

42
web design

web



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

20 photos de Fotolia, thèmes, composants, sons, fichiers d'exercice...

design

Le magazine des passionnés et des pros du Web

HTML5 / JQUERY
CSS3 / NOTEPAD
JS / WORDPRESS
DREAMWEAVER
PHOTOSHOP
PHP / MYSQL
GOOGLE MAPS API
EASELJS / FLEXSLIDER

SASS AMÉLIORE CSS3

Les feuilles de styles respectent la syntaxe

**CRÉEZ
DES APPLIS WEB**
en partant de zéro
avec Node.js

CAHIER SPÉCIAL
DÉVELOPPEURS

14
pages de
tutoriels



COMMENT

Concevoir un site en une page
Animer des contenus dynamiques
Utiliser les taxonomies de WordPress
Réaliser un jeu HTML5 avec EaselJS
Créer des animations cinétiques avec CSS3

SÉCURITÉ WORDPRESS

Éviter le piratage  Ériger des barrières  Sécuriser le serveur



WRANGLER

Un site punchy réalisé
avec After Effects
et Rotoscopie



L 18927 - 42 - F: 8,90 €





Matière brute pour œuvres d'art.

Libérez votre créativité.



Leonardo D.
Directeur Artistique

shutterstock

Libérez votre créativité avec Shutterstock !

Une collection de 20 millions d'images de haute qualité à votre disposition.

Choisissez le forfait le plus adapté à vos besoins et commencez à créer aujourd'hui !

www.shutterstock.fr

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. ☞

Pirates des sites web



Attaquer un système open source est bien plus simple que vous ne le pensez. Beaucoup de pirates professionnels se spécialisent dans le ciblage de systèmes open source, et bon nombre d'entre eux ciblent spécifiquement une poignée des systèmes les plus populaires. La solution à ce problème de sécurité ? Prendre des mesures préventives pour empêcher l'exploitation des vulnérabilités potentielles. Le dossier du mois vous montrera comment rendre vos systèmes open source plus sûrs, que vous bidouillez WordPress sans savoir programmer ou que vous soyez un programmeur expérimenté et développez vos propres extensions open source.

Dans ce numéro, vous apprendrez également à animer des contenus dynamiques. Car dans les

navigateurs modernes, il n'est plus besoin de JavaScript pour créer des transitions fluides et interactives entre différents contenus. CSS3 s'en charge... Vous découvrirez aussi que les animations faites avec CSS3 peuvent être imbriquées les unes dans les autres de manière indéfinie, ce qui nous permet de créer des comportements complexes avec un code simple. Bonne lecture et bonne découverte.

Bertrand Audouy



À la une

☞ Pour intégrer l'aspect visuel du film au site, nous avons dû faire en sorte que les éléments de l'interface suivent des propriétés physiques. Cela a demandé aux équipes développement et d'effets spéciaux d'effectuer beaucoup de tests et de petites modifications pour que cela soit parfait. ☞

Site Wrangler, par Stink
Digital Page 22



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** Portfolio
Parcours de freelance
- 16** WebKit
Meublez votre studio avec des gadgets
- 18** Lightbox
Une galerie de sites Web épatants
- 24** Profil
Shout Digital : Agence aux multiples talents
- 30** Blog beautiful
Six blogs Tumblr dans le vent
- 32** Dossier
Sécurité WordPress
Comment fonctionne le piratage
- 40** Design Diary
Toyota
Un site dédié à la gamme Camry

En couverture



32 Dossier Comment fonctionne le piratage
Sécurisez vos systèmes open source
Développez vos propres extensions

<header>

Les sujets les plus tendance provenant du monde entier !

- 6** News
Le SXSW a-t-il irrémédiablement changé?
- 10** Tribune
Steve Holford
Accepter les critiques
- 12** Tribune
Paul Wilson
Méthodes Lean Start-up
- 87** Flash back
MSN
- 90** Tendances
Helsinki
Capitale mondiale du design 2012
- 92** E-commerce
Welovroi
Le ROI qu'on ne déteste pas



87
Flash back
MSN suit les nouvelles tendances

The art & science of app cre

At Create Digital Media we make beautiful apps for iPhone, iPad and Android. It's a fine balance between



18
Lightbox
Thegeekdesigner, l'audace des polices



24 **Profil**
Rencontre avec les créatifs de Shout Digital



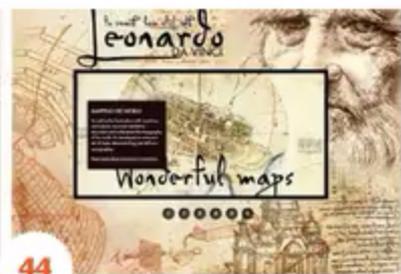
40 **Idées design**
Toyota et la gamme Camry

Sur le CD

99 Récupérez les goodies de votre CD!

20 photos : offertes par Fotolia

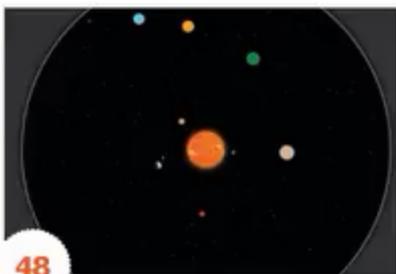
- Des goodies
- Près de 1 h 30 de vidéo de formation HTML5, CSS3, jQuery et Action Script
- Les fichiers d'exercice



44

Navigateurs

Animation de contenus dynamiques



48

CSS3

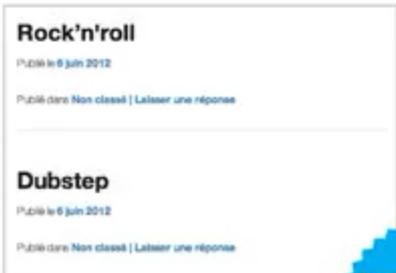
Créer des animations cinétiques



54

EaselJS

Réaliser un jeu HTML5 Canvas



Rock'n'roll

Publié le 9 juin 2012

Publié dans Non classé | Laisser une réponse

Dubstep

Publié le 9 juin 2012

Publié dans Non classé | Laisser une réponse

Electro

14 juin 2012

WordPress

Utiliser les taxonomies pour un blog

S'ABONNER
OU ACHETER
UN NUMÉRO EN LIGNE

www.shop.oracom.fr

DES OFFRES SPÉCIALES
TOUTE L'ANNÉE!

Web workshop

Recréer les sites les plus à la pointe



66 Créer un contenu stylisé sur une seule page

Le site Ascensionlаторre.com affiche toutes ses informations disponibles sur une page unique.



68 Mise en page Masonry avec How It Works

Le site How It Works contient des images de taille différente et des textes de longueur variable.

<tutoriels>

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

- 44 **Créer des contenus dynamiques**
Plus besoin de JavaScript pour créer des transitions fluides et interactives entre différents contenus, CSS3 s'en charge.
- 48 **Des animations cinétiques avec CSS3**
Les animations faites avec CSS3 peuvent être imbriquées les unes dans les autres de manière indéfinie.
- 54 **Concevoir un jeu HTML5 avec EaselJS**
Créez un beau jeu de plateforme à l'ancienne sans plug-in en utilisant HTML5 Canvas.
- 58 **Les taxonomies de WordPress**
Voici quelques tuyaux sur les taxonomies et la manière de les utiliser sur votre blog.
- 62 **Concevoir un site ergonomique en une seule page**
Découvrez des techniques et des styles pour maximiser l'impact de ces landing pages qui renvoient vers votre portfolio en ligne.

web developer;

NOUVEAU! Quatorze pages dédiées spécialement aux développeurs avec un dossier et des tutoriels



73

Venez sentir le CoffeeScript

Un meilleur code. CoffeeScript peut transformer votre JavaScript en quelque chose de plus beau!

78 Concevoir des applis pour Android avec PhoneGap : partie 2

Ajoutez des fonctionnalités de base de données à vos applications mobiles en utilisant PhoneGap et le support natif des bases de données SQLite.

82 Créez des widgets Twitter avec Web Workers

Utilisez vos nouvelles connaissances de cette API HTML5 pour surveiller les tweets et afficher les résultats dans un widget amusant.

Les derniers sujets à la mode du monde du Webdesign

Si vous avez un projet créatif, un nouveau produit Web ou une super nouvelle, tweetez-le-nous

@webdesignmag



Le SXSW a-t-il changé irrémédiablement ?

Web Design s'est joint à la foule du Texas à l'occasion du festival 2012 de l'industrie et en est ressorti enthousiaste, mais aussi un peu déçu...

Le SXSW (South by Southwest) est devenu un monstre. Un thème omniprésent, cette année, était que la conférence a tout simplement pris bien trop d'ampleur. Les avis sont partagés : une conférence plus grande apporte de plus gros problèmes, mais cela crée par contre de nouvelles opportunités. Nous sommes plutôt dans le deuxième camp, mais c'est sûr, la récente explosion de la popularité du SXSW apporte à la fois problèmes et opportunités. Cette année, la conférence était plus grande non seulement en termes d'affluence, mais

aussi en comparaison de l'année dernière. En jetant un œil aux chiffres, on peut constater que 24 569 personnes s'y étaient inscrites cette année, 27 % de plus que l'an dernier.

Le nombre de mentions sur Twitter est passé de 314 946 à 503 778, ce qui constitue une augmentation de 60 % (rendez-vous sur bit.ly/GAySMc pour voir des schémas et une analyse de ces chiffres). Le nombre de sessions proposées a doublé pour atteindre 4500, et le nombre de sociétés et de sponsors a lui aussi augmenté de manière significative. Comment tout cela

affecte-t-il le visiteur lambda du SXSW ? L'ampleur de l'événement coûte cher à la ville d'Austin, et il devient vraiment difficile de savoir quelle est la conférence incontournable parmi toutes celles qui ont lieu. Le bon côté des choses ? Plus de marques, d'agences, de start-ups et de professionnels de l'industrie sont représentés qu'avant, ce qui présente des opportunités de création de réseaux professionnels sans précédent. Moi qui

suis un habitué du SXSW, j'ai pensé qu'il était temps que je donne mon avis sur sa version 2012, et je donnerai aussi la parole à plusieurs professionnels de l'industrie pour qu'ils nous fassent part de leur avis et de leur expérience (voir ci-contre).

Pour commencer, le nombre incroyable de conférences proposées faisait qu'il était impossible de savoir exactement ce qu'il s'y passait, et encore

“ Le salon semblait complètement envahi par les start-ups. ”

moins de participer à toutes. Par contre, pendant les deux premiers jours, le mauvais temps a rapproché les gens en les obligeant à se rassembler à l'intérieur. Cela a créé l'environnement idéal pour des discussions qui autrement n'auraient jamais vu le jour. Notre humeur s'est améliorée en même temps que la météo.

Pour éviter la foule, nous avons essayé les restaurants en dehors de la ville. Salt Lick était, nous avait-on dit, un restau à visiter absolument, nous avons donc fait un voyage de 30 minutes jusqu'à la périphérie d'Austin. En arrivant, nous avons constaté avec surprise que la foule était surtout composée de participants au SXSW. La nourriture était délicieuse, les musiciens excellents, et cela a contribué à créer une ambiance et un cadre animés mais décontractés.

C'était indiscutablement l'un des points forts de cette année. Nous ne manquions pas non plus de fêtes auxquelles participer. Qui a besoin de technologie de toute façon ? Et il y avait des événements à presque n'importe quel moment de la journée. Pour nous, le meilleur cette année, c'était assurément la soirée piscine de Saatchi & Saatchi.

Le salon de cette année était un peu différent. En plus des habitués (les sponsors) il semblait complètement envahi par les start-ups. On y trouvait des nouvelles sociétés vraiment géniales et qui avaient des idées impressionnantes, mais nous avons trouvé bizarre que pas un grand navigateur ou grande plateforme ne soit représenté, ce qui changeait radicalement de l'an dernier où Google, Opera, Microsoft et WordPress, pour rien citer

que quelques-uns, étaient présents. Presque la totalité des grandes agences étaient en ville, mais elles paraissaient éviter le salon et se contenter d'organiser des réceptions.

Le dernier jour, il y a eu la réception tapis rouge et le duo comique Gabe & Jenny, qui étaient excellents. Media Temple a une fois de plus organisé une soirée de fermeture géniale au légendaire Stubb's BBQ. Il était toutefois impossible d'y rentrer si l'on n'était pas arrivé assez tôt, bien qu'il puisse pourtant accueillir plus de deux mille personnes !

Il semble donc que les avis sur le SXSW soient partagés cette année. Qu'est-ce que ça veut dire pour vous ? La négativité est mauvaise pour notre esprit. Gardez une attitude mentale

positive et vous verrez que le SXSW est en train de devenir exactement ce que nous voulons tous qu'il soit : le mainstream, un standard de l'industrie pour les gens qui font notre métier. Il est indiscutable que les avantages liés à sa croissance l'emportent sur les problèmes que cela engendre. Il est temps de s'y adapter, de compter la bête et de se préparer pour un SXSW 2013 passionnant.



<paroles de pro>

Le SXSW rassemble industrie et créateurs. Résumé du SXSW 2012 par ceux qui y étaient.

« Cette année, les agences avaient une présence considérable. C'est assurément un seuil critique atteint dans la convergence de production traditionnelle et de production interactive. J'aurais aimé pouvoir me dédoubler parce que je voulais constamment être à plusieurs endroits en même temps. Nous trouvons que nous avons été chanceux car il y a eu beaucoup de buzz fait sur les sociétés que nous représentons cette année. B-Reel a annoncé son département Produits et a fait la démo de son circuit automobile miniature contrôlé par la pensée (vous pouvez le voir ici : bit.ly/yQzZH), tandis que TAKE THIS LOLLIPOP, de Tool of North America, a remporté le prix Best of Show lors des SXSW Interactive Awards. »

Charlie McBrearty, PDG de Shortlist (représentant de Tool of NA, qui a remporté Best of Show et la catégorie Experimental pour Take This Lollipop - www.takethislollipop.com, et gagnant dans la catégorie Motion Graphics pour Lights - lights.elligoulding.com)

« C'était excitant de travailler sur un projet qui n'était pas pour une "marque", et différent. Avoir l'occasion de créer une campagne à partir de zéro pour une chose qui avait une réelle importance historique et scientifique était vraiment génial. Je suis heureux d'avoir eu cette opportunité, et je suis content que les juges de SXSW aient décidé de nous donner du matériel faisant honneur à ce travail. »

Dave Snyder, directeur de la création de Firstborn (gagnant dans la catégorie Classic pour Expedition Titanic - bit.ly/hLvqHf)

« C'était mon premier SXSW et j'ai choisi de ne pas aller voir les conférences. Beaucoup m'avaient dit qu'il était possible d'en avoir un bon résumé lors des after, et ça me convenait. J'ai surtout bu quelques verres et écouté de la musique avec de vieux et de nouveaux amis, mais j'ai pu savoir par plusieurs participants ce qui s'était passé dans les conférences. »

« Ça m'a paru bizarre mais beaucoup de designers, au lieu de parler des discours impressionnants ou des ateliers épatants du SXSW, ont plutôt mentionné une légende bien connue de l'industrie qui n'a parlé que de lui et n'a pas vraiment fait bonne impression auprès des participants. Il y a une leçon à tirer de cela. »

Morgan Knutson, designer d'interface chez Google (conçoit actuellement l'expérience Photos sur Google+)

« J'y ai beaucoup entendu parler de transmédia ; certains ont songé à lancer un jeu vidéo et une série télé en tandem, et les événements se passant dans l'un auraient une influence sur l'autre. Cela rejoint un sujet plus large de l'expérience utilisateur, celui qui consiste à prendre en considération la plupart (ou la totalité) des points de contact avec les utilisateurs, même ceux qui sont en dehors d'Internet. Les sujets des mises en page réactives et des applis natives vs applis Web ont fait fureur, on a surtout dit qu'il fallait prendre en considération le contexte, le budget, les tâches, et quelques autres choses en plus. Les systèmes à grilles sont à la mode, mais j'ai été témoin d'un grand discours qui disait que la grille est un bon guide mais ne garantit pas un design propre. »

Tony Walt, directeur de la 3D et de l'animation chez EffectiveUI (finalistes dans la catégorie Motion Graphics pour US Navy Blue Angels - www.blueangels.navy.mil)

« Les ateliers du gouvernement ont présenté plus de projets prêts à démarrer et on fait preuve de plus d'innovation que les ateliers des agences publicitaires. Ils ont depuis longtemps commencé à bâtir le futur, alors que nous en sommes toujours à débattre de quelle couleur peindre nos stupides casques. »

Ryan Harms, directeur de la production numérique chez Arnold

« A mon avis, le thème de la conférence a radicalement changé. Les interfaces réactives, les techniques de développement et les bonnes pratiques ont pratiquement été remplacées par le commerce social et les accélérateurs de start-ups. Bien qu'il y ait toujours des poids lourds lors des discours programmes, les sessions ciblent généralement les fournisseurs de contenu, les blogueurs, et les développeurs de présentations voulant gagner du capital-risque. Les réceptions sont dominées par des sociétés de services et des start-ups cherchant à être les prochaines stars du SXSW. Les agences publicitaires envoient des armées de producteurs recruter des vendeurs et des employés. »

Pour résumer, le SXSW reste un excellent lieu où retrouver des collègues et des amis pour discuter du marché ou des tendances des utilisateurs et des clients. Le potentiel pour se faire un réseau est incroyable. Au final, cela reste la réunion de designers et de développeurs la plus grande et la plus pertinente du moment. Ce que je me demande, c'est combien de temps les sociétés continueront à investir du temps et de l'argent pour que leurs plus grands esprits cessent leur production et participent à un événement de création de réseau professionnel sur toute une semaine. Au moins encore une année, j'espère. »

Matt FaJohn, partenaire de Legwork (finaliste dans la catégorie Business pour Diesel Denim 2011 - diesel.legworkstudio.com et dans la catégorie Music pour "The Gamits - This Shell" - www.thisshell.com)

Abonnement ● Abonnez-vous et recevez vos numéros chez vous ou au bureau



12 numéros
79 €

au lieu de 106,80€

Ne manquez aucun numéro

ORACOM édite plus de 20 magazines dédiés à la création numérique,



Abonnez-vous et commencez à économiser dès maintenant • **Offre lecteurs**

ÉCONOMISEZ jusqu'à 30% ABONNEZ-VOUS !



