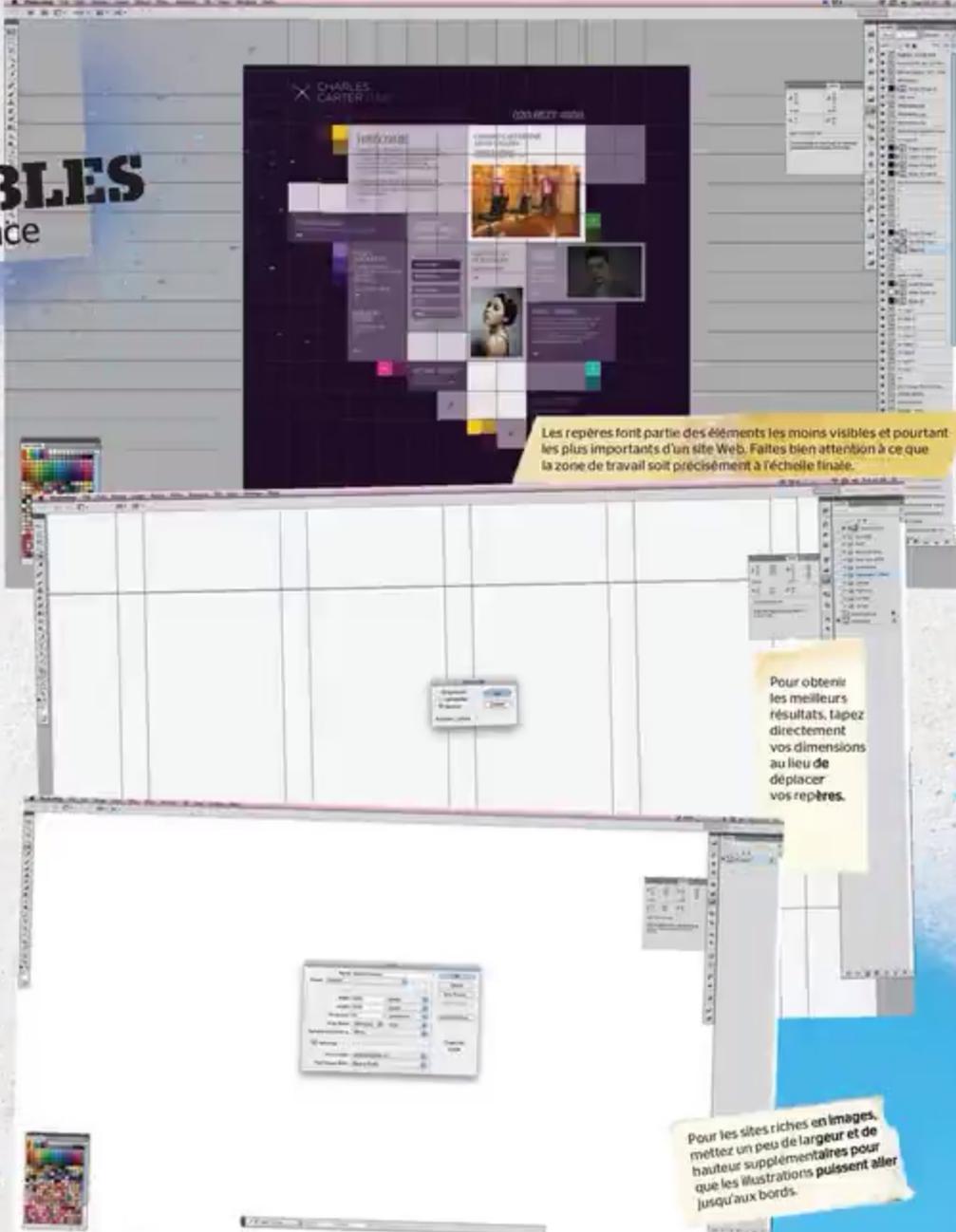
C'est maintenant que commence la partie la plus agréable de la conception d'un site. C'est également maintenant que sont commises les erreurs les plus classiques. Il est possible de les éviter dès le départ, et cela vous épargnera de nombreuses rectifications. Photoshop permet de travailler en n'importe quelle résolution et avec une zone de travail de n'importe quelle taille. Les principales plateformes Web sont en 72 dpi, c'est donc la résolution à indiquer quand vous créez une nouvelle zone de travail sous Photoshop. Sélectionnez ensuite sRGB comme espace colorimétrique, pour que les couleurs soient identiques sur votre site et dans Photoshop. Même si l'on peut rajouter/convertir l'espace ultérieurement, il vaut mieux être logique dès le départ.

Repères

Une fois que vous aurez fini de planifier votre nouveau site Web, les repères vous serviront à ce qu'il soit parfait au pixel près. Pendant votre planification, prenez bien le temps d'établir la structure de votre grille et notez chaque mesure. Utilisez la largeur globale comme guide pour vos calculs et pour définir la largeur des colonnes ainsi que l'espace entre elles. Même si c'est pénible, c'est extrêmement important pour qu'un site fait sous Photoshop fonctionne. Ajoutez les repères un par un ; pour cela, allez dans Affichage > Nouveau repère et entrez la valeur qu'il vous faut. Ajoutez ensuite les autres repères en laissant un espace supplémentaire entre les colonnes jusqu'à ce que tout soit aligné horizontalement et verticalement. Ensuite, réglez vos calques sur Magnétisme s'ils ne le sont pas, vos objets seront alors parfaitement positionnés au pixel près.

Équilibre entre en-tête et pied de page

Il est souvent tentant de remplir le site d'éléments, de couleurs et d'illustrations. N'oubliez pas cependant que l'important est de trouver le juste milieu entre une page trop chargée et une page qui l'est trop peu. Travailler en étapes réparties sur plusieurs jours vous aidera peut-être. Par exemple, vous pourriez vous rendre compte que l'idée que vous avez eue la veille et qui vous semblait géniale n'est en réalité pas si bien que ça. C'est également valable pour les dimensions et le positionnement des objets. N'oubliez pas d'équilibrer la quantité de texte et les images de votre site. Si vous utilisez des thèmes de blogs, vous pouvez vous concentrer sur le header du site et épargner quelques objets plus bas dans la page. Le thème pourrait, par exemple, continuer au niveau du pied de page du site et ainsi donner au design une apparence plus harmonieuse.



Banques d'images

On dit "Essayer avant d'acheter". Cela vaut aussi pour les images prises dans des banques, qui peuvent composer la grande majorité des images d'un site. Un site à thème demandera sans doute d'utiliser beaucoup d'éléments en provenance de banques d'images, ce qui risque de générer de grosses dépenses. Avant de montrer votre proposition financière finale à votre client, essayez d'utiliser des miniatures d'images. Vous pouvez les télécharger gratuitement sur n'importe quelle bibliothèque Web ; elles seront cependant en basse résolution et contiendront obligatoirement un filigrane. Placez toutes les miniatures dans un seul dossier puis déplacez-les dans votre document Photoshop. Cela vous évitera d'avoir à les ouvrir une par une, et vous tirerez avantage du fait que les noms des fichiers seront conservés et affichés automatiquement dans la fenêtre des calques. Vous pourrez ensuite décider des images que vous voulez pour votre site, puis en acheter les versions en haute résolution.

Zone de vision

En remettant en cause le statu quo des sites préformatés et prêts à l'emploi, ceux que vous faites vous-même peuvent avoir un réel impact sur vos visiteurs. C'est une forme d'anarchie noble et révolutionnaire qui se révolte contre le monde étouffant des templates ennuyeux et que l'on voit trop souvent. Lorsque vous faites un site entièrement personnalisé à partir de zéro, vous avez aussi l'avantage de pouvoir décider de la mise en forme de votre contenu et de la façon dont il sera affiché. Il faut également faire en sorte que la navigation principale reste visible quel que soit le support. Avant de finaliser le design, vérifiez que vous avez utilisé une zone de vision correcte. Testez les maquettes et visionnez-les sur iPhone, iPad et ordinateurs portables de toutes tailles. Si vous manquez de matériel, il vous suffit d'aller faire un tour à l'Apple Store le plus proche et de jeter un œil gratuitement.



Vous pouvez aussi vous servir du contour de l'objet comme masque d'écrêtage ou comme calque de forme, puis utiliser des techniques Photoshop.



Ajoutez un nouveau calque avec un masque d'écrêtage pour peindre autour des bords afin de décontaminer les couleurs.



L'outil "Forme" de Photoshop propose de nombreuses formes géométriques prédéfinies qui accéléreront votre workflow.



La rose de gauche a été transformée en image vectorielle, ce qui préserve son apparence, tandis que l'autre a été redimensionnée sous forme de calque pixelisé, ce qui résulte en une déformation.

TECHNIQUES ET OUTILS

Parfaire vos compétences

Images vectorielles

Vous est-il déjà arrivé de vous demander comment faire pour que vos éléments restent nets même quand vous les redimensionnez sans arrêt ? Photoshop peut vous présenter des images vectorielles. Comme dans le Webdesign, la résolution par défaut est de 72 dpi, les images ou éléments bitmap perdent en qualité à cause de la faible densité de pixels. Vous pouvez transformer en image vectorielle n'importe quel élément copié/collé depuis Illustrator, ou bien utiliser la fonctionnalité sur n'importe quel calque existant, ce qui préservera les dimensions et la définition de l'objet tout en évitant les déformations lors des manipulations. Vous pouvez aussi y rajouter des filtres dynamiques, qui sont particulièrement utiles quand on veut mettre un peu de flou ou de bruit.

Calques de forme

Même si Photoshop sert normalement à la retouche d'images matricielles pixelisées, il permet aussi de faire des vecteurs pour vous aider à tracer vos illustrations. Les calques de forme proposent des formes géométriques basiques prédéfinies : rectangle, carré arrondi, ligne, cercle, ou des formes personnalisées. Même si ces formes vous paraissent

très simples, elles peuvent être utilisées de très nombreuses manières, et elles ont un avantage : elles contiennent des informations vectorielles. Vous pouvez modifier chaque ancre grâce à l'outil de sélection directe et, comme dans Illustrator, vous pouvez en rajouter pour créer des formes plus complexes. Les calques de forme peuvent également être copiés/colés depuis Illustrator, où il est plus facile de dessiner des formes plus complexes.

Modes de fusion

La plupart des sites Web sont en 2D, mais il n'est pas très compliqué de donner un peu de profondeur à votre design. Pas besoin d'être spécialiste en dessin ou en design pour créer des ombres et une perspective 3D parfaites. Si vous voulez utiliser des modes de fusion, vous pouvez les séparer du calque principal grâce à la fonction "Créer un calque". Lorsque vous voulez rajouter une ombre portée, commencez par aller sur l'option "Ombre portée". Maintenant que l'ombre se trouve sur un calque à part, vous devez décider de l'emplacement de la source lumineuse, qui servira à toutes les ombres de votre design. Vous pouvez ensuite déformer et redimensionner le calque de l'ombre pour la rendre plus réaliste, grâce aux outils se trouvant dans Edition > Transformation. En changeant son opacité, vous pourrez aussi parfois la rendre plus réaliste.

Techniques de sélection

On ne peut pas toujours séparer un élément de son arrière-plan rapidement. Si un objet est entouré d'un arrière-plan de couleur unie, l'outil "Gomme magique"

servira à prendre uniquement l'objet désiré. Cet outil ne donne cependant pas les meilleurs résultats à chaque fois. La façon la plus fiable de supprimer un objet de son arrière-plan est d'utiliser l'outil "Plume". Comme dans Illustrator, cela consiste à dessiner des ancres et des lignes vectorielles. Les courbes de Bézier permettent de placer moins d'ancres en suivant les formes de manière intuitive. La Plume est un peu difficile à maîtriser au début, mais avec la pratique elle deviendra un outil efficace et indispensable. Faites une sélection à partir de votre contour, et utilisez l'outil "Créer un masque vectoriel" ou bien faites une copie de votre sélection.

Retouche rapide

Parfois, même si l'on sait bien détourner, il arrive que les couleurs des images aient été contaminées lors de la séance photo. Cela dépend beaucoup de l'arrière-plan utilisé à ce moment-là. C'est un problème auquel on est souvent confronté lorsqu'on n'a pas beaucoup de temps ni d'argent et qu'il faut acheter des images dans une banque d'images. Ces textures ou couleurs indésirables peuvent cependant être rapidement retouchées. Pour ne pas toucher au calque principal, il faut passer par un nouveau calque que l'on rajoute en utilisant un masque d'écrêtage. Cela copiera la forme de l'objet principal et cachera les autres informations. Une fois le calque en place, utilisez soit l'outil "Tampon de duplication", soit un pinceau rond à bord doux. Utilisez la Pipette sur la couleur de la partie principale de l'image, et servez-vous de cette couleur sur la zone contaminée.



Sélectionnez une partie de votre design, et groupez les calques en leur donnant un nom explicite.

Cette méthode de masquage est très pratique pour vérifier rapidement comment seront affichées les images.



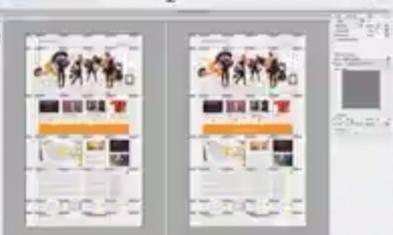
Un aperçu sur iPhone en mode portrait montrant toutes les parties importantes du site.

Le site est très lisible, même dans le navigateur d'un petit téléphone tel que celui-ci.



Un aperçu sur iPhone en mode paysage qui met en avant l'illustration et le menu de navigation du site.

« Faites toujours en sorte que la personne qui hérite de vos fichiers puisse les comprendre. »



Voici l'aperçu du site et de ses tranches, que vous pouvez facilement créer grâce à la fonctionnalité "Tranches à partir des repères".

ORGANISATION

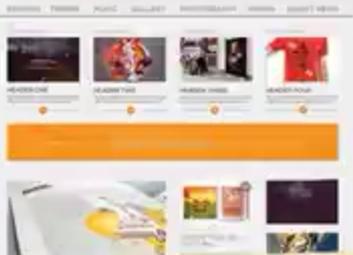
Rester concentré

Masque rapide

Si vous avez utilisé des formes simples pendant les tests, l'étape suivante sera de voir comment de vraies images iront avec votre concept. Normalement, on fait cela en ouvrant les images, en les redimensionnant pour leur donner leur taille finale, puis en les plaçant dans le document PS, mais il y a un moyen plus rapide. Sélectionnez le calque de forme qui remplacera l'image temporairement, puis déplacez un fichier image directement sur la zone de travail, ce qui placera votre image juste au-dessus de votre calque de forme dans la hiérarchie. Faites Cmd/Ctrl+Opt/Alt+G+clac pour y mettre un masque d'écrêtage à partir du calque le plus bas. Maintenant, faites une transformation manuelle de l'image se trouvant à l'intérieur de la forme pour avoir votre aperçu instantané.

Enregistrer chaque étape

Les commandes de sites Web sont parfois pleines de surprises inattendues qui peuvent apporter leurs lots de changements, qu'ils soient décidés par vous ou non. Comme il est difficile de prévoir les rectifications qu'exigera le client, il est judicieux de toujours faire une copie de chaque PSD à chaque stade du design. Pour des projets s'étalant sur plusieurs semaines ou



L'aperçu dans Safari ne montre aucun problème. Le site peut maintenant être transmis au développeur web pour le codage final.

plusieurs mois, vous recevrez souvent des commentaires et échos faisant référence à plusieurs stades différents à la fois, surtout quand vous traitez avec un comité ou un conseil. Si vous avez sauvegardé chaque stade au fur et à mesure, vous n'aurez alors nullement besoin de vous arracher les cheveux car vous aurez encore tout sous la main. Cette règle d'or vous servira pour n'importe quel processus de création.

Enregistrer pour le Web

C'est probablement le moyen le plus rapide de montrer, sans avoir à écrire une seule ligne de code, un site en construction à un client qui a peu d'imagination. En faisant la totalité du design dans Photoshop, vous pourrez, grâce à la fonction "Enregistrer pour le Web", le découper en tranches et l'enregistrer sous forme de document HTML contenant des images. L'outil "Tranche" permet de découper selon les repères d'un simple clic. Avant d'enregistrer votre design pour le montrer à votre client, si vous avez des arrière-plans de couleur unie, vous pouvez aussi, par exemple, transformer vos images JPEG ou GIF en PNG transparents 8 ou 24 bits.

Ordre des calques

Quand vous travaillez en collaboration avec un développeur ou dans une équipe, vous devez toujours faire en sorte que la personne qui hérite de vos fichiers puisse les comprendre. Il n'y a rien de plus frustrant que de se retrouver avec des centaines de calques sans nom. Pas besoin de donner un nom à absolument toutes les textures ou tous les calques de l'illustration, mais en regroupant des calques similaires, vous vous ferez des amis pour la vie plutôt que des ennemis ! Quand vous créez des groupes, vous pouvez réorganiser la hiérarchie bien plus rapidement sans avoir à lier tous les calques un par un. Il vous suffit ensuite de renommer le groupe plutôt que l'ensemble des calques qui s'y trouvent.

DES PROJETS PROFESSIONNELS ANALYSÉS DE A À Z

MAGABOOK®

3D Mag

HORS-SÉRIE N°3

DES DIZAINES
DE TRUCS & ASTUCES



COMMUNICATION • PROMOTION • EBUZZING • DESIGN

22 PROJETS CRÉATIFS À LA LOUPE

LA MÉTHODOLOGIE DES PROS



PUBLICITÉ
WEB TV
CLIP
APPLI MOBILE
MULTIMÉDIA
ECOMMERCE
PORTFOLIO WEB
IDENTITÉ
RÉSEAU SOCIAL
COLORISATION
T-SHIRT
AFFICHE
BANDE DESSINÉE
IMPRIMÉS
ETC.

Disponible sur
www.shop.oracom.fr

Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Design diary

Suivez le cycle du développement

Projet | **Sony Tablet S**,
<http://discover.store.sony.com/tablet>

Société | **Odopod**

Web | <http://odopod.com>

Ce numéro : L'agence Odopod emploie son talent créatif pour le marketing en ligne de la Tablet S de Sony.

Historique

Dans un marché de plus en plus rude, il est crucial de présenter son produit de manière intéressante. Sony a confié à Odopod la tâche de donner vie en HTML à sa nouvelle tablette.

On peut dire que la vente du message d'une marque est le pain quotidien des agences à la grande réputation et aux clients connus qui en découlent.

Mais quand le client est ce qu'on peut considérer comme la société d'électronique la plus connue au monde, en mission pour présenter une nouvelle tablette élégante, les instructions parlent d'elles-mêmes. Comme l'attestent les membres d'Odopod, la perspective de travailler sur un site de marketing de produit tel que celui-ci devient cependant plus excitante à cause du nombre faramineux de sites du même genre qui existent déjà. Par défaut, la barre créative est placée très haut et le client n'acceptera tout simplement pas que l'on ne fasse pas aussi bien.

« Étant donné la concurrence très rude sur le marché des tablettes, nous devions trouver un moyen de présenter le produit simplement, de belle manière, et de façon à ce qu'il se démarque, explique Dave Soderberg, directeur artistique. Nous voulions unir la facilité d'utilisation que procurent les pages tout en longueur avec l'animation et les images immersives que l'on retrouve souvent sur les microsites. »

Ce mois-ci, nous nous penchons sur le site vraiment cool qu'a fait Odopod pour la Tablet S de Sony, et découvrons comment la barre créative a été placée encore plus haut.



odopod®

1 Concept

Il a été essentiel, durant la première étape, de décider de la structure et de la manière dont nous allions raconter l'histoire du produit.

Dave : « Le concept a pris forme au cours de sessions de brainstorming entre directeurs de la création, développeurs, experts en stratégie et designers d'interactivité. Nous avons commencé par faire une esquisse représentant l'idée, puis les équipes de Stratégie, de Design d'Interactivité et de Graphisme ont travaillé ensemble afin de trouver un système de classement par chapitres qui nous permettrait de regrouper des fonctionnalités tout en conservant un ordre hiérarchique. Ensuite, le Design d'Interactivité a établi l'ordre final d'importance du contenu, et certaines interactions préliminaires ont alors commencé à prendre forme. Nous nous sommes rendu compte que décrire l'idée allait être un challenge.

Utiliser la gestuelle était une chose, mais comment représenter cette idée sous forme de maquette fil de fer ? Au final, nous avons créé des maquettes contenant des légendes pour chaque angle de la tablette et pour chaque chapitre, puis avons fourni des story-boards d'exemples d'animation. La tâche suivante a été de trouver un langage conceptuel. L'équipe a organisé des sessions de questions concernant les chapitres et les légendes. Par exemple, les chapitres devaient-ils passer en plein écran ? Devions-nous utiliser plus d'images ? Au bout de plusieurs versions, l'apparence des légendes, de la typographie et des titres des chapitres était déterminée. »



Dave Soderberg, directeur artistique.



Jason Eberle, développeur.



Reid Evans, expert en stratégie.



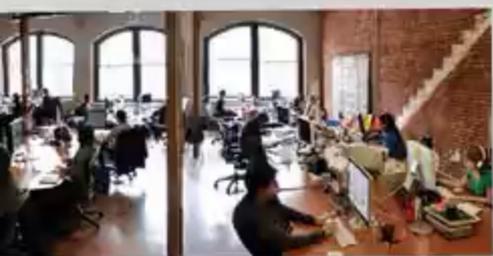
2 Design

Il a vite été temps de concrétiser le langage conceptuel en développant l'interface.

Dave : « Une fois le langage conceptuel défini, le temps était venu de finir le design visuel des sous-sections. Un gros obstacle s'est alors présenté à nous : la tablette, en fabrication, changeait constamment, et Sony ne pouvait donc nous fournir que très peu d'éléments. L'équipe de design s'est alors montrée débrouillarde et a photographié elle-même les livres que l'on trouve dans section Reader, par exemple, ou l'emplacement pour carte mémoire de la tablette. Les autres images, comme les illustrations, les mains et les schémas techniques, ont été créées à partir de zéro.

L'élément caractéristique du site était la rotation qu'effectuait la tablette. Sony a employé la société d'effets spéciaux HMX Media pour faire un rendu en 3D de la tablette. Odopod a fourni des instructions détaillées décrivant précisément l'animation que les designs exigeaient. Le rendu de cette vidéo a pris quelques semaines, nous avons donc créé en interne une tablette temporaire avec CINEMA 4D qui a permis à l'équipe du Graphisme de continuer à travailler. Elle nous a également été utile lors du développement initial, pendant que HMX faisait le rendu de la séquence finale.

Même si nous avons fait des maquettes détaillées pour chaque chapitre et chaque sous-section, nous n'avions aucun moyen de savoir, avant que les designers ne puissent travailler de manière rapprochée avec les développeurs, si le résultat final rendrait bien. Transformer des maquettes plates d'images en une interface fonctionnelle a exigé une grande finesse, surtout pour le système de défilement de la page et l'animation constante de la Tablet S. Les équipes de Design et de Développement ont travaillé en tandem en construisant, évaluant et modifiant section après section jusqu'à ce qu'elles obtiennent un récit fluide. »



3 Build

Comme le site ne contenait pas beaucoup de traitement de données, il a absolument fallu s'assurer que les effets de l'interface et la manipulation d'images fonctionnaient bien.

Jason : « Le site ayant un contenu statique, il n'a pratiquement pas nécessité de programmation côté traitement de données. Par contre, sa nature de page unique au défilement tout en longueur a présenté plein de défis de programmation pour ce qui était de l'interface, surtout en ce qui concerne la gestion des éléments.

Entre l'illusion de parallaxe et l'animation à 460 images représentant une rotation de la tablette, nous devions utiliser beaucoup d'images à transparence. Cela voulait dire nous servir de PNG mal compressés plutôt que de JPEG légers, ce qui faisait beaucoup de données à télécharger pour un internaute visitant le site pour la première fois. Nous avons dû évaluer l'importance de chaque image et décider de la meilleure façon de les charger sans que cela n'impacte l'expérience de l'internaute.

Au final, nous avons choisi un mélange de quatre systèmes pour charger les éléments du site le plus rapidement et le plus intelligemment possible, sans entraver l'interaction de l'utilisateur avec la page :

- 1) Le système de chargement intégré au navigateur.
- 2) Un lazy-loader pas-à-pas contextuel pour les grosses images.
- 3) Un lazy-loader basique pour le contenu auxiliaire.
- 4) Un background-loader pour aider à alléger la charge sur les futurs éléments pendant que les autres systèmes sont à l'arrêt.

Ensemble, ces chargeurs permettent à l'internaute de commencer presque immédiatement à interagir avec la page (qu'il atterrisse en haut de celle-ci ou un peu plus bas), pendant que son navigateur finit discrètement de charger les éléments se trouvant plus bas. »



La partie supérieure du site met en place une métaphore représentant le contenu et les fonctionnalités se repliant à l'intérieur de la tablette.



La sortie

Reid : « Il n'est pas évident de se démarquer de tous ces sites et actualités sur les tablettes qui pullulent sur le Web. Nous n'avions pas un gros budget média et avons donc dû trouver une solution qui mettrait la Tablet S de Sony en avant. Nous avons vite décidé qu'une stratégie solide de SEO et d'acquisition de liens nous aiderait à placer le site de la Sony Tablet S en haut des résultats de recherche et à gagner en visibilité sur un marché surchargé.

Nous avons passé beaucoup de temps à étudier quels mots-clés donneraient les meilleurs résultats, en analysant leur impact potentiel grâce à des outils très complets. Ce n'est qu'après avoir analysé nos métriques que nous avons décidé de ce qui serait le mieux pour le site. En y intégrant les mots-clés les plus efficaces, nous avons pu nous hisser au

sommet des résultats de recherche de manière organique et générer de l'intérêt. De plus, notre stratégie d'acquisition de liens a servi à ce que nous restions bien classés dans les recherches. Nous sommes extrêmement satisfaits du succès que nous avons pour le moment pu constater, et nous avons hâte de voir comment le site se développera et attirera de nouveaux visiteurs. »



Le défilement vertical du contenu est divisé en sept parties auxquelles on peut accéder grâce au menu de navigation se trouvant à droite.