DÉCOUVREZ LES
NUMÉROS SPÉCIAUX
DE VOS MAGAZINES
PRÉFÉRÉS
shop.oracom.fr



paiement
sécurisé



service client
dédié

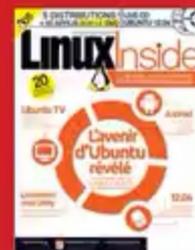


promotions
exclusives



nos parutions en
avant première

la high-tech et la maison avec plus de 4 millions de lecteurs par an.



Accepter toutes les critiques

Steve est le directeur des ventes et du marketing de Fasthosts Internet Ltd (www.fasthosts.co.uk), un des plus grands fournisseurs d'accès à Internet du Royaume-Uni, créé en 1999 et nommé Global Solutions Partner de 2011 par Microsoft Worldwide.



Steve Holford

Il faut lire les commentaires laissés sur Internet par ses clients.

La grande majorité des entreprises reconnaissent aujourd'hui qu'il est absolument essentiel de publier sur le Web un contenu qui les concerne. Le site d'une société est maintenant considéré comme la façon idéale de se faire connaître et d'améliorer son marketing ainsi que la communication avec le consommateur. De la même façon, les réseaux sociaux sont excellents pour toucher des clients, qu'ils soient acquis ou potentiels. Mais qu'en est-il du contenu publié sur le Web par les consommateurs, en particulier du contenu négatif ?

Aujourd'hui, de plus en plus d'acheteurs écrivent sur Internet leur mécontentement vis-à-vis de certaines firmes. L'engouement récent pour les réseaux sociaux et l'Internet mobile permet de nos jours aux clients de communiquer entre eux et de s'entraider pour résoudre des problèmes de consommateurs. Beaucoup de patrons d'entreprise se demandent s'il est préférable de prendre part à ces conversations ou s'il vaut mieux les ignorer. Des études récentes suggèrent que l'inaction n'est plus une option viable. Une vérification de mille trois cents critiques en ligne effectuée par Fasthost montre qu'il est maintenant courant pour les Britanniques d'exprimer ouvertement leur mécontentement sur Internet, en particulier sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter, et sur les forums en ligne. Ce sondage a conclu qu'un consommateur sur trois reconnaît avoir mis en ligne une critique négative à propos d'une société, d'un produit ou d'un service.

L'envie de faire part de sa frustration sur le Web est la même chez les hommes et chez les femmes, mais la tendance est particulièrement forte chez les jeunes Britanniques. Les jeunes adultes sont bien plus susceptibles de partager leur mécontentement. 52 % des moins de 24 ans se sont tournés vers le Web pour cela, contre 29 % des 25-34 ans, et 38 % des adultes de 45-54 ans. Un sur quatre (28 %) parmi les plus âgés est allé publier ses problèmes en ligne. La situation géographique semble aussi entrer en jeu, cette action étant plus courante dans le sud-est (38 %) et dans le nord-est de l'Angleterre (37 %).

Plus intéressant peut-être : la volonté des consommateurs britanniques de pardonner en certaines circonstances. 84 % des consommateurs seraient d'accord pour pardonner les erreurs d'une société et utiliser de nouveau ses produits ou services par la suite si celle-ci répondait aux critiques négatives et discutait des problèmes avec eux. C'est clairement une excellente occasion pour les entreprises, qui peuvent utiliser Internet comme méthode rentable pour identifier et récupérer des clients mécontents. C'est une stratégie qui profitera à la fois aux professionnels du Web et à leurs clients.

Ce qui est alarmant, par contre, c'est que très peu de sociétés

comprennent à quel point il peut être avantageux d'accepter les critiques négatives. Des données provenant d'une autre étude de Fasthosts réalisée auprès de quatre cents petites entreprises anglaises montrent que peu de sociétés anglaises choisissent d'interagir avec des clients qui publient des commentaires négatifs sur elles. En dépit du nombre de plaintes sur le Web, seulement 12 % des petites entreprises y ont déjà répondu. Les Webdesigners sont bien placés pour dire à ces sociétés que leur stratégie Web doit inclure d'y répondre.

La majorité des petites entreprises passent donc à côté de cette occasion de prouver aux consommateurs leur dévouement et leur fiabilité. En interagissant avec ses clients, une entreprise prouve qu'elle fait attention à eux et permet aux autres lecteurs des sites Web concernés de voir une réponse à une critique qui n'en aurait autrement pas eu. Les médias sociaux et les forums de consommateurs sont de très bons endroits où trouver ce genre de sujets, et les gens apprécieront aussi de pouvoir lire des critiques directement depuis le site de la société.

Graham Jones, psychologue spécialiste d'Internet, propose quelques conseils utiles aux petites et moyennes entreprises toujours indécises : « Les réseaux sociaux procurent un sentiment de liberté et de pouvoir à ceux qui veulent se plaindre d'une société, ils se sentent donc ainsi incités à se plaindre. C'est du coup un problème de plus en plus récurrent pour les sociétés, qui se doivent de s'en occuper régulièrement. Il est intéressant de noter que plusieurs études ont montré que lorsque des personnes obtiennent une réponse positive à leurs plaintes, elles soutiendront davantage l'entreprise qu'avant que la plainte n'ait été formulée. Des recherches en psychologie démontrent que c'est lié au fait que lorsqu'on répond positivement, les gens ont l'impression qu'on s'occupe d'eux, ce qui engendre une réaction émotionnelle positive. »

Il est compréhensible que le premier instinct de nombreux patrons d'entreprise soit de se tenir à l'écart des griefs de leurs consommateurs. Les professionnels du Web devraient en parler avec leurs clients et les encourager à se confronter à ces griefs directement. Avec l'aide de leurs conseillers en Web, les petites entreprises peuvent gagner de nouveaux clients. La recherche montre aujourd'hui qu'en répondant aux critiques négatives laissées sur le Web, une entreprise pourra améliorer son expérience client, mieux fidéliser des clients, et améliorer sa réputation sur le Web. Les entreprises qui prendront le temps de lire les critiques en ligne des consommateurs verront par la suite Internet les aider de plus belle.



l'école des métiers numériques

**WEB, GRAPHISME, VIDÉO,
CONDUITE DE PROJET,
STRATÉGIE DIGITALE..
UNE PASSION, UN MÉTIER**

**Devenez Chef de projet multimédia (en 3 ans)
Directeur de projet en stratégie digitale (en 5 ans)**
Possibilité d'alternance de la 2ème à la 5ème année

Titres certifiés de niveau II (bac+3) et de niveau I (bac+5)
École reconnue par le ministère de la Culture et de la communication.

5, rue Saint-Augustin 75002 Paris
01 42 86 57 06

www.iesamultimedia.com
info@iesamultimedia.com

**JOURNÉES PORTES OUVERTES
LE MERCREDI 5 ET
SAMEDI 15 SEPTEMBRE
2012**

Lean start-up

Paul est le directeur général d'EdgeCase UK, studio de développement mobile et de développement Web agile, maintenant également société New Context. New Context est un cabinet-conseil global dont Eric Ries est l'associé gérant. Elle applique les principes de la Lean Start-up aux sociétés de toutes tailles et de toute ancienneté.



Paul Wilson

Pas de clients ? Adaptez votre start-up pour les attirer...

Êtes-vous un entrepreneur en herbe ? Un designer à la recherche du dernier scoop sur les idées en vogue qui intéressent vos clients ? Dans cet article, je vous dévoilerai les secrets des méthodes de la Lean Start-up, qui révolutionnent la façon dont les start-ups sont gérées et financées à travers le monde.

L'histoire du mouvement de la Lean Start-up a commencé en 2004, lorsqu'Eric Ries participait à la création du réseau social 2D IMVU (www.imvu.com). Après six mois de travail intensif, il avait enfin pu lancer le site, mais il s'inquiétait de ce que la presse et les clients diraient du code plein de bugs, du design inconstant et de l'interface imparfaite. Il n'aurait pas dû : il n'avait aucun client. Il avait fait le site, mais personne ne venait.

Dans les mois qui ont suivi, il a travaillé dur pour ramener des clients, rajouter des fonctionnalités et corriger les bugs. Au bout d'un moment, il a commencé à discuter avec les quelques clients qu'il avait et à écouter ce qu'ils avaient à dire. Ries a découvert que les suppositions initiales qu'il avait faites sur le marché étaient complètement erronées, et a donc tout recommencé depuis le début. Pour employer un terme de Lean Start-up, IMVU a "pivoté".

Cette décision a porté ses fruits. La société a commencé à attirer des clients, et a fini par devenir une success-story de plusieurs millions de dollars. À l'époque, par contre, Ries et ses partenaires se sont rendu compte que contrairement à la croyance générale, le pivot aurait dû avoir lieu plus tôt et coûter moins cher. Ils ont abordé la renaissance et la croissance d'IMVU en remettant en question les modes de pensée conventionnels afin de développer un style de gestion structuré et rigoureux, fait sur mesure pour l'environnement très incertain de la start-up. C'est de cette expérience qu'est né le mouvement de la Lean Start-up.

Le principe des Lean Start-ups, c'est de valider les idées qui marchent par le biais d'un processus de feedback utilisateur ("validated learning"), lequel est l'application de la méthode scientifique à des idées commerciales. Sa méthodologie est simple :

- Identifiez quelles sont vos suppositions à propos de votre produit et du marché : ce sont vos hypothèses.**
- Faites des expériences pour valider ou invalider chaque hypothèse, de préférence une par une.**
- Recommencez jusqu'à ce que vous obteniez une série d'hypothèses validées.**
- Servez-vous de celles-ci comme base.**

Dans le monde de la Lean Start-up, on appelle ces expériences le "minimum viable product" (MVP, ou "produit viable minimum") :

Minimum : N'oubliez pas que notre supposition n'est pas encore validée. Nous avons besoin de feedback et d'un but clair.

Viable : Il faut encore que cela marche et ne rebute pas le marché potentiel. Ce qui sera minimum et viable dépendra de votre marché. James McBennet de Fabsie, qui utilise l'impression 3D pour créer des meubles personnalisés, nous explique : « Notre premier marché, ce sont les designers et ceux qui apprécient le design. Ce sont des individus qui vous dédaigneront complètement si jamais vous utilisez la mauvaise police. »

Produit : Pour avoir confiance en votre validation, il faut que le MVP soit authentique. Si vous visez la vente d'un produit, votre seule vraie validation aura lieu lorsque les clients paieront.

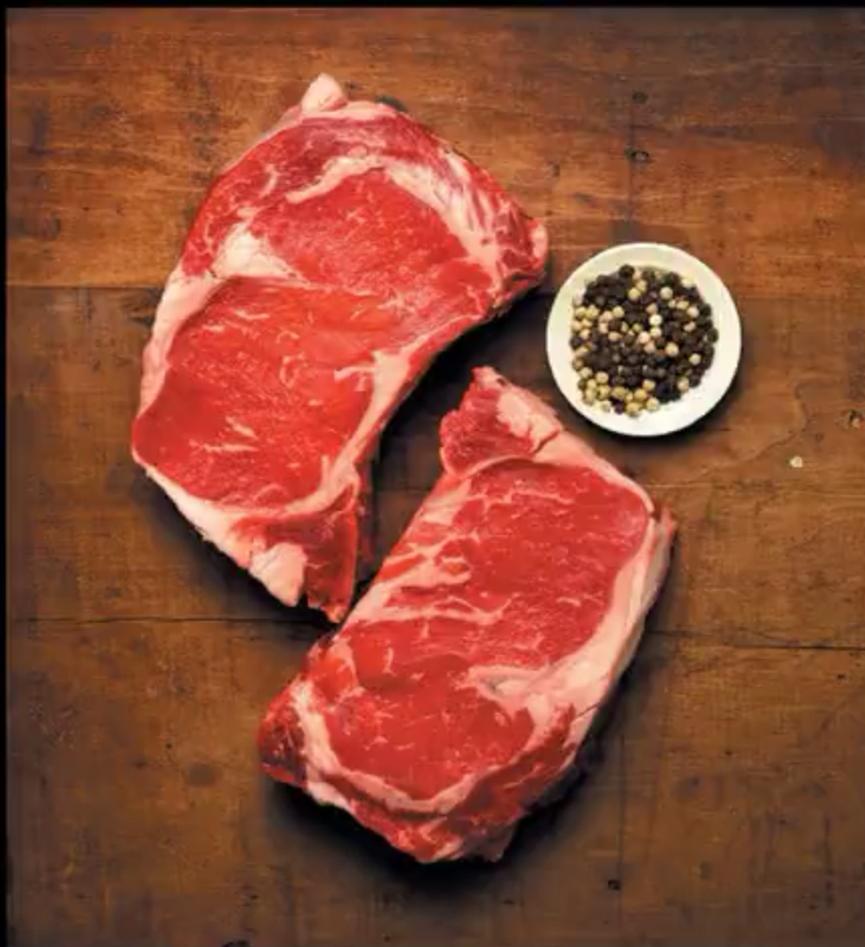
Pas toujours facile de savoir quel doit être le minimum d'un MVP. En tout cas, cela demande moins de design, de programmation et de fonctionnalités que vous ne croyez. Nick Swinburn, de Zappos, a validé son hypothèse comme quoi il y avait une demande pour la vente de chaussures sur le Web en faisant un site montrant des chaussures qui étaient en vente dans les boutiques de sa ville. Lorsque ses clients en commandaient sur le site, il allait dans ces boutiques les acheter à plein prix. L'approche de la Lean Start-up demande des modifications rapides, des cycles de feedback courts et de nouvelles itérations en permanence. Ici, le modèle traditionnel de design et de développement "en cascade" ne suffit pas. Chaque jour de développement coûte cher, et chaque fonctionnalité (ou hypothèse) n'ayant pas été testée auprès d'utilisateurs réels est un danger potentiel.

La méthode de développement agile a réussi à diminuer les investissements nécessaires à la programmation de fonctionnalités. Le design de produits, par contre, reste un domaine typiquement basé sur le modèle en cascade. En général, les designers d'expérience utilisateur reçoivent un brief, créent une spécification détaillée qui explique comment fonctionnera l'expérience utilisateur, puis les designers visuels et les designers d'interactivité expliquent en détail l'apparence que celle-ci devra avoir ainsi que son comportement.

En faisant ces spécifications détaillées et ces maquettes parfaites au pixel près, on met en danger la réussite du produit à cause d'une série d'hypothèses invalidées. Chaque heure passée à élaborer une idée qui n'a pas été testée est potentiellement perdue. La communauté de créateurs de logiciels doit accepter le changement et apprendre, comme les développeurs l'ont fait, à diviser leur travail en plusieurs petites parties testables.

La Lean Start-up, cela consiste à développer une entreprise florissante dans un environnement très incertain. Les designers doivent changer leur méthode de travail pour s'adapter à cette nouvelle façon radicalement différente de faire des affaires.

“C'EST DE LA
BOUCHERIE”



OUI.
MAIS DE LA **BELLE**
BOUCHERIE.

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

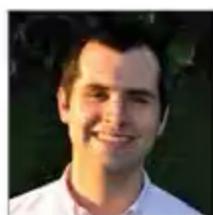
Images, vecteurs, musiques, vidéos.

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



David Yeiser

web www.designintellection.com



Emploi actuel Fondateur et designer
Parcours B.S. Civil Engineering, Université de Louisville
Spécialités Information design, Photoshop, InDesign, WordPress, HTML, CSS, architecture de l'information
Clients Wake Forest University, Southern Seminary, Social Media Explorer, Pitchbrite
Twitter @davidyeise

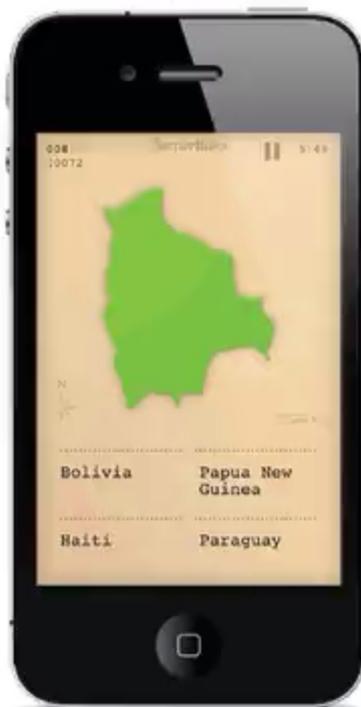
David est designer d'information à Louisville, une ville moyenne du Kentucky située tout juste à l'est du Midwest des États-Unis. Il a commencé le Webdesign par un site AngelFire à la fin des années 90 puis a vite découvert que le Web était un moyen d'expression grâce auquel il pouvait exprimer pleinement sa créativité. À l'approche de ce nouveau millénaire, JavaScript et Flash semblaient

régner en maîtres, il a donc choisi de laisser tomber AngelFire afin d'aller apprendre de nouvelles choses et de développer ses compétences. En 2003, alors qu'il faisait des expériences sur un template Blogger, il a accidentellement découvert le monde des standards du Web, et proclame depuis qu'il est devenu accro.

David s'occupe principalement de concevoir des sites et des apps mobiles pour d'autres personnes, et ce sous forme d'un service payant. En plus de cela, il entreprend d'autres projets commerciaux, comme la conception de thèmes de sites ou la création d'apps pour iOS mobile d'Apple.

C'est un amour profond de la typographie et des mots qui nourrit sa passion pour le Web comme moyen d'expression et pour le Webdesign. La lecture, l'écriture et la publication forment une part importante de notre culture et de notre héritage, et pour lui, faire partie d'une industrie où cette part se mélange aux dernières technologies est un grand privilège ainsi qu'une chose dont il est très reconnaissant. Pour le moment, comme de nombreux autres designers du monde entier, David s'intéresse surtout à la théorie et à la mise en pratique du responsive design (pour en savoir plus sur le responsive design, voir Web Design n°40 juin 2012), et également, bien entendu, aux progrès constants de la typographie ainsi qu'à l'utilisation qu'on en fait sur le Web.

Dans ses moments libres, il aime passer du temps avec sa femme et son fils, lire et chercher des restaurants et des cafés locaux dans sa ville natale de Louisville. Il espère aussi secrètement devenir un jour un bon écrivain.



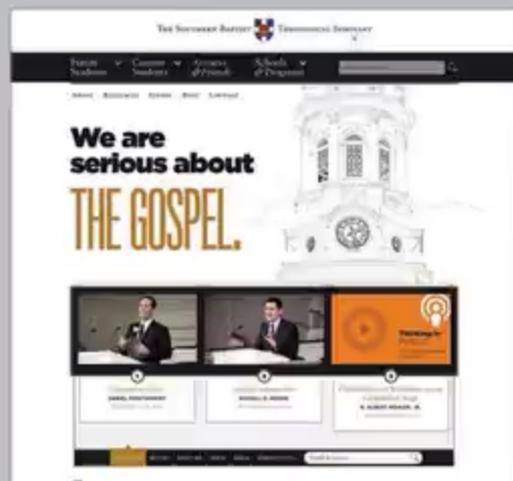
01 borderlin.es



02 menuandhours.com 03 www.socialmediaexplorer.com



04 news.wfu.edu



05 www.sbts.edu

01 L'arrière-plan et l'interface utilisateur sont neutres afin de contraster avec la forme du pays, et d'éviter une fatigue visuelle lors de longues parties.

02 Les pages contenant les informations sur les restaurants donnent les moyens de les contacter et de s'y rendre, leurs horaires d'ouverture et leur menu.

03 Une typographie voyante et des couleurs au contraste élevé donnent à ce site une présence plus moderne et plus professionnelle que les autres sites sur les médias sociaux.

04 Une hiérarchie typographique classique sert ici à ce que les différents éléments s'agencent logiquement. Plus de mille trois cents articles ont été publiés suivant ce modèle.

05 Le site de l'école baptiste Southern Seminary conjugue sa longue histoire avec son empathie pour les technologies. Une police classique avec empattement, associée à une police moderne sans empattement, souligne ce mariage de l'ancien et du moderne.



école supérieure des métiers artistiques

Notre talent c'est vous.

**Mise à Niveau en Arts Appliqués + BTS Communication Visuelle + Design d'Espace
Cycle Professionnel Photographie + Cycle Professionnel Cinéma d'Animation 3d**

BTS & Titres RNCP de Niveau II

Montpellier

140 rue Robert Koch
BP 7340 34086 Montpellier cedex 4
contact@esma-montpellier.com
tél : 04 67 63 01 80
www.esma-montpellier.com

Toulouse

7 rue Eugène Labiche
31200 Toulouse
contact@esma-toulouse.com
tél : 05 34 42 20 02
www.esma-toulouse.com

Nantes

Ouverture d'ESMA Nantes
Septembre 2013.

<webkit>

Meublez votre studio avec les derniers gadgets en vogue

iSuit

Prix NC

www.digel.de/isuit

1 Digel, marque allemande créatrice de costumes, passe au numérique et nous présente son nouvel iSuit. Celui-ci est composé d'une veste et d'un pantalon bien taillés possédant un chargeur intégré, une poche interne pouvant accueillir un smartphone et de quoi brancher un casque.

Pro iOS Web Design And Development

Env. 36 €

www.apress.com

2 Ce livre traite du design et du développement de sites et d'applis pour iPhone et iPad. Apprenez à implémenter du HTML5, du CSS3 et du JavaScript pour créer vos sites et applis pour iOS.

Pixlr-o-matic

Gratuit

<https://market.android.com>



Une application de retouche de photos gratuite qui transforme vos clichés en leur appliquant des effets rétro et vintage. Elle vous permettra de faire des superpositions de couleurs pour créer des atmosphères différentes, de rajouter des effets d'éclairage pour éclaircir ou assombrir des photos, de choisir un cadre ou une bordure, et de partager le résultat avec vos amis sur Facebook.



Pragmatic Guide To Sass

Env. 20 €

pragprog.com

3 Ce livre vous montrera comment mieux tirer parti du CSS. Il commence par les bases et couvre ensuite une multitude de sujets avancés, propose des exemples de code clair et concis accompagnés d'un texte explicatif, et un aperçu du framework CSS Blueprint.

Casque Bluetooth Veho

Env. 150 €

veho-world.com

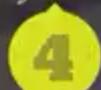
4 Un casque Bluetooth dernier cri, léger et portable, qui déborde de style et de qualité. Il est pliable, a une portée de 20 m, un bouton tactile pour le contrôle du volume et des oreillettes en cuir doux.

Affiche Tableaux des éléments HTML5

Env. 13 €

alaramills.com

5 Cette très belle affiche des éléments HTML5 s'inspire du tableau périodique des éléments (vos cours de chimie vous reviennent ?). Chaque designer se devrait d'avoir avec lui un exemplaire de cette splendide œuvre d'infographie, disponible en de nombreuses tailles.



Services Web Réduisez vos coûts en externalisant votre administration sur ces serveurs en ligne.



YouTube Video Editor
Gratuit www.youtube.com/editor

Améliorez les vidéos que vous mettez sur YouTube en mélangeant ou en éditant des clips, puis en leur rajoutant du texte et des transitions.



MonComptable A partir de 10€ par mois
<http://mon-comptable-en-ligne.fr>

Gérer votre comptabilité en ligne vous permettra de passer moins de temps sur vos comptes et plus de temps sur votre design.

HTML & CSS - Design And Build Websites

Env. 24 €
www.wiley.com

6 Voici une très belle introduction aux délices du HTML et du CSS. Cet ouvrage de plus de 500 p. emploie des schémas et des photos pour expliquer de manière visuelle les principes du Webdesign.

Digital Artist Fantasy

8,90 €
www.shop.oracom.fr

7 Si vous souhaitez vous améliorer en arts numériques ou apprendre à utiliser une flopée de logiciels de création, jetez un oeil à Digital Artist Fantasy.

SketchTime

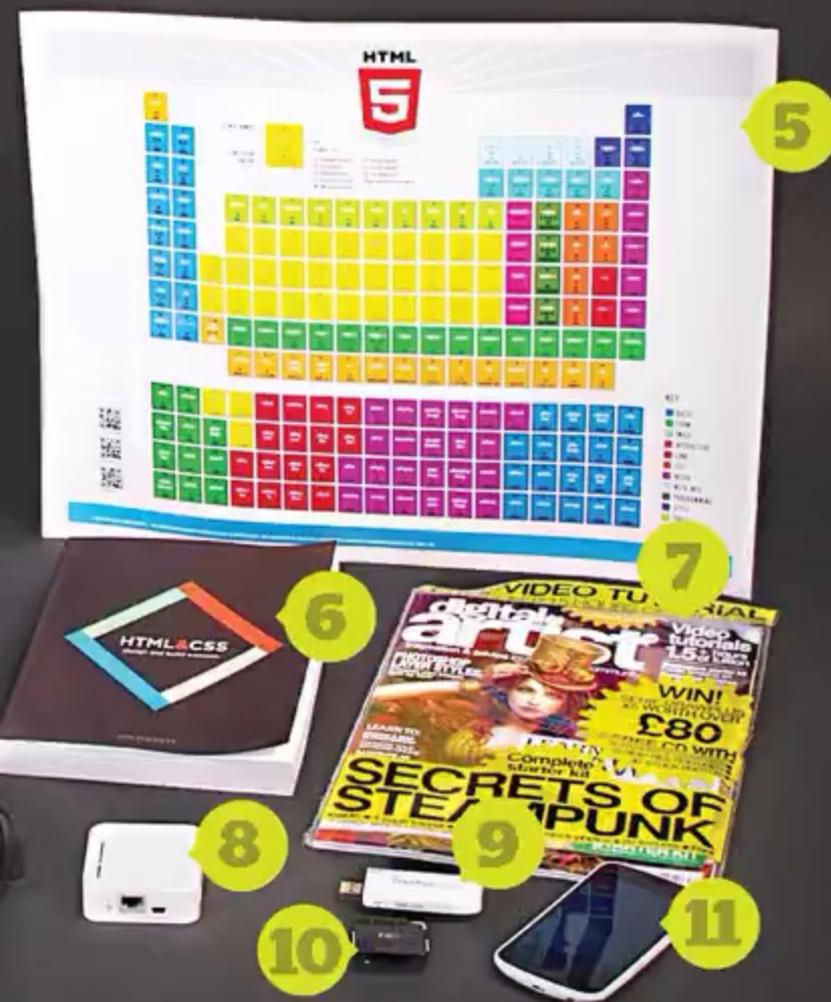
Env. 1,59 €
bit.ly/wbezKq



SketchTime est une appli simple, rapide et fiable servant à faire des croquis et à rédiger des notes. Elle comprend des types de traits réalistes, deux styles de pinceau, permet de passer rapidement du stylo au marqueur ou à la gomme, de zoomer et de se déplacer en toute fluidité, d'annuler et de répéter des actions à l'infini, et d'importer des photos. Une petite appli bien sympa.



Le magazine Digital Artist Fantasy est un guide indispensable pour découvrir les styles et les catégories d'art numérique.



Routeur sans fil TP-Link

Env. 54 €
www.tp-link.com

8 Un routeur 3G portable et sans fil ne mesurant que 100 x 62 x 16 mm. Vous pouvez partager une connexion 3G lorsque celle-ci est disponible, et il est compatible avec plus de deux cent dix modems USB 3G.

Fiio E6

Env. 23 €
www.fiio.com.cn

10 L'E6 est un petit amplificateur nomade pour écouteurs. Son autonomie est d'environ 10 heures et il a trois options intégrées d'égalisation ainsi qu'un port mini-USB.

Mobostick

Env. 72 €
hsti.com/mobostick

9 Le Mobostick est un connecteur USB universel pour utilisateurs d'Android souhaitant se connecter par réseau sans fil à leurs fichiers à partir de leur smartphone ou de leur tablette. Utilisez l'appli Mobostick pour transférer sans fil vos fichiers d'un téléphone vers n'importe quel appareil équipé d'un port USB.

Samsung Galaxy Nexus

Env. 500 €
www.samsung.com

11 Le raffiné Galaxy Nexus est équipé du dernier OS Android (Ice Cream Sandwich), d'un écran HD de 4,65 pouces, de la technologie Bluetooth 3.0, d'un appareil photo panoramique de 5 mégapixels, et de quoi enregistrer des vidéos en HD.

Alex Pierce

<http://thegeekdesigner.com>

Développé avec HTML5 Boilerplate, CSS3, jQuery, TypeKit, Nivo Slider, module Reveal de Zurb.



Designer **Alex Pierce**
<http://thegeekdesigner.com>

Un site portfolio audacieux créé par un designer polyvalent maîtrisant l'art de la typographie sur le Web.



maintenant dans sa sixième version, le site portfolio d'Alex Pierce utilise peu de couleurs mais celles-ci font beaucoup d'effet. Lorsqu'on le visionne dans l'un des navigateurs recommandés, c'est-à-

dire Safari ou Chrome, les limites du site permettent à Pierce de contrôler entièrement le positionnement de ses images bien choisies et de sa typographie. Audacieux sans être impertinent, ce site permet d'accéder au travail du designer de façon pratique et inspirante.

Voici comment Pierce décrit son concept : « Le thème général que j'avais choisi était : 'Je cherche désespérément quelqu'un pour le bal de fin d'année/regardez-moi, regardez-moi.' Je voulais attirer le regard avec une grande

typographie, des taches de couleurs vives, et donner à ma personnalité un peu geek l'occasion de s'épanouir. »

Les transitions fluides entre les pages se servent de pourcentages et d'animations par images-clés CSS3 ainsi que de HTML5. Les textures changent également légèrement lorsque les différentes pages se chargent. C'est très discret et cela donne des mélanges accrocheurs de couleurs et de polices.