Produire une galerie d'images en glisser-déposer dans le style "Pola"

La migration de Flash à JavaScript pour les effets visuels interactifs est en plein basculement, mais CSS3 offre une capacité de rendu plus rapide...

tools | tech | trends Logiciel d'édition graphique (Photoshop, Illustrator ou votre éditeur préféré), éditeur HTML (nous avons utilisé Dreamweaver) **expert** Sam Hampton-Smith



Flash n'est officiellement plus l'option incontournable pour produire des effets interactifs dans un site. Bien sûr, il reste utile à beaucoup de choses, mais lorsque vous souhaitez simplement créer un carrousel ou un diaporama interactif, JavaScript se présente de plus en plus souvent comme l'arme de prédilection d'une majorité de Webdesigners. Il est excellent dans la plupart des cas, mais plus les effets sont élaborés, plus ils sont susceptibles de ralentir la navigation, car les performances de JavaScript craquent sous la pression. Les créateurs de navigateurs mettent tout en œuvre pour apporter une solution en redéveloppant leurs moteurs de rendu JS, mais, avec l'avènement de CSS3, les Webdesigners peuvent désormais tirer parti d'effets standards de rendu natifs, réduisant le travail de chargement du script, et par conséquent améliorant l'expérience utilisateur.

Dans ce tutoriel, nous créerons un effet populaire, des photos dispersées dans le style Polaroid, qui peuvent être déplacées sur la surface. Nous envisageons de rendre amusante l'interaction avec le design, et les images devront répondre à l'impulsion en termes d'échelle, rotation et mouvement. Nous nous appuyerons sur CSS3 où nous le pourrons pour prendre en charge l'animation, et sur jQuery pour rendre possible le glisser-déposer, mettant en avant la force d'une approche combinée.

Le résultat final est une petite galerie ordonnée qui fonctionne dans différents navigateurs, avec un bon niveau d'attrait visuel et une habile interaction avec le visiteur.

01 Créer le HTML

Mieux vaut préserver autant que possible la simplicité du HTML. Ici, nous créons une liste simple et non ordonnée pour contenir chaque Polaroid, plus une légende en utilisant une balise ``. Nous aurons ou nous montrer plus sémantique en utilisant les balises HTML5. Retrouvez le code complet sur le disque.

```
001 <!DOCTYPE HTML>
002 <html>
003 <head>
004 <meta http-equiv="Content-Type"
005 content="text/html; charset=UTF-8">
006 <title>CSS3 Polaroid Slideshow</title>
007 </head>
008 <body>
009 <div id="pinboard">
010 <ul>
```

02 Ajouter les images

Nous avons puisé nos images d'exemple sur Stock XCHNG (<http://sxc.hu>) : si vous souhaitez suivre l'exercice avec les mêmes images, cherchez "snow", "ice" ou "skiing" et téléchargez celles qui vous plaisent ou, mieux, utilisez les vôtres. Chacune a été recadrée en un carré de 300 pixels de côté pour convenir à notre forme de Polaroid.

03 Localiser un tableau en liège

Nous avons choisi un fond en liège pour notre galerie. Effectuez une recherche sur Google Images avec "corkboard tile" et sélectionnez une image Creative Commons. Vous trouverez beaucoup de fonds répétitifs déjà composés, mais, si vous préférez, vous pouvez importer votre image dans Photoshop et créer un motif répétitif en utilisant `Filter > Divers > Translation` pour reboucler les bords. Appliquez l'outil Tampon de duplication sur les jointures et enregistrez pour le Web.

04 Les styles de base

A présent que la plupart de nos images sont prêtes, nous pouvons nous préparer à la création des styles visuels pour notre page en utilisant CSS. La majorité est constituée du même CSS que celui que vous pourriez voir dans des pages non CSS3 : nous préparons l'image d'arrière-plan, créons la forme de Polaroid en utilisant un fond blanc et un peu de padding pour obtenir une bordure authentique et positionner notre balise `` sur le Polaroid. L'intégralité du code est proposée sur le disque.

```
001 body {
002   background:
003   transparent url(corkboard.jpg) repeat top left;
004   font-family: 'Nothing You Could
005   Do', cursive;
006 }
007 #pinboard {
```







<ci-haut en bas, à gauche>

- Lorsque le visiteur commence à glisser le Polaroid, il est comme sélectionné, parce qu'il se redresse et devient plus gros
- Animations in the browser are largely handled by CSS3, allowing for smooth effects that don't rely on JavaScript

<ci-dessous>

- jQuery UI est utilisé pour créer la fonctionnalité glisser-déposer, nous permettant de nous concentrer sur l'expérience utilisateur plutôt que sur les détails des éléments de glisser lentour.

une fois encore testez dans votre navigateur pour vous assurer que cela fonctionne :

```
001 #pinboard ul li {
002   position: absolute;
003   top:    200px;
004   left:   460px;
005   ... (as before)
006 }
```

12 Ajouter un peu de rotation

Nous avons à présent un peu d'animation qui disperse les Polaroid vers leurs places respectives au chargement de la page, mais cela n'a pas l'air naturel parce que tout est parfaitement aligné. Nous devons introduire une rotation pour obtenir un rendu plus organique. Pour cela, nous pouvons utiliser CSS, mais pour parvenir à un degré de rotation aléatoire, nous utiliserons JavaScript afin de calculer une valeur de rotation puis l'appliquer avec jQuery. Ajoutez le code suivant dans la fonction `each()`.

```
001 $("#pinboard ul li").each(function(){
002   xpos = Math.floor(Math.
random()*920);
003   ypos = Math.floor(Math.
random()*420);
004   rotation = Math.floor(Math.
random()*15);
005   if(Math.floor(Math.random()*11)>5) {
006     rotation = rotation * -1;
```

```
007   }
008   $(this).data("rotation",rotation);
009   $(this).delay(1000).
animate({top:ypos,left:xpos}).css({webkitTr
ansform:"rotate("+rotation+"deg)",MozTransform:
"rotate("+rotation+"deg)",msTransform:"rotate("
+rotation+"deg)",transform:"rotate("+rotation+
deg)"});
010   }).draggable();
```

```
-webkit-transform linear;
002 -moz-transition: 0.2s
-moz-transform linear;
003 -ms-transition: 0.2s
-ms-transform linear;
004 -o-transition: 0.2s
-o-transform linear;
005 transition: 0.2s
transform linear;
```

13 Donner du sens

Nous avons répété notre astuce du nombre aléatoire pour paramétrer un degré de rotation aléatoire pour chaque élément de liste. Si chaque Polaroid devait pivoter dans le même sens, cela nuirait à l'objectif qui vise son intégration, c'est pourquoi nous utiliserons un second nombre aléatoire pour décider de le faire pivoter d'une valeur positive ou négative. Enfin, notre nouveau code applique des règles CSS3 au sélecteur `Transform`, ajoutant autant de préfixes vendeurs qu'il existe de navigateurs.

14 Aller plus loin

Préparez un nouveau document JavaScript et liez-le à votre page avec des balises `script`. Faites en sorte que votre script apparaisse sous les requêtes de script jQuery et jQuery UI pour que les deux soient chargés dans la page. Ensuite, ajoutez le code ci-dessous afin de permettre l'interaction glisser-déposer avec chaque Polaroid. Enregistrez et testez.

```
001 -webkit-transition: 0.2s
```

15 Ajouter un nouvel état

Le code que nous venons d'ajouter ordonne au navigateur d'utiliser le rendu natif pour créer la transition entre différents états du Polaroid sur une période de 0,2 seconde. Pour le voir en action, nous devons ajouter un nouvel état au Polaroid lorsqu'il est glissé. Heureusement, jQuery UI ajoute une classe à l'élément lorsque le glisser est en cours, et nous pouvons donc ajouter une règle qui cible cette action :

```
001 .ui-draggable-dragging {
002   -webkit-transform:
rotate(0deg) scale(1.2) !important;
003   -moz-transform:
rotate(0deg) scale(1.2) !important;
004   -ms-transform:
rotate(0deg) scale(1.2) !important;
005   -o-transform:
rotate(0deg) scale(1.2) !important;
006   transform: rotate(0deg)
scale(1.2) !important;}
```



Transitions et amélioration progressive en CSS3

Les transitions sont un nouveau concept de CSS3. Les transitions CSS créent une animation entre deux états de styles différents qui peuvent intégrer (mais ne sont pas limités à) : rotation, scale, translation (mouvement ou position), color, border et size.

C'est encore neuf, et les concepteurs de navigateurs implémentent les fonctions à différents ratios, mais aussi longtemps que vous vous focalisez sur l'utilisation des transitions pour un éclat visuel supplémentaire plutôt que pour des interactions qui peuvent se révéler dangereuses pour l'application, vous pouvez en tirer parti sans avoir à attendre que chaque fonction soit disponible dans tous les navigateurs. Cette approche est appelée l'amélioration progressive.

Dans ce tutoriel, nous avons utilisé des transitions CSS pour animer l'échelle et la rotation des photos individuelles, en permettant aux utilisateurs de navigateurs modernes d'apprécier la fluidité de l'animation lorsqu'ils déplacent les clichés sur la page. Cela fonctionnera avec les anciens navigateurs, mais ils ne proposeront pas d'animations sophistiquées : l'application les prend en charge, mais s'affiche mieux dans les navigateurs à la pointe du progrès. Parfait!

16 Règles CSS3

Chargez la page dans votre navigateur pour constater la puissance des transitions CSS. Nous avons créé une règle qui redimensionne le Polaroid à 120 % de sa taille normale et empêche l'application d'une rotation. Lorsque vous essayez de glisser, le Polaroid se soulèvera et grossira. Si vous utilisez un navigateur qui supporte les transitions, vous obtiendrez aussi une animation douce entre les états, le tout sans script !

Préfixes vendeurs

Beaucoup de propriétés CSS3 sont aujourd'hui disponibles via des préfixes vendeurs, comme -moz. Si vous voulez y avoir accès et paramétrer ces propriétés avec JS, vous devez ajouter des capitales au préfixe et ôter le tiret (par ex. MozBoxShadow).

17 Organiser

Il nous reste un peu de travail pour nous assurer que tout fonctionne bien. Vous aurez remarqué qu'au moment de déplacer les photos, elles peuvent glisser sous les autres dans la page. Pour résoudre cela, nous pouvons adapter notre JS pour incrémenter le z-index lié à l'élément déplacé. L'intégralité du code se trouve sur le disque.

```
001 var zindex = 50;
002
003 $(document).ready(function(){
004 // Create your interaction code here
005 $("#pinboard ul li").each(function(){
006     xpos = Math.floor(Math.
007         random()*920);
008     ypos = Math.floor(Math.
009         random()*420);
010     rotation = Math.floor(Math.
011         random()*15);
012     if(Math.floor(Math.random()*11)>5) {
013         rotation = rotation + -1;
014     }
015 }
```

18 Nouvelles rotations

Lorsque le Polaroid est relâché après un glisser, il peut être judicieux qu'il adopte une nouvelle position, complétée par une nouvelle valeur de rotation. Comme on la vu, nous pouvons insérer un peu de code à exécuter lorsque le glisser commence. Répétons l'opération pour la fin du glisser. Là encore, l'intégralité du code est sur le CD.

```
001 .draggable({
002     start: function(){
003         zindex = zindex + 1;
004         $(this).css({zindex:zindex});
005     },
006     stop: function(){
007         rotation = Math.floor(Math.
008             random()*15);
009         if(Math.floor(Math.random()*11)>5) {
010             rotation = rotation + -1;
011         }
012         $(this).data("rotation",
013             rotation);
014     }
015 }
```

19 Nouveau test

À ce stade, vous devriez disposer d'une page entièrement fonctionnelle avec des Polaroid qui s'animent automatiquement vers leur position initiale, peuvent être glissés et déposés, grossissent au début du glisser et retombent à la fin. Vérifiez dans chaque navigateur pour vous assurer que cela fonctionne

comme attendu, en portant une attention particulière aux zones où vous avez inséré des préfixes vendeurs.

20 Finition

Nous pouvons ajouter une touche finale au design en appliquant quelques styles au panneau d'instructions. Dans notre cas, nous avons décidé de passer par un panneau de style bloc-notes. Vous pouvez retrouver notre création sur le disque en couverture de ce numéro. Ajoutez le code CSS (disponible dans son intégralité sur le CD) pour appliquer ce design à votre page.

```
001 #instructions {
002     position: absolute;
003     top: 10px;
004     left: -50px;
005     width: 292px;
006     padding: 100px 50px;
007     background:
008         transparent url(notepad.png) no-repeat top
009         left;
010     -webkit-transform: rotate(- 10deg)
011     !important;
012     -moz-transform: rotate(- 10deg)
013     !important;
014     -ms-transform: rotate(-10deg)
015     !important;
```

21 Texte sur mesure

Le texte d'en-tête et de paragraphe ne s'affiche pas parfaitement sur tous les navigateurs en raison des différences dans les valeurs de margin, de padding et de corps de police par défaut. Ajoutez le code de cette étape pour créer vos propres règles et favoriser l'homogénéité. Une fois que c'est fait, testez dans votre navigateur pour voir le design final dans toute sa splendeur.

```
001 #instructions h1 {
002     margin-bottom: 0;
003     padding-bottom: 0;
004 }
005 #instructions p {
006     margin-top: 0;
007     padding-top: 0;
008     margin-bottom: 10px;
009 }
```

22 Un peu plus loin...

Le code que nous avons développé ici peut être utilisé avec autant d'images que vous le souhaitez et devrait continuer à fonctionner à la perfection. Vous pourriez mener l'effet un peu plus loin en ajoutant une texture ou un fond personnalisé à chaque Polaroid, en changeant l'ombre portée lorsque le Polaroid est glissé, ou en permettant aux images d'être stockées dans des boîtes. Faites-nous connaître le résultat !

Appliquer un scrolling 3D avec ActionScript 3

Des API 3D simples ont été ajoutées à Flash 10, et désormais on peut vraiment "rock n' scroll".

outils/tech/tendances Flash CS5, ActionScript 3.0 **Expert** George Medve



Si vous élaborez des sites en Flash, vous aurez tôt ou tard besoin d'ajouter un peu de contenu scrollable. Dans ce tutoriel, nous vous montrons comment créer l'effet saisissant de scrolling 3D en démonstration sur : www.sqcircle.com/#/work en utilisant

ActionScript 3.0 pour offrir à votre contenu un facteur "wow" additionnel. Nous vous montrons aussi comment ajuster les contrôles de scroll quand le contenu ou le navigateur changent de taille. Cet atelier fait usage de UI ScrollBar, facile à personnaliser et fourni avec Adobe Flash CS5. La documentation pour le composant est disponible sur : <http://tinyurl.com/uiscrollbar>. Et comment fonctionne l'effet ? D'ordinaire, lorsqu'on scrolle en Flash, on repositionne un sprite ou un MovieClip renfermant notre contenu. Lorsque notre page bascule en scrollant, le contenu est déformé et redimensionné, ce qui peut se révéler assez intense pour le moteur de rendu, en particulier lorsqu'on traite beaucoup de formes vectorielles complexes. Une méthode plus efficace consiste à scroller une capture d'une image bitmap du contenu en repositionnant le clip conteneur et en relâchant le bitmap une fois le scroll terminé. L'effet de basculement est généré en appliquant une rotationX à la capture, cette valeur de rotation étant obtenue en calculant la vélocité du scroll et sa teneur.

Cet atelier fait usage de UI ScrollBar, facile à personnaliser et fournie avec Adobe Flash CS5.

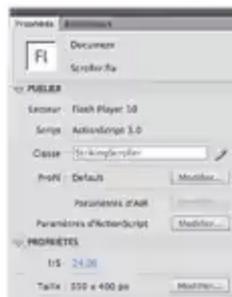
01 Débuter

Ce tutoriel requiert au moins Adobe Flash CS5. Les fichiers de cet atelier sont inclus sur le disque, en couverture. Glissez-les sur votre bureau, ouvrez le dossier fla et double-cliquez sur "Scroller fla". Pour tester le fichier FLA, appuyez sur Ctrl/Cmd+Entrée.



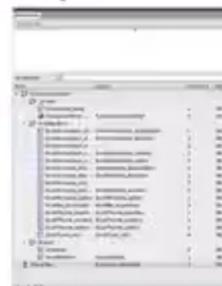
02 Explorer le FLA

Si nous commençons à explorer le FLA, nous constaterons, dans le panneau Propriétés, que nous avons une classe de document intitulée Striking Scroller. En ouvrant la fenêtre Paramètres de publication, on peut voir que nous exportons le SWF d'un niveau vers le répertoire bin. En cliquant sur l'onglet Flash, on trouve un chemin source à renvoyer vers le répertoire src (encore vers un niveau supérieur). Ce dernier répertoire contient la source du projet.



03 Dans la bibliothèque

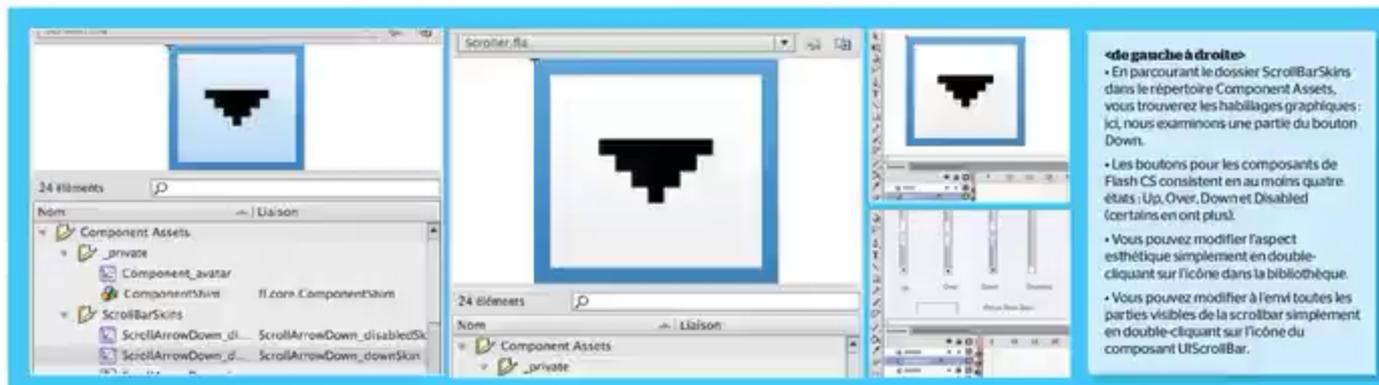
Cet exemple exploite seulement un composant : UI ScrollBar. En ouvrant la bibliothèque (appuyez sur Ctrl/Cmd+L), vous trouverez le composant et un dossier contenant les habillages pour la scrollbar elle-même. Si vous souhaitez ajouter le composant à votre propre projet, glissez-en une copie dans votre stage depuis l'onglet Component Assets.



04 Explorer la classe de document

Dans le dossier src, vous trouverez un fichier intitulé "StrikingScroller.as", une classe compacte où paramétrer les propriétés SWF, les propriétés de stage, créer les instances du scroller (scroll3D), le contenu à scroller, et enfin un handler pour le redimensionnement du stage. La ligne 1 montre comment nous utilisons la balise SWF metadata pour paramétrer les dimensions, la couleur de fond et le frame rate de notre SWF.

```
001 [SWF(width="800", height="600",
backgroundcolor="#333333", framerate="25")]
```



«de gauche à droite»

- En parcourant le dossier ScrollBarSkins dans le répertoire Component Assets, vous trouverez les habillages graphiques : ici, nous examinons une partie du bouton Down.
- Les boutons pour les composants de Flash CS consistent en au moins quatre états : Up, Over, Down et Disabled (certains en ont plus).
- Vous pouvez modifier l'aspect esthétique simplement en double-cliquant sur l'icône dans la bibliothèque.
- Vous pouvez modifier à l'envi toutes les parties visibles de la scrollbar simplement en double-cliquant sur l'icône du composant UI.ScrollBar.

05 Établir les propriétés de stage

Déclenchée par ADDED_TO_STAGE (l'événement listener dans le constructeur), la méthode handleAddedToStage paramètre les propriétés d'échelle et d'alignement du stage, supprime le listener de l'événement ADDED_TO_STAGE (pour que nous ne lancions plus la méthode), ajoute un nouvel événement listener pour maintenir le redimensionnement du stage, et appelle la méthode initialize ().

```
001 private function handleAddedToStage ( e :
Event ) : void
002 {
003 stage.align = StageAlign.TOP_LEFT;
004 stage.scaleMode = StageScaleMode.NO_SCALE;
005 // ok, l'étape est disponible, créons le
reste de nos objets
006 removeEventListener (Event.ADDED_TO_STAGE,
handleAddedToStage);
007 stage.addEventListener (Event.RESIZE,
handleStageResize, false, 0, true);
008 initialize ();
009 }
```

06 Concevoir la page

Les deux éléments visuels de cet exemple sont le contenu (_contentPage) et le scroller lui-même (_scroll3D). Il existe un troisième élément, _viewport, qui est utilisé pour illustrer le haut et le bas de la zone de scroll, bien que _viewport ne soit pas requis dans un véritable projet.

```
001 private function initialize () : void
002 {
003 var rect : Rectangle = new Rectangle ( 100,
100, 600, stage.stageHeight - 200 );
004 _contentPage = addChild ( new ContentPage
() ) as ContentPage;
005 _contentPage.x = rect.x;
006 _contentPage.y = rect.y;
007 _scroll3D = addChild ( new Scroll3D ( this,
_contentPage ) ) as Scroll3D;
008 _scroll3D.viewport ( rect );
009 _scroll3D.scrollbarHeight = rect.height;
```

```
010 _scroll3D.initialize ();
011 _viewport = addChild ( new Shape () ) as
Shape;
012 _viewport.graphics.lineStyle ( 1, 0xFF0000 );
013 _viewport.graphics.drawRect ( rect.x,
rect.y, rect.width, rect.height );
014 }
```

07 Déconstruire la méthode initialize ();

En plus d'ajouter le contenu et le scroller au stage, nous créons une instance de la classe Rectangle. Les propriétés de cette classe sont utilisées par la classe Scroll3D pour positionner la scrollbar et paramétrer le haut et le bas de la région de scroll. Nous avons aussi besoin de définir scrollbarHeight, que dans ce cas nous paramétrons pour être au même niveau que la hauteur scrollable. Une fois ces propriétés insérées dans Scroll3D, nous devons initialiser la classe en intégrant initialize () avant de poursuivre.

```
001 var rect : Rectangle = new Rectangle ( 100,
100, 600, stage.stageHeight - 200 );
002 _scroll3D = addChild ( new Scroll3D ( this,
_contentPage ) ) as Scroll3D;
003 _scroll3D.viewport ( rect );
004 _scroll3D.scrollbarHeight = rect.height;
005 _scroll3D.initialize ();
```

08 Déconstruire Scroll3D

Scroll3D, qui supporte le scrolling et l'animation de l'effet de basculement 3D, se trouve aussi dans le dossier src. Pour commencer, la classe requiert des références à un sprite parent et que le contenu soit scrollé : ces deux paramètres sont déterminés en tenant compte du fait que nous ne les mettrons pas à jour pendant la durée de vie du scroller.

```
001 public function Scroll3D ( canvas : Sprite
, content : DisplayObject )
002 {
003 _canvas = canvas;
004 _content = content;
005 _contentWidth = content.width;
```

```
006 _contentHeight = content.height;
007 }
```

09 Définir les limites

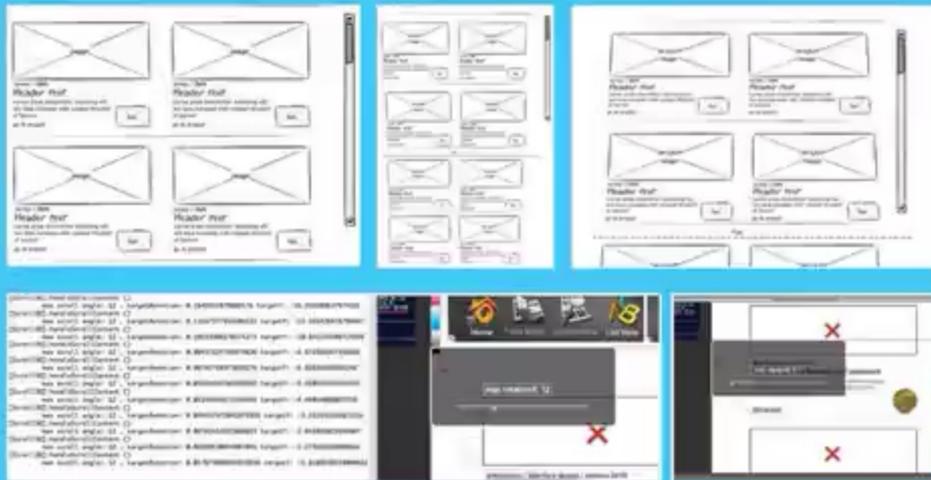
La taille du viewport peut être modifiée à n'importe quel moment de la vie de la classe Scroll3D : dans notre exemple, nous le faisons lorsque le SWF est redimensionné. Modifier le viewport paramètre aussi les propriétés de scroll de la scrollbar (s'il en existe une), en corrigeant l'étendue du scroll et en adaptant la taille de la scrollbar. Les propriétés de scroll sont relatives à la valeur rect.height.

```
001 public function viewport ( rect : Rectangle
) : void
002 {
003 _viewport = rect;
004 if ( _scrollbar )
005 _scrollbar.setScrollProperties ( rect.
height , 0, ( _contentHeight - rect.height ) ,
_lineScrollSize );
006 }
```

10 Définir la taille de la scrollbar

La taille de la scrollbar peut aussi être modifiée à n'importe quelle étape. Changer la taille de la scrollbar mettra aussi à jour les caractéristiques de scroll pour le composant, et mettra à jour la taille de la scrollbar. Pour que la modification de la hauteur se reflète dans la scrollbar, nous devons appeler la méthode publique scrollbar.drawNow() pour forcer la redéfinition immédiate des assets.

```
001 public function set scrollbarHeight ( value
: uint ) : void
002 {
003 _scrollbarHeight = value;
004 if ( _scrollbar )
005 {
006 _scrollbar.height = _scrollbarHeight;
007 _scrollbar.drawNow();
008 }
009 }
```



<ci-dessus, de gauche à droite>

- Les designers de l'expérience utilisateur ont réalisé un mock up des transitions et de l'interaction relative à l'animation au cours de la phase de design.
- Les transitions débutent sous forme de story-board puisque cela permet à l'équipe de visualiser rapidement la façon dont la transition vient compléter le design.
- Lorsque nous sommes satisfaits de la façon dont la transition complète le design, nous produisons un blueprint de transition animé.
- Les performances sont importantes. Les tests ont impliqué une combinaison de suivis traditionnels, de curseurs modifiant les valeurs et de classes de contrôle des performances.
- Hi-ReS-Stats est le nom d'une classe utile : elle affiche les FPS, le nombre de millisecondes nécessaires à rendre une image et la mémoire utilisée (disponible sur : <https://github.com/mrdoob/Hi-ReS-Stats>).