Certains designers ont tendance à faire des portfolios en ligne trop encombrés, en voici donc un qui est agréablement différent. Les parties animées du site sont fluides et discrètes, mais c'est surtout le design typographique qui ressort. Ce portfolio Web prouve que la simplicité est un plus lorsqu'il s'agit de montrer en ligne ses talents de designer.

Les parties animées du site sont fluides et discrètes, mais c'est surtout le design typographique qui ressort.



«Ci-dessus»

• La page d'accueil ressemble un peu à un tableau d'affichage, et cela en dit long sur l'amour que porte le designer aux polices et sur sa maîtrise évidente de la typographie Web.

abcABC 1234567890
abcABC 1234567890

«Ci-dessous, de haut en bas»

• Futura Condensed PT, par ParaType, est une évolution du design original de la police créée par Paul Renner, qui en 1927 travaillait pour Bauer.
• Museo Slab, par la fonderie exljbris de Jos Buivenga. Disponible sur MyFonts, FontShop et Fontspring.



- <Ci-dessus>**
- Le degré de contrôle que procurent aujourd'hui le HTML5 et TypeKit est exploité avec talent sur la page de la biographie de Pierce.
- <Ci-dessous>**
- Les projets ont chacun leur page, laquelle fait la liste des statistiques importantes les concernant.



- <À gauche>**
- Les pages portfolio montrent les talents de Pierce et suivent l'esthétique globale du site.



Michelberger Hotel

www.michelbergerhotel.com

Développé avec Flash, XHTML, HTML, CSS, bibliothèque SWFAddress, JavaScript, ActionScript, bibliothèque jQuery



Designer **Plantage**
www.plantage.de

De belles illustrations et des techniques d'animation modernes font une expérience visuellement riche.



réé en l'espace de quatre mois, l'étrange site Michelberger Hotel est un coup de maître fait d'illustrations et d'animations subtiles. Le développeur, Lukas Sommer, nous explique comment il a approché le design du site,

basé sur les dessins du directeur artistique Azar Kazimir.

« Nous avons voulu faire un site charmant, divertissant et loufoque pour refléter la nature originale, informelle et différente de l'hôtel, et pour séduire le genre de clients auxquels ce site, selon nous, était censé plaire. Le dessin d'Azar, celui qui représente une fusée, était notre point de départ. Nous l'avons décomposé, optimisé pour l'animation, et enrichi à l'intérieur comme à l'extérieur avec de nouveaux éléments volants. »

Le côté fait main du site est complètement délibéré : les designers

ne voulaient pas qu'il ait l'air trop figé, car cela n'aurait pas correspondu au brief du client.

Sommer enchaîne : « Les événements SWFAddress sont enregistrés dans la partie Flash, et déclenchent les animations lorsqu'on accède à certains points de navigation dans la partie HTML. La partie Flash déclenche également plusieurs fonctions JavaScript pour déterminer s'il faut afficher ou non le contenu. Ces deux parties communiquent entre elles par le biais de JavaScript et d'ActionScript. La bibliothèque jQuery sert de base pour tout le contenu concernant l'animation et se trouvant dans la partie HTML. »

L'animation Flash n'est peut-être pas ce qu'il y a de plus à la mode en ce moment, mais ce site tire parti de ses capacités avec brio. Grâce à l'interactivité du site, le visiteur est captivé par l'animation, qui reste alors gravée dans sa mémoire.

Nous avons voulu créer un site charmant, divertissant et loufoque pour refléter la nature originale, informelle et différente de l'hôtel.

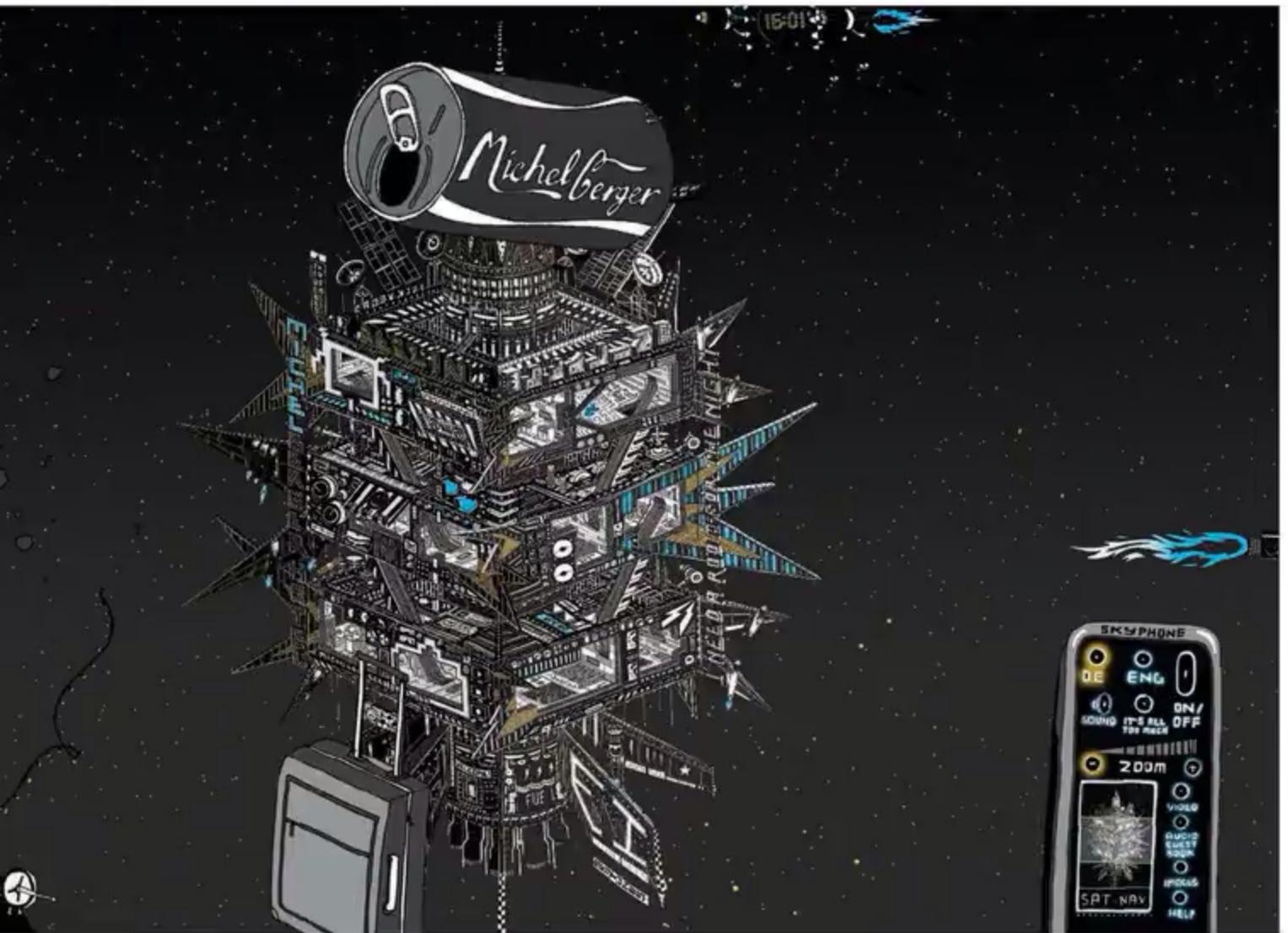


«Ci-dessus»
• Les illustrations complexes qui servent de base au site vont à la perfection avec la nature informelle et différente de l'hôtel.



abcABC
123456789

«Ci-dessus»
• Le site se sert d'une police manuscrite créée par Azar Kazimir, ainsi que de Courier New, conçue par Adrian Frutiger et Howarf Kettler, de Monotype Imaging.

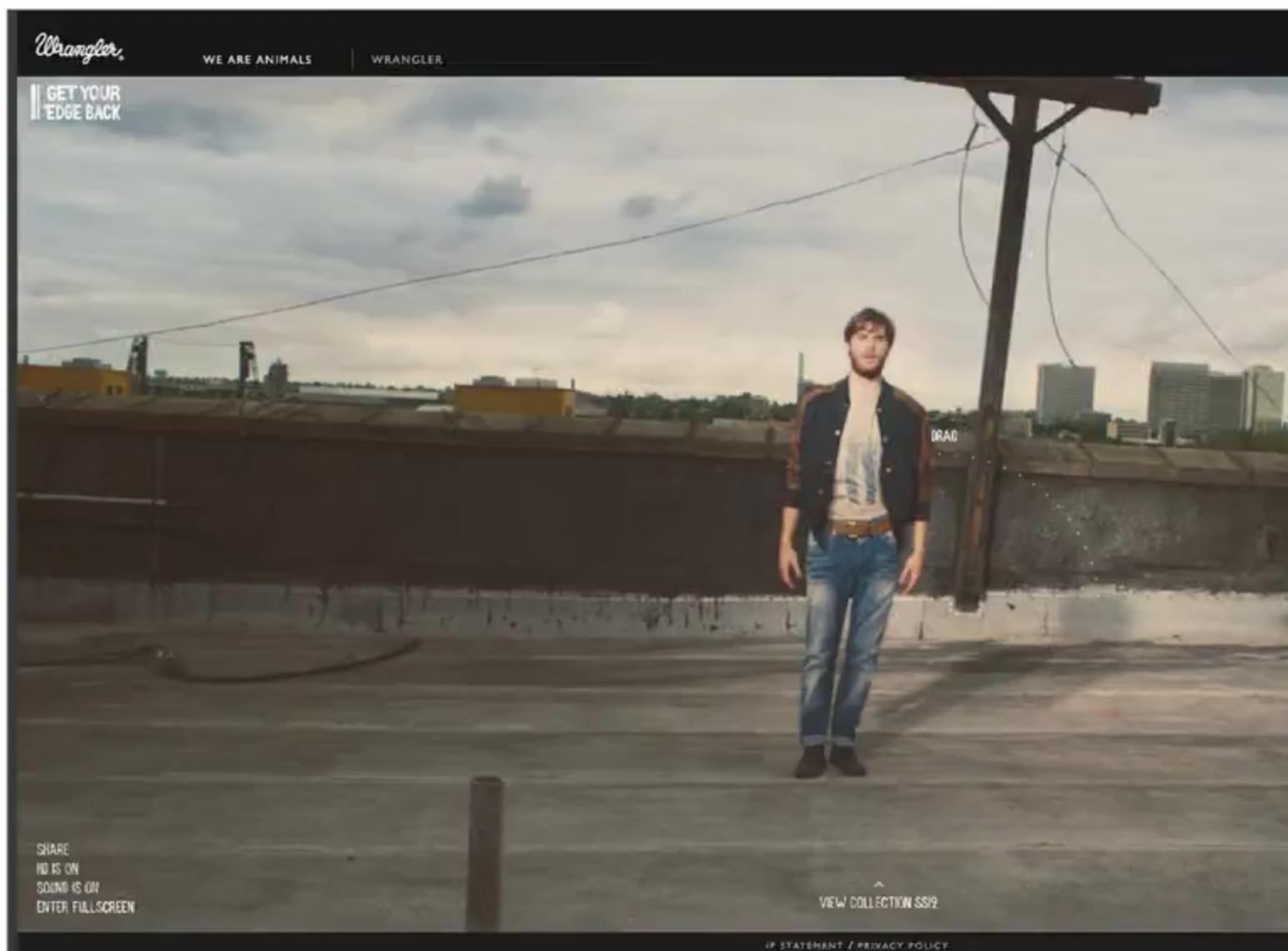


«Ci-dessus»
 • Les vraies stars du site sont les illustrations d'Azar Kazimir. Leurs détails sont somptueux et d'autant plus stupéfiants lorsqu'ils s'animent.



«Dans le sens des aiguilles d'une montre, du bas vers la droite»

- Prenez le contrôle de l'hôtel-fusée grâce à la télécommande. Ce site vous laisse interagir avec son contenu.
- Les détails incroyables intégrés à l'animation dans et en dehors de l'hôtel hypnotisent le visiteur.
- Grâce aux éléments graphiques se trouvant en dehors de l'hôtel, le site reste toujours en mouvement et notre regard ne se pose jamais vraiment nulle part.
- Grâce à la télécommande, vous pouvez ouvrir une visionneuse d'images et même regarder des vidéos intégrées au site.



<À gauche>

• Le site n'oublie pas la marque Wrangler. Vous pouvez visionner chaque ensemble d'habits avant ou après vous être amusé avec la gravité.



<À gauche>

• On vous invite à déplacer l'ancrage de l'image pour créer un effet visuel donnant le tournis.





Wrangler Europe

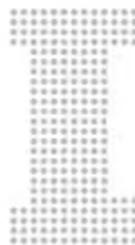
www.wrangler-europe.com

Développé avec HTML, Photoshop, Adobe After Effects, Rotoscopie



Designer **Stink Digital** stinkdigital.com

Une marque à la forte notoriété et une mise en scène de très haut vol se mélangent pour nous donner une expérience utilisateur fascinante qui "redonnera du tonus".



<Ci-dessus>

• Chaque transition est divisée par une courte vidéo, rapide et dynamique.



<Ci-contre>

• Lors des transitions entre les différentes scènes, brillamment réalisées, les mannequins basculent avec fluidité dans la scène suivante.

a vidéo fait peut-être maintenant partie intégrante des sites des grandes marques, mais peu d'entre elles ont réussi à innover dans ce domaine en présentant un contenu réellement intéressant. La marque Wrangler se sert de la vidéo depuis déjà quelque temps. Elle a contacté Stink Digital parce qu'elle voulait un site visuellement complexe qui permettrait quand même aux fans de la marque de s'amuser.

Au premier abord, le site Wrangler Europe semble proposer des vidéos tout à fait ordinaires. C'est cependant une fois que le site s'est chargé que le fun commence, nous dit Stink Digital : « Nous avons tourné les vidéos avec un de nos metteurs en scène, Arno Salters, puis les avons postées, ainsi que toutes les transitions, en interne. Ces vidéos

contiennent un grand nombre d'images pour que l'internaute puisse lentement faire défiler le film d'avant en arrière sans que les images paraissent décousues. »

Ce sont les transitions entre les pages qui font que le site se démarque et propose au visiteur une expérience visuelle unique. Le site tout entier est construit autour du contenu vidéo, et constitue une master class dont tout designer peut s'inspirer.

L'immersion dont le visiteur fait l'expérience est la preuve des compétences techniques des designers, continue Stink : « Pour intégrer l'aspect visuel du film au site, nous avons dû faire en sorte que les éléments de l'interface suivent des propriétés physiques. Cela a demandé aux équipes de développement et d'effets spéciaux d'effectuer beaucoup de tests et de petites modifications pour que cela soit parfait. »

Le site tout entier est construit autour du contenu vidéo, et constitue une master class dont tout designer peut s'inspirer.



Haut et fort

Web Design à fait un tour dans le nord de l'Angleterre pour rencontrer le directeur général de Shout Digital, agence aux multiples talents. Il explique qu'il est important d'avoir une URL adéquate, que le Responsive design n'est pas une solution passe-partout, et nous en dit plus sur les multiples créations web de l'agence.



Qui Shout Digital
Quoi Agence numérique globale primée
Où Keel House, Garth Heads, Newcastle-upon-Tyne, NE1 2JE
web
www.shoutdigital.com

Clients

St Ermin's Hotel,
magazine OK!,
The Green Hound,
Exsus

Le magazine people OK!, un somptueux hôtel londonien quatre étoiles et un géant mondial de la sécurité: voici une poignée des contrats grâce auxquels l'agence numérique Shout Digital, située dans le nord-est de l'Angleterre, a connu une augmentation de 400 % de son chiffre d'affaires annuel alors qu'elle n'en est qu'à sa deuxième année d'activité.