Modificateurs
Scroll3D utilise à la fois des modificateurs publics et protégés. Les fonctions publiques peuvent être appelées par n'importe quelle classe, tandis que les protégées ne sont disponibles que pour sa classe et ses sous-classes. Il est utile de savoir si vous ne souhaitez jamais compléter Scroll3D.

11 Fonction centrale : takeSnapshot ()

En s'appuyant sur cette méthode, le Flash Player met en cache une représentation bitmap du contenu. Ce cache accroît les performances de notre scrolling et de l'animation de basculement : plutôt que de repositionner et transformer un sprite qui puisse renfermer un contenu vectoriel complexe, nous déplaçons un seul bitmap, en augmentant significativement la vitesse d'animation. Nous devons créer un objet PerspectiveProjection et appliquer le fieldOfView sur la propriété transform de l'instantané. Nous créons un nouvel objet BitmapData qui contiendra un instantané du contenu. Nous avons aussi besoin de paramétrer la visibilité du contenu sur false, de façon à ce que nous puissions voir l'instantané se déplacer et faire en sorte que la scrollbar se place en haut de notre contenu.

```
001 protected function takeSnapshot () : void
002 {
003     var pp : PerspectiveProjection = new
    PerspectiveProjection ();
004     pp.fieldOfView = 100;
005     pp.projectionCenter = new Point ( _
    contentWidth * 0.5 , _contentHeight * 0.5 );
006     var bitmapData : BitmapData = new BitmapData (
    _contentWidth , _contentHeight , false , 0xFFFFFF );
007     bitmapData.draw ( _content , null );
008     if ( _snapshotHolder )
009     {
010         _snapshotHolder = new Bitmap ( bitmapData );
011     }
012     _snapshotHolder.y = _content.y;
013     _snapshotHolder.x = _content.x;
014     _snapshotHolder.transform.
    perspectiveProjection = pp;
015     _canvas.addChild ( _snapshotHolder );
016     _content.visible = false;
017     _canvas.setChildIndex ( _scrollbar , _
    canvas.numChildren - 1 );
```

12 Fonction centrale : releaseSnapshot ()

Une fois que nous avons repositionné notre contenu, et que la rotation de basculement a atteint son seuil de tolérance, nous positionnons le contenu, supprimons l'instantané, lançons un nettoyage rapide et annulons toutes les références en préparation au coup de balai suivant avec Garbage Collection. Enfin, nous rendons le contenu visible à nouveau.

```
001 protected function releaseSnapshot () : void
002 {
003     if ( _snapshotHolder )
004         return;
005     _snapshotHolder.y = Math.round ( _
    snapshotHolder.y );
006     _content.y = _snapshotHolder.y;
007     if ( !_canvas.contains ( _snapshotHolder ) )
008         return;
009     {
010         _canvas.removeChild ( _snapshotHolder );
011         _snapshotHolder.bitmapData.dispose ();
012         _snapshotHolder.bitmapData = null;
013         _snapshotHolder = null;
014     }
015     _content.visible = true;
016 }
```

13 Commencer Scroll3D

La fonction initialize () sert à créer la scrollbar. Ajoutez-la à la sprite parente, puis les divers event listeners, et paramétrez les propriétés du scroll de départ.

```
001 public function
    initialize () : void
002 {
003     if ( !_scrollbar )
004     {
```

```
005     _scrollbar = new ScrollBar ();
006     _scrollbar.height = _scrollbarHeight;
007     _scrollbar.move ( _viewport.right , _
    viewport.y );
008     _scrollbar.lineScrollSize = _
    lineScrollSize;
009     _scrollbar.addEventListener ( ScrollEvent.
    SCROLL , handleScrollChange , false , 0 , true
    );
010     _scrollbar.addEventListener ( MouseEvent.
    MOUSE_DOWN , handleScrollStart , false , 0 ,
    true );
011     _scrollbar.addEventListener ( MouseEvent.
    MOUSE_UP , handleScrollFinish , false , 0 , true
    );
012     _scrollbar.setScrollProperties (
    _viewport.height , 0 , (_contentHeight - _
    viewport.height) , 400);
013 }
014 if ( !_canvas.contains ( _scrollbar ) )
015     _canvas.addChild ( _scrollbar );
016 }
```

14 Agir sur l'interaction de la souris

Nous écoutons trois événements envoyés par la scrollbar. Il s'agit de :

1. ScrollEvent.SCROLL, envoyé lorsque la scrollbar est effective : l'événement est pris en charge par la méthode handleScrollChange () qui capture un instantané et lance une boucle d'images pour contrôler l'animation.

2. MouseEvent.MOUSE_DOWN, envoyé lorsqu'un événement mouse down est détecté sur la scrollbar, et est pris en charge par la méthode handleScrollStart () en capturant un instantané bitmap du contenu s'il n'en existe pas déjà un.

3. MouseEvent.MOUSE_UP, envoyé lorsqu'un événement mouse up est détecté sur la scrollbar et pris en charge par la méthode handleScrollFinish () libérant l'instantané si le contenu ne se déplace pas.

```
001 scrollbar.addEventListener ( ScrollEvent.
SCROLL , handleScrollChange , false , 0 , true
);
002 scrollbar.addEventListener ( MouseEvent.
MOUSE_DOWN , handleScrollStart , false , 0 ,
true );
003 scrollbar.addEventListener ( MouseEvent.
MOUSE_UP , handleScrollFinish , false , 0 , true
);
```

15 Agir sur le scroll

Déclenché par un changement dans la position de la scrollbar, ce code permet de s'assurer qu'un instantané du contenu a bien été capturé et lancé, la boucle d'images pour le positionnement et la rotation du contenu. Les "drapeaux" booléens sont utilisés pour s'assurer que nous n'entrons pas dans un cycle de captures d'instantanés et d'ajouts de listeners pour la boucle d'images.

```
001 protected function handleScrollChange ( e :
ScrollEvent ) : void
002 {
003 if ( !_snapshotHolder )
004 takeSnapshot ();
005 if (!_isMoving)
006 {
007 _isMoving = true;
008 _content.addEventListener ( Event.ENTER_
FRAME , handleScrollContent , false , 0 , true );
009 }
```

16 Fonction centrale : handleScrollContent (event);

De bien des façons, il s'agit de la fonction principale, et dans les grandes lignes elle se place comme le cœur de la classe. Elle calcule la position cible et la rotation cible du contenu tout en ajoutant un easing pour faire couler l'action comme un tissu de soie.

```
001 protected function handleScrollContent ( e :
Event ) : void
002 {
003 const EASING : Number = 0.2;
004 const ANGLE : int = 12;
005 var targetY : Number = -( (_
scrollbar.scrollPosition - _viewport.y) - _
snapshotHolder.y);
006 var targetRotation : Number = -( (-_
scrollbar.scrollPosition - (_snapshotHolder.y - _
```

```
viewport.y) ) / _scrollbar.maxScrollPosition) *
ANGLE;
007 _snapshotHolder.y += targetY * EASING;
008 _snapshotHolder.rotationX +=
((targetRotation - _snapshotHolder.rotationX) *
EASING);
009 if ( Math.abs ( _snapshotHolder.rotationX )
> ANGLE )
010 {
011 _snapshotHolder.rotationX = ( _
snapshotHolder.rotationX < 0 ) ? - ANGLE :
ANGLE;
012 }
013 if ( Math.abs ( _snapshotHolder.rotationX )
< 0.05 )
014 {
015 _isMoving = false;
016 _snapshotHolder.rotationX = 0;
017 _content.removeEventListener ( Event.
ENTER_FRAME , handleScrollContent );
018 releaseSnapshot ();
019 }
020 }
```

17 Positionner le contenu

Examinons à présent la façon de positionner le contenu en plongeant plus profondément dans la méthode handleScrollContent (). Sur chaque itération de la boucle d'images, le code prend la position du scroll, celles du contenu et du viewport, et calcule la position cible. Pour produire l'effet de scrolling doux que nous recherchons, on multiplie la valeur target avec une fraction easing puis on ajoute le résultat à la position de l'instantané. Cette valeur à laquelle l'instantané est déplacé se réduit d'image en image jusqu'à atteindre enfin la position souhaitée.

```
001 var targetY : Number = -( (_scrollbar.
scrollPosition - _viewport.y) - _
snapshotHolder.y);...
002 _snapshotHolder.y += targetY * EASING;
```

18 Faire pivoter le contenu

En travaillant quasiment de la même façon qu'à l'étape 17, targetRotation est obtenu en calculant un pourcentage dérivé de la position du scroll, la teneur du déplacement de l'instantané et la limite maximale de déplacement du scroll. L'angle targetRotation est alors calculé en multipliant un angle maximal par le pourcentage. Ensuite, à chaque exécution de la fonction, la rotation avec easing est calculée et ajoutée à la rotationX en cours.

```
001 var targetRotation : Number = -( (-_
scrollbar.scrollPosition - (_snapshotHolder.y - _
viewport.y) ) / _scrollbar.maxScrollPosition) *
ANGLE;
002 _snapshotHolder.rotationX +=
((targetRotation - _snapshotHolder.rotationX) *
EASING);
```

19 Garder le contrôle

Si la scrollbar est déplacée rapidement vers le haut et le bas, il y a une chance pour que la rotation soit trop importante. Pour l'éviter, nous avons besoin d'un peu de logique de limitation : si l'angle de rotation absolu excède l'angle maximal appliqué, on applique l'angle à rotationX. Une fois le scrolling stoppé, l'angle de rotation commencera progressivement à revenir à une position neutre. On interrompt la boucle d'images une fois que la rotation est descendue sous 0,05 (visuellement on ne peut pas voir de différence en dessous de cette valeur), on paramètre rotationX à 0 et on appelle releaseSnapshot ().

```
001 if ( Math.abs ( _snapshotHolder.
rotationX ) > ANGLE )
002 {
003 _snapshotHolder.rotationX = ( _
snapshotHolder.rotationX < 0 ) ? - ANGLE : ANGLE;
004 }
005 if ( Math.abs ( _snapshotHolder.rotationX
) < 0.05 )
006 {
007 _isMoving = false;
008 _snapshotHolder.rotationX = 0;
009 _content.removeEventListener ( Event.ENTER_
FRAME , handleScrollContent );
010 releaseSnapshot ();
011 }
```

20 Nettoyage final

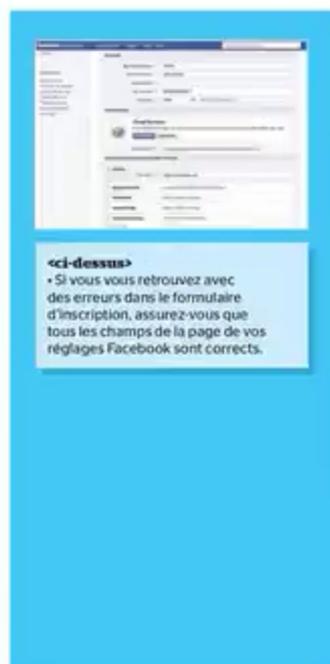
Une fonction qui ne joue pas un rôle déterminant dans la classe mais se révèle essentielle à continuer à faire fonctionner l'animation est la méthode dispose (). L'objectif de cette méthode est de nettoyer tous les objets et références qui pourraient utiliser une quantité précieuse de mémoire. Pour cela, on supprime tous les event listeners qui pourraient être encore en place en appelant la méthode bitmap.dispose () et en insérant les références null dans les variables de champs. Enfin, on vérifie que les classes parentes contiennent toujours l'instance Scroll3D, puis nous la supprimons.

```
001 public function dispose () : void
002 {
003 removeListeners ();
004 if ( _snapshotHolder )
005 {
006 _snapshotHolder.bitmapData.dispose ();
007 _canvas.removeChild ( _snapshotHolder );
008 }
009 if ( _scrollbar )
010 _canvas.removeChild ( _scrollbar );
011 _scrollbar = null;
012 _snapshotHolder = null;
013 _canvas = null;
014 if ( parent && parent.contains ( this ) )
015 parent.removeChild ( this );
016 }
```

Intégrer l'inscription sur Facebook à un site

Nous vous montrerons comment rationaliser votre méthode d'inscription par l'utilisation des API de Facebook.

outils/tech/tendances Dreamweaver, jQuery, MySQL, PHP **Expert** Pete Simmons



Grâce à l'utilisation des API de Facebook, il est possible de préremplir les informations concernant un utilisateur à partir de ses données Facebook. En diminuant la quantité de données requise, vous êtes certain d'accroître le nombre d'inscriptions. Ce tutoriel vous guidera à travers la méthode de mise en place d'une

application par l'implémentation d'une boîte d'inscription, la personnalisation des champs et la sauvegarde des informations dans une base de données sécurisée.

Les données transmises par le formulaire d'inscription seront encodées pour des raisons de sécurité en utilisant HMAC-SHA256 : retrouvez plus d'informations sur cette méthode sur http://fr.wikipedia.org/wiki/Keyed-Hash_Message_Authentication_Code.

Pour y parvenir, nous utiliserons le SDK JavaScript FBML au lieu de la méthode iframe. Cependant, les deux manières de faire sont très similaires. La boîte d'inscription sera intégrée dans une fenêtre pop-up propulsée par jQuery et déclenchée à partir d'un lien.

La page d'exemple que nous avons utilisée pour illustrer notre propos est un template HTML intitulé Clockstone et conçu par Cmsmasters. Il peut être acheté à partir de <http://bit.ly/TLFiOd>. Il existe aussi une version WordPress si vous souhaitez l'implémenter dans une installation de blog existante.

En diminuant la quantité de données requise [pour les visiteurs], vous êtes certain d'accroître le nombre d'inscriptions.

01 Monter l'application

Naviguez jusqu'à <http://developers.facebook.com/apps> et cliquez sur le bouton Créer une application. Dans la fenêtre qui s'ouvre, entrez un nom pour votre application et un espace de noms. Ce dernier ne peut contenir que des lettres capitales, des nombres ou des espaces et doit être unique. Acceptez les conditions de Facebook et cliquez sur Continuer. On peut vous demander d'entrer un code de sécurité.

02 L'App ID

Vous serez ensuite guidé à la page des réglages de votre app. En haut de cette page, vous verrez votre App ID et votre App Secret. Il est important de ne faire apparaître l'App Secret d'aucune manière en intégrant via le code source de la page. Notez votre App ID, vous en aurez besoin plus tard.

03 Réglages d'application

Dans la page de vos réglages d'application, il y a quelques champs que vous devrez remplir avec les informations serveur. Le premier est App Domain. Entrez le domaine de votre site Web sans les préfixes http ou www ; cela lèvera les autorisations sur tous les sous-domaines et répertoires de votre serveur. Défilez vers le bas et cliquez sur la boîte Website, puis remplissez ici aussi les détails concernant votre serveur.

04 Rencontre avec prettyPhoto

L'application est maintenant montée, et nous disposons d'un App ID. Nous pouvons commencer à implémenter le pop-up d'inscription. Dans cet exemple, nous utiliserons prettyPhoto pour intégrer le pop-up dans notre page. Téléchargez le code sur <http://tinyurl.com/prettyphotojquery> et ouvrez l'archive dans votre dossier Web.

05 Implémenter prettyPhoto

Une fois prettyPhoto téléchargé et décompressé, lancez Dreamweaver et créez un nouveau document HTML. Ajoutez le code suivant à la section head du code. Enregistrez ce fichier HTML à côté de votre JS et de votre CSS. Vous pourriez avoir besoin de changer le nom du fichier JS jQuery pour les faire correspondre étant donné que plusieurs versions sont incluses dans le téléchargement.

```
001 <script src="js/jquery.js" type="text/
javascript" charset="utf-8"></script>
002 <link rel="stylesheet" href="css/
prettyPhoto.css" type="text/css" media="screen"
charset="utf-8" />
003 <<script src="js/jquery.prettyPhoto.
js" type="text/javascript" charset="utf-8"></
script>
004 </head>
```

06 Initialiser prettyPhoto

Maintenant que les fichiers JavaScript et CSS sont correctement liés, nous pouvons initialiser

prettyPhoto en ajoutant le code suivant juste au-dessus de la balise fermante </body> de la page HTML. Consultez le site prettyPhoto pour plus d'informations sur la personnalisation du comportement de prettyPhoto.

```
001 <script type="text/javascript"
charset="utf-8">
002 $(document).ready(function(){
003   $("a[rel='prettyPhoto']").
prettyPhoto();
004 });
005 </script>
```

07 Ajouter un déclencheur

Nous pouvons à présent inclure un lien dans notre page qui servira de déclencheur. Ajoutez ce code à votre code HTML, à l'endroit où vous souhaitez faire apparaître le lien d'inscription. Enregistrez la page et lancez-la pour vérifier que tout fonctionne correctement. Vous devriez pouvoir cliquer sur le lien et avoir une fenêtre pop-up de 590 x 340 pixels, bien qu'elle ne propose pas encore de contenu.

```
001 <a href="registration.html?iframe=true&w
idth=590&height=340" rel="prettyPhoto[iframes]"
class="user_area">Register</a>
```

08 API Facebook

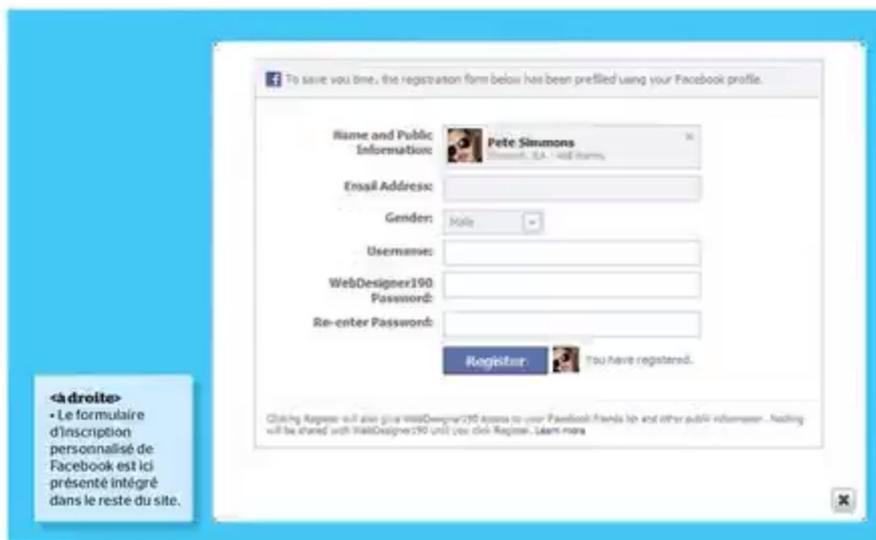
Nous pouvons ensuite commencer à travailler sur le formulaire d'inscription Facebook. Créez un nouveau fichier vierge HTML et enregistrez-le sous "registration.html". Vous devrez ajouter l'API JavaScript Facebook à votre page en insérant les lignes de code suivantes sous la balise ouvrante <body> de la page HTML. Vous devrez aussi remplacer [YOUR_APP_ID] par votre propre App ID.

```
001 <body>
002 <div id="fb-root" align="center"></div>
003 <script src="https://connect.facebook.net/
en_US/all.js#appId=[YOUR_APP_ID]&xfbml=1"></
script>
```

09 Afficher un formulaire basique

Sous le code précédent, ajoutez celui pour afficher la boîte d'inscription. Une fois que vous l'aurez lancé dans votre navigateur, vous verrez le formulaire d'inscription en action. Si vous êtes déjà connecté à Facebook, vous constaterez que vos informations personnelles sont préremplies. Si vous n'êtes pas connecté, vous serez invité à le faire. À ce stade, remplissez aussi votre URL serveur.

```
001 <div align="center">
002 <fb:registration
003   fields="name,birthday,gender,location,ema
il"
004   redirect-uri="[YOUR_SERVER_URL]"
005   width="530">
```



```
006 </fb:registration>
007 </div>
```

10 Données personnalisées

Si vous lancez maintenant votre page index.html et cliquez sur le lien d'inscription, vous constaterez que la boîte d'inscription de Facebook s'affiche. Revenez à la page registration.html et modifiez le code avec celui ci-dessous. Cela ajoutera des champs personnalisés à votre formulaire. Retrouvez des informations complémentaires sur <http://developers.facebook.com/docs/plugins/registration>.

```
001 <fb:registration
002   fields="[
003     {'name':'name'},
004     {'name':'email'},
005     {'name':'username',
'description':'Username', 'type':'text'},
006     {'name':'password'},
007     {'name':'gender'}
008   ]"
009   redirect-uri="[YOUR_SERVER_URL]"
010   width="530">
011 </fb:registration>
```

11 Modifier redirect-uri

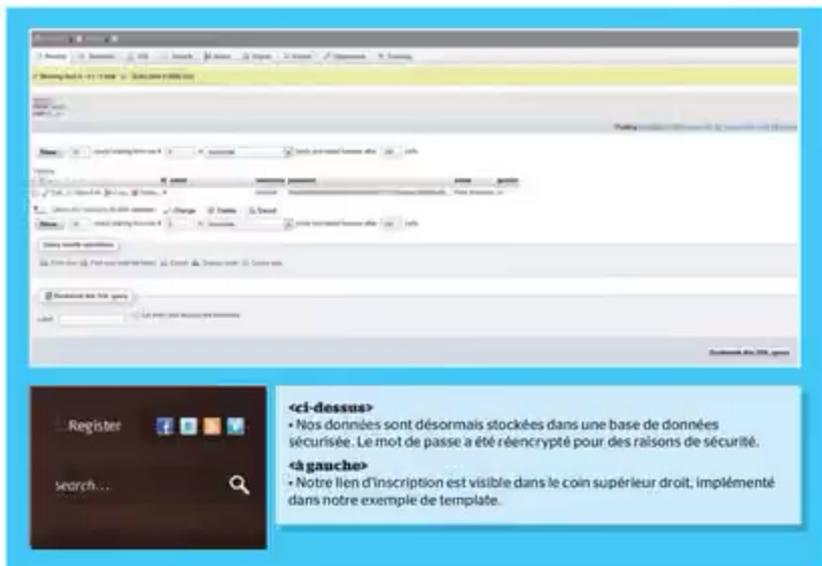
Redirect-uri est un paramètre qui indique au formulaire d'inscription où se rendre une fois validé par l'utilisateur. Cette destination doit être localisée dans le serveur que vous avez défini dans vos réglages d'application pour des raisons de sécurité, et doit être une URL absolue. Ajoutez le paramètre redirect-uri en incluant /process.php à la fin. Créez un nouveau document PHP du même nom.

```
001 redirect-uri="[YOUR_SERVER_URL]/process.php"
```

12 Visualiser les données de formulaire

Dans votre page process.php, vous aurez besoin de décrypter les données envoyées à partir du formulaire. Le code prolongé de cette étape affichera la sortie brute de vos données de formulaire. Vous devrez remplacer les App ID et App Secret vous-même. Cette page étant en PHP, les données secrètes ne seront jamais affichées dans le code source.

```
001 <?php
002 define('FACEBOOK_APP_ID', 'your_app_id');
003 define('FACEBOOK_SECRET', 'your_app_
secret');
004
005 function parse_signed_request($signed_
request, $secret) {
006   list($encoded_sig, $payload) =
explode('.', $signed_request, 2);
007
008   // decode the data
009   $sig = base64_url_decode($encoded_sig);
010   $data = json_decode(base64_url_
decode($payload), true);
011
012   if (strtoupper($data['algorithm']) !==
'HMAC-SHA256') {
013     error_log('Unknown algorithm. Expected
HMAC-SHA256');
014     return null;
015   }
016
017   // check sig
018   $expected_sig = hash_hmac('sha256',
$payload, $secret, $raw = true);
019   if ($sig !== $expected_sig) {
020     error_log('Bad Signed JSON
signature!');
```



```
021 return null;
022 }
023
024 return $data;
025 }
026
027 function base64_url_decode($input) {
028     return base64_decode(strtr($input,
029         '-_', '+/'));
030 }
031 if ($_REQUEST) {
032     echo '<p>signed_request contents:</p>';
033     $response = parse_signed_
request($_ REQUEST['signed_request'],
FACEBOOK_SECRET);
034     echo '<pre>';
035     print_r($response);
036     echo '</pre>';
037 } else {
038     echo '$_REQUEST is empty';
039 }
040 ?>
```

13 Monter une base de données
 Soumettre le formulaire vous donne à présent la bonne sortie décodée. Plutôt que d'afficher ces données, nous voulons les enregistrer dans une base de données. Créez une nouvelle base et lancez le script SQL suivant dans un programme de gestion MySQL, comme phpMyAdmin.

```
001 CREATE TABLE IF NOT EXISTS 'users' (
002     'id' int(3) NOT NULL AUTO_INCREMENT,
003     'email' varchar(255) NOT NULL,
004     'username' varchar(255) NOT NULL,
005     'password' varchar(255) NOT NULL,
```

```
006     'name' varchar(255) NOT NULL,
007     'gender' varchar(1) NOT NULL,
008     PRIMARY KEY ('id')
009 ) ENGINE=InnoDB DEFAULT CHARSET=latin1
AUTO_INCREMENT=1 ;
```

14 Se connecter à la base de données
 Dans votre fichier process.php, ajoutez le code suivant au-dessus du bloc de code 'if (\$_REQUEST) {'. Cela établira une connexion avec votre base de données et vous donnera la possibilité de publier les données collectées dans votre table MySQL fraîchement créée. Vous devrez remplacer les informations de connexion par celles de votre serveur.

```
001 mysql_connect("localhost", "[USERNAME]",
[PASSWORD]) or die(mysql_error());
002 mysql_select_db("users") or die(mysql_
error());
003
004 if ($_REQUEST) {
```

15 Réencrypter les mots de passe
 Avant d'introduire toute donnée dans la base, il est judicieux de réencrypter les mots de passe afin de ne pas stocker ces données sous forme de texte plein. Le code suivant créera une variable PHP des données encryptées, prêtes à être insérées dans notre base. Elle devrait être intercalée dans votre bloc de code 'if (\$_REQUEST) {'.

```
001 if ($_REQUEST) {
002     $response = parse_signed_request($_
REQUEST['signed_request'], FACEBOOK_SECRET);
003
```

```
004     $password = hash('sha256',
$response['registration']['password']);
005
006 } else {
007     echo '$_REQUEST is empty';
008 }
```

16 Modifier les données
 Vous aurez peut-être remarqué que notre champ des genres dans la base de données est à peine assez gros pour un caractère (comme M ou F). Cependant, les données fournies par la boîte d'inscription de Facebook sont plus longues. Le code suivant modifiera les données et les transformera en format exploitable pour notre objectif.

```
001 if ($response['registration']['gender']
=== 'male') {
002     $gender = 'm';
003 }
004 else {
005     $gender = 'f';
006 }
```

17 Insérer les données
 Maintenant que les mesures de sécurité pour les mots de passe sont en place, nous pouvons procéder à l'ajout de données dans notre base. Le code suivant assignera chacun des éléments des données de formulaire à une variable, puis les intégrera dans la base. Le code correspondant devrait être ajouté sous celui de l'étape précédente.

```
001 $email = $response['registration']
['email'];
002 $name = $response['registration']
['name'];
003 $username = $response['registration']
['username'];
004
005 mysql_query("INSERT INTO users
(email, username, password, name,
gender) VALUES ('.$email.', '.$username.',
'".$password.', '.$name.', '.$gender.'");
```

18 Rediriger les visiteurs
 Une fois nos données stockées dans notre base, nous avons juste besoin d'ajouter une ligne de code pour rediriger les visiteurs vers une page de confirmation : il peut s'agir de la zone de membres de votre site, ou simplement de la page d'accueil avec un message confirmant que l'inscription a été complétée. Nous pouvons ensuite implémenter un simple script de connexion qui compare les données stockées à une entrée de formulaire. Rappelez-vous que vous aurez besoin d'encoder un mot de passe de formulaire avec le même algorithme que précédemment.

```
001 header("Location: index.html");
002 ?>
```

01 NOUVEAU

4 DISTRIBUTIONS !
SUR LE DVD BOOTABLE

www.linuxinside.fr

Février 2012

LINUX Inside

LE MENSUEL DES UTILISATEURS
ET DEVELOPPEURS GNU/LINUX

10 MOYENS DE

REPARER LINUX

Les méthodes infaillibles pour stopper
les problèmes classiques

Chief Lizard Wrangler, Mitchell Baker



La mue de Mozilla

“Devenir les bâtisseurs
des technologies
qui régissent nos vies”

Faites programmer vos enfants !

Pourquoi savoir programmer
va devenir indispensable



Tests de sécurité

Les techniques essentielles
pour éviter les piratages

Créez votre distribution

Votre distribution perso
en moins de 15 minutes !

4.7 Go
DVD OFFERT

Dans ce numéro

- » Windows 8 – inspiré de Linux ?
- » Réalisez votre propre wiki
- » Maîtrisez Google's Dart

OPENSUSE

» Spécial test :
4 pages dédiées !



SABAYON



UBUNTU 11.10

» Testez la
demi-

PLUS
ACCÉDEZ
À VOS FICHIERS
DEPUIS VOTRE
MOBILE



NOUVEAU

Tous les mois chez votre marchand de journaux
et sur www.shop.oracom.fr

WordPress : personnaliser les thèmes avec des widgets

Prenez le contrôle de vos zones "widgetisées" en les plaçant n'importe où dans votre thème, du centre aux côtés.

outils|tech|tendances Éditeur de texte (comme Notepad ++ pour Windows ou TextWrangler pour Mac), FTP, PHP **Expert** George Plumley



La plupart des thèmes WordPress simplifient le contrôle des éléments par l'utilisateur à partir de leur barre latérale grâce à un système de widgets. Une interface

drag & drop permet aux utilisateurs d'ajouter facilement, de déplacer ou supprimer ces widgets qui apportent plus de fonctionnalité, comme une liste des posts les plus récents ou un formulaire d'inscription à une newsletter.

Alors que les zones de widgets (les sections de l'écran d'administration des widgets, où vous les insérez et les positionnez) ont été développées à l'origine pour la barre latérale, elles peuvent, en réalité être insérées virtuellement n'importe où dans le design.

Ce tutoriel vous montrera comment personnaliser un thème en ajoutant une zone de widgets à la région juste au-dessus de la section de contenu principal. Les principes sont les mêmes que vous ajoutez une zone de widgets au vingt, et que vous créez votre propre thème parent à utiliser pour tous vos clients ou modifiez un thème existant utilisé par un seul client.

Remarquez que dans le codex WordPress, tout emplacement pouvant accueillir un widget est référencé en tant que barre latérale, ce qui peut se révéler déroutant vu qu'ils peuvent se positionner n'importe où. Dans ce guide, nous utilisons le terme de "zone de widgets" plutôt que barre latérale pour éviter cette confusion potentielle.

01 Choisir un emplacement

Déterminez l'endroit où vous souhaitez créer une zone de widgets dans votre design. Cela peut être n'importe où, excepté à l'intérieur de la zone de contenu générée par WordPress, mais vous pouvez avoir des zones de widgets directement au-dessus et sous la zone de contenu. Dans ce tutoriel, nous en ajouterons immédiatement une au-dessus du contenu dans les pages, mais pas les posts.

02 La fonction register_sidebar()

Pour activer votre zone de widgets dans

WordPress, vous devez vous "enregistrer" dans le fichier functions.php de votre thème. Pour cela, utilisez la fonction register_sidebar() (présentée dans le code ci-dessous), qui instancie une zone de widgets simple. Si vous désirez plus d'une zone, appelez individuellement la fonction pour chacune d'elles.

```
001 register_sidebar( array(
002   'name' => 'RightSideBar',
003   'id' => 'right-sidebar',
004   'description' => 'Widgets in this area
will be shown on the right-hand side.',
```

```
005   'before_widget' => '<div id="%1$s"
class="widget %2$s">',
006   'after_widget' => '</div>',
007   'before_title' => '<h3>',
008   'after_title' => '</h3>'
009 ));
```

03 Ne pas confondre les fonctions

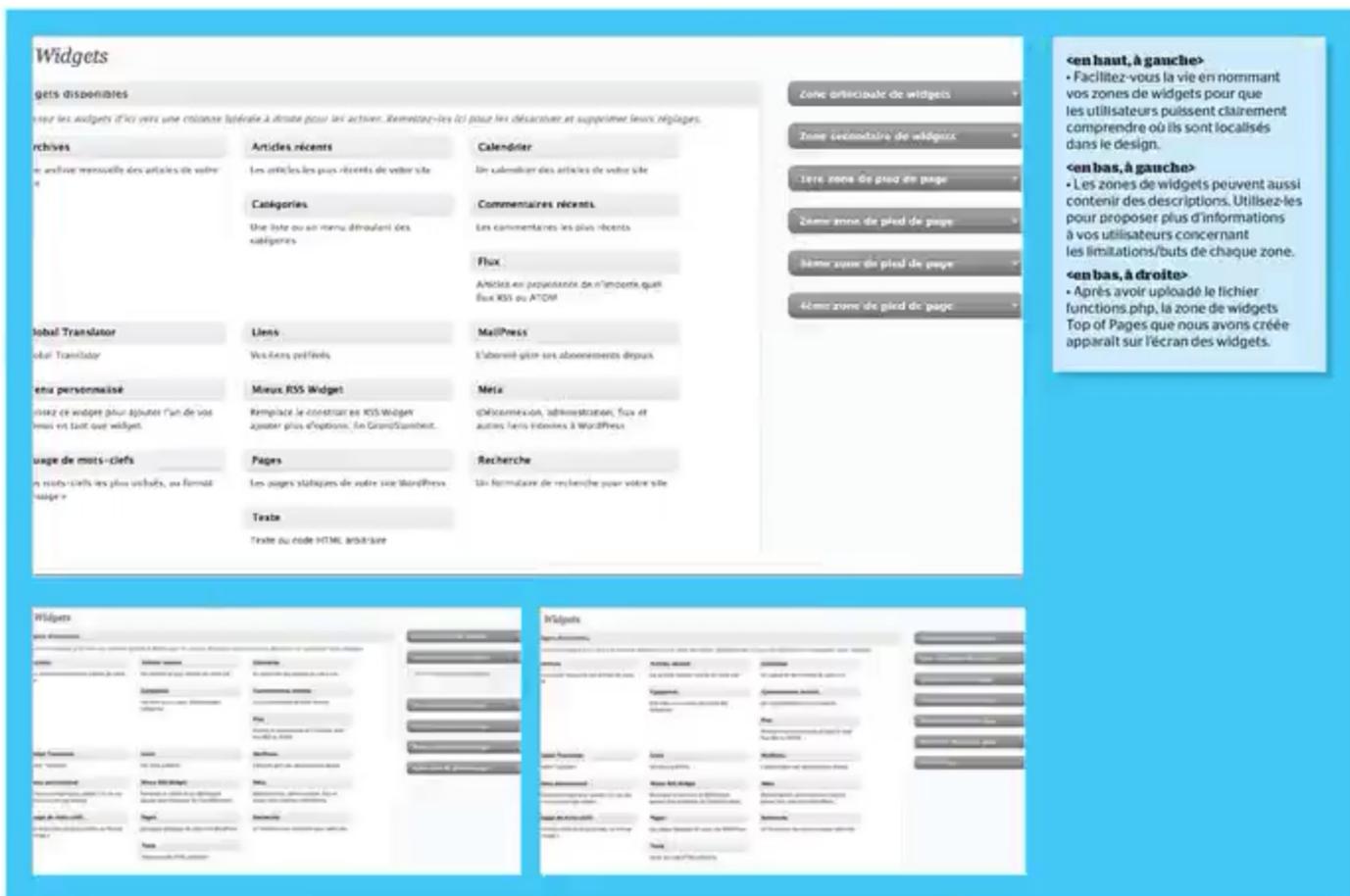
Ne confondez pas register_sidebar() avec une autre fonction WordPress appelée register_sidebars(). La différence est que register_sidebars() peut créer de multiples zones de widgets en même temps, toutes avec le même nom et le même balisage HTML. Comme la plupart du temps vous souhaitez contrôler ces paramètres sur une base individuelle, mieux vaut sans doute éviter register_sidebars().

```
001 <?php register_sidebars( $number, $args );
// Number is the quantity of widget areas ?>
```

04 Réglages par défaut

Il existe sept arguments possibles à passer dans la fonction register_sidebar() et permettant un contrôle





«en haut, à gauche»
 • Facilitez-vous la vie en nommant vos zones de widgets pour que les utilisateurs puissent clairement comprendre où ils sont localisés dans le design.

«en bas, à gauche»
 • Les zones de widgets peuvent aussi contenir des descriptions. Utilisez-les pour proposer plus d'informations à vos utilisateurs concernant les limitations/buts de chaque zone.

«en bas, à droite»
 • Après avoir uploadé le fichier fonctions.php, la zone de widgets Top of Pages que nous avons créée apparaît sur l'écran des widgets.

détaillé du balisage pour la zone de widgets et les widgets activés à l'intérieur. Nous les décortiquerons un à un. Tous les arguments par défaut sont présentés dans l'exemple de code ci-dessous.

```
001 register_sidebar( array(
002     'name' => sprintf__( 'Sidebar %d', $i ),
003     'id' => 'sidebar-$i',
004     'description' => '',
005     'before_widget' => '<li id="%1$s"
class="widget %2$s">',
006     'after_widget' => '</li>',
007     'before_title' => '<h2
class="widgettitle">',
008     'after_title' => '</h2>'
009 ) );
```

05 Zone de widgets ID
 L'argument id de register_sidebar() est utilisé en interne par WordPress pour identifier une zone de widgets et, comme vous le verrez dans les étapes à venir, il est utilisé en tant que paramètre dans les balises de template en charge des zones de widgets.

Bien que WordPress crée un id par défaut, exploiter le vôtre est une bonne habitude à prendre.

```
001 'id' => 'page-content-top',
```

06 Nom de zone de widgets
 L'argument de nom de register_sidebar() est utilisé comme titre de la zone de widgets dans l'écran d'administration des widgets. Il est important d'assigner un nom explicite de sorte que les utilisateurs se rappelleront facilement le rôle de la zone de widgets. Si aucun nom n'est donné, WordPress utilise par défaut le nom Sidebar complété d'un numéro relatif au nombre de zones de widgets enregistrées.

```
001 'name' => __( 'Top of Pages' ),
002 // For more about this code format, see
Step 8.
```

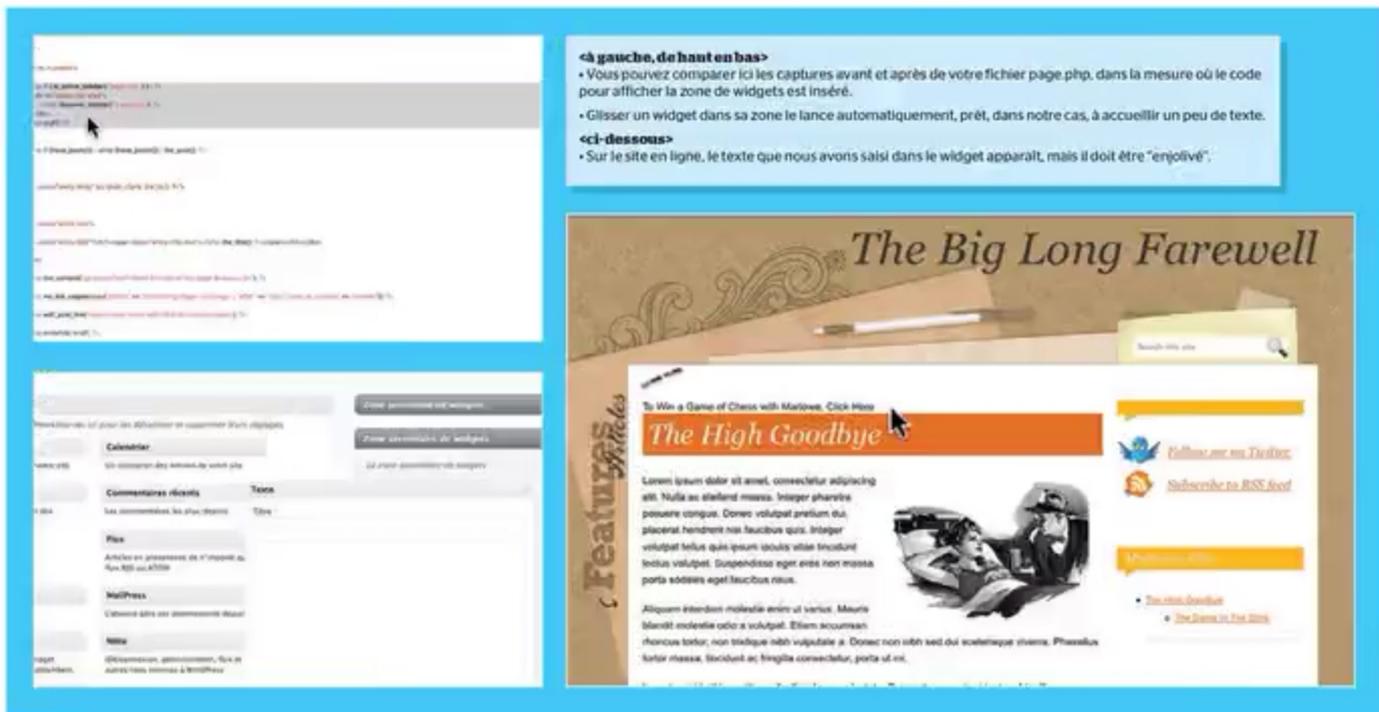
07 Description de la zone de widgets
 L'argument de description de register_sidebar() apparaît sous le titre d'une zone de widgets étendue. Il est utile.

Des widgets dans la zone de contenu ?
 Des plug-ins comme Widgets on Pages permettent aux zones de widgets d'être affichées à l'intérieur du contenu d'une page ou d'un post par le biais de shortcodes que l'utilisateur colle dans le texte.

pour fournir davantage de détails sur l'endroit où s'affiche la zone de widgets dans le design du thème. Il est aussi utile d'ajouter des instructions à l'attention des utilisateurs, comme les limitations de taille pour la zone de widgets. Par défaut, l'argument affiche une string vide.

```
001 'description' => __( 'Add a widget above
the content area on all Pages.' ),
002 // For more about this code format, see
Step 8.
```

08 Option multilingue
 Vous pourriez vouloir internationaliser



<à gauche, de haut en bas>

- Vous pouvez comparer ici les captures avant et après de votre fichier page.php, dans la mesure où le code pour afficher la zone de widgets est inséré.
- Glisser un widget dans sa zone le lance automatiquement, prêt, dans notre cas, à accueillir un peu de texte.

<ci-dessous>

- Sur le site en ligne, le texte que nous avons saisi dans le widget apparaît, mais il doit être "enjolivé".

les arguments nom et description de votre zone de widgets. Si c'est le cas, rendez-les traduisibles. Vous n'avez qu'à les traiter de la manière suivante :
(This Sidebar).

09 Avant et après les widgets

Les arguments `before_widget` et `after_widget` de `register_sidebar()` insèrent du HTML au début et à la fin de tous les widgets. Par défaut, nous avons : `<li id="%1$s" class="widget %2$s">` et ``. Si vous spécifiez un élément bloc HTML différent, faites en sorte d'inclure les attributs `id` et `class` exactement comme les occurrences par défaut : les plug-ins se reposent sur eux.

```
001 'before_widget' => '<div id="%1$s" class="widget %2$s">',
002 'after_widget' => '</div>',
```

10 Titres avant et après

La plupart des widgets permettent aux utilisateurs de créer un titre, et les arguments `before_title` et `after_title` de `register_sidebar()` contrôlent le HTML encadrant ce titre. Par défaut, nous avons respectivement : `<h2 class="widgettitle">` et `</h2>`. Vous souhaitez probablement insérer votre propre HTML, en particulier pour créer un meilleur nom de classe.

```
001 'before_title' => '<h2 class="widget-title">',
002 'after_title' => '</h2>',
```

11 Fonction complétée register_sidebar()

Une fois que vous avez achevé votre fonction `register_sidebar()`, vous pouvez simplement la coller dans votre fichier `functions.php`, bien qu'il existe en réalité une meilleure façon de procéder. WordPress dispose d'un certain nombre de "crochets" internes, qui fournissent une méthode standardisée pour insérer du code dans le flux. Nous allons enregistrer notre zone de widgets grâce à l'un de ces crochets.

```
001 register_sidebar( array(
002     'id' => 'page-content-top',
003     'name' => __( 'Top of Pages' ),
004     'description' => __( 'Add a widget above the content area on all Pages.' ),
005     'before_widget' => '<div id="%1$s" class="widget %2$s">',
006     'after_widget' => '</div>',
007     'before_title' => '<h2 class="widget-title">',
008     'after_title' => '</h2>'
009 )
010 );
```

12 Une seule fonction d'enregistrement

Dans votre fichier `functions.php`, et s'il n'en existe pas déjà une, créez une fonction principale d'enregistrement comme celle figurant dans le code donné en exemple

dans cette étape. Vous pouvez nommer la fonction de la façon que vous souhaitez. Ensuite, placez toutes les fonctions `register_sidebar()` dans cette fonction principale (pour le moment, nous n'en avons qu'une).

```
001 function master_registration() {
002
003 // Put all your register_sidebar()
004 // functions between these two brackets
005 }
```

13 Crocheter dans WordPress

Vous devez à présent ordonner à WordPress de lancer cette fonction principale d'enregistrement et l'insérer dans un crochet intitulé `widgets_init` : c'est l'objectif de la ligne de code proposée ci-dessous. Positionnez-la avant la fonction principale d'enregistrement et vérifiez que le nom du second argument correspond bien au nom de votre fonction principale d'enregistrement.

```
001 add_action( 'widgets_init', 'master_registration' );
```

14 Enregistrer et tester

Enregistrez le fichier `functions.php`. Uploadez-le si vous ne tournez pas sur un serveur local, et vous voilà prêt à tester si votre zone de widgets fonctionne comme attendu. Dans l'administration de WordPress,



Le pouvoir des widgets corrompt en profondeur

Ajouter des widgets à une zone du site qui n'est pas une barre latérale offre bien plus de flexibilité aux utilisateurs WordPress, mais sachez qu'il existe un danger potentiel. Vous et votre client avez quelque chose de particulier en tête pour la nouvelle zone de widgets, mais dans six mois les choses seront oubliées.

Le client cherche à glisser le widget calendrier dans une zone conçue pour une ligne de texte seule, ou une bannière. Vous pouvez constater le résultat dans la capture ci-dessus. Ce danger avec les widgets a toujours été présent, mais les barres latérales peuvent se montrer moins revêches. Heureusement, on enlève aussi facilement les widgets qu'on les a ajoutés. Mais un problème plus subtil pourrait se faire discret, et vous devez rester vigilant.

Les feuilles de styles peuvent réduire les problèmes potentiels, mais vous rendrez le client conscient de ce qui fonctionnera ou pas dans la nouvelle zone de widgets.

naviguez jusqu'à **Apparence > Widgets** et voyez si la zone des widgets s'affiche sur la partie droite de l'écran.

15 Aucun fichier fonctions.php ?

Si vous travaillez avec un thème enfant et qu'il ne possède toujours pas de fichier `functions.php`, vous devrez en créer un (comme nous l'avons démontré dans l'exemple ci-dessous). Gardez à l'esprit qu'au contraire des autres fichiers dans un thème enfant, le fichier `functions.php` ne remplace pas le fichier du thème parent. En réalité, les deux sont combinés. Il est donc important de se rappeler qu'il est inutile de copier le contenu du fichier parent `functions.php`.

```
001 <?php
002
003 // Add your functions below at the end
of the file you do not need to close out the
php tag.
```

16 Afficher la zone de widgets

Alors que la zone de widgets a été créée, pour

l'heure, aucun des widgets qui y ont été glissés ne s'affichera. Nous devons ordonner au template de thème approprié de montrer ces widgets actifs en utilisant cette balise de template WordPress : `dynamic_sidebar()`. Vous serez heureux d'apprendre que cette balise ne requiert qu'un paramètre : l'id de la zone de widgets.

```
001 <?php dynamic_sidebar( 'page-content-top'
); ?>
```

17 Mais d'abord, une condition

Avant d'insérer `dynamic_sidebar()`, vous devriez l'encadrer dans une instruction conditionnelle en utilisant la fonction `WordPress is_active_sidebar()`. Cela teste la présence de widgets dans une zone. Nous ne sommes pas intéressés par une zone de widgets vide, et cela ne nous aiderait pas, dans ce cas, de tester seulement son existence, par exemple avec l'instruction conditionnelle courante `if (dynamic_sidebar('header-right'))`.

```
001 <?php if ( is_active_sidebar( 'page-
content-top' ) ) : ?>
002 Insert a call to the widget area and any
other coding here
003 <?php endif; ?>
```

18 Widgets en errance ?

Maintenant que vous testez pour savoir si la zone de widgets est active, vous devez décider de ce qui arrive si elle ne l'est pas. Deux choix de base se présentent, chacun requérant un codage différent du fichier template : 1) fournir un contenu par défaut, 2) empêcher quoi que ce soit de s'afficher. Un exemple de chaque est proposé dans le code ci-dessous :

```
001 Provide Default Content:
002
003 <div id="page-content-top">
004
005 <?php if ( is_active_sidebar( 'page-
content-top' ) ) : ?>
006
007 <?php dynamic_sidebar( 'page-content-
top' ); ?>
008
009 <?php else : ?>
010
011 <!-- Place your alternative content
here -->
012
013 <?php endif; ?>
014
```

```
015 </div>
Ou:
001 Ne rien montrer si la zone du widget est
inactive:
002
003 <?php if ( is_active_sidebar( 'page-top' )
) : ?>
004
005 <div id="page-top-area">
006
007 <?php dynamic_sidebar( 'page-top' ); ?>
008
009 </div>
010
011 <?php endif; ?>
```

19 Coller dans le template

Une fois que vos instructions conditionnelles sont triées, collez le code à l'endroit approprié dans le fichier template adéquat, dans ce cas le fichier `page.php`, juste après `<div id="content">`. Les captures d'écran, à l'opposé, présentent les états avant et après de `page.php`.

20 Essayer d'utiliser un widget

Enregistrez le fichier template (et uploadez si nécessaire). Rendez-vous ensuite à l'écran d'administration des widgets et testez la nouvelle zone de widgets en y glissant un. Dans la capture d'écran de la page précédente, nous avons ajouté un widget Texte qui contient un titre (bien que nous n'en ayons pas besoin pour cette zone) et de la place pour entrer le HTML.

21 On y est presque...

Visualisez le site en ligne une fois les widgets ajoutés. Si tout a fonctionné, vous devriez à présent être capable de voir le message que nous avons entré dans le widget Texte. Il n'est cependant pas très beau. C'est le moment de procéder à un peu d'habillage en utilisant l'attribut `id` que nous avons assigné à cette zone de texte.

22 Touches finales

Une fois les styles ajoutés, la boîte semble davantage appartenir au design, et le client est libre de changer le texte à n'importe quel moment sans s'inquiéter de son apparence. Si vous aviez de multiples widgets dans une zone, vous pourriez les habiller individuellement en utilisant leurs attributs respectifs.



<ci-dessus>
• Une bordure rapide, un peu de padding, un peu de couleur et de redimensionnement, et notre zone de widget prend forme.

Créer un tag cloud avec une classe PHP personnalisée

Mettez à jour le modeste impact de votre tag cloud avec un puissant objet PHP-class

outils/tech/tendances Dreamweaver, PHP Expert Matt Gifford



Certains professionnels du Web ont fait allusion au fait que les tag clouds ne sont aujourd'hui rien de plus que les mulets du monde du Webdesign : une chose qui a été un peu en vogue, mais qui est maintenant perçue par beaucoup comme une méthode obsolète d'affichage du contenu, des liens et des références rapides.