Etablie par Gary Boon, le génie technique à l'origine de l'émergence du paiement par carte à puce et du travail révolutionnaire effectué sur le site TV Licensing de la BBC, Shout Digital a été créée fin 2009 et a vite attiré une équipe de vingt spécialistes numériques de gros calibre, ainsi que le soutien d'un conseil d'administration impressionnant.

Shout Digital, qui se spécialise dans le développement de stratégies numériques et propose des solutions allant du développement Web à la conception de logiciels, au marketing en ligne et aux applis mobiles, travaille avec de nombreuses PME et sociétés de premier ordre du Royaume-Uni.

Au cours de sa courte existence, l'agence a déjà remporté un grand nombre de prix tels que celui d'agence numérique du Nord-Est de l'année (MIAwards), a été nommée comme étant une des cent meilleures agences numériques en dehors de Londres (par The Drum) et a réussi à se faire une place tant convoitée dans le RAR (Recommended Agency Register).

Shout Digital est une relative nouvelle venue dans l'arène créative et numérique. Nous avons demandé à son directeur

général, Gary Boon, de nous parler de l'évolution de l'agence ces dernières années et de ce qui a fait qu'elle est arrivée là où elle est aujourd'hui.

« Notre moteur principal, c'est notre objectif : nous voulons être une agence globale de qualité et les meilleurs dans notre domaine. Nous avons commencé petit : en 2009, nous n'étions que trois, et nous faisons surtout de petits projets principalement axés sur le Web. Pour devenir l'agence globale que nous savions que nous pouvions être, nous devons recruter du talent et faire des projets à plus grande échelle. C'est à ce moment que nous avons recruté plusieurs personnes aux multiples talents afin de donner un peu de "corps" au numérique. Aujourd'hui, nous avons vingt employés au savoir-faire très divers : Web, expérience utilisateur, analyses de données Web, développement mobile, design ou encore marketing en ligne. C'est grâce à cette diversité que nous sommes devenus l'agence globale que nous avons toujours voulu être, et pour nous il est vraiment important de trouver le candidat idéal pour chaque poste. »

On dit souvent qu'il faut que le nom d'une agence et son URL soient les mêmes, mais ce n'est pas toujours vrai. Boon nous raconte l'histoire du nom de domaine de Shout Digital.

« Le positionnement d'une marque est très important et, de ce point de vue, je pense que le nom d'une agence doit être original surtout si l'on veut qu'elle communique l'essence de l'agence. Pour "Shout", ma philosophie



Shout Digital

Fondée 2009
Créateur Gary Boon



Cabinet d'avocats Dickinson Dees: appli iPhone. Ce cabinet d'avocats anglais vieux de 200 ans entre dans le monde moderne grâce à une appli mobile.



Magazine OK!: appli iPhone. Ce site entièrement en Flash est fait autour d'un carrousel d'objets 3D transformés en modèles 3D.

Nombre d'employés

20

2009

Nombre d'employés

3

Prism Financial
Site de conseils financiers avec intégration de tableaux de bord pour clients et conseillers.



2010

Smoothwall
Site pour équipement et logiciels de sécurité sur Internet.



2011-2012

Portail Business Quarter
Shout travaille sur le portail Internet du magazine pour entrepreneurs Business Quarter.



🌱 Nous essayons à présent de nous éloigner du site créatif pour faire quelque chose d'un peu plus professionnel. 🌱

était simple : avoir un seul mot que l'on pourrait épeler facilement, dire rapidement et dont on se souviendrait. J'ai vérifié l'URL pour Shout car je pense qu'il est important que l'URL d'une société soit la même que son nom, et j'ai vu que Shout.com était en vente mais à partir de 50 000 livres (env. 62 000 euros). J'ai alors décidé qu'il n'était pas si important que ça que l'URL corresponde exactement au nom de l'agence ! Nous étions une agence numérique, nous avons donc pensé au nom Shout Digital, et le domaine en .com était disponible, alors nous l'avons acheté. L'ironie, c'est que le domaine en .co.uk était détenu par une tout autre agence (Shoutdigital) située à Weston-super-Mare, dans le sud-ouest de l'Angleterre, mais qui faisait surtout du développement Web.»

Il va sans dire que le site Web d'une agence numérique est

de la plus grande importance pour sa réussite. Boon nous explique ce que voulait Shout Digital pour son premier site.

« Ce que votre site révèle sur vous est très important. Quand nous avons lancé l'agence, Shout Digital n'avait pas de portfolio malgré le fait que nous avions parmi nous des membres très expérimentés qui avaient auparavant travaillé sur certaines des plus grandes marques du Royaume-Uni. Nous voulions essayer de faire un site un peu différent de celui des autres agences, nous avons donc choisi d'être très créatifs et y avons mis des choses un peu décalées. Notre but était que notre site se fasse remarquer de par sa différence, mais aussi parce qu'il montrerait notre créativité et notre savoir-faire technique. Grâce à ce site, nous avons fait partie des trois cent soixante-cinq meilleurs sites du monde sur Awwwards.com.

Nous essayons à présent de nous éloigner du site créatif pour faire quelque chose d'un peu plus professionnel afin d'aider les gens à comprendre que nous ne sommes pas seulement créatifs ; ce que nous faisons et les services que nous proposons sont aussi très techniques et stratégiques. Nous n'avons pas mis à jour le portfolio sur notre site depuis que nous avons lancé la société il y a trois ans, nous sommes donc d'avis qu'il est maintenant important de montrer la grande diversité de notre travail. Cela inclura l'abandon des "monstres" de Shout, montrera qui nous sommes, ce que nous avons fait et, surtout, ce que nous pouvons faire pour nos clients. »

Les agences ne sont rien sans leurs clients. Boon nous explique que Shout Digital a choisi de ne pas suivre un développement commercial traditionnel et, au lieu de cela, d'évoluer naturellement.

« Notre façon de travailler (depuis que nous nous sommes établis) ne suit pas un développement commercial traditionnel. Nous avons évolué très rapidement et naturellement. À l'origine, l'agence obtenait des projets grâce à des personnes que nous



Andy Hiles et Ian Mullen, designers, plaquent pour le photographe.



Andy donne à Ian Mullen, directeur de la création, quelques conseils pour bien jouer à Angry Birds.



Il était prévu dès le départ que sur ce site fait sur mesure pour Exsus, les images seraient mises en avant.



connaissances, et à force de bien travailler, on nous a de plus en plus recommandés ; la croissance de l'agence ces trois dernières années est uniquement due à cela. Dans le futur, l'agence sera cependant bien plus structurée, ciblée et réfléchie. Les recommandations seront toujours importantes et nous espérons continuer à gagner du travail de cette manière, mais maintenant nous pouvons les remplacer par une vraie approche axée sur le développement commercial. Nous avons engagé un responsable du développement qui nous aidera à cibler stratégiquement certaines entreprises grâce au solide portfolio que nous nous sommes constitué sous le nom de Shout Digital. Les agences disent toutes qu'elles sont douées, mais maintenant nous avons un portfolio pour le prouver.»

Les projets peuvent être de toute taille et de toute nature. Boon nous explique que Shout Digital ne veut refuser aucune commande de projet.

« Le numérique a tellement d'importance dans le commerce que, par principe, je ne veux refuser personne. Il n'y a rien que nous ne ferions pas normalement, mais tout dépend

de l'avis des membres de notre équipe, s'ils estiment que certains projets coûteraient trop cher ou pas. Nous travaillons avec des PME ainsi qu'avec des marques plus grandes et plus connues comme le magazine OK!, nous n'excluons donc pas de choisir comme clients des entreprises de premier ordre car nous voulons travailler avec toutes sortes de sociétés, et nous savons que nous en sommes capables.»

Une fois un projet décidé, il faut se mettre au travail. Boon nous parle de la répartition du travail et nous explique qu'ils continuent à faire des tests même après le lancement du site.

« Je dirais que les différents aspects d'un projet prennent à peu près tous le même temps à faire, car ils sont tous, la création comme la partie technique, aussi importants les uns que les autres. Les projets peuvent durer de plusieurs semaines aussi bien que toute une année selon ce que demande le client. Pour ce qui est de la répartition du travail, nous séparons la découverte, l'expérience utilisateur, la compréhension de l'analyse client et commerciale de notre client, la visualisation du site Web, l'imagerie et, en conjonction avec cette dernière,



Regard décalé

Gary Boon, directeur général, Shout Digital

« Nous n'utilisons pas trop le HTML5 parce qu'il est encore jeune. Sa prise en charge n'est pas universelle et les internautes n'ont pas forcément les navigateurs les plus récents permettant de l'utiliser. »



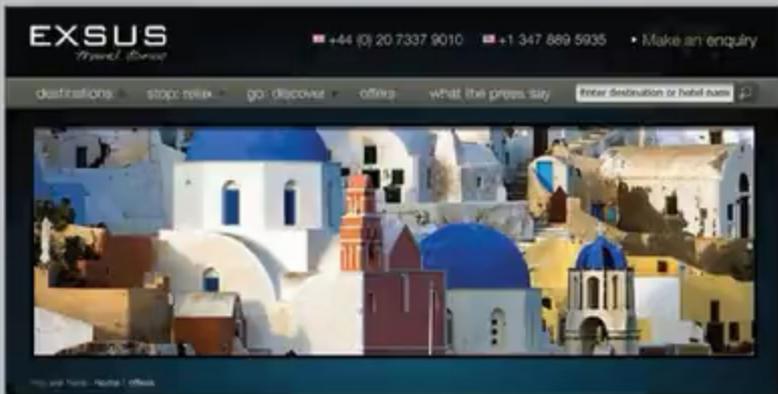
Shout, lancée en 2009, est petit à petit devenue une équipe de vingt personnes.



Player 1 is the winner!



Gary Boon, créateur de Shout, donne des instructions aux troupes pour la dernière stratégie de projet.



La SEO est importante, mais si vous avez un produit ou un service à vendre, alors il faut vous tourner vers d'autres moyens de communication.

les desgrs techniques, afin de tirer le meilleur parti de la stratégie pour atteindre les buts fixés.

Nous avons parmi nous de nombreux employés très compétents qui se spécialisent dans différents domaines comme le marketing en ligne, le design d'expérience utilisateur, la gestion de clientèle, etc. Nous faisons donc tous partie des équipes de projets, selon le savoir-faire requis. En ce qui concerne le temps passé dessus, même si un projet est fini, nous ne nous arrêtons pas. Nous continuons à tester le site au cours des mois qui suivent pour nous assurer que ses fonctions correspondent aux besoins du client et pour corriger régulièrement ce qui a besoin de l'être.

Talent créatif mis à part, un projet est propulsé par les logiciels qu'une agence choisit d'utiliser. Boon nous parle des différents outils numériques dont il se sert au quotidien pour faire leurs projets.

« Pour ce qui est de la création, nous sommes partisans d'Adobe dans le sens où nous utilisons des applications

comme Fireworks pour créer les images des projets, puis nous utilisons différents types d'environnements de développement selon le type de projet concerné. Par exemple, nous utilisons Xcode pour le développement d'applications iPhone, et Microsoft Visual Studio pour le développement d'applications Web. Même si en général nous préférons Adobe pour la création, cela dépend vraiment du support que nous utilisons et de si nous cibons le Web ou les plateformes mobiles comme Android, BlackBerry, iPhone, etc. On pourrait donc dire que nous faisons du développement spécifique car nous aimons tenir compte des cibles de nos clients et travailler dans cette optique en utilisant les outils adéquats. »

Une fois un projet fini, il faut le remettre au client. Boon nous explique comment cela se passe et nous parle de l'assistance technique que fournit l'agence.

« Nous essayons de travailler en collaboration pendant la totalité du projet pour que le client ait accès très tôt aux différentes parties du site, pendant même que nous y

travaillons. Il peut ainsi le tester alors qu'il n'est pas encore achevé et nous recontacter s'il faut faire des modifications. Nous travaillons de façon très rapprochée avec le client depuis l'étape des tests utilisateurs jusqu'à la date de lancement, puis après cela pendant plusieurs mois pour corriger des problèmes s'il y en a. La plupart des clients nous versent ensuite des honoraires par provision pour s'assurer d'une assistance technique continue et pour que nous puissions continuer à mettre le logiciel à jour. Nous sommes complètement orientés clients et le degré d'engagement et de transparence que nous leur donnons est, me semble-t-il, inégalé par quelque autre agence que ce soit. Nous utilisons les bonnes personnes pour chaque projet et faisons toujours attention à ce que le dialogue instauré se fasse dans les deux sens. »

Flash a peut-être eu quelques problèmes récemment, mais Shout Digital continue à l'utiliser. Boon nous explique pourquoi et nous dit ce que ce logiciel peut encore nous proposer.

« Dans notre premier site Web, nous avions beaucoup d'animations qui étaient alors plus faciles à faire en Flash. Il est possible d'en faire une partie en HTML5, mais la raison pour laquelle nous ne l'utilisons pas trop est qu'il est encore jeune. Sa prise en charge n'est pas universelle et les internautes n'ont pas forcément les navigateurs les plus récents permettant d'utiliser cette technologie. Flash permet un degré de créativité

PROJET CLEF

Hotel St Ermin's

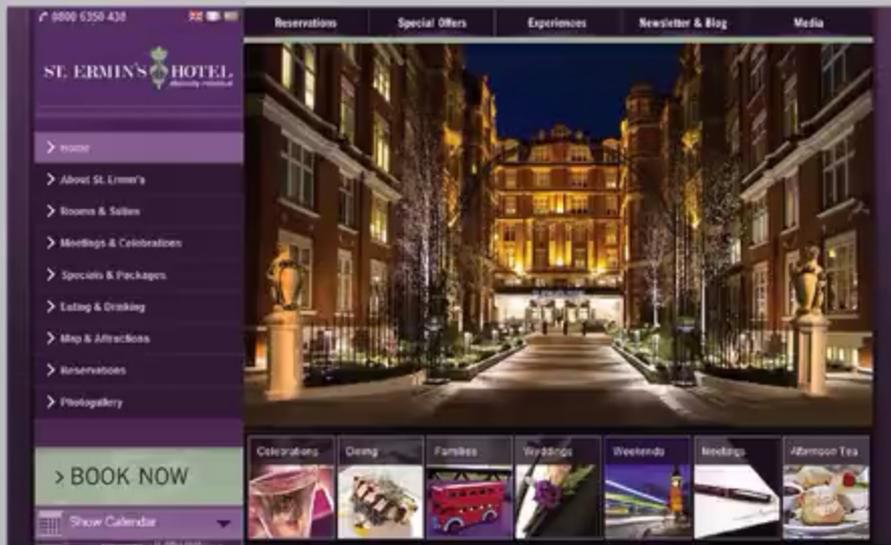
La pression s'est fait sentir pour arriver à créer un site tout aussi classieux que cet hôtel de luxe.

Shout Digital a créé le nouveau site élégant de l'hôtel quatre étoiles St Ermin's, à Westminster, afin de célébrer la fin de la remise à neuf de cet hôtel classé (grade II selon la classification anglaise), de style victorien, qui aura coûté 30 millions de livres.

La nouvelle apparence et la nouvelle structure du site de cet hôtel, l'un des plus vieux et des plus somptueux de Londres, ont renforcé sa stratégie commerciale globale en faisant beaucoup augmenter ses taux de conversion, et en doublant son chiffre d'affaires en ligne depuis le lancement du site.

Battant une concurrence composée de six des meilleurs spécialistes en Webdesign pour grands hôtels, Shout Digital a été choisie pour faire la refonte de tout le front-end et pour l'élaboration d'un nouveau système de gestion de contenu adapté à la nouvelle apparence du St Ermin's.

Gary Boon nous parle de ce grand projet : *"Notre objectif final était d'aider à faire venir des visiteurs sur le site pour qu'ils réservent une chambre à l'hôtel sans pour autant que le site ait l'air d'être complètement focalisé sur la vente. Nous avons fait cela en partie en simplifiant la navigation vers la page des réservations."*



que l'on ne peut pas obtenir avec le HTML5 et le CSS3. Le mobile a, c'est sûr, commencé à marginaliser Flash car de plus en plus de contenu est consommé sur les portables. Nous prêtons une attention particulière aux clients de nos clients et essayons de cibler le public le plus large possible pour ces derniers, nous utiliserons donc la plateforme qui conviendra le mieux au projet.»