Même si ce pourrait bien être le cas, les tag clouds sont pourtant depuis longtemps une méthode standard, rapide et facile de visualisation de données. Ils fournissent une représentation instantanée des ressources d'un site, en insistant sur le nombre de posts ou catégories en relation avec un contenu spécifique, permettant aux visiteurs de visualiser en un clin d'œil les billets importants ou préférés.

Ici, nous concevons un tag cloud avec une classe PHP personnalisée que nous pouvons exploiter pour créer et gérer nos données. Grâce au pouvoir de la classe elle-même, nous serons capables d'y envoyer des strings, des arrays et des résultats de requêtes pour remplir notre cloud et publier l'affichage généré. Il est temps de faire fi de se lancer tandis que nous élaborons le tag cloud.



<ci-dessus>

- La classe contient deux méthodes constructeur pour une rétrocompatibilité au moment de s'occuper des implémentations PHP4 et 5.

<ci-dessous>

- Vous pouvez appuyer certaines transformations de texte sur les tags et obtenir un retour à la fois en minuscules et majuscules si nécessaire.

UPPERCASE tags returned

- PHP
- COLDFUSION
- GOOGLE
- HTML5
- SEMANTIC
- TWITTER
- DEVELOPMENT
- DESIGN

01 Concevoir la classe

Créez un nouveau fichier intitulé "tagCloud.php", qui sera notre classe pour maintenir toutes les interactions avec le tag cloud, y compris l'ajout de mots et la publication finale. Incluez deux propriétés dans la classe afin de mettre en place le conteneur d'arrays, pour maintenir tous nos tags, plus une variable par défaut pour contrôler toute transformation que nous pourrions vouloir appliquer au texte.

```
001 class tagCloud {
002     var $tagsArray      = array();
003     var $textTransform = '';
004 }
```

02 Méthodes constructeur

Ajoutez les méthodes constructeur, qui seront appelées par notre classe et seront utilisées pour gérer tout rendu initial ou ajout de mots au tag cloud. Sagissant de rétrocompatibilité, si PHP5 ne peut pas trouver la méthode __construct, il lancera la fonction tagCloud, qui en retour appellera la nouvelle fonction constructeur pour lancer la classe.

```
001 function tagCloud($tags = false, $textTrans
= '') {
002     return $this->__construct($tags,
$textTrans);
}
```

03 Ajouter une string

Nous avons la possibilité de proposer un array de tags et d'informations pertinentes, ou de fournir une chaîne de termes à la classe et de soumettre un délimiteur ou un séparateur personnalisé si nécessaire.

La méthode addString explosera la string en un array en utilisant le séparateur, nettoyant et formatant chaque mot, qui pourra ensuite être passé dans la fonction spécifique qui s'occupe des valeurs multiples.

```
001 function addString($string, $separator = '
') {
002     // Take the string and convert it into
an array
003     $inputArray = explode($separator,
$string);
004     $tagArray = array();
```

04 Formater et nettoyer

Avant d'ajouter des tags au conteneur de termes (la propriété array), nous les passons d'abord par la fonction formatString, qui sera utilisée pour supprimer tout tag HTML ou PHP indésirable dans les valeurs fournies. Cela transforme le texte soit en minuscules, soit en majuscules, soit le laisse "tel quel" en fonction de la valeur de la propriété textTransform à l'intérieur de la méthode constructeur.

```
001 function formatString($string) {
002     // Handle the formatting of the tag
003     if($this->textTransform){
004         switch($this->textTransform){
```

05 Concevoir un array

On peut choisir d'ajouter des tags au cloud sous forme d'array, c'est-à-dire en se donnant la possibilité de passer davantage d'informations dans le conteneur du cloud, comme une taille spécifique, une classe CSS, une URL et un lien cible. La méthode addTag prendra

Créer un tag cloud avec une classe PHP personnalisée



<de haut en bas>

- La classe tagCloud peut remplir l'array à partir d'une variable résultat de requête et utiliser une colonne spécifique pour l'affichage.
- Utiliser la méthode dumpCloud() facilite la visualisation des tags et attributs stockés dans l'array.

Viewing data using the dumpCloud() method

```
array(3) ( ["Cloud"]=>> array(2) ( ["tag"]=>> string(4) "Cloud" ["size"]=>> int(3) ) ["PHP"]=>> array(2) ( ["tag"]=>> string(3) "PHP" ["size"]=>> int(2) ) ["development"]=>> array(2) ( ["tag"]=>> string(11) "development" ["size"]=>> int(4) ) ["design"]=>> array(2) ( ["tag"]=>> string(6) "design" ["size"]=>> int(1) ) ["HTML5"]=>> array(2) ( ["tag"]=>> string(5) "HTML5"
```

un tag, indépendamment de la façon dont nous l'avons passé, sous forme de string ou d'array, et fera en sorte qu'il soit stocké dans le conteneur sous forme d'array avec un attribut de taille par défaut de 1.

```
001 function addTag($tagAttributes = array()) {
002     if (is_string($tagAttributes)) {
003         $tagAttributes = array('tag' =>
004             $tagAttributes);
005     }
006     $tagAttributes['tag'] = $this->
007     formatString($tagAttributes['tag']);
```

06 Publication de requête

A ce stade, rédigeons aussi la possibilité d'ajouter un tag au conteneur cloud à partir d'un objet résultat d'une requête vers la base de données. La méthode addQuery vous permettra d'envoyer l'objet résultat à partir de la réponse MySQL, de même que le nom de la colonne qui contient le tag fourni.

```
001 function addQuery($queryResults = '',
002     $colName = '') {
003     while ($row = mysql_fetch_
004         object($queryResults)) { id="search"
005         placeholder="search..." >
006         $this->addTag($row->$colName);
007     }
008 }
```

07 Débugger les données

Ajoutez une nouvelle fonction appelée dumpCloud, que vous pouvez appeler pour publier le conteneur array en tant que dump de variable pour une visualisation et un débogage simples.

```
001 /* debugging */
002 function dumpCloud() {
003     return var_dump($this->tagsArray);
004 }
```

08 Affichage initial

Créez une nouvelle page de template PHP dans laquelle instancier la classe tagCloud. Utilisez la méthode addString pour fournir une phrase à inclure dans le cloud, et envoyez quelques attributs de lien personnalisés en utilisant la méthode addTag et en passant un array d'informations. Enfin, appelez la méthode dumpCloud et visualisez la page dans le navigateur.

```
001 $cloud = new tagCloud();
002 $cloud->addString('The quick brown fox
003     jumps over the lazy dog');
```

09 Publication HTML

Créez une nouvelle fonction dans la classe appelée showCloud qui formatera et retournera les données pour l'affichage HTML. Nous fournirons aussi l'option pour retourner les données en tant qu'array afin de permettre l'application de styles personnalisés.

```
001 function showCloud($returnType = 'html') {
002     // Check the data type of the container
003     // and make sure it's an array
004     if (is_array($this->tagsArray)) {
005         // Vary the return format based
006         // upon the $returnType parameter
007         $return = ($returnType == 'html' ?
008             ' : ($returnType == 'array' ? array() : ''));
```

10 Valeurs sur mesure

Pour la publication HTML, nous vérifierons que toutes les classes personnalisées ou les URL ont bien été proposées pour chaque tag en utilisant la fonction in_array de PHP pour chercher la clé spécifique dans chaque array d'éléments tag. Cela favorise un meilleur contrôle et une meilleure personnalisation depuis la page d'appel lorsqu'on déclare le tag cloud

```
001 $linkTarget= "_self";
```

```
002
003 $linkClass = "";
004
005
006 // Check to see if a custom class has been
007 // sent through
008 if (in_array($arrayInfo['class'],
009     $arrayInfo)) {
010     $linkClass= $arrayInfo['class'];
011 }
```

11 Conception des tags

Nous pouvons ensuite créer un élément de liste pour chaque élément tag et paramétrer les valeurs de classe personnalisées. Un élément ancre sur une URL personnalisée a été positionné. Cela développera la valeur retournée par chaque boucle d'array pour créer notre collection d'éléments tag, chacun situé dans sa propre balise .

```
001 // If we have a custom URL, create the
002 // anchor tag and apply the target attribute
003 $return .= "<a
004     href='{$arrayInfo['url']}' target='{$linkTarget}'>
005     {$arrayInfo['tag']}</a>";
006 } else {
007     $return .= "{$arrayInfo['tag']}";
008 }
```

12 Compte de tags

Nous pouvons définir des styles CSS personnalisés pour chaque tag en créant une gamme de valeurs à l'intérieur de l'array de tags. Pour cela, nous nous basons sur la variable de taille stockée à partir de l'array de tags, incrémentée à tout nouvel ajout d'un mot dupliqué. On peut obtenir la valeur maximale de l'array via une nouvelle méthode appelée getMax.

```
001 function getMax() {
002     $max = 0;
003     if (!empty($this->tagsArray)) {
004         $p_size = 0;
005
006         foreach ($this->tagsArray as $key =>
007             $cVal) {
```

13 Gamme de tailles

La valeur maximale de l'array une fois connue, nous pouvons l'utiliser en combinaison avec la valeur de taille de chaque tag lorsque nous bouclons à travers eux pour paramétrer une valeur numérique relative à une gamme de pourcentages. La valeur retournée est alors définie en tant que nom de classe CSS à l'intérieur de l'élément liste et peut être utilisée pour personnaliser des tags en fonction de leur taille.

```
001 function getClassFromPercent($percent) {
002     $percent = floor($percent);
003     if ($percent >= 99)
004         $class = 9;
005     elseif ($percent >= 70) {
```

14 Contrôle des tags

Pour bénéficier d'un meilleur niveau de contrôle, vous pouvez supprimer des tags du cloud en appelant la méthode removeTag et en saisissant ceux que vous souhaitez éradiquer. Elle sera lancée avant que la publication visuelle retournée ne soit générée et en supprimera toute occurrence dans le conteneur de l'array.

```
001 function removeTag($tag) {
002     $this->removeTags[] = $this->
003     >formatString($tag);
004 }
```

15 Ordre aléatoire

Tous les tags seront affichés par défaut dans un ordre aléatoire sur simple appel de la fonction privée shuffleCloud, à partir de la méthode showCloud. Cette fonction réorganisera les clés dans le conteneur de

« Afin d'offrir un meilleur niveau de contrôle, supprimez tous les mots du Cloud de balises avec la méthode removeTag. »

l'array et générera un ordonnancement différent à chaque appel dans le but de proposer une publication aléatoire.

```
001 function shuffleCloud() {
002     $keys = array_keys($this->tagsArray);
003     shuffle($keys);
004     if (count($keys) && is_array($keys)) {
005         $tmpArray = $this->tagsArray;
```

16 Ordre spécifique

Spécifier une clause particulière "classer par" aux tags en s'appuyant sur la méthode orderBy permet d'écraser la publication aléatoire. Par exemple, appeler la méthode \$cloud->orderBy('size', 'desc') retournera tous les tags par ordre de taille, du plus grand au plus petit, et la classe se chargera de restructurer le conteneur de l'array.

```
001 function orderBy($field, $direction =
002     'ASC') {
003     return $this->orderBy = array('field' =>
004         $field, 'direction' => $direction);
005 }
```

17 Styles

En l'état, la classe PHP auto-incrémentale la valeur de taille de chaque tag sur l'insertion dans le conteneur d'array, et le pourcentage est calculé en amont de la publication. Nous pouvons créer des classes CSS spécifiques basées sur ces tailles pour faire la différence entre les éléments populaires à afficher en modifiant les références de classe de style spécifiques. Des propriétés comme la couleur, le padding, le corps et la graisse de

police sont aussi présentées avec une modification adaptée

```
001 #cloud li.size1, #cloud li.size1 a {
002
003     color: #666;
004     padding: 2px;
005     font-size: 0.7em; font-weight: 100;
006
007 }
```

18 Publication finale

Une fois l'objet de classe tagCloud terminé, modifier les feuilles de styles et proposer des styles personnalisés à l'intérieur de la publication de l'array vous permet de créer un composant de tag cloud qui puisse être utilisé dans n'importe quelle application en y insérant des données à partir d'une grande variété de sources. Lorsque le composant est en place, il peut être ajusté pour correspondre à l'esthétique et au design visuel de tous les autres éléments, de sorte qu'il se fonde avec le reste du site.

```
001 $cloud = new tagCloud();
002 $cloud->addString('ColdFusion, PHP,
003     development, design, HTML5');
004 $cloud->addTag('Twitter');
005
006 // Apply a limit to the cloud to restrict
007 // the total tags returned
008 $cloud->setLimit(7);
009
010 // Display the cloud
011 echo $cloud->showCloud();
```

Viewing data using the showCloud() method

- development
- Twitter
- Google
- HTML5
- ColdFusion
- PHP
- design

Tags ordered alphabetically

- COLDFUSION
- DESIGN
- DEVELOPMENT
- GOOGLE
- HTML5
- PHP

«à gauche, de haut en bas»

- On applique des styles de base aux tags avec quelques distinctions grâce aux valeurs de taille.
 - Les tags peuvent être organisés avec n'importe quelles valeurs-clés pour créer des publications spécifiques. Ici, nous générons un ordre alphabétique en ordre croissant.
- «à droite»
- La publication et le style affichés pour chaque tag, basés sur sa valeur, sont totalement ouverts à personnalisation dans le CSS.

```
1
2 #cloud li {padding: 2px; font-weight: 100; text-decoration: none;}
3 #cloud li a {padding: 2px;}
4
5 #cloud li.size1 {
6     color: #666;
7     padding: 2px;
8     font-size: 0.7em; font-weight: 100;
9 }
10 #cloud li.size2 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
11
12 #cloud li.size3 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
13
14 #cloud li.size4 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
15
16 #cloud li.size5 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
17
18 #cloud li.size6 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
19
20 #cloud li.size7 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
21
22 #cloud li.size8 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
23
24 #cloud li.size9 {background-color: #f9f9f9; color: #666;}
25
```



Disponible sur www.shop.oracom.fr

Actuellement
chez votre
marchand
de journaux

Élaborer un menu de navigation texturé - Part.2

Comment développer une barre de navigation riche avec HTML5 et CSS3.

outils|tech|tendances Photoshop, Dreamweaver **Expert** Neil Pearce



Dans le dernier numéro, nous avons utilisé Photoshop pour créer un menu de navigation texturé afin d'ajouter un peu de tactilité à l'un des éléments les plus utilisés sur les sites Web.

La barre de navigation est un point focal qui donne accès à l'ensemble de la structure de votre site. Pourquoi ne pas la rendre efficace ?

Dans ce deuxième épisode, nous allons nous plonger dans Dreamweaver (notre éditeur favori) et utiliser un peu de HTML5 et de CSS3 pour élaborer un élément de navigation totalement opérationnel à utiliser dans vos propres projets, en nous appuyant sur notre design.

Au cours de cet atelier, nous allons examiner minutieusement la propriété text-shadow, les coins arrondis et la façon dont on peut parvenir à ce populaire effet de gaufrage en utilisant exclusivement CSS3. Enfin, nous explorerons quelques balises HTML5 utiles, comme <placeholder>, <nav> et <section>, tout en travaillant avec Google Web Fonts. Ensemble, nous bannirons pour toujours les barres de navigation ennuyeuses !

01 Dans Photoshop

La première étape consiste à ouvrir le PSD du menu de navigation (présent sur le CD de ce mois-ci) avec Photoshop, prêt à être découpé. Une fois ouvert, masquez tous les calques sauf le fond de navigation et les raccords. À l'aide de l'outil Rectangle de sélection, créez une sélection autour des éléments. Pensez à laisser suffisamment d'espace en bas pour une ombre portée. Ensuite, allez dans Édition > Copier avec fusion et enregistrez le tout dans son propre fichier PNG transparent.

02 Logo et champ de recherche

Toujours à l'aide du Rectangle de sélection, reproduisez l'opération sur le fond avec le logo, là encore en laissant suffisamment d'espace en bas pour une ombre portée. Lorsque c'est fait, dirigez-vous vers le champ et le bouton de recherche, et répétez, toujours en enregistrant les éléments en PNG transparent. C'est tout. Commençons à concevoir notre menu.

03 Doctype HTML5

Ouvrez votre éditeur (comme mentionné plus tôt, nous allons utiliser Dreamweaver) et créez un nouveau fichier. Nous ajouterons quelques balises HTML5, et aurons donc besoin du Doctype HTML5. Nous y ajouterons comme d'habitude un lien vers notre feuille de styles.

```
001 <!DOCTYPE HTML>
002 <html>
003 <head>
004 <meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html; charset=utf-8">
005 <title>:Textured Menu:</title>
```

```
006 <!-- CSS -->
007 <link rel="stylesheet" href="css/
styles.css">
008 </head>
009 <body>
010 </body>
011 </html>
```

04 La balise section

Dans cette courte étape, nous utiliserons notre première balise HTML5, qui est <section>. Nous pouvons l'utiliser pour notre section wrapper et la placer entre nos balises <body>. Attribuons-lui l'ID wrapper.

```
001 <body>
002 <section id="wrapper">
003 </section>
004 </body>
```

05 Lien(s) manquant(s)

Nous allons ensuite insérer nos liens de navigation. Nous avons disposé notre liste non ordonnée normale à l'intérieur de la balise <nav> et attribué le nom de classe nav_links. Nous attribuons ensuite à notre premier lien une classe appelée "current" afin de pointer vers elle dans le CSS pour notre état actif.

```
001 <section id="wrapper">
002 <nav>
003 <ul class="nav_links">
004 <li class="current"><a
href="#">home</a></li>
005 <li><a href="#">about</a></li>
006 <li><a href="#">portfolio</a></li>
```

```
li>
007 <li><a href="#">blog</a></li>
008 <li><a href="#">contact</a></li>
009 </ul>
010 </nav>
011 </section>
```

06 Formulaire de recherche

Juste sous la balise de liste non ordonnée fermante, nous pouvons insérer notre formulaire de recherche. Il n'est pas nécessaire d'avoir une action ou méthode, et nous pouvons les laisser vierges pour l'heure. Nous lui avons attribué l'ID search_input, puis nous y avons ajouté le nouvel et très utile attribut placeholder. Il contiendra le mot Search, lequel disparaîtra une fois que le visiteur aura cliqué.

```
001 <form action="" method="" id="search_input">
002 <input type="text" name="search"
id="search" placeholder="search..." >
003 <input type="submit" id="submit"
value=" ">
004 </form>
```

07 Le logo

Pour en finir avec notre page HTML, nous devons ajouter une div pour notre logo juste sous la balise fermante </form> et lui attribuer l'ID logo. Nous ajoutons ensuite le nom de l'entreprise et un slogan entre les balises d'en-tête <h3> et <h5>. Enfin, pour le rendre cliquable, nous l'encadrons avec une balise <anchor> vierge.

```
001 <a href="#"><div id="logo">
002 <h3>your company</h3>
```



<de gauche à droite>
 • On peut voir ici l'effet qu'auront les pages juste avec les barebones HTML.
 • La barre de navigation est à présent centrée sur la page avec notre motif de fond, qui peaufine son rendu.

```
001 body {
002   background: #fff url('../images/bg.png');
003   font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
004 }
005 #wrapper {
006   width: 900px;
007   margin: 70px auto;
008 }
```

```
003     <h5>your tagline</h5>
004   </div></a>
005 </nav>
006 </section>
```

08 Squelette HTML

Ce que vous devriez obtenir à présent est un squelette HTML très simple et, une fois dans le navigateur, votre liste de navigation devrait apparaître avec les éléments de liste (points), et votre barre de recherche juste en dessous. Le logo et le slogan devraient être en dernier dans la liste, comme à l'étape précédente. Tout à fait très ennuyeux jusque là, alors ajoutons un peu de CSS.

```
001 <section id="wrapper">
002   <nav>
003     <ul class="nav_links">
004       <li class="current"><a
href="#">home</a></li>
005       <li><a href="#">about</a></li>
006       <li><a href="#">portfolio</a></li>
007       <li><a href="#">blog</a></li>
008       <li><a href="#">contact</a></li>
009     </ul>
010     <form action="" method=""
id="search_input">
011       <input type="text" name="search"
id="search" placeholder="search..." >
012       <input type="submit" id="submit"
value="" >
013     </form>
014     <a href="#"><div id="logo">
015       <h3>your company</h3>
016       <h5>your tagline</h5>
017     </div></a>
018   </nav>
019 </section>
```

09 Le CSS reset

Créez un nouveau dossier dans votre répertoire et nommez-le "CSS". Puis créez un nouveau fichier, nommez-le "style.css" et enregistrez-le dans votre dossier CSS. Ensuite, ouvrez-le afin que nous puissions

nous appuyer sur CSS reset pour nous débarrasser de tous ces horribles réglages par défaut du navigateur et repartir de zéro.

```
001 html, body, div, span, applet, object,
iframe, h1, h2, h3, h4, h5, blockquote, pre,
a, abbr, img, ins, kbd, q, s, samp, small, u,
i, center, dl, dt, ol, ul, li, fieldset, form,
label, legend, table, caption, tbody, tfoot,
thead, tr, th, td {
002   margin: 0;
003   padding: 0;
004   border: 0;
005   outline: 0;
006 }
007 ol, ul, li {
008   list-style: none;
009 }
010 a { text-decoration: none; }
011 a img { border: none; }
```

10 Styles HTML5

Nous indiquons ensuite au navigateur d'afficher tous les nouveaux éléments HTML5 en tant que blocs. Les navigateurs se comportent bien avec des éléments qu'ils ne reconnaissent pas (c'est pourquoi HTML5 est plus ou moins rétrocompatible), mais tous les navigateurs savent comment ces éléments devraient être affichés par défaut. Nous devons leur indiquer jusqu'à ce que le standard soit implémenté globalement.

```
001 /* For the HTML5 elements */
002 article, aside, details, figcaption,
figure,
003 footer, header, hgroup, menu, nav, section
{
004   display: block;
005 }
```

11 Body et wrapper

Revenez rapidement vers Photoshop et prenez une jolie et longue tranche de l'arrière-plan, puis enregistrez-la dans votre répertoire d'images sous "bg.png". Ensuite, à l'aide de la balise <body>, nous pouvons la répéter sur tout notre fond, et avec l'ID #wrapper nous assurer que tout est parfaitement centré.

12 Barre de navigation

Nous pouvons à présent insérer notre menu de navigation dans la page. Nous l'avons positionné en absolu parce que cela nous permettra de placer en absolu tout ce qui sera à l'intérieur, comme nous le ferons avec le logo et la barre de recherche. La dernière chose à faire est de vérifier que la hauteur et la largeur sont définies.

```
001 nav {
002   position: relative;
003   background: url('../images/nav-bg.png')
repeat-x;
004   height: 92px;
005   width: 853px;
006 }
```

13 Liens de navigation

Positionnons les liens de navigation en leur appliquant à tous l'attribut float puis en nous appuyant sur des margin. Appliquons ensuite un "float: left" à chaque balise <a> avec un peu de padding et des margin pour les espacer horizontalement. Enfin, nous retirons l'attribut underline, leur appliquons des capitales puis leur ajoutons une ombre portée à l'aide de la propriété text-shadow.

```
001 .nav_links {
002   float: right;
003   margin: 20px 255px 0 0;
004 }
005 .nav_links li {
006   float: left;
007   margin-right: 20px;
008   padding: 5px 6px;
009   display: block;
010 }
011 .nav_links li a {
012   text-decoration: none;
013   color: #fff;
014   text-transform: uppercase;
015   font-size: 13px;
016   text-shadow: 2px 2px #333;
017 }
```

14 État de survol gaufré

Nous allons à présent nous servir de CSS3 pour créer ce joli effet de gaufrage sur l'état de survol. Nous lui avons attribué quelques coins arrondis en utilisant

la propriété `border-radius` et ajouté une jolie ombre interne en réglant la valeur `inset`. Pour conclure, nous appliquons une bordure gris clair le long du bas.

```
001 .nav_links li:hover {
002   background-color: #333;
003   border-radius: 5px;
004   height: 23px;
005   box-shadow: 2px 2px 0px #252424 inset;
006   border-bottom: 1px solid #585656;
007 }
```

15 État actif

Pour créer l'état actif, nous n'avons qu'à utiliser notre classe actuelle avec les mêmes styles que notre état de survol. Mais pour que cela fonctionne sur tous les liens, vous devrez envisager d'utiliser un peu de jQuery ou même PHP pour l'ajout dynamique dans cette classe après le clic.

```
001 .current {
002   background-color: #333;
003   border-radius: 5px;
004   height: 23px;
005   box-shadow: 2px 2px 0px #252424 inset;
006   border-bottom: 1px solid #585656;
007 }
```

16 Champ de recherche

Dans cette étape, nous positionnons la barre de recherche en absolu sur la droite, puis nous utilisons la propriété `background` pour insérer l'image `search_input.png`. Ensuite, personnalisez à l'envi la couleur, la taille et le padding du texte. Enfin, ajoutez le bouton de soumission, en prenant soin d'avoir la déclaration `cursor: pointer` pour que les visiteurs sachent qu'il est cliquable.

```
001 #search_input {
002   position: absolute;
003   right: 30px;
004   top: 19px;
005 }
006 #search{
007   background: url('../images/search_input.png') no-repeat;
008   width: 184px;
009   height: 34px;
010   border: none;
011   color: #fff;
012   padding-left: 3px;
013   font-size: 11px;
014 }
015 #submit {
016   background: url('../images/send_btn.png') no-repeat;
017   width: 38px;
018   height: 33px;
019   border: none;
020   cursor: pointer;
021 }
```

17 Polices du logo

Nous voulons que le logo utilise les mêmes polices que celles utilisées dans notre design. La méthode la plus commode consiste à aller sur Google Web Fonts (www.google.com/webfonts) et à chercher les polices Lobster Two et Allerta. Nous pouvons ensuite inclure les liens adéquats dans l'en-tête de notre document. La prochaine étape consiste à pointer vers elles dans le CSS, comme proposé dans l'étape suivante.

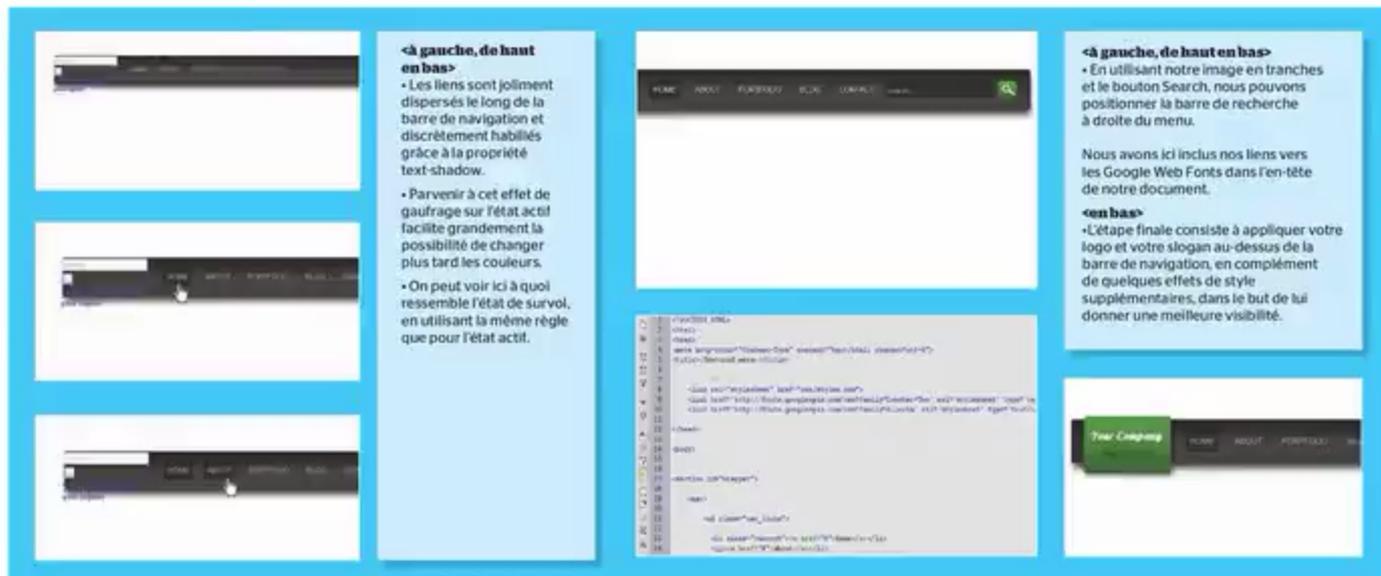
```
001 <link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Lobster+Two' rel='stylesheet'
```

```
type='text/css'>
002 <link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Allerta' rel='stylesheet' type='text/css'>
```

18 Conclure sur le logo

Enfin, nous pouvons ajouter notre logo et le positionner convenablement. Nous lui ajoutons un retrait négatif en haut pour le décaler légèrement de la barre de navigation. Nous utilisons ensuite nos polices Google dans les balises d'en-tête `<h3>` et `<h5>`, et appliquons quelques styles supplémentaires. Enfin, nous utilisons des `margin` pour les positionner.

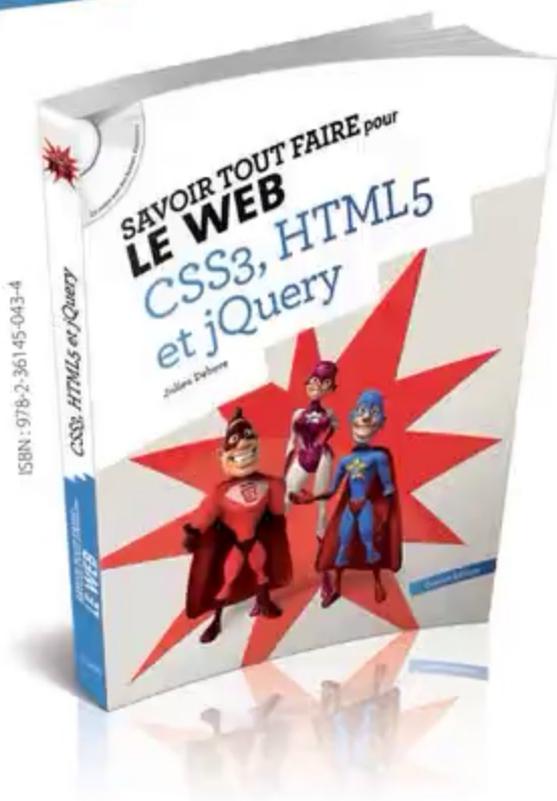
```
001 #logo {
002   background: url('../images/logo.png') no-repeat;
003   width: 151px;
004   height: 103px;
005   position: absolute;
006   left: 20px;
007   top: -5px;
008 }
009 #logo h3 {
010   font-family: 'Lobster Two', cursive;
011   color: #fff;
012   font-size: 18px;
013   font-style: italic;
014   margin: 20px 12px 0 12px;
015   text-transform: capitalize;
016 }
017 #logo h5 {
018   font-family: 'Allerta', sans-serif;
019   color: #333;
020   font-size: 12px;
021   margin: 10px 30px;
022 }
```



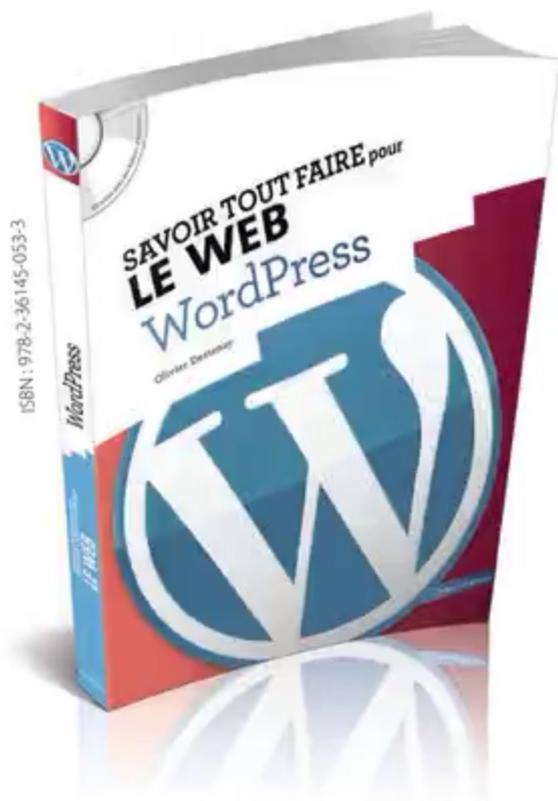
SAVOIR TOUT FAIRE POUR LE WEB

La collection de livres sur le web

NOUVEAUTÉ



NOUVEAUTÉ



Une méthode d'apprentissage simple, complète,
et efficace pour réussir vos sites !

Oracom Éditions

En vente en librairie

Des effets de survol percutants avec CSS3

CSS3 permet aux designers d'utiliser des effets spéciaux sans aucune baisse de performances pour le navigateur du client, favorisant des réponses attractives et inattendues de l'interface.

outils|tech|tendances Logiciel de traitement d'images bitmap (Photoshop ou votre logiciel préféré), un éditeur HTML (nous avons utilisé Dreamweaver, mais un équivalent convient) **Expert** Sam Hampton-Smith



Nous savons tous que le design de sites s'est développé ces dernières années. Le Web dans son ensemble a traversé plusieurs phases d'un point de vue esthétique : ce qui a débuté

sous la forme d'un simple texte a progressé en un design à tableaux avec des GIF animés. L'arrivée de Flash a donné lieu à l'apparition d'une véritable interactivité avant que les coûts en performance et financiers liés au développement et au déploiement de contenu à base de Flash, en parallèle du mouvement évangéliste en direction des standards du Web, ne permettent de créer un environnement où les bibliothèques JavaScript puissent fleurir. Aujourd'hui, l'interactivité avancée peut être directement traduite avec HTML et CSS, accompagnée d'une pincée de scripts.

L'explosion de l'interactivité alimentée par JavaScript a influencé les acteurs de la standardisation du Web, les poussant à porter leur regard vers CSS dans l'optique d'un affichage des animations nativement dans le navigateur. Les leçons de l'histoire étant mises de côté, nous nous trouvons à une jonction enthousiasmante dans le développement du Web dans laquelle nous pouvons, pour la première fois et à bien des égards, introduire quelques effets vraiment sophistiqués sans avoir à nous inquiéter des performances du navigateur et de scripts, des plantages de plug-in ou de la compatibilité (les navigateurs non compatibles ignorant simplement tout le CSS, qu'ils ne comprennent pas). Dans ce tutoriel, nous revisitons un classique, l'effet de rollover, en utilisant quelques-unes des nouvelles capacités de CSS3 à créer un effet visuel étonnamment attractif et convaincant, qui sera affiché par le navigateur sans aucun script.

CSS3 HOVER EFFECTS



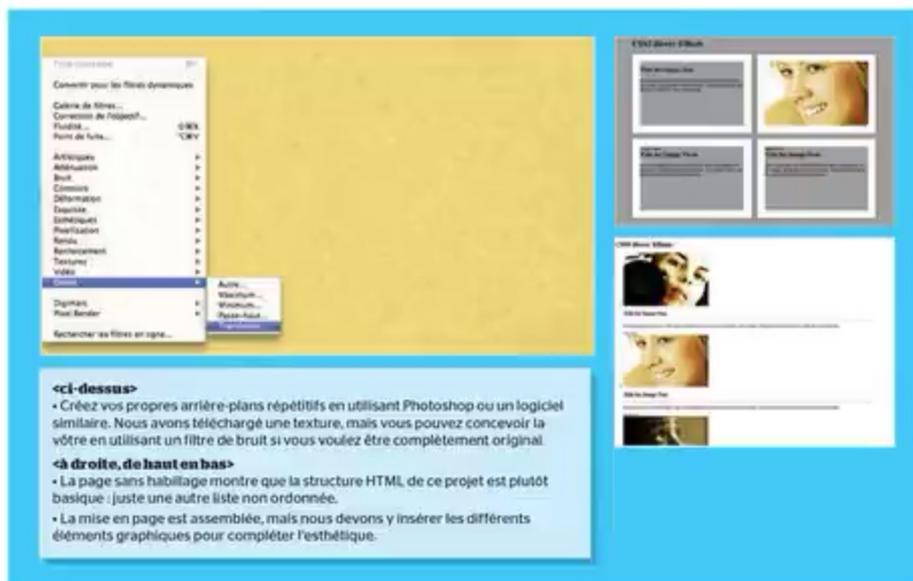
01 Créer le HTML

Nous concevons nos effets en utilisant exclusivement HTML et CSS. Le HTML étant vraiment basique à lancer, commençons par le définir. Nous avons choisi d'utiliser des éléments de liste non ordonnée pour maintenir chaque image, qui deviendront notre rollover, mais vous pouvez utiliser tous les éléments que vous souhaitez. Ajoutez le code ci-dessous, ou ouvrez votre document de départ à partir du disque. Retrouvez-y aussi l'intégralité du code.

```
001 <!DOCTYPE HTML>
002 <html>
003 <head>
004 <meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html; charset=UTF-8">
005 <title>CSS3 Hover Effects</title>
006 </head>
```

02 Ajouter une feuille de styles

La page sans styles semble très normale, mais nous allons modifier cela avec CSS. On peut prototyper



<ci-dessus>
 • Créez vos propres arrière-plans répétitifs en utilisant Photoshop ou un logiciel similaire. Nous avons téléchargé une texture, mais vous pouvez concevoir la vôtre en utilisant un filtre de bruit si vous voulez être complètement original.

<à droite, de haut en bas>
 • La page sans habillage montre que la structure HTML de ce projet est plutôt basique : juste une autre liste non ordonnée.
 • La mise en page est assemblée, mais nous devons y insérer les différents éléments graphiques pour compléter l'esthétique.

le design en ajoutant des balises <style> dans la section <head> de la page, ou directement nous rendre dans une feuille de styles externe. Nous avons opté pour cette dernière, puisqu'elle permet de tout rendre plus net et facile à comprendre. Ajoutez le code suivant à la section <head> puis créez une feuille de styles vierge intitulée "screen.css". Enregistrez-la dans le répertoire des styles.

```
001 <link rel="stylesheet" type="text/css"
002 href="styles/screen.css" />
```

03 Créer l'aspect

Comme nous voulons développer un rendu élégant mais raffiné, nous allons ajouter quelques textures à l'arrière-plan et utiliser quelques jolies images pour nos rollover. Visitez <http://sxc.hu> pour trouver les images qui nous ont servi dans ce tutoriel : nous avons rédigé une note répertoriant leurs numéros sur le disque.

04 Recadrer et traiter les images

Chacune de nos images étant appelée dans le document HTML à 400 pixels de large et 250 de haut, nous devons les recadrer à ces dimensions. Dans le même temps, nous pouvons appliquer un léger traitement de couleur pour qu'elles donnent l'impression de faire partie du même ensemble. Utilisez votre logiciel de traitement d'images bitmap préféré et un réglage Courbes pour réduire les teintes bleues. Enregistrez chaque image dans le répertoire d'images.

05 Répéter le fond

Téléchargez quelques textures sur Stock.XCHNG, à utiliser pour créer le fond de la page et les éléments

de liste. Importez l'arrière-plan grungy dans Photoshop (ou votre logiciel de traitement d'images bitmap préféré) et recadrez à une taille exploitable. Lancez le filtre Translation (Filtre> Divers> Translation) pour déplacer les bords vers le centre, puis utilisez le Remplissage adapté au contenu pour adoucir les bords. Enregistrez en JPEG dans le dossier des styles.

06 Styles de base

Nos images sont désormais prêtes : préparons l'aspect de base de la page. Nous commencerons par organiser les pour qu'ils s'empilent dans une grille de 2 x 2. Appliquer un float à chaque élément nous permettra d'y parvenir sans trop de problèmes. Dans le même temps, nous ajouterons une bordure et créerons le fond de page. Nous paramètrons aussi les éléments de liste sur overflow-hidden : c'est une étape cruciale pour faire fonctionner notre effet rollover final. Ajoutez le code ci-dessous à votre feuille de styles : le code intégral est sur le disque.

```
001 body {
002   margin: 0;
003   padding: 0;
004   background: #9d9d9d
005   url(pagebg.jpg) repeat top left;
006   font-family: 'Six Caps', sans-
007   serif;
008   font-size: 62.5%;
```

07 Se focaliser sur le positionnement

L'image apparaîtra en premier, et lorsque l'utilisateur déplacera la souris au-dessus d'elle, elle disparaîtra progressivement et le contenu du rollover apparaîtra. Comme l'image se situe plus haut dans le code HTML que le contenu du rollover, nous devons lui appliquer un

z-index qui la positionnera par-dessus tous les autres éléments, lui donnant la possibilité de se placer devant le reste. Dans le même temps, nous pouvons appliquer à l'image un positionnement en absolu (ligne 3).

```
001 ul.rollover li img {
002   z-index: 30;
003   position: absolute;
004   top: 0px;
005   left: 0px;
006 }
```

08 Habiller le contenu du hover

Masquez temporairement les images pour voir le contenu du rollover. Nous devons l'habiller en harmonie avec notre design. Pensez-y comme à l'état final : nous l'animerons plus tard, mais d'abord nous devons l'embellir lorsqu'il est statique. Ajoutez le CSS ci-dessous pour rester coordonné avec nos styles, ou créez-en un à votre goût. Retrouvez l'intégralité du code sur le CD.

```
001 ul.rollover li h2 {
002   font-size: 3em;
003   color: #333;
004   margin: 0;
005   padding: 0;
```

09 Ajouter quelques jolies polices

Nous pouvons ajouter une police personnalisée en utilisant uniquement CSS, en tirant parti de Google Web Fonts, qui ne requiert aucun JavaScript pour fonctionner. Faisons-le pour renforcer l'apparence générale de notre page. Dirigez-vous vers www.google.com/webfonts et choisissez une police qui convienne (nous avons opté pour Six Caps). Ajoutez le code <link> fourni par Google dans votre balise HTML <head>, et l'exemple de font-family aux règles CSS de votre body.

```
001 <link rel="stylesheet" type="text/
002 css" href="http://fonts.googleapis.com/
003 css?family=SixCaps" />
004 font-family: 'Six Caps', sans-serif;
```

10 Sur le départ

Les bases de notre animation seront un fondu d'opacité sur l'image, et une mise à l'échelle à la fois sur l'image et le contenu révéler. Pour cela, nous aurons besoin de la diviser et de tester chaque étape. Nous débuterons par l'image : la fin de l'animation devrait voir l'image redimensionnée à 600 %, et réduite à 0 % d'Opacité (pour la transparence). Nous pouvons appliquer cela au mouseover avec le CSS ci-dessous :

```
001 ul.rollover li: hover img {
002   -webkit-transform: scale(6);
003   -moz-transform: scale(6);
004   -ms-transform: scale(6);
005   -o-transform: scale(6);
006   opacity: 0;
007 }
```



11 Animer l'effet

Notre rollover fonctionne déjà, mais c'est une transition brutale entre les états activé et désactivé. Nous voulons que le navigateur anime pour nous les états entre les deux étapes, en créant une transition douce. Pour cela, il est important d'utiliser la nouvelle propriété "transition" de CSS3 : essayez d'ajouter le code ci-dessous à vos règles existantes et testez de nouveau pour voir le navigateur s'animer automatiquement.

```
001 ul.rollover li img {
002   z-index: 30;
003   position: absolute;
004   top: 0px;
005   left: 0px;
006   -webkit-transition:all 0.7s ease-out;
007   -moz-transition:all 0.7s ease-out;
008   -ms-transition:all 0.7s ease-out;
009   -o-transition:all 0.7s ease-out;
010 }
```

12 Le timing est primordial

Nous avons maintenant établi les principes, et nous progresserons à travers chaque élément que nous aimerions animer, en appliquant différentes animations jusqu'à la finalisation de notre effet. En général, l'élément le plus important de l'animation est le timing :

il est important que tout semble connecté. Testez avec la propriété "time" dans la règle "transition" pour constater les divers effets produits par les différentes valeurs.

13 Commencer petit

Notre image est petite au départ et s'agrandit au survol de la souris. Tentons l'inverse avec le <h2> à l'intérieur de notre élément de liste. Nous devons y paramétrer le style par défaut pour obtenir une échelle de 0,1 (10 % de la taille d'origine), et l'animer à 100 % de la taille au survol de la souris, toujours en utilisant la propriété "transition" pour adoucir la transition. Ajoutez le code ci-dessous (en intégralité sur le CD) pour paramétrer l'action.

```
001 ul.rollover li h2 {
002   font-size: 3em;
003   color: #333;
004   margin: 0;
005   padding: 0;
006   line-height: 1.5em;
007   letter-spacing: 0.1em;
```

14 Règles de paragraphe

On peut appliquer au paragraphe le même effet que pour l'en-tête avec une action directe de copier/

coller pour dupliquer les règles. Tout fonctionnera de la même façon pour le paragraphe, c'est-à-dire qu'il sera petit au début puis grandira au survol de la souris sur l'élément de liste. Ajoutez le code ci-dessous, puis testez dans votre navigateur pour voir l'effet dans son ensemble. L'intégralité du code est sur le disque.

```
001 ul.rollover li p {
002   font-family: helvetica, arial,
003   sans-serif;
004   text-transform: uppercase;
005   margin: 0;
006   padding: 0;
```

15 Autres propriétés

Il ne suffit pas d'altérer l'échelle et l'opacité : CSS3 vous permettra d'animer une propriété CSS entre deux valeurs, qu'il s'agisse de couleur, taille ou bordure. Essayons cela en animant la largeur de la règle horizontale. Ajoutez le code ci-dessous pour que

Que faire des préfixes vendeurs ?

CSS3 n'est pas encore totalement défini ou ratifié, et dans le même temps qu'ils introduisent la fonctionnalité, les concepteurs de navigateurs préviennent les modifications de la spec finale en ajoutant leurs propres préfixes.

Les anciennes versions d'IE ne sauront pas quoi faire des transformations CSS3.

la largeur originale soit petite, et la largeur finale à 300 pixels. Testez et adaptez à votre goût. Une fois encore, l'intégralité du code est sur le disque.

```
001 ul.rollover li hr {
002   width:      0px;
003   color:      #333;
004   background-color: #333;
005   border:     none;
006   height:     2px;
007   margin:     auto;
```

16 Expérimentation

À ce stade, nous disposons de quatre éléments différents animés simultanément. C'est le moment de faire le point sur l'effet global et de peaufiner les réglages pour intégrer l'animation. Jouez avec le timing individuel de chaque transition, dans la mesure où quelques dixièmes de seconde peuvent créer une grosse différence dans le ressenti global du rollover. On peut facilement passer quelques heures à régler cela, gardez donc un œil sur la pendule !

17 Bouquet final

Une fois que vous êtes satisfait des timings, il serait judicieux de procéder à quelques changements d'échelle : faisons en sorte que le bouton se mette en position depuis l'extérieur du cadre tout en réduisant l'échelle de grande à petite. Opposer ainsi des mouvements confère un sens d'achèvement à l'interaction. Il est toujours judicieux d'introduire quelques réflexions dans ces bouquets finaux.

18 Le code

Nous devons ajouter deux nouvelles règles, comme nous l'avons fait pour chacun des autres éléments d'animation : une pour la position de départ, l'autre pour la position finale. La dernière est en place : ajoutez le code ci-dessous pour créer l'état de départ et déclencher l'animation du bouton. L'intégralité du code est sur le disque.

```
001 ul.rollover li a.button {
002   display:      block;
003   text-align:   center;
004   font-family:  helvetica, arial,
sans-serif;
005   position:     relative;
006   text-transform: uppercase;
```

19 Support internavigateurs

Le code que nous avons ajouté jusqu'à maintenant fonctionnera parfaitement avec Chrome, Safari et Firefox, mais la question reste en suspens pour Internet Explorer et Opera. Les dernières versions de ces

deux navigateurs supportent les transitions et transformations CSS, vérifiez donc d'avoir copié le code de transition et de transformation en le préfixant avec -o- et -ms-, ainsi qu'avec -webkit- et -moz-.

20 Anciens navigateurs

Les anciennes versions d'Internet Explorer en particulier ne sauront pas quoi faire des transformations et des transitions CSS3. Pour proposer une alternative à ces navigateurs, on peut ajouter une seconde feuille de styles en utilisant des commentaires conditionnels, qui ne sera chargée que par les versions d'Internet Explorer antérieures à la 9. Ajoutez le code ci-dessous à votre section <head>.

```
001 <!--[if lte IE 9]>
002   <link rel="stylesheet"
type="text/css"
href="styles/ie.css" />
003 <!--![endif]-->
```

21 Créer l'alternative de secours

Créez un nouveau document de feuille de styles et enregistrez-le sous "ie.css".

Dans ce fichier, nous devons proposer une alternative simplifiée aux transitions. Nous masquerons simplement l'image au rollover pour révéler le contenu avec styles en dessous : tout le reste devrait fonctionner à la perfection, puisque nous lui avons appliqué des styles au départ.

Ajoutez le code de l'étape à votre nouvelle feuille de styles pour mettre en place l'alternative. Retrouvez l'intégralité du code sur le disque.

```
001 /*
002   Older versions of Internet Explorer -
a fallback
003   */
004 ul.rollover li img {
005   z-index: 30;
006   position: absolute;
```

22 Test et développement

Testez votre page dans autant de navigateurs différents que vous pouvez en gérer, en peaufinant les effets et les timings pour l'adapter à chacun. Une fois

que vous êtes satisfait, il est temps de considérer les nombreuses autres possibilités que CSS3 a à offrir : gardez à l'esprit que vous pouvez animer toute propriété CSS. Pourquoi ne pas faire quelques tests avec les bordures, la rotation, la couleur de fond et le corps de police ? Vous pouvez vous y montrer très créatif. Comme dit le dicton, il n'y a d'autres limites que celles imposées par son imagination... Et peut-être votre planning de travail !



Se faire la main avec le Webdesign réactif

Récente expression de buzz à avoir frappé le Web, le Webdesign réactif renvoie à l'idée que les pages Web s'affichent différemment sur différents périphériques. Au même titre que de plus en plus de périphériques volent le jour avec différents form factors, le Web évolue lui aussi d'une expérience sur ordinateur à une chose à laquelle les utilisateurs s'attendent à accéder depuis n'importe où, et, en tant que telle, il est important d'envisager la manière dont un site Web l'affichera sur un mobile, une tablette, etc.

La majorité de ce qui a été écrit traitait de la largeur du support et du contenu à afficher, de sorte qu'il puisse être exploité sur des écrans étroits, mais le principe de design réactif s'étend à l'interaction utilisateur autant qu'à la forme. Heureusement, il est très simple de fournir une solution de secours pour des effets CSS, mais ne négligez pas la possibilité d'activer les effets en réponse à d'autres déclencheurs que les "hover" de bureau virtuel.

Que se passe-t-il dans les anciens navigateurs ?
Les anciens navigateurs ignoreront tout le CSS qu'ils ne comprennent pas, et n'afficheront donc pas l'animation que nous avons créée. Proposez une solution de secours en ajoutant des règles alternatives pour afficher le contenu révélé.

web workshop

Comprendre les designs qui changent avec le temps

inspiration <http://johnkavanagh.co.uk>

1 INSPIRATION

Changements subtils

Le site ne s'adapte pas seulement avec le moment de la journée, il exploite aussi la météo pour apporter de petites mises à jour au design de la page, ce qui aboutit à un total de cent cinquante combinaisons différentes. Il y parvient en s'appuyant sur le feed de Yahoo! Weather pour Manchester, qui retourne le moment de la journée et la météo. Le PHP crée des variables en conséquence, et les passe en CSS sous forme de querystring dans le lien d'en-tête. Le CSS est ensuite lancé par PHP en utilisant les variables et fait ressortir les styles correspondants : cela permet d'éviter de lancer en masse des fichiers CSS lorsqu'un seul est nécessaire.

Placer haut la barre

En tant que freelance, Kavanagh estime important de relever le niveau du design de son portfolio par rapport à ses pairs, pour sortir du lot. C'est un concept important que vous devriez considérer lorsque vous concevrez votre propre site portfolio, ou réaliserez des travaux pour vos clients bien sûr. Trouver une façon intéressante de modifier le design de votre site permet de le faire accéder à un autre niveau, favorisant la sécurisation de vos futurs travaux.

Créer un design qui tient compte du temps pour impressionner vos visiteurs lorsqu'ils arrivent apporte une touche esthétique et facile à réussir. Cela fonctionne particulièrement bien pour ajouter des changements subtils sur un site pendant le passage d'un visiteur.