Les alternatives populaires à Flash sont le HTML5, le CSS3 et jQuery ; Shout les utilise-t-elle souvent ?

« Sur bureau comme sur Web mobile, on verra de plus en plus apparaître un mélange de HTML5, de CSS3, de jQuery, etc., et Flash commencera à perdre en vitesse dans tous les domaines. Déjà les smartphones et les versions mobiles des derniers navigateurs préfèrent prendre en charge les technologies récentes plutôt que Flash, nous ferons donc des sites tirant parti de ces technologies. Nous en revenons de nouveau au concept de compréhension du public et des moyens de communication/supports que les consommateurs utilisent pour consommer le contenu.»

Le responsive design est une technique visant à résoudre le casse-tête bureau/mobile. Boon nous explique comment Shout Digital s'occupe de ce problème : « Le responsive Webdesign est compliqué si l'on veut fournir une solution fonctionnant sur les nombreux appareils différents existants et avec leurs résolutions respectives.

Sur le plan du marketing numérique, les sociétés sont obligées de faire en sorte que leur contenu soit disponible sur ce grand nombre d'appareils. Malheureusement, le responsive Webdesign veut dire qu'il n'existe plus d'approche passe-partout, nous travaillons donc avec nos clients pour faire soit un responsive design à part entière, soit ce qui leur convient le mieux selon leurs besoins et leur budget.»

Donner de la visibilité à un site est vital pour son succès. Le directeur général de Shout Digital nous dévoile ce qu'il faut prendre en considération pour toucher le plus grand monde possible.

« L'optimisation pour les moteurs de recherche ne suffit pas. Il faut plutôt voir les activités commerciales que vous pouvez entreprendre. Le moyen de communication le plus efficace pour toucher le public reste la publicité télévisée. La SEO est importante, mais si vous avez un produit ou un service à vendre, alors il faut vous tourner vers d'autres moyens de communication pour appuyer votre marketing en ligne, ce qui vous aidera à faire connaître le nom de votre marque. Les sociétés doivent voir où elles veulent positionner leur entreprise/produit et chercher en permanence de nouveaux supports ou d'autres formes de publicité qui les aideront à toucher leur public cible.»

Shout

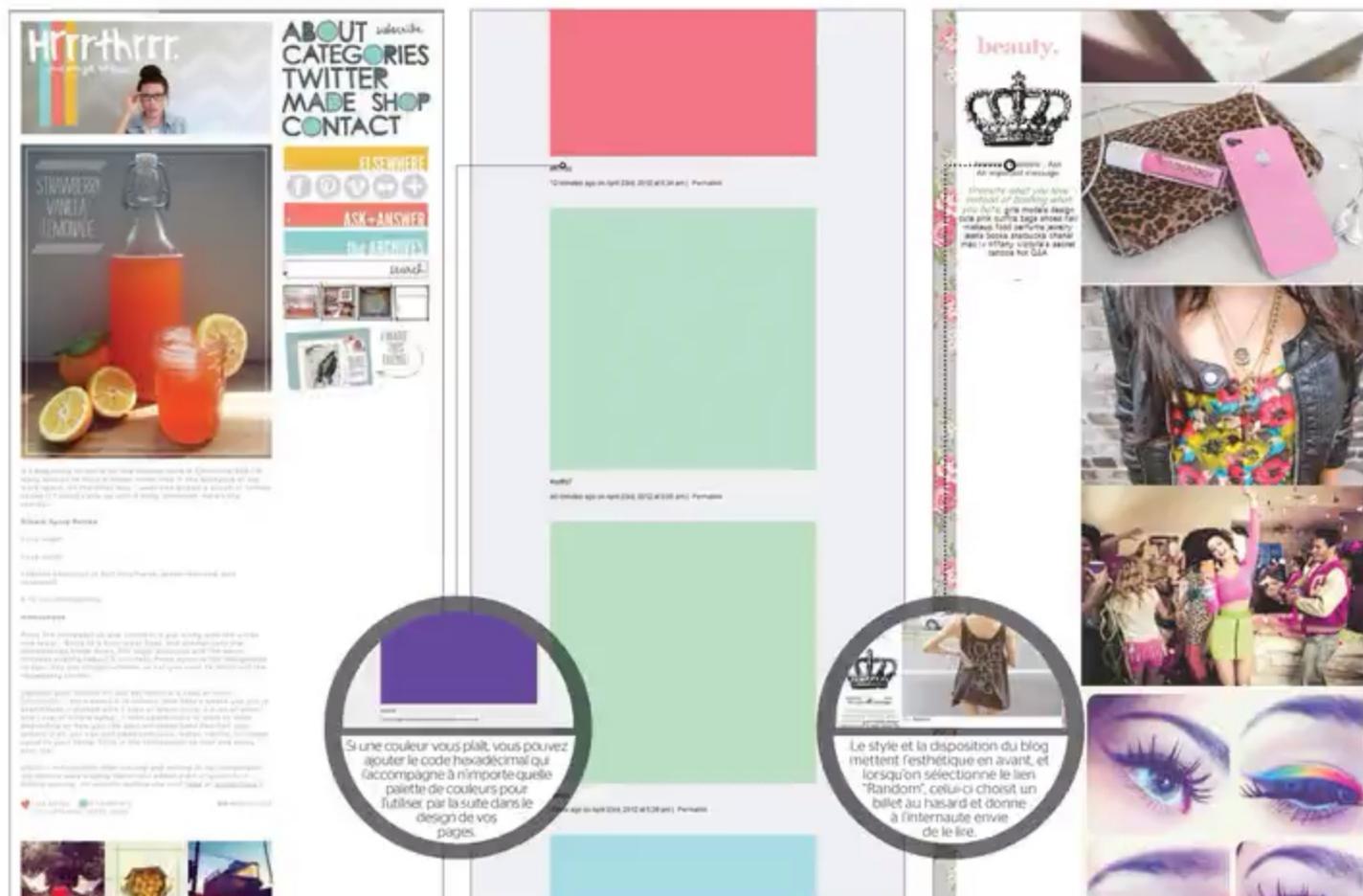
WEB _____ www.shoutdigital.com
 FONDATEUR _____ Gary Boon
 ANNÉE DE CRÉATION _____ 2009
 EMPLOYÉS ACTUELS _____ 20
 VILLES _____ Newcastle et Londres

SERVICES

- > Design d'expérience utilisateur
- > Marketing en ligne
- > Web design
- > Création intelligente de logiciels
- > Applis mobiles

Faites publier votre site ou suggérez un thème **Tweetez-nous les liens directement sur @webdesignmag** ou envoyez-les nous par mail à **mail@webdesignmag.fr**

Voici six tumblelogs montrant l'impact que peut avoir l'art simple du microblogging.



🌈 Pretty Colors est on ne peut plus simple avec un arrière-plan blanc et des billets contenant chacun un gros carré de couleur. 🌈

Hrrrthrrr

www.hrrrthrrr.com

Plateforme de développement Tumblr

Le header mélange couleurs pastel, photographies simples et polices manuscrites pour un impact immédiat. Les éléments faits maison sont omniprésents sur ce blog, et les détails travaillés aident à créer l'atmosphère du site et des billets. Des photographies et images voyantes accompagnent chaque billet pour encourager le visiteur à le lire.

Pretty Colors

prettycolors.tumblr.com

Plateforme de développement Tumblr

Ce site est on ne peut plus simple avec un arrière-plan blanc et des billets contenant chacun un gros carré de couleur. Le titre utilise la famille de polices Helvetica, toujours aussi populaire, et ne change sa couleur par défaut qu'au moment du survol. Chaque carré de couleur est accompagné d'un code hexadécimal et c'est tout, mais c'est cette simplicité qui fait que ce blog est intéressant.

Beauty

-beauty.tumblr.com

Plateforme de développement Tumblr

Rien d'extravagant ou de prétentieux ici, seulement un blog simple contenant une seule colonne et faisant très bon usage d'images et de texte. Un arrière-plan simple se répétant et composé de fleurs lui sert de fond et le rend tout de suite plus intéressant. Pour ce qui est du côté technique, il y a un logo et un menu qui restent bien fixes tandis que le contenu principal défile et fait passer un torrent d'accessoires.



SÉCURITÉ WORDPRESS

Comment fonctionne le piratage de
WordPress et des autres CMS open source.



Pirater un système demande du travail, qu'il s'agisse d'un site Web ou d'un réacteur nucléaire. Ce qui donne envie à un pirate d'attaquer une cible est souvent un mélange de prestige, de satisfaction et de motivation financière. Vos projets open source ne sont probablement pas aussi prestigieux

que Facebook, ou ne présentent pas le même intérêt financier s'ils se faisaient pirater que la banque HSBC, mais les pirates vous considéreront comme une cible bien plus aisée et donc séduisante, car votre code de base est open source. Les développeurs et designers de sites Web qui se servent de systèmes open source comme WordPress, Joomla! et Drupal doivent donc être prudents et savoir quels sont les problèmes de sécurité qui seraient autrement passés inaperçus dans des systèmes fermés ou faits sur mesure. Attaquer un système open source est bien plus simple que vous ne le pensez. Beaucoup de pirates professionnels se spécialisent dans le ciblage de systèmes open source, et bon nombre d'entre eux ciblent spécifiquement une poignée des systèmes les plus populaires. Une fois qu'un projet open source atteint une masse critique d'utilisateurs, développer des méthodes et des outils spécialisés pour cibler des sites en se basant sur un code open source bien particulier devient viable pour les pirates criminels ayant une motivation financière. Le diagramme à droite explique une des méthodes que peut employer un pirate pour développer son code malveillant. La solution à ce problème de sécurité est de prendre des mesures préventives pour empêcher l'exploitation des vulnérabilités potentielles. Cet article vous montrera comment rendre vos systèmes open source plus sûrs, que vous utilisiez WordPress en amateur sans savoir programmer ou que vous soyez un programmeur expérimenté et développiez vos propres extensions open source.

“ CEUX QUI SE SERVENT DE SYSTÈMES OPEN SOURCE DOIVENT ÊTRE PRUDENTS. ”

MESURES DE SÉCURITÉ NON TECHNIQUES

Pour l'essentiel, on peut éviter des problèmes de sécurité ou les résoudre grâce à des mesures simples, sans avoir besoin de savoir programmer. Nous allons vous expliquer ce que vous pouvez faire pour améliorer la sécurité de votre WordPress et des autres systèmes open source : Debs Williams, freelance, experte en marketing chez debbidoo (www.debbidoo.com) et preuve vivante qu'un non-développeur peut prendre des mesures pour assurer la sécurité de sites WordPress, nous fera en prime part de ses suggestions.

CHOISIR UN BON HÉBERGEUR

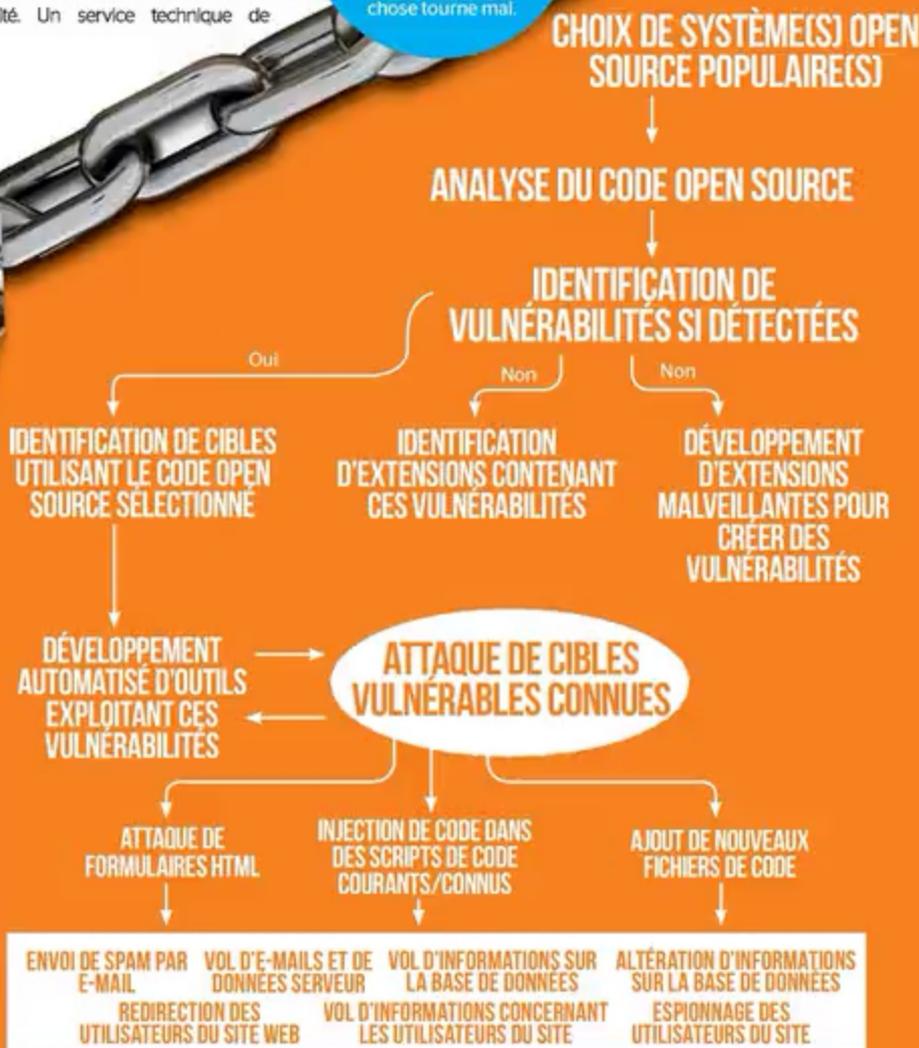
Que vous vous considériez comme un expert ou un novice en création de sites Web, si vous avez l'appui de votre société d'hébergement et avez l'assurance qu'elle fera bien les choses dès le départ, vous pourrez éviter de nombreux problèmes de sécurité. Un service technique de

premier ordre coûte cher, alors réfléchissez bien avant de choisir l'hébergeur le moins cher que vous puissiez trouver.

Williams nous raconte qu'un ancien hébergeur a probablement contribué au piratage répété d'un de ses sites WordPress. « Je n'avais jamais utilisé cet hébergeur auparavant et je ne l'ai plus jamais utilisé depuis. Une fois, j'ai essayé de visiter le site, et il y avait un message du navigateur disant que le site était dangereux et avait été bloqué. Même si l'hébergeur avait

AVANTAGES

Évite des vulnérabilités basiques dans la sécurité du serveur et permet d'avoir l'assistance nécessaire pour réagir rapidement si quelque chose tourne mal.



CI-DESSUS : Le processus qu'un pirate suivra lorsqu'il ciblera un système open source.

SÉCURISEZ VOS MOTS DE PASSE

GÉNÉREZ DES MOTS DE PASSE HACHÉS POUR UNE PROTECTION SUPPLÉMENTAIRE

• On fait souvent l'erreur d'utiliser des mots de passe faciles à retenir. Que ce soit pour accéder à une base de données ou à la zone admin, les pirates peuvent facilement cracker les mots de passe par la force brute en se servant d'un dictionnaire des mots de passe les plus couramment utilisés. Cette méthode, pour accéder de force à votre base de données ou à votre zone admin, peut être entièrement automatisée, donc le pirate ne passera que très peu de temps à activer son attaque et à en attendre les résultats.