Le portfolio en ligne de John Kavanagh change la couleur de son arrière-plan en fonction du jour ou de la nuit

tandis que les conditions météorologiques du moment affectent le design, proposant plus de cent cinquante combinaisons. Son activité de développeur front-end lui permet de démontrer ses capacités en codage.

Pour les visiteurs qui veulent vraiment explorer le site, sont également inclus des codes "Konami" qui transforment entièrement le site pour un mélange parfait !

Que viennent la pluie et le soleil

La météo est affichée à côté du nom du développeur, lui conférant un lien personnel avec le lieu de résidence de Kavanagh et apportant quelques embellissements graphiques.

Le temps du changement

La couleur de l'image d'arrière-plan est modifiée en fonction du moment de la journée, qu'il s'agisse de l'aube, du jour, du crépuscule ou de la nuit.



En déplacement

Une montgolfière flotte paresseusement dans le fond, conférant à l'ensemble de la page une impression de mouvement subtile.

Allumez les lumières

À l'approche de la nuit, dans la réalité, les lumières des bâtiments dans le site "s'allument", ajoutant véritablement de l'impact au design évolutif dans le déroulement de la journée.

Faire impression

Les travaux du portfolio, élément principal de la page d'accueil, sont disposés juste sous le nez du visiteur, jouant sur les forces du designer.

Déverrouillez le bonus secret

En cliquant sur une série de combinaisons-clés dans le code "Konami", on modifie plus en profondeur l'intégralité du design : un œuf de Pâques caché, pour les gamers de la vieille école !



<commentaire>
Le développeur dévoile ce qui a inspiré le site.

Sortir du lot

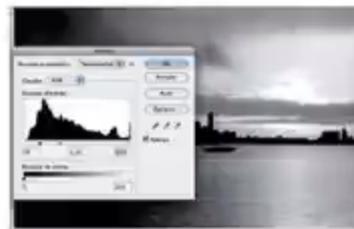
« En tant que freelance, mon site est un point de vente primordial, et il est important qu'il ressorte : changer l'apparence en se basant sur le moment de la journée et la météo était parfait, relevant à la fois du challenge technique et du gadget. Le site évolue au cours de la journée en fonction du temps et de la météo via cent cinquante combinaisons. Bien sûr, étant donné la météo à Manchester, il affiche constamment de la pluie et des nuages ! » John Kavanagh, <http://johnkavanagh.co.uk>

3

TECHNIQUE

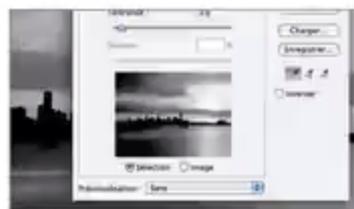
Maîtriser les silhouettes de fond

On peut transformer en silhouettes quasiment toutes les photographies. Nous montrons ici avec quelle facilité on peut prendre une photo et la réduire à une seule couleur tout en l'extrayant du fond original de l'image.



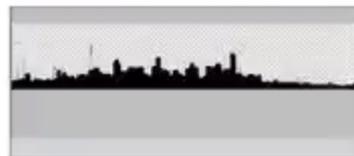
01 Choisir une photo

Vous devez d'abord sélectionner une image. Dans Photoshop, ouvrez Teinte/Saturation et réduisez la Saturation jusqu'aux niveaux de gris. Ouvrez ensuite l'option Niveaux, forcez les noirs (en glissant vers la droite) et renforcez un peu les tons moyens pour générer du contraste.



02 Échantillonner une couleur limitée

Utilisez le menu Sélection et choisissez Plage de couleurs. Dans la fenêtre qui s'ouvre, cliquez sur les bâtiments noirs : cela modifiera l'aperçu pour présenter un masque de votre sélection. Ajustez la Tolérance au besoin, puis cliquez sur OK.



03 Nettoyage

Copiez et collez la sélection sur un nouveau calque et supprimez l'ancien. Utilisez l'outil Recadrage pour redimensionner l'image afin de montrer principalement les bâtiments puis utilisez un pinceau pour reprendre tous les bords qui ont l'air flous. On peut appliquer n'importe quelle couleur souhaitée à l'image.

2

TECHNIQUE Modifier les arrière-plans en dégradé

01 Ajouter la balise de modification

Dans la balise body, ajoutez cette div. Elle ira chercher le moment de la journée dans le JavaScript et appellera le fond approprié.

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

02 Le CSS de base

Dans la balise head, nous paramétrons la page pour qu'elle remplit le navigateur en supprimant les margin. La balise div "content" est également conçue pour remplir le navigateur afin que nous soyons sûrs d'obtenir un dégradé aux bonnes dimensions jusqu'en bas de la page.

```
001 <style type="text/css">
002 html, body {
003   height: 100%;
004   margin: 0px;
005 }
006 #content{
007   width: 100%;
008   min-height: 100%;
009   display: block;
010   background-color: #009;
011 }
012 </style>
```

03 Monter le JavaScript

Nous allons créer le lien avec jQuery. Pour cela, ajoutez ce code dans la section head. En ouvrant les balises script qui maintiendront le code restant, nous paramétrons le moment d'apparition de l'arrière-plan et le code pour obtenir la date et le temps actuels.

```
001 <script type="text/javascript"
002   src="http://code.jquery.com/jquery-
003   1.6.4.min.js"></script>
004 <script type="text/javascript">
005   $(window).load(function() {
006     var currentTime = new Date();
007     var hours = currentTime.
008     getHours();
009   });
010 </script>
```

04 Dégradé de la journée

Utilisez une déclaration if pour savoir si le moment de la journée se situe après 7 heures du matin et produire

un dégradé de l'évolution de la journée.

```
001 if (hours>=7){
002   $("#content").css('background-
003   image', '-webkit-gradient(linear,left
004   top,left bottom,from(#09caf3),to(#cbe
005   ff7)');
006   $("#content").css('background-
007   image', '-webkit-linear-
008   gradient(top,#09caf3,#cbeff7)');
009   $("#content").css('background-image',
010   '-moz-linear-gradient(top,#09caf3,#cb
011   eff7)');
012   $("#content").css('background-
013   image', '-ms-linear-gradient(top,#09ca
014   f3,#cbeff7)');
015   $("#content").css('background-
016   image', '-o-linear-
017   gradient(top,#09caf3,#cbeff7)');
018   $("#content").
019   css('background-image', 'linear-
020   gradient(top,#09caf3,#cbeff7)');
021 }
022 }
```

05 Couleurs nocturnes

A présent, notre déclaration if vérifie la variable de l'heure pour le temps et affiche un dégradé nocturne. Pour ajouter une touche supplémentaire, on peut toujours y insérer une image d'étoiles.

```
001 if (hours>=19 || hours <7){
002   $("#content").css('background-
003   image', '-webkit-gradient(linear,left
004   top,left bottom,from(#2b4366),to(#1164
005   df)');
006   $("#content").css('background-
007   image', '-webkit-linear-
008   gradient(top,#2b4366,#1164df)');
009   $("#content").css('background-
010   image', '-ms-linear-gradient(top,#2b43
011   66,#1164df)');
012   $("#content").css('background-
013   image', '-o-linear-gradient(top,#2b436
014   6,#1164df)');
015   $("#content").
016   css('background-image', 'linear-
017   gradient(top,#2b4366,#1164df)');
018 }
019 }
```

Parlons boutique

Pour qu'un projet de design se termine dans les délais impartis, il est essentiel de partir d'un brief clair et concis ainsi que de veiller à la communication entre le client et les équipes de développement.

qui Dave Howell, **quoi** journaliste, écrivain et éditeur
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.



tablir une bonne relation professionnelle avec ses clients est essentiel pour quiconque travaille dans l'industrie de la création numérique. La base d'une relation avec un client, qu'elle soit nouvelle ou existante, doit être de s'assurer que le brief communiqué est clair, concis et détaillé.

Le design en comité est souvent la norme dans la majorité des projets Web.

Pour un designer, il peut sembler impossible d'arriver à comprendre et à satisfaire plusieurs personnes à la fois, lesquelles auront peut-être toutes des idées différentes concernant le brief donné. Cela fait pourtant partie de votre travail : vous devez trouver, au milieu d'idées parfois disparates, un fil conducteur cohérent à exploiter.

Dan Griffiths, directeur du design chez Glue Isobar (www.glueisobar.com), a ce conseil à proposer concernant le commencement d'un projet : « N'ayez pas peur de poser des questions, c'est aussi simple que ça. C'est justement le moment où les deux groupes doivent tomber d'accord et déterminer quel sera challenge et ce à quoi le succès ressemblera. Il est très facile de lais-



David Johnstone, directeur des ventes, Alienation Digital

ser la peur de passer pour un débutant prendre le dessus, cela engendrant par la suite des suppositions erronées et des problèmes. »

Des directives écrites bien claires peuvent aussi être d'une grande aide pour bien communiquer avec votre client, un principe que David Johnstone, directeur commercial d'Alienation Digital, approuve entièrement : « La ligne de conduite préliminaire au projet, associée à la réunion de lancement et à la gestion continue du projet, doit définir de façon claire les attentes des deux groupes. Plus vous aurez de détails au démarrage, mieux ce sera. »

Michael Hay, directeur des Nouveaux Médias chez Lewis PR (www.lewispr.com), nous dit en plus qu'il est crucial d'inclure des étapes d'approbation bien définies au brief d'un projet de design : « Les volte-face des clients peuvent faire complètement dérailler le planning d'un projet et être très stressantes pour ses participants. Vous avez deux méthodes pour en minimiser le risque. La première est de demander, à certains stades du projet, des signatures d'approbation au client. Les éventuelles modifications demandées après ces signatures lui coûteront des frais supplémentaires. Cela suffit souvent à le faire rester dans le droit chemin. Deuxiè-

Ressources indispensables

Elles vous permettront d'avoir en permanence une bonne communication avec votre client.

Cisco Telepresence

Prix sur demande
www.cisco.com

Lorsqu'un face-à-face n'est pas possible, vous pouvez toujours organiser des vidéoconférences de haute qualité, qui ne vous coûteront pas grand-chose. Ces réunions à distance peuvent être tout aussi efficaces que des réunions normales.



Basecamp

À partir de 49 \$ (env. 38 €) par mois
<http://basecamp.com>

Voilà une des meilleures plateformes de gestion de projet existantes. Elle vous aidera à communiquer avec vos clients : évitez des refontes coûteuses en vous assurant que tous les participants au projet sont sur la même longueur d'onde chaque fois qu'une décision importante doit être prise.





tion se résume à convenir d'une approche en s'assurant que les deux parties sont bien au courant des flexibilités que cette approche procure à chacune. »

Les designers doivent faire bien attention au degré de communication qu'ils constatent au fur et à mesure que le projet progresse. Un manque d'information de la part du client, par exemple, peut signifier qu'il y a des problèmes dans la relation. Ces problèmes doivent être réglés rapidement pour que la qualité du design n'en pâtisse pas.

« Si une relation client-agence commence à se détériorer pour quelque raison que ce soit, la meilleure solution est d'organiser une réunion pour chercher quels sont les problèmes et voir comment les résoudre très rapidement », nous dit Johnstone.

En fin de compte, en développant de solides réseaux de communication avec votre client, vous vous assurez que votre design se montre à la hauteur du brief, et vous minimiserez les risques de futures modifications. Greg Huntoon, directeur de la création, expert en stratégie et designer (<http://greghuntoon.com>), nous propose ses conseils : « Le mariage entre le client et le designer est un lien très fort qui subit des pressions et engendre des attentes dès le départ. Si il y a des problèmes en cours de route, c'est, comme dans n'importe quelle relation, grâce à une bonne communication que vous les résoudrez. Dans un projet, le plus important est d'être professionnel, de respecter les délais et de faire des designs de grande qualité au concept solide. »

Dans le cadre de votre gestion de projet, vous devez absolument entretenir une bonne communication tout au long du design. Les modifications exigées par le client seront inévitables, mais considérez-les d'un point de vue constructif. En incluant des étapes d'approbation bien claires au projet, vous réduirez les risques de maientendus pouvant éventuellement tout faire dérailler. Au final, une relation professionnelle proche où les exigences, les modifications et la satisfaction sont communiquées avec concision vous permettra de terminer vos projets de design avec un minimum de retard et de stress.

Demandez de l'aide

Vos questions

@WebDesignMag : Puis-je demander au client de payer les grosses modifications qu'il souhaite faire par rapport au brief initial ?

Votre planning doit toujours comprendre des étapes d'approbation à partir desquelles votre design ne peut être modifié sans que cela engendre des frais supplémentaires pour le client. Certains designers incluent des clauses à leur contrat qui leur permettent de renégocier leurs tarifs si jamais le client effectue des modifications radicales par rapport au brief pour lequel le devis a été établi.

@WebDesignMag : Jusqu'à quel point puis-je "interpréter" le brief d'un client ?

Votre client vous a engagé en raison de vos talents et de votre savoir-faire en design. Attention cependant à ne pas trop vous éloigner du brief que l'on vous a donné. Certains designers en proposent plusieurs interprétations afin d'offrir plus de choix à leur client, et éventuellement l'orienter dans une voie à laquelle il n'avait pas pensé.

3 Repérez les tensions

Si un brief est particulièrement détaillé, il est important de prévoir les problèmes qui pourraient éventuellement survenir. Il faut absolument que vous fassiez tout ce qui est en votre pouvoir pour éviter les possibles ruptures de communication. En restant régulièrement en contact avec votre client, en le tenant au courant et en lui présentant des rapports d'avancement du projet, vous entretenez une relation professionnelle positive et fructueuse.

Guide
Parler, c'est bien

1 Connaissez l'activité de votre client

Le brief qu'on vous donnera pour le design ne doit pas être considéré à part. Les designers les plus prospères connaissent sur le bout des doigts l'activité de leurs clients et ce qui motive les clients de ces derniers. N'oubliez jamais la place qu'occupent les éléments principaux de votre design dans le contexte de l'activité représentée.

2 Parlez souvent à vos clients

La raison pour laquelle de nombreux designs ne correspondent pas à ce que souhaitent les clients est tout simplement un manque de communication régulière et détaillée. Intégrez toujours à vos projets des réunions qui serviront à évaluer l'avancée du design par rapport au brief. Ce genre de communication est essentiel afin que les éléments demandés soient fournis comme prévu.

Scribblar
Gratuit

www.scribblar.com

Pas toujours facile d'expliquer des idées par téléphone ou par e-mail. Vous pouvez y remédier en utilisant des tableaux numériques interactifs, qui vous permettront d'exprimer vos idées de manière visuelle.



Marc Hagan-Guirey

web www.pixeldandy.co.uk



Emploi actuel Designer /directeur du studio The Minimart
Parcours Diplôme en Design et Direction artistique avec mention très bien, Manchester Metropolitan University
Spécialité Photoshop, Illustrator, InDesign, HTML, CSS, design numérique, direction artistique et design conceptuel
Clients Merrell, EA Games, Sony Music, Shine TV, Maximuscle, Vera Wang, Derren Brown/Objective Productions
Twitter @pixeldandy

Marc a gravi des montagnes et fait exploser des muffins au nom du design. Il avoue sans honte être un junkie des marques et, depuis sept ans, il satisfait son insatiable addiction en travaillant avec des clients comme EA Games, Sony Music et Merrell. Il adore absolument tout ce qui touche à la créativité, du lignage des mises en page à la création de maquettes en papier en passant par le positionnement d'absolument tous les pixels.

Plonger les gens dans des expériences immersives est ce qui motive ce designer. Dans ce domaine, les sites Nespresso par Soleil Noir et Glodenevgame.com/canvas font partie de ses préférés. « J'ai passé des heures sur le site Golden Eye. Il était novateur, pas facile, amusant, et, oui, j'ai acheté le jeu PS3 après », dit Marc.

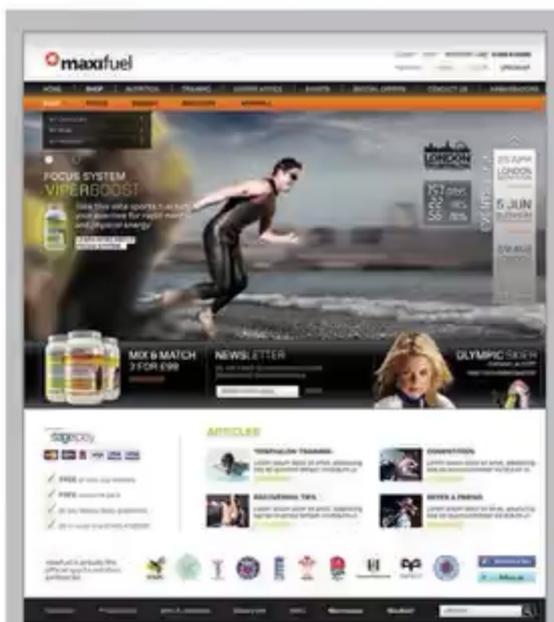
Au quotidien il aime le processus de produc-

tion du Webdesign. Elaboration des concepts, story-boards, recherche du meilleur photographe possible, conception de l'interface : ce voyage ressemble davantage à la création d'un film. « Ça fait vraiment plaisir quand tout s'assemble, habituellement au tout dernier moment. C'est le résultat d'un travail d'équipe entre experts passionnés qui ont créé quelque chose dont ils sont fiers. »

Il y a quelques années, si vous aviez demandé à Marc s'il envisageait de se mettre au design numérique, il aurait probablement répondu : « Uniquement contre mon gré. » À l'époque, le print design permettait de tenir ses créations entre ses mains, mais vu l'évolution des technologies Web tactiles (qui s'améliorent sans cesse), il pense que le monde numérique le satisfera pendant encore un bon moment.



04 www.theminimart.com



01 www.maxifuel.com



02 www.addyourownsenery.com



03 Concept only

01

Le site est beau et sportif, mais également fiable et instructif. La partie achat en ligne est de plus intuitive et plaisante.

02

Le concept est assez technique, l'interface naturelle et irrévérencieuse sert donc à ce que les technophobes amoureux de la nature ne prennent pas peur.

03

Cette interface, actuellement en conception, nous donne l'impression d'être dans le futur sans tomber dans la science-fiction.

04

Les valeurs de Minimart sont l'ouverture et la curiosité. En affichant ses œuvres dans un grand carrousel, l'agence invite les gens à visiter un site ouvert et honnête.

Joao Ernani Oliveira

web www.joer.fr



Emploi actuel Webdesigner, développeur d'interfaces, directeur artistique

Parcours Publicité et communication visuelle à l'Université de São Luis, 2006 ;
Master en Graphisme et multimédia à l'Université Louis Lumière Lyon 2, 2009

Spécialité Adobe CS, CSS3, HTML5, Java, WordPress, CMSMS, Symphony, PrestaShop

Clients Alcoa, adidas, site biographique de Sonny Anderson
Twitter @uPcreation



01 www.surlespasderomanetsimon.org



02 www.9sonnyanderson.com



03 www.joer.fr



04 www.arte-platre.com

Joao est un Webdesigner et directeur artistique interactif originaire du Brésil et basé en France, à Lyon. Cela fait dix ans qu'il est dans le secteur du graphisme, et les nouvelles technologies le passionnent.

Joao aime créer des choses plaisantes visuellement et attractives. Il estime que son travail tient une place importante dans sa vie, car sans le design le monde serait ennuyeux et manquerait de nouvelles tendances créatives et de produits.

Il considère qu'il fait plutôt partie des domaines du Webdesign et du développement d'interfaces, car ce sont les services qu'il fournit le plus souvent à ses clients, et ceux qui semblent être le plus demandés sur le marché du Web. Cela ne l'empêche cependant pas de maîtriser d'autres domaines du multimédia, dont entre autres le

design de publicités, l'animation Flash, le graphisme en général et les interfaces utilisateur.

Il démarre toujours son processus de création en prenant une feuille et un stylo et en cherchant l'inspiration dans des galeries sur le Web. Il commence en général par faire une carte heuristique pour chercher des idées de mots-clés et d'images, puis il fait les ébauches et les logotypes. Une fois qu'il pense avoir des idées solides, il les met sur ordinateur puis demande son avis au client, effectue des modifications, redemande un avis, refait des modifications, et ainsi de suite.

Il passe de nombreuses heures à éprouver les dernières modes d'Internet, du graphisme et de la publicité. Pour lui, le Web du futur sera réactif, ergonomique et rempli de contenus beaux et enrichis.



05 www.ko-promotion.com

01

Sur les pas de Roman et Simon : Un site entièrement en Flash avec une navigation défilante et des situations amusantes.

02

Sonny Anderson : Site AS2 en Flash et biographie animée du footballeur Sonny Anderson, le tout basé sur une galerie d'images.

03

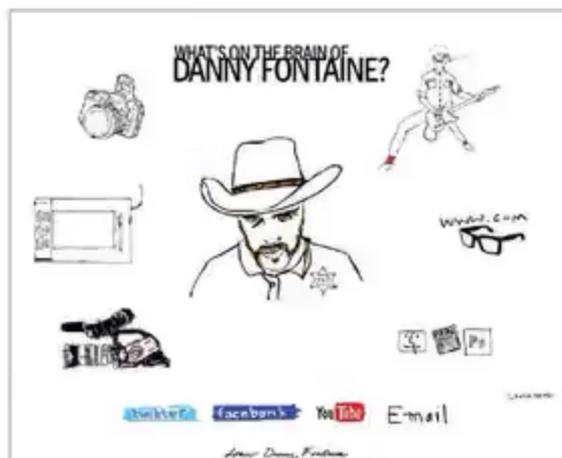
Site personnel développé en CSS3, XHTML et JS. Il a choisi ces technologies pour que ce site portfolio soit accueillant.

04

Arte Platre : Fait en XHTML, CSS3 et JS, avec une image d'arrière-plan évolutive et un design minimaliste.

05

Ko Promotion : Un site au design agressif fait avec CMS Made Simple, pour présenter les combattants et faire la promotion.



01 www.dannyfontaine.co.uk



02 <http://frockchicks.com>

Danny Fontaine

web www.dannyfontaine.co.uk



Emploi actuel Webdesigner/développeur à plein temps chez StatPro (www.statpro.com) et Webdesigner/développeur freelance le soir et le week-end

Spécialité HTML, CSS, Flash, Photoshop, Illustrator, InDesign, Axure Pro, SEO, rédaction publicitaire sur le Web

Clients Emission Good Food de la BBC, AutoSport International, magazine Dazed, The Guardian, The Clothes Show

Twitter @dannyfontaine

Danny, qui habite à Londres, a commencé à concevoir des sites il y a huit ans dans l'unique but de créer un portfolio en ligne pour ses photos sur le rock. Il est tombé amoureux du puzzle qu'est la transformation d'un design en site fonctionnel. Le bouche-à-oreille et la création de designs pour des amis l'ont poussé vers une vie où il est plongé dans le Webdesign, à travailler en freelance et à enseigner les logiciels de création aux étudiants de l'Université de Kingston.

Danny a depuis peu un emploi à plein temps comme Webdesigner et développeur en chef à Londres, chez StatPro, une société de création de logiciels dans le secteur de la finance. Il a souvent travaillé à la refonte de sites de grandes sociétés qu'il a refaits entièrement pour les moderniser,

les simplifier et en changeant la charte graphique. Son emploi actuel lui demande de transformer des sites d'entreprises compliqués et démodés pour montrer la vraie nature des dites entreprises : ouvertes, innovantes et à la pointe de la technologie. Il est constamment en train d'essayer de dénicher les dernières nouveautés en matière de HTML, de JS, de CSS et de Flash, et ses projets débordent de CSS3, de contenu dynamique et de contenu enrichi.

Danny est entièrement autodidacte et a suivi un cursus dans l'art qui, selon lui, lui donne un avantage créatif par rapport aux développeurs Web ayant suivi un cursus traditionnel. Pour lui, un site doit être bien fait, peu encombré, beau, et avoir ce petit truc en plus qui le rend spécial.



03 www.neilfrancisdawson.com



04 www.saretagabriel.com/bridal/index2.html



05 www.jakchantler.com

01

Danny décrit son site comme « le chantier de toute une vie, jamais fini ». Il utilise des images simples tout de suite reconnaissables pour mener aux autres pages.

02

Danny a été contacté par FrockChicks pour une refonte du site et de sa charte graphique. Il a utilisé des couleurs pastel et des polices manuscrites pour créer une page d'accueil chaleureuse.

03

Un portfolio photographique qui met l'accent sur les photos. Ce site en HTML utilise un diaporama d'images en plein écran pour attirer l'attention du visiteur.

04

Le menu utilise Flash pour créer un balancement hypnotique. Une version en HTML est disponible pour les supports mobiles.

05

Jak Chantler est un musicien de studio qui voulait montrer sa personnalité sur son site. Des portraits de Jak et une police grunge font passer le message souhaité.



Tous les mois chez votre marchand de journaux
Abonnement et vente au numéro sur www.shop.oracom.fr

Actuellement
chez votre
marchand
de journaux



TREND MAP

Foyer de Webdesign autour du globe

Oslo

Attardez-vous un peu sur la capitale de la Norvège



La scène du Webdesign d'Oslo n'est pas très grande. La plupart des studios se connaissent et la concurrence maintient un certain niveau de qualité. Il y a une distinction nette entre les agences de design et les agences spécialisées en création Web.

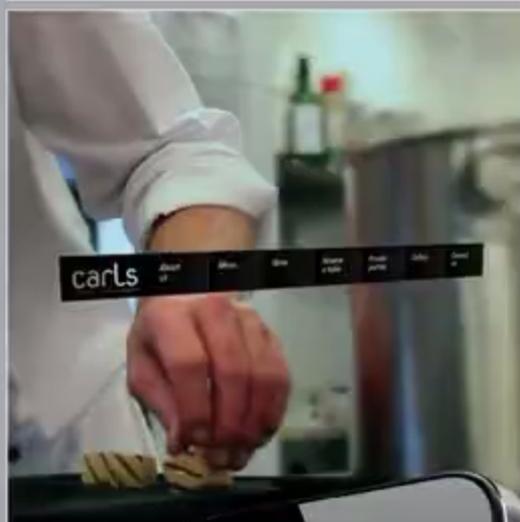
Le centre créatif de la Norvège est à Oslo. Comme le pays est petit, il n'y a qu'une poignée d'agences dont la plupart se trouvent au cœur de la capitale. La majorité des acteurs de la scène du design d'Oslo se connaissent et s'inspirent les uns les autres. Cela fait de cette ville scandinave un centre créatif très compétitif et très innovant ayant beaucoup à offrir, aux clients comme aux designers.

Ces dernières années, la tendance a été la fusion entre agences. Les gros réseaux publicitaires traditionnels et internationaux ont compris qu'il était important d'acquiescer des petites sociétés de production afin d'économiser du point de vue financier. Cela a poussé certaines personnes à quitter leur emploi à plein temps pour suivre leur passion, celle de la qualité plutôt que de la quantité, en se mettant à leur propre compte. La tendance est que les agences appartenant à de grands réseaux publicitaires deviennent, en tout cas selon nous, de plus en plus anonymes.

La prédominance des iPad et des iPhone en Norvège a également engendré une modification des budgets accordés à la création. Le fait que Flash ne fonctionne pas sur iPad et sur iPhone représente un gros problème pour de nombreux clients, qui souhaitent être accessibles sur l'ensemble des supports, c'est donc une préoccupation constante pour les développeurs.

1 Good Morning www.good-morning.no

Good Morning est une agence primée de design interactif, fondée en 2010 par quatre amis. Elle possède des bureaux à Oslo ainsi qu'à Stockholm, en Suède. Good Morning se spécialise dans le design haut de gamme, le développement Web et l'animation, ce qui comprend des campagnes Web, des jeux, des sites, de la production vidéo, des applis Facebook, des bannières et du développement d'applis mobiles.

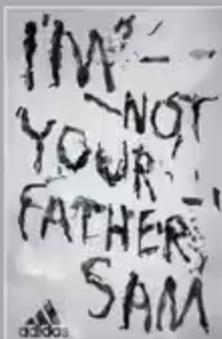




2 Oh Yeah Studio

www.ohyeahstudio.no

Le but d'Oh Yeah Studio est de séduire, d'inspirer et de faire en sorte que ses projets visuels suscitent une réponse émotionnelle. Cette entreprise travaille dans de nombreux domaines du design, ses services couvrant l'identité de marque, la direction artistique, le Webdesign, les projets rédactionnels, la typographie, l'illustration, ou encore la conception d'emballages.



3 Bleed

www.bleed.no

Bleed est un cabinet pluridisciplinaire d'experts-conseils situé à Oslo. Fondé en juin 2000, il vise à remettre en question les conventions de l'art, du langage visuel, des médias et de l'identité. Son travail concerne entre autres le développement d'identités de marques, le packaging, le design interactif, les projets artistiques et les expositions.



4 Grandpeople

<http://grandpeople.no>

Grandpeople est un studio de design pluridisciplinaire qui propose des solutions créatives à des clients du monde entier comme Nike USA, Nike Europe, Converse, Microsoft, *Grafik Magazine*, Tokion, Non-Format, Sony BGM, Escalator Records au Japon, et bien plus encore.



5 This Way Design

www.thiswaydesign.com

This Way Design est un ensemble d'illustrations, de chartes graphiques, de couvertures de disques, et plus encore, montrant le talent de leur créateur. Le site est le portfolio et blog officiel du graphiste Håvard Gjelseth.

Plus de la moitié d'Oslo est couverte de parcs ou de bois, ce qui en fait une des capitales les plus vertes d'Europe

City hotspots



Frognerparken

Eirik Fjellaksel chante les louanges d'un des plus beaux parcs d'Oslo.
<http://sinvurl.com/frognerparkenoslo>

Frognerparken est un superbe parc où l'on trouve maints ponts et fontaines, ainsi qu'une zone de pique-nique bien connue et très fréquentée en été. L'endroit est parfait pour se ressourcer.



Tea Lounge

Le directeur artistique Rolf Jensen nous révèle le lieu où boire un café.
www.tealounge.no

Tea Lounge est un bar-café très chic dont les clients ont pour la plupart entre 25 et 35 ans et sont issus de la scène artistique. Vous y trouverez de la musique douce, un bar fait de mosaïques et des baies vitrées.



Bølgen & Moi

Un petit creux ? Jørgen Wisnes nous recommande son resto préféré.
www.bolgenogmoi.no/index.html

Bølgen & Moi est un excellent restaurant à la cuisine saine et délicieuse. Il est d'ailleurs un des seuls lieux où nous, designers, pouvons manger un bon repas et discuter entre nous sans être dérangés.

Tableaux

Le site d'AOL était un adepte de l'utilisation de tableaux dans le design et la mise en page. Les valeurs de l'espacement entre les cellules, de l'espacement interne aux cellules et des bordures étaient égales à zéro afin de créer un bloc de couleur d'arrière-plan unie.

Onglets

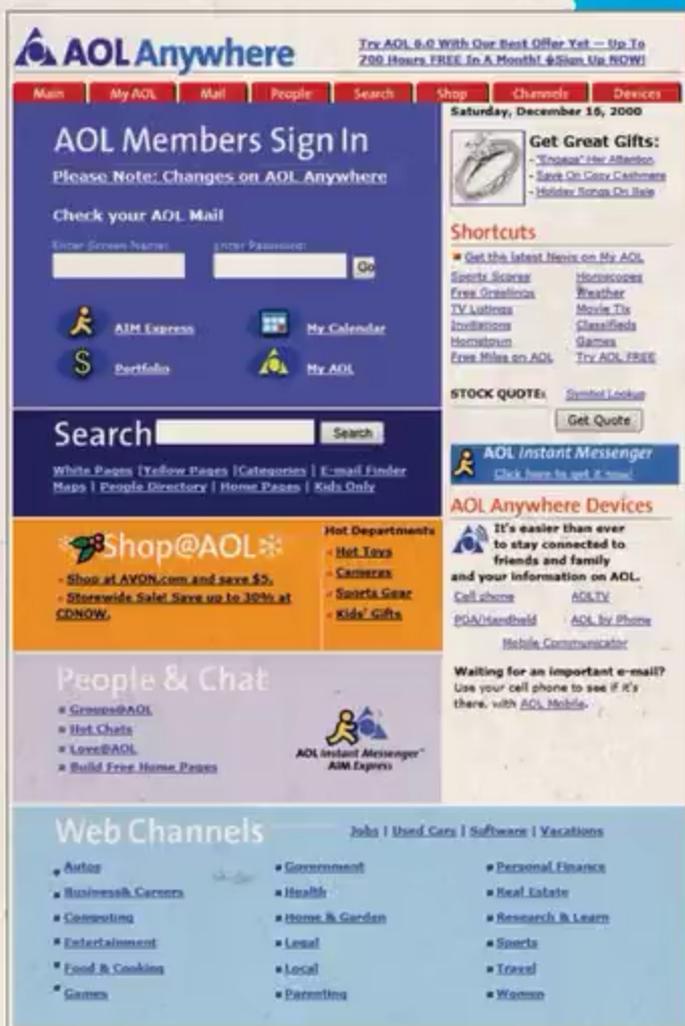
Les onglets donnaient aux internautes la possibilité d'obtenir des informations sans avoir l'impression de quitter la page principale. La technique consistait à charger une autre page contenant les mêmes onglets, ce qui avait l'inconvénient d'augmenter la charge du serveur.

Temps de chargement !

Taille de la page : 64 Ko



9 secondes avec une compression de 96 Kbps



2000

Web design relic

Survols

Les parties principales du site utilisaient une image d'arrière-plan pour créer le biseautage des onglets et l'ombre située derrière l'image principale. Chaque onglet prenait une couleur différente lorsqu'on le survolait.



2006

Web design relic

AOL www.aol.com

America Online était le roi de la connexion bas débit au début des années 2000. Dans les magasins, dans les revues, il y avait toujours un CD d'AOL à acheter.



AOL était indissociable de l'accès à Internet et de son portail d'actualités. Au sommet de sa gloire, ce service comptait plus de trente millions d'abonnés à travers le monde. En 2001, le fournisseur d'accès fusionnait avec Time Warner pour devenir AOL Time Warner, une fusion qui prit fin en 2009. Le site AOL du début de ce siècle était basique, mais régi par les mêmes principes que celui

d'aujourd'hui. Les différentes parties du site étaient séparées en blocs de plusieurs couleurs pour être plus facilement reconnaissables, et les onglets situés en haut de la page menaient aux principaux services d'AOL. Le contenu était classé en plusieurs catégories bien distinctes afin que les nombreux usagers du service y aient facilement accès.

Au sommet de sa gloire, ce service comptait plus de trente millions d'abonnés à travers le monde.

Ouvrir un pop-up store

Transitez temporairement du virtuel au réel. Par *Thibaut Hofer*



OBERKAMPF
Le pop-up store Oberkampf en pleine effervescence.
© Pop-up Store Oberkampf.

Le pop-up store est un concept qui nous vient, comme souvent, des États-Unis. Le principe en est simple : ouvrir temporairement une véritable boutique avec vitrine, décoration et linéaires. La durée de vie d'un pop-up store s'évalue en jours, en semaines ou, plus rarement, en mois. Point de vente éphémère, il est au cœur d'une stratégie de communication qui s'appuie sur la spontanéité pour attirer l'attention du public et des médias.

Le pop-up store est un outil de communication. Plus qu'un simple point de vente, il permet avant tout de promouvoir une marque, une collection, un événement. C'est Nicolas Hayek, créateur de la montre Swatch et dirigeant de l'entreprise du même nom, qui a lancé le concept de boutique temporaire

dans les années 80, espérant (et réussissant à) créer un événementiel spontané, inédit... et surtout communicatif.

Spontanéité rime avec publicité

A la différence d'une boutique permanente, le pop-up store génère un "appel" en raison de son caractère éphémère, comme un vernissage pour une exposition, ou un concert pour un groupe. Il devient lui-même support de communication. Les marques de luxe se sont emparées du phénomène dans le courant des années 2000, délocalisant pour un temps leur stock dans un endroit insolite, un événementiel plus grand, une autre ville... Et le concept porte ses fruits et se voit décliné, y compris

Le pop-up store Oberkampf

Le pop-up store Oberkampf est un projet qui a vu le jour en 2009. Sur 150 m², le lieu propose, un week-end tous les deux mois, d'ouvrir ses portes au public pour présenter des produits dans un cadre au design soigné et complété par des expositions. La structure fait appel à de nombreux partenaires pour relayer l'événement, aussi variés que RadioFG, Pop Up Concept ou Click clk.

La boutique éphémère affiche une liste de références qui parlent pour elle, dont COM8, Eskimo, BaronBaronne ou DeeSelf.

■ Pour prendre contact et en savoir plus :
popupstore.ob@gmail.com
et au 06 77 64 27 88.



ICE-WATCH
Les marques de luxe se sont emparées du phénomène dans le courant des années 2000.
© TMod'Elle

Objectif 3D

formation continue &
enseignement supérieur

Formez-vous aux

métiers

du

WEB

Rencontres
sur les salons étudiants

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



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 :

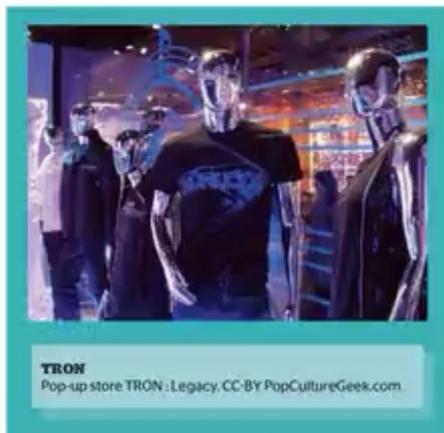
le 14 mars 2012,
et le 31 mars 2012,

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



TRON
Pop-up store TRON : Legacy, CC-BY PopCultureGeek.com

par de grands noms comme Louis Vuitton ou Ice Watch qui débordent de créativité pour faire de cet événementiel un véritable coup marketing.

multiples bénéfices

Les boutiques en ligne ont tout intérêt à prendre exemple et à tirer parti de ce médium pour attirer non seulement les clients, mais aussi un nouveau public, et surtout les médias. À l'heure où la concurrence est telle que chaque jour de nouvelles stratégies de

référencement apparaissent, où les bannières sont de moins en moins populaires auprès des internautes, bref, où la visibilité relève du savoir-faire technique autant que de l'esprit commerçant, les pop-up stores se démarquent par une approche novatrice et efficace, surfant plein pot sur la vague du "buzz".

Monter un pop-up store

Les locaux adaptés et disponibles ne sont pas légion. Certaines structures se sont lancées dans la prestation de ce genre de services, comme le pop-up store Oberkampf (voir encadré). Il est aussi possible, pour les plus grandes marques, de profiter d'un emplacement dans un centre commercial ou un grand magasin, comme l'a fait Ice Watch au Virgin Megastore des Champs-Élysées.

Toujours est-il que la trésorerie d'une boutique en ligne, généralement relativement modeste, ne permet pas de s'offrir le luxe d'une telle prestation. Restent les partenariats ou les actions combinées. Certains lieux associatifs ou des bars peuvent se prêter au jeu et mettre leurs locaux à disposition, se transformant temporairement (dans ce cas, on comptera plus en heures qu'en jours) en lieux de vente et de communication.

Et pourquoi ne pas créer un événement dans l'événement ? Les partenariats culturels bénéficient généralement à toutes les parties. Un vernissage de

galerie, un atelier associatif, un concert peuvent permettre aux organisateurs de croiser leurs publics et de renforcer leurs audiences respectives. Le pop-up store est un support de communication efficace et chaleureux qui peut être mis en place avec un minimum de ressources si l'on sait se créer les bons contacts. Les bénéfices en sont nombreux : visibilité, image de marque, partenariats, contacts, ventes, etc., et le phénomène peut se décliner à l'envi au gré de la créativité du gérant de la boutique.

MYPOPOPSTORE
Une installation temporaire de My Pop Up Store, à l'occasion de la sortie de This is It.



ANYTHING BUT NOISE

La connexion street culture est ici très présente, témoignant de la pertinence à accorder aux affinités culturelles si l'on souhaite communiquer et vendre à un public averti.

- L'AUTRE CANAL & STEREOTREE PRÉSENTENT -
SAMEDI 28 JANVIER 2011 À L'AUTRE CANAL (NANCY) - 17H/18H

ANYTHING BUT #1
NOISE

QHUIT PARTIZZZ LIVE & PARTY
DABAAZ / GREG FRITE / DRIXXXE
A2H / RHUM& / ARTIK / DASUUN

ANYTHING BUT NOISE PRÉSENTE

POP UP STORE
SAMEDI 28 JANVIER DE 15H À 18H

QHUIT™
POYZ & PIRLZ®

MY.MONKEY
CHEZ
15, RUE DU FAUBOURG DES 3 MAISONS 54000 NANCY



CONTACT: ANYTHINGBUTNOISE@GMAIL.COM

L'événement dans l'événement

Les concerts déplacent les foules. Ils sont donc tout naturellement recommandés pour quiconque souhaite monter son pop-up store. Autant que faire se peut, il est conseillé de cultiver un lien de pertinence avec l'événement, de rester dans un domaine culturel au moins proche ou perçu comme tel. Inutile de vendre des T-shirts streetware à un concert de variété, ou des T-shirts hip-hop à un concert métal.

● L'événement Anything But Noise, qui s'est tenu le 28 janvier dernier à L'Autre Canal, une salle de concerts nancéenne, a regroupé divers artistes de la scène rap française. En préambule à ce concert, les marques Qhuit et Poyz&Pirlz, qui disposent à la fois d'un e-shop et d'une vitrine brick and mortar à Paris, s'étaient associées, le temps d'un après-midi, à la galerie my.monkey pour solder leurs produits. Le lieu s'est transformé pour l'occasion en pop-up store, permettant aux visiteurs d'admirer l'exposition en cours tout en effectuant leurs achats.



MJM Graphic Design

Apprendre un métier avec des professionnels



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

- Infographie PAO
- Graphisme publicitaire
- Webdesign



Possibilité Alternance école/entreprise

// Formations en 2 ou 3 ans
Stages en entreprises

POSSIBILITÉ D'INSCRIPTION POUR LA RENTRÉE 2011

Paris 75010
38 quai de Jemmapes
Tél. : 01 42 41 88 00

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

SERVICE CLIENT / ABONNEMENT

Pour les demandes d'abonnement et d'anciens numéros,
réglement à l'ordre de : Oracom.

RÉDACTION

mail@webdesignmag.fr

Responsable du pôle création : Stéphanie Guillaume

stephanie.guillaume@oracom.fr

Rédacteur en chef : Bertrand Audouy

Secrétaire de rédaction : Nadia Ali Behadj

Directrice de production : Gaël Le Guen

Directeur artistique : Rob Sullivan

Rédacteur graphiste : Noël Le Quernec

Révision : www.proselite.com

Traducteurs & collaborateurs :

Gaëlle Droppa, Thibaut Hofer, Karine Warbesson

PUBLICITÉ

Directeur de la publicité : Pascal Leproust - pascal.leproust@oracom.fr

Directrice de clientèle : Diana Massa - Tél : 01 44 78 98 40,

d.massa@oracom.fr

Chargée de marketing commercial (contact annonceurs) :

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 Pirou

Responsable titres, dépositaires, réassortis :

Bosana Radusinovic - Tél : 01 77 45 35 73

Chargée de gestion : Alexia Rajonarvelo

MARKETING / PROMOTION / PARTENARIATS MAGAZINES & WEB

Responsable du service marketing :

Mélanie Legas assistée de Camille Brugere

INTERNET

Directeur des activités Internet : Alexandre Habien

alexandre.habien@oracom.fr

Web Design / Développement :

Morgane Hevet, Hery Rasolomjatovo, Frédéric Reboulet

BOUTIQUE EN LIGNE

Pour tout renseignement, visitez notre boutique en ligne : shop.oracom.fr

Responsable : Virginie Labrosse - service-client@oracom.fr

ADMINISTRATION

Directeur administratif et financier : Caroline Le Ray

Comptabilité, gestion : Ève Rabenort (eve.rabenort@oracom.fr),

Daphné Lebrun

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ

Nathalie Cohen

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Jean-Philippe Péroul

WEB DESIGN est édité par ORACOM, SA au capital de 112 969,45 €

RCS Paris B 397 522 657

Siège social : 168 bis-170 rue Raymond Losserand - 75014 Paris

Dépôt légal à parution. ISSN 1773-6455

Commission paritaire : 1114 K 90016

Impression

Montarolina - Area Empresarial Andalucía - C/ Cebo de Gata, 1-3 Sector 2
28320 Pinto (Madrid) - Espagne



Ce magazine est publié avec l'aide de l'Imaginerie Publishing Limited.

Tous droits sur les contenus sous licence appartenant à Imaginerie Publishing Limited et ne peuvent être reproduits, en partie ou en entier, sans le consentement préalable d'Imaginerie Publishing Limited.

© (2011) Imaginerie 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 restent de nature très diverse, et l'éditeur ou l'imprimeur ne pourront être tenus

responsables d'éventuelles erreurs ou omissions. Seul accord explicite, les manuscrits, notes,

épreuves envoyés à la rédaction ne sont jamais restitués. La citation de marques, noms de firmes, etc.,

est faite sans aucun but publicitaire. Extrait du Code de la propriété intellectuelle - Art. L. 122-4 :

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 fait de même pour la traduction, l'adaptation,

ou la transformation. L'interdiction ne la reproduction par un acte de publicité quelconque. Art. L. 122-

3. Est également un acte de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque

moyen que ce soit, d'une œuvre de créateur ou de son auteur, de l'auteur, tels qu'ils sont définis

et régis par le Code de la propriété intellectuelle - Art. L. 122-2. La contrefaçon en France d'ouvrages publiés en France

ou à l'étranger est punie de 100 000 à 500 000 francs, 1 an à 3 ans de prison ou de l'emprisonnement

et de 100 000 euros d'amende.

Crédits photos et copyright : tous droits réservés.

Web Design est une publication du groupe



Le mois prochain

RÉALISER LES PLUS GRANDS TAGS HTML5

<CANVAS>



AUSSI



TREND MAP DUBLIN, CAPITALE DES GRAPHISTES



WEB WORKSHOP RECRÉER LES SITES LES PLUS À LA POINTE



TUTORIELS SEPT EXERCICES POUR RENFORCER VOS COMPÉTENCES

Web Design n° 38 sera en kiosque le jeudi 29 mars 2012

solutions
LiNux
Open Source



Toutes les solutions et nouveautés informatiques en Open Source...
Pour encore plus de libre au service de l'entreprise !

Le salon européen dédié à Linux
et aux logiciels libres

19-20-21
JUIN
2012

CNIT - Paris La Défense



Business Intelligence - Cloud Computing - Clustering & Grid - CMS - Collaboratif - CRM - Data Center - Développement - E-Commerce - ERP - Infrastructures - Innovation
Intéropérabilité - Mobilité - Network Management - Poste de Travail - Sécurité - SOA & Web Services - SGDB - Temps Réel & Embarqué - Virtualisation - VoIP

TENUE CONJOINTE
↑
LES ASSISES
← DU LIBRE ET DE
↓ L'OPEN SOURCE
NOUVEAUTÉ 2012

Un événement

Tarsus
GROUPE MÉDIA 3 10 8

Partenaire officiel

monANNUAIRE
pro.com

www.solutionslinux.fr

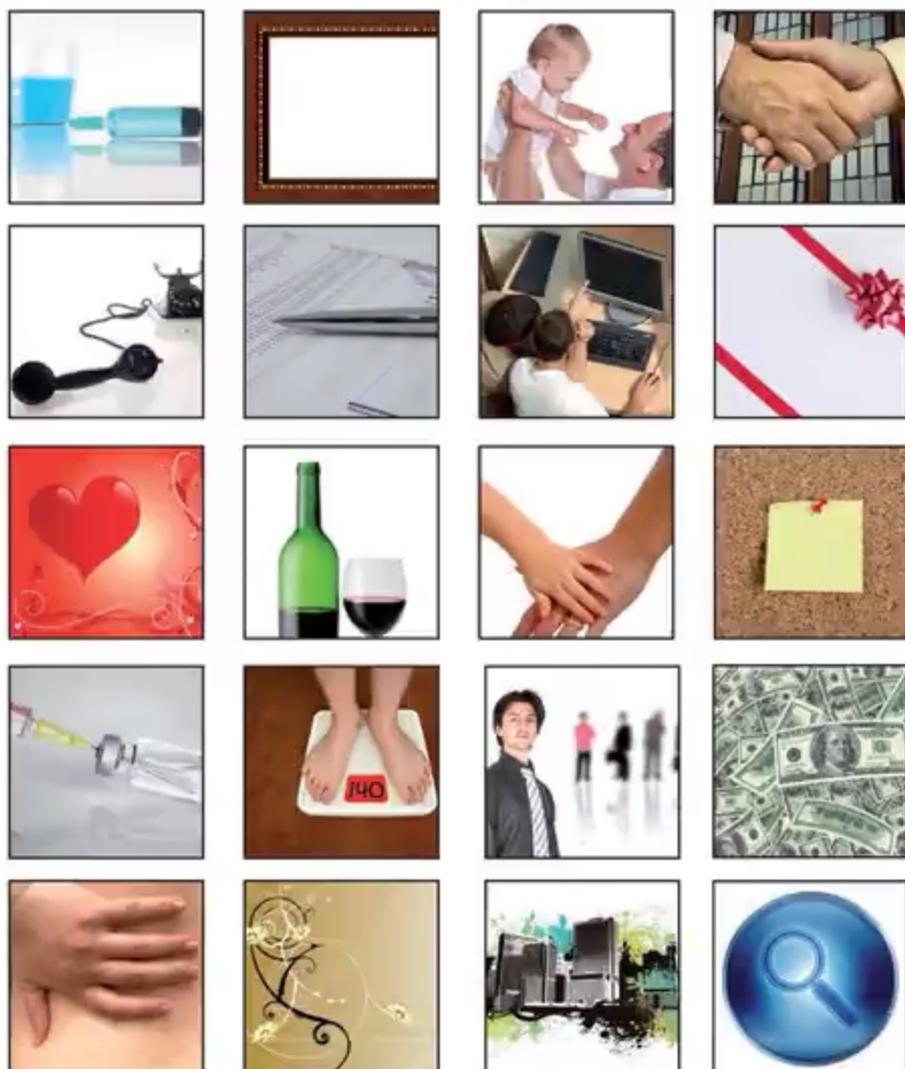
Sur votre CD offert

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>.



Ce CD
contient
plus de
50 €
de bonus

30 Clips audio
et sons FX

Des sons, pour enrichir
l'ambiance de fond
ou animer la navigation
de votre page Web.

De : <http://www.soundsnap.com>



10 Fichiers tutoriels

Une collection essentielle
de codes et d'assets pour
compléter les tutoriels
de ce numéro.

Des icônes business et applications



De <http://www.webiconset.com>

Ce site Internet nous a fourni une collection impressionnante d'icônes de haute qualité. Sa dernière collection comprend une sélection d'icônes de bureau pour les entreprises et l'e-commerce. Elles sont disponibles dans une multitude de tailles, à partir de 32 pixels, jusqu'à 128 pixels. Impressionnant !

Un effet de sang dégoûlant

www.ultrashock.com

Ce composant Flash permet de transformer un texte ou une image en un véritable spectacle d'horreur. Essayez-le. L'effet ajoute une pulsation rouge sang, aux contours inquiétants qui croît lentement, mais sûrement, puis s'évanouit goutte à goutte. S'ouvrant avec Flash CS3, ce composant utilise ActionScript CS3 et Flash Player 9.



Template web BoxedArt

www.boxedart.com

L'excellent site web Boxed Art fournit des modèles de template dont la thématique est notamment la nature. Il propose aussi des personnages et des images de qualité, prévus pour la conception de sites Web, mais également pour l'impression commerciale, les présentations, les brochures et les rapports.



Thème WordPress Sidepane premium

De : <http://themify.me>

Sidepane possède une caractéristique bien à elle : sa barre latérale fixe qui facilite, ô combien, la navigation. Grâce à elle, vos internautes peuvent faire défiler l'information vers le haut et le bas et naviguer autour. Cette solution est idéale pour qui veut présenter son site avec une barre latérale originale et minimale.

Encore plus de contenu gratuit sur www.webdesignmag.fr

ELROY POUR FOTOLIA



10

COLLECTION • TEN

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

Le vendredi 9 Mars, téléchargez gratuitement durant 24H le PSD de l'image réalisée
par l'artiste Elroy sur le thème "Argent". Découvrez également le making-of de cette création.

Tél. 0970 465 265

www.fotolia.fr/ten

 **fotolia**