Pour le mot de passe de votre compte admin, utilisez-en un qui mélange des nombres qui vous sont propres et qui ne peuvent pas être devinés, mais dont vous pourriez vous souvenir facilement. Par exemple :

• Date actuelle + Nom de votre animal de compagnie + 3 derniers chiffres de votre numéro de téléphone
= 230412Tigger389

Pour des comptes permettant de se connecter à votre base de données, il vous faudra quelque chose d'encore un peu plus sûr. Comme nous parlons ici de ce qu'utilisera votre code lorsqu'il aura besoin d'accéder à votre base de données, vous ne vous en servirez pas souvent, donc il est moins important de pouvoir le retenir facilement. Pour une meilleure sécurité, utilisez un générateur de hash pour crypter votre mot de passe afin qu'il ne puisse pas être deviné. Allez sur www.md5hashgenerator.com pour créer une version hachée du mot de passe ci-dessus :

• Mot de passe original :
230412Tigger389

• Mot de passe après hachage :
82b78173308696c7141a972e4deb3641

Pour bien sécuriser votre mot de passe, il faut quand même, au départ, qu'il respecte les règles de sécurité pour que les pirates ne puissent pas deviner le mot de passe haché en utilisant une base de données des mots de passe faibles et en générant ensuite leur équivalent MD5.

identifié et supprimé certains fichiers suspects qui s'étaient retrouvés sur le serveur, ce problème s'est répété plusieurs fois. La cause était inconnue, mais ce que je peux dire, c'est que j'ai depuis hébergé des sites WordPress chez au moins trois autres hébergeurs et que je n'ai eu aucun de problème de sécurité. » Même si le problème de Williams aurait pu venir de n'importe quoi, il y a de grandes chances pour qu'il ait été causé par une extension ou un thème utilisé sur le site et qui n'était pas fiable. En paramétrant correctement son serveur, on peut éviter ce genre de choses.

Un autre inconvénient des hébergeurs bon marché, c'est que plusieurs sites se partagent les serveurs afin de réduire les frais individuels d'hébergement, ce qui peut avoir des conséquences négatives sur la sécurité de votre site. La majorité des risques liés à l'hébergement partagé peuvent être éliminés tout simplement en s'assurant que les paramètres sont bien définis, ce qui dépend du savoir-faire technique et du niveau de compétences de l'équipe qui gère les serveurs de votre hébergeur. Voici les problèmes liés à l'hébergement partagé auxquels l'hébergeur que vous avez choisi doit pouvoir remédier :

• Possibilité pour des scripts d'accéder à l'espace d'hébergement se trouvant hors de leur propre domaine.

• Cette vulnérabilité peut permettre à une extension ou à un script malveillant installé par le propriétaire d'un autre site utilisant votre serveur d'infecter votre site tout simplement en trouvant l'endroit où il se situe sur le serveur et en faisant des copies de son code dans votre espace d'hébergement, et même dans vos scripts WordPress.

• Cette même vulnérabilité peut aussi permettre à un utilisateur du serveur qui serait malintentionné de scanner vos fichiers d'hébergement Web et d'y accéder. Cela peut lui permettre de voler tout ce que vous hébergez, y compris des documents et des fichiers de code ayant accès à des informations sur votre base de données.

• Accès à votre base de données.

• Que ce soit en utilisant la force brute ou en se servant d'informations volées directement dans vos fichiers PHP, les autres sites de votre

serveur peuvent accéder à votre base de données s'ils peuvent en acquérir le nom d'utilisateur et le mot de passe.

• Accès aux e-mails.

• Un serveur n'ayant pas été configuré pour empêcher les utilisateurs d'accéder à des zones interdites permettra à des individus et à des scripts malveillants d'accéder à des e-mails stockés sur le serveur, dont les vôtres. Vous pouvez éliminer ce risque en utilisant un fournisseur de messagerie tiers comme Google, dont l'interface est bien meilleure et qui propose un plus grand espace de stockage pour vos e-mails.

• Envoi d'e-mails.

• Les e-mails présentent un autre risque, celui que des scripts malveillants ayant accès à votre site puissent envoyer du spam. Par exemple, un code ayant été installé sur votre espace d'hébergement ou sur un autre site du serveur peut en envoyer. De toutes les manières, comme votre site partage la même adresse IP, il y a des chances pour que des e-mails authentiques soient marqués comme spams par les fournisseurs de messagerie comme Hotmail ou Google parce que l'adresse IP de votre serveur se trouve sur liste noire. C'est une question que vous devez poser à votre hébergeur avant de vous inscrire à un hébergement partagé.

AVANTAGES

Il devient plus difficile pour un code malveillant de modifier le contenu de votre base de données WordPress.

DONNER UN NOM AUX TABLES INSTALLÉES

WordPress a dans son processus d'installation une fonctionnalité utile permettant de donner des préfixes aux noms des tables de bases de données qu'il utilise. Cette fonctionnalité est incluse dans WordPress pour que vos installations puissent partager une base de données avec des applis ou du code que vous auriez développé, mais elle est aussi très utile du point de vue de la sécurité. Comme nous le disons depuis le début, plus vos applis Web sont modifiées, mieux elles sont protégées contre du code malveillant. En remplaçant simplement le préfixe par défaut de la table de la base de données, "wp_", par disons "monBlog1701", il sera plus difficile pour du code malveillant conçu pour attaquer votre base de données WordPress de réussir. Attention

```
/*
 * WordPress Database Table prefix.
 *
 * You can have multiple installations in one database if you give each a unique
 * prefix. Only numbers, letters, and underscores please!
 */
$table_prefix = 'wp_';
```

CI-DESSUS : Le préfixe par défaut des tables de la base de données WordPress est wp_. Il sera plus difficile à pirater si vous le remplacez par un préfixe personnalisé.



cependant, cela ne fera que rendre la tâche plus difficile pour le pirate et n'empêchera pas un code malicieux bien programmé de réussir.

AVANTAGES

Évite d'installer du code malveillant sur votre site et identifie les extensions vulnérables avant qu'elles ne posent problème.

Si vous avez envie d'utiliser cela pour des installations WordPress existantes, vous pouvez mettre les noms de tables de votre base de données à jour, manuellement à partir de phpMyAdmin, puis mettre à jour votre fichier de configuration WordPress (wp-config.php) dans votre répertoire d'installation WordPress.

Cherchez ce qui suit dans wp-config.php :

```
001 $table_prefix = 'wp_';
```

... et remplacez-le par :

```
001 $table_prefix = '[Your prefix here]_';
```

Les autres systèmes open source ayant été programmés correctement ont des paramètres similaires : les préfixes des tables peuvent être définis en accordant aux paramètres systèmes du back-end, comme pour WordPress, ou bien le système lui-même peut définir des noms de tables entièrement personnalisés lorsqu'il en a besoin.

VÉRIFIEZ VOS THÈMES ET VOS EXTENSIONS

Les extensions conçues à des fins malintentionnées ne sont pas les seules à représenter un danger pour votre site Web. Certaines extensions vraiment faites pour être utiles sont parfois programmées de telle façon que les pirates peuvent facilement s'en servir pour accéder à votre site de manière non prévue.

TimThumb, un script développé pour le thème WordPress Mimbo Pro, est l'exemple d'une extension authentique qui a accidentellement provoqué des

LES EXTENSIONS CONÇUES À DES FINS MALINTENTIONNÉES NE SONT PAS LES SEULES À PRÉSENTER UN DANGER POUR VOTRE SITE WEB.

problèmes de sécurité sur des sites. TimThumb était très utile pour les utilisateurs de WordPress et a donc été inclus à de nombreux autres thèmes WordPress ainsi qu'à d'autres systèmes open source. Son problème, c'était qu'au départ il ne validait pas les types de fichiers qu'on pouvait mettre en ligne grâce à lui, et donc permettait de charger du PHP et d'autres scripts.

- Ainsi, les sites WordPress et systèmes open source utilisant un thème qui comprenait TimThumb étaient très vulnérables.
- De nombreux utilisateurs de thèmes se servant de TimThumb ne savaient pas comment leur site était touché, ce qui a eu pour résultat qu'on a enregistré 1,2 million de sites comme étant infectés.
- Les pirates pouvaient identifier des sites vulnérables simplement en cherchant des sites WordPress qui utilisaient des thèmes connus pour se servir du script TimThumb.
- La structure de code standard de WordPress faisait que les pirates pouvaient créer des "bots" automatisés qui parcouraient Internet à la recherche de sites vulnérables à attaquer.

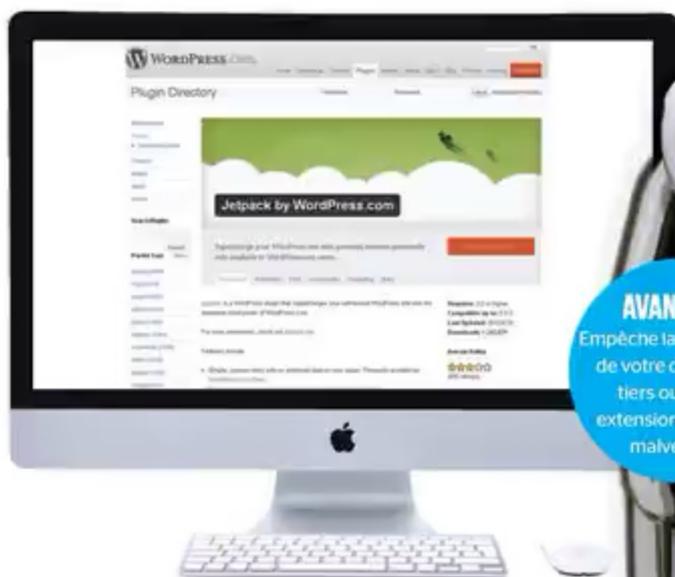
Le résultat de cette vulnérabilité a été que de nombreux propriétaires de sites ont été

pris au dépourvu, et que n'importe quoi pouvait être injecté dans leur site : un code d'hameçonnage conçu pour voler des informations sur le nom d'utilisateur, le mot de passe, ou la carte de crédit, ou encore un code côté serveur fait pour détourner le serveur et envoyer du spam, ou pire.

Williams nous explique qu'elle minimise les risques de sécurité en faisant bien attention aux extensions qu'elle choisit : « Je fais vraiment attention avec les extensions. Si possible, je ne choisis que celles qui ont les meilleures critiques. Mais rien n'est sûr à cent pour cent, surtout quand on parle d'open source et que n'importe qui peut aller les trafiquer ! »

À faire lorsque vous utilisez une extension ou un thème avec votre système open source :

- Vérifiez les critiques et les notes de tous les thèmes et extensions que vous voulez utiliser.
- C'est très facile à faire pour des extensions téléchargées sur wordpress.org : regardez la colonne se trouvant sur la droite de la page de l'extension pour voir le nombre de critiques et la note moyenne. N'oubliez pas que plus une extension a de notes, plus cette moyenne est fiable.



CI-DESSUS : Vérifiez la note des extensions avant de les utiliser.

AVANTAGES

Empêche la modification de votre code par un tiers ou par des extensions et scripts malveillants.

ENCODEZ VOTRE CODE

En utilisant un encodeur PHP tel qu'ionCube (www.ioncube.com), vous pourrez convertir le code de vos fichiers PHP et HTML en fichiers exécutables compilés. L'avantage que cela présente par rapport à la sécurité, c'est que votre site n'utilise plus de fichiers PHP pouvant être modifiés. L'exécutable tourne exactement de la même façon, mais comme il est compilé comme langage machine, les extensions malveillantes qui tenteront d'ajouter du code à des scripts existants échoueront. Évidemment, il vous faudra conserver une copie du code PHP original sur votre ordinateur, car le code compilé ne pourra pas être mis à jour si vous voulez le modifier par la suite.

ATTENTION

Gardez bien en tête que coder votre code ne vous protégera pas contre les extensions et autres types de scripts que vous avez installés et qui sont conçus pour des activités frauduleuses. Ainsi, même si c'est un ajout important pour votre sécurité, l'encodage du code n'est qu'une pièce du puzzle.

“ COMME WORDPRESS EST UNE PLATEFORME DE BLOGGING EXTRÊMEMENT POPULAIRE, IL EST DEvenu UNE CIBLE À EXPLOITER POUR LES PIRATES. ”

- Prenez soin de télécharger vos extensions à partir de sources fiables.
 - Votre premier choix pour les extensions WordPress devrait toujours être www.WordPress.org/extend/plugins.
- Utilisez Google pour voir ce que disent les autres utilisateurs de WordPress sur les extensions que vous voulez utiliser.
 - Faites des recherches en rapport avec l'extension et les vulnérabilités de sécurité, par exemple "TimThumb extension piratée".
 - Faites cela pour chaque thème et chaque extension que vous utilisez après avoir fini votre site WordPress afin que celui-ci ne risque pas d'être touché par de nouvelles vulnérabilités.
- Vérifiez que vos sites utilisent les versions les plus récentes des thèmes et des extensions pour éviter de vous faire surprendre par des vulnérabilités identifiées après la création de votre site.

- Si vous utilisez WordPress, vous pouvez vérifier les mises à jour pour le back-end à partir de la zone d'administration, ou vous pouvez installer une extension pratique vous envoyant des notifications par e-mail lorsque de nouvelles mises à jour apparaissent.
- Les autres systèmes open source ont des fonctionnalités de notification de mises à jour similaires. Si le vôtre n'en a pas, faites une recherche manuellement une fois par mois sur Google pour chaque extension que vous utilisez.
- Évitez d'installer trop d'extensions
 - Plus vous en utilisez, plus vous vous exposez aux problèmes, et plus vous passerez de temps à vous assurer que votre site utilise la version la plus récente de vos extensions.

N'importe quelle extension peut être victime de piratage, et ce n'est pas parce qu'elle ne l'a pas encore été qu'elle ne le sera jamais. Une réaction instinctive serait de remplacer TimThumb, mais il n'y a aucune garantie pour que le nouveau script que vous

choisirez ne souffrira pas des mêmes problèmes. Maintenant que la vulnérabilité dont nous parlions à propos de TimThumb a été patchée, il est sans doute plus sûr d'utiliser la dernière version de TimThumb plutôt qu'une extension équivalente inconnue, car au moins on est certain que le problème a été corrigé.

ZONE ADMIN ET RESTER À JOUR

Si vous gardez l'URL de la zone admin, le nom d'utilisateur et le mot de passe par défaut, vous cherchez les ennuis. En renommant le dossier "wp-admin" et en changeant ou en supprimant le nom "admin" par défaut, vous rendez votre zone de connexion à WordPress plus sûre.

Nick Stockbridge, directeur de Transmedia (www.transmedia.co.uk), fournisseur de cours sur WordPress, nous explique que même les mesures les plus basiques peuvent sécuriser des sites WordPress :

« Comme WordPress est une plateforme de blogging et un CMS simple extrêmement populaire, il est devenu une cible pour les pirates qui exploitent des vulnérabilités dans les installations utilisant d'anciennes versions de WordPress, ou dont la sécurité est mauvaise. La plupart des mandataires participant à nos cours s'inquiètent de la sécurité et veulent en savoir plus sur les bonnes pratiques servant à sécuriser WordPress. Comme mesures de base, vous pouvez déjà garder votre installation WordPress à jour, l'installer ailleurs que sur le dossier par défaut, et utiliser des mots de passe et noms d'utilisateurs sécurisés. »

RESTRICTIONS DE FICHIERS - .HTACCESS

SI VOUS NE VOULEZ PAS QUE LES PIRATES OU VOS UTILISATEURS AIENT ACCÈS À ABSOLUMENT TOUT LE BACK-END DE VOTRE SITE, PROTÉGEZ LES FICHIERS QUE VOUS SOUHAITEZ CACHER.

La nature de l'open source fait que les pirates connaissent souvent exactement le fonctionnement de votre code, et savent ce qu'ils doivent chercher pour effectuer des changements ou trouver des paramètres qui déclencheront de nouvelles vulnérabilités. Vous pouvez sécuriser votre système contre des extensions et des scripts malveillants qui tenteraient de modifier les paramètres de votre installation en mettant des restrictions de fichiers dans votre fichier .htaccess. Parmi les fichiers et répertoires qu'il faudra peut-être protéger :

• Le fichier de configuration "wp-config.php".

- Évitez le risque de rendre accidentellement vos paramètres visibles dans le fichier wp-config.php en utilisant .htaccess pour en bloquer complètement l'accès depuis l'URL.

• Code :

```
001 <FilesMatch "wp-config.php">deny from  
all</FilesMatch>
```

• Le répertoire wp-content

- Les thèmes, extensions et uploads étant stockés dans ce répertoire, nous voulons nous assurer que les utilisateurs n'ayant pas un accès de niveau administrateur au site ne pourront pas y accéder, et donc par la même occasion les pirates qui auraient pu y uploader des scripts malveillants.

WordPress n'accède pas à son PHP par le HTTP, nous ne pouvons donc sécuriser ce répertoire qu'en autorisant l'accès à des types de fichiers tels que des images ou du code JavaScript, lesquels serviront aux thèmes.

• Code :

```
001 Order Allow,Deny  
002 Deny from all  
003 <Files - ".(js|css|jpe?g|png|gif)$">  
004 Allow from all  
005 </Files>
```

- Note : Il y aura peut-être certains fichiers PHP qui feront exception car il faudra que les utilisateurs de votre back-end y aient accès par le HTTP, par exemple des fichiers PHP contenus dans des thèmes et dont AJAX se sert. Dans ce cas, vous pouvez définir les exceptions que vous souhaitez instaurer dans le fichier .htaccess ainsi :

```
001 <Files "ajax-file.php">  
002 Allow from all  
003 </Files>
```

Vous pouvez également empêcher les gens d'utiliser leur navigateur Web pour accéder à des listes de fichiers dans des répertoires ne contenant pas de fichier index. Pour cela, ajoutez ce qui suit à votre fichier .htaccess :

```
001 Options All Indexes  
002
```



MESURES TECHNIQUES AVANCÉES

AJUSTER LA CONFIGURATION DU SERVEUR

Que vous utilisiez des extensions tierces ou du code que vous et votre équipe avez développé, il n'est pas toujours possible de vérifier que l'ensemble du code utilisé dans votre installation WordPress est sûr à cent pour cent. Pour vous défendre, en premier lieu, vous pouvez faire en sorte que votre hébergement stoppe les activités indésirables, quel que soit ce qui se trouve dans le code. Ainsi, même si vous installez accidentellement une extension malveillante conçue pour détourner votre site, l'attaque sera immédiatement stoppée grâce aux restrictions placées dans la configuration du serveur.

MODIFIER LE COMPORTEMENT DU PHP POUR LES OPÉRATIONS DE FICHIERS

Nous avons déjà vu comment empêcher des scripts d'effectuer des actions indésirables, mais il est toujours préférable d'avoir une solution de secours si jamais quelque chose ne fonctionne pas comme prévu. Si votre hébergeur vous le permet, vous pouvez créer ou modifier un fichier de paramètres appelé "php.ini" qui contrôle le fonctionnement du PHP. Le paramètre que nous voulons est celui-ci :

```
001 open_basedir
```

Lorsqu'il est établi, il limite le PHP en ne lui permettant de faire des opérations que sur des fichiers se trouvant dans certains répertoires, ce qui est très pratique pour empêcher que des scripts se copient à travers votre installation WordPress et injectent du code malveillant dans des thèmes et autres fichiers utilisés par votre site. Modifiez votre fichier php.ini en

cherchant "open_basedir =" (s'il y a un point-virgule avant, supprimez-le) puis en remplaçant cette ligne par quelque chose de semblable à ce qui suit, où le chemin est celui du dossier uploads de votre WordPress :

```
001 open_basedir = '/home/www/public_html/  
wp-content/uploads/'
```

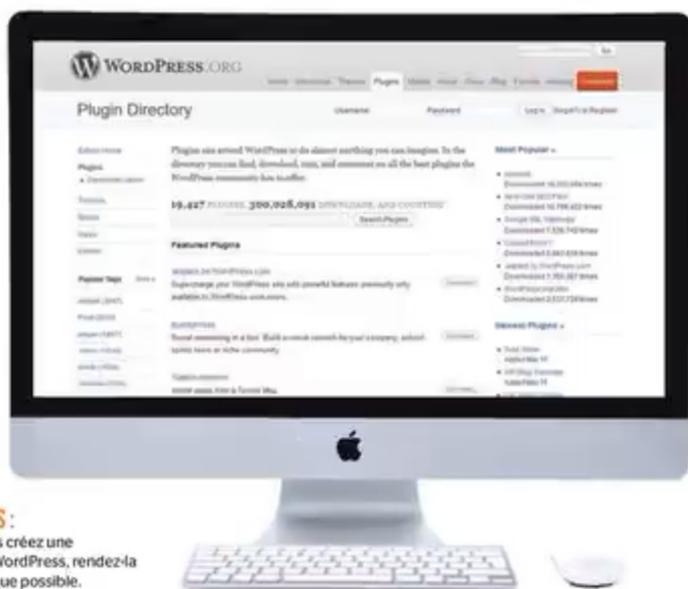
ATTENTION : En modifiant ce paramètre, vous empêchez le fonctionnement de fichiers en dehors du dossier uploads, vous devez donc indiquer dans le paramètre open_basedir les autres dossiers dans lesquels vous voulez autoriser des opérations de fichiers. Vous pouvez le faire en séparant chaque dossier par deux points. Donc, si vous voulez que Plug-inA soit modifiable, open_basedir ressemblera à cela :

```
001 open_basedir = '/home/www/public_html/  
wp-content/uploads/:/home/www/public_html/  
wp-content/Plug-inA/'
```

ATTENTION : Bien que open_basedir soit très pratique pour ne permettre aux scripts PHP de faire que ce dont ils ont l'autorisation, c'est un paramètre qui ne concerne que le PHP et qui n'affectera donc pas les fichiers scripts d'autres langages comme Python.

EXTENSIONS ET DÉVELOPPEMENT DE THÈMES

La possibilité de développer vos propres fonctionnalités est ce qui rend les systèmes open source comme WordPress si flexibles. Il est toutefois presque aussi important de garder un œil sur les extensions que vous développez vous-même que sur celles qui ont été créées par d'autres.



CI-DESSUS :

Quand vous créez une extension WordPress, rendez-la aussi sûre que possible.

LA POSSIBILITÉ DE DÉVELOPPER VOS PROPRES FONCTIONNALITÉS EST CE QUI REND LES SYSTÈMES OPEN SOURCE COMME WORDPRESS SI FLEXIBLES.



NAVIGATEUR CLIENT
(ID de session)



CI-DESSUS : Utilisation de données de session pour éviter de dévoiler par le biais du HTML ou des cookies des informations sensibles sur le système.

CÔTÉ SERVEUR VS CÔTÉ CLIENT

Les informations se trouvant sur votre serveur sont plus en sécurité que ce que vous cachez dans des formulaires HTML ou dans les chaînes de requête de l'URL. Il est tentant de placer dans les champs cachés d'un formulaire HTML des informations que vous ne souhaitez pas dévoiler mais qui sont requises par des scripts de traitement lorsque l'utilisateur soumet des informations. C'est une façon simple de faire les choses, mais elle présente de gros risques de sécurité car cela peut permettre aux pirates de modifier des données se trouvant dans ces champs cachés, et d'exposer des informations sur le fonctionnement de votre extension.

Au lieu d'utiliser des formulaires HTML pour fournir des informations système sensibles, il vaut mieux laisser ces informations sur le serveur, ce qui a comme avantage que l'utilisateur final ne peut pas les modifier et que le fonctionnement de votre code ne pourra pas être révélé. On peut obtenir ce genre de traitement de plusieurs façons, la plus simple étant d'utiliser des sessions serveur, que l'on peut activer en utilisant la fonction PHP `session_start()` et les valeurs `$_SESSION` :

les sessions sont une bonne méthode pour laisser

sur le serveur des données concernant l'utilisateur actuel, mais on a parfois besoin d'une solution plus solide pour accéder à des données concernant l'ensemble des utilisateurs, par exemple pour des informations concernant le traitement des produits pour une extension e-commerce. En créant une table pour les profils de données, vous pouvez stocker vos données sous forme d'une chaîne JSON, en utilisant la fonction PHP `json_encode()` et un champ caché dans le formulaire afin de stocker le record ID pour trouver les informations sur le traitement des données. Cela vous permettra de traiter les mêmes informations mais en ne révélant que l'ID du profil de données.

VÉRIFICATION AVEC JETONS

Lorsque vous traitez des données, surtout des données importantes comme des confirmations de paiement, vous devez vous assurer que les informations fournies sont authentiques. Un jeton est un code de vérification généré par votre script qui est utilisé pour vérifier que les informations renvoyées sont authentiques. Vous rendez votre système plus sûr en générant des jetons pour valider l'authenticité de données renvoyées importantes. En les associant à des profils de données côté serveur, vous empêcherez les pirates de tromper votre système et de lui faire traiter le mauvais profil de données.

Vous pouvez créer un jeton en faisant un hash MD5, en combinant des informations que vous voulez vérifier et des informations que seul le serveur connaît, comme l'heure de connexion de l'utilisateur et le mot de passe secret. Le code suivant montre comment faire en PHP :

```
001 $token = md5($data['id'] + $_SESSION['loginTime'] + $systemPassword);
```

VÉRIFICATION DES TYPES DE FICHIERS

Lorsque votre code accepte qu'on y uploade des fichiers, vérifiez toujours quels types de fichiers sont mis en ligne. Le script `TimThumb` précédemment mentionné était censé mettre en ligne des images, mais comme les types de fichiers uploadés n'étaient pas vérifiés, une vulnérabilité est apparue, permettant d'envoyer des scripts PHP à faire tourner sur le serveur. Au premier abord, la solution à ce problème serait de bannir les fichiers PHP mis en ligne par le script, mais il reste encore le gros problème des autres types de fichiers de programmation ou des exécutables comme

Python, que le serveur prend peut-être en charge. Au lieu de créer une longue liste de types de fichiers à bannir, la solution sûre à cent pour cent est de créer une liste des types de fichiers que vous acceptez et de valider tout ce qui est mis en ligne par rapport à cette liste, ce qui ne laisse aucune place à votre code pour qu'il accepte des fichiers dangereux.

EVALD C'EST LE MALO

Les programmeurs se retrouvent parfois dans des situations où il est pratique d'intégrer du code PHP au contenu, comme pour la création de calculs et l'exécution de fonctions serveur à partir de contenu stocké dans une base de données. Ceux qui ne connaissent pas les problèmes de sécurité que cela pose voient la fonction PHP `eval()` comme l'occasion d'ouvrir des opportunités en matière de traitement dynamique de données depuis la base de données. Le problème, c'est que si la base de données est piratée, comme les extensions sont open source, le pirate saura aussi (ou pourra deviner) quelles parties de la base servent à stocker le code PHP exécuté. À partir de là, il lui suffira de modifier ou d'insérer un enregistrement contenant le code PHP lui permettant de faire tout ce qu'il veut, comme :

- Trouver les paramètres de votre installation et se les envoyer par e-mail.
- Écrire de nouveaux scripts sur le serveur pour ouvrir de nouvelles vulnérabilités que le pirate et ses outils automatisés pourront attaquer
- Injecter des scripts PHP contenant un code d'hameçonnage malveillant.
- Voler des fichiers de contenu par e-mail.

La solution à ce problème est de ne pas utiliser `eval()` du tout. Utilisez plutôt une méthode plus complexe, et choisissez-en une qui permet à votre contenu de contenir des déclencheurs (triggers) appelant des scripts de traitement et générant des résultats à placer dans le contenu, ce qui vous permettra de contrôler complètement quel code traiter. Ces déclencheurs contiendront dans ce cas les informations dont votre contenu aura besoin pour traiter des informations dynamiquement, mais donneront quand même à votre code les outils nécessaires pour résoudre le problème.

AUTORISATIONS DE FICHIERS

LE PARAMÈTRE INDISPENSABLE SI VOUS AVEZ INSTALLÉ WORDPRESS VOUS-MÊME

Vous devez normalement savoir comment fonctionnent les logiciels FTP comme FileZilla ou Cyberduck. Vous pouvez les utiliser pour donner à tous vos fichiers des codes d'autorisation d'accès, ce qui limitera les façons dont les extensions et les scripts de votre site pourront y accéder. Voici quelques autorisations que nous vous conseillons d'utiliser :

- Utilisez 755 pour les répertoires de fichiers ; les fichiers pourront être lus et exécutés, mais vous seul, le propriétaire, pourrez écrire dessus.
- Utilisez 644 pour les fichiers normaux afin qu'ils ne soient pas modifiés par des scripts se trouvant dans votre installation.
- Utilisez 666 pour les fichiers que vous voulez pouvoir modifier depuis votre éditeur de thèmes WordPress ; le code PHP de WordPress pourra ainsi les modifier, mais utilisez cette autorisation le moins possible car les extensions peuvent elles aussi modifier ces fichiers.

“ VÉRIFIEZ TOUJOURS QUELS TYPES DE FICHIERS SONT MIS EN LIGNE. ”



CI-DESSUS : Une base de données avec des déclencheurs sera plus sûre que si vous y intégrez du code PHP.

DÉCOUVREZ

MAÎTRISEZ VOS FEUILLES DE STYLES!



ACTUELLEMENT
CHEZ VOTRE
MARCHAND
DE JOURNAUX



paiement
sécurisé



service client
dédié



promotions
exclusives



nos parutions en
avant première

SHOP.ORACOM.FR

Idées design

Suivez le cycle de création d'un projet.

Projet | **Toyota Camry Effect**
www.toyota.com/camryeffect
Société | **Resn, Saatchi & Saatchi LA**
Web | www.resn.co.nz

Historique

Les médias sociaux font maintenant bel et bien partie de la vie courante, Toyota a donc choisi de faire de ses fiers clients et des propriétaires de ses voitures les stars de son nouveau site dédié à la gamme Camry.

Nous avouons sans honte que nous avons tendance à parler ici des plus grands noms de l'industrie. Eh bien, ce mois-ci, nous n'en avons pas un, mais trois : l'agence numérique extrêmement talentueuse Resn s'est alliée aux experts de la publicité de chez Saatchi & Saatchi pour donner à Toyota un site passionnant. Il constitue l'élément central d'une campagne de marketing ambitieuse, Camry Effect, composée d'une compétition Shazam liée à une publicité télévisée, "Connections", diffusée pendant le Super Bowl en février.

« Lorsque SSLLA a contacté Resn avec un mot qui disait "Vous vous souvenez de notre folle dernière collaboration ? [faisant référence à la série Sponsafier] Celle-ci est encore plus folle. Ça vous tente ?"; nous avons su que la route allait être intéressante. »

Dès le départ, cette "folle" s'est formée autour d'une idée, celle de faire l'équivalent d'un réseau social pour les conducteurs de Camry, puis de montrer de manière intéressante ce qu'ils pensent de la marque et la façon dont ils la perçoivent. « Avec plus de trente années de production et près de neuf millions de voitures assemblées, il y a des millions de conducteurs de Camry. Nous avons voulu raconter leur histoire. »

Les deux équipes créatives nous racontent la concrétisation du projet et les obstacles rencontrés du début à la fin

Franco Cheetham,
directeur artistique



Jonathan Hawke,
producteur délégué



Mark Wordsworth,
producteur

Resn



Matt Bilson,
directeur technique

SAATCHI &

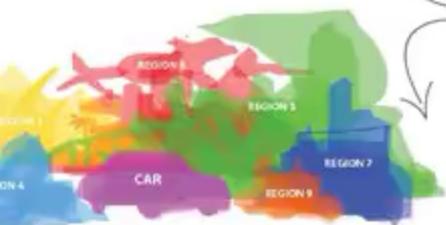


Matt Curry,
directeur de la création associé



Brad Burke,
directeur de la création associé





Deux images montrant les éléments composant l'assemblage en Flash : le diagramme multicolore représente les différentes régions des visiteurs.

Qui aurait cru qu'à notre époque des punaises et des Post-it seraient aussi utiles ?



SAATCHI

1 Concept

Dès le tout début, les deux équipes ont voulu faire un site communautaire et donner aux conducteurs de Camry l'occasion idéale de se rencontrer.

SSLA : « L'idée est née de l'info que les personnes souhaitant acheter une Camry ne veulent pas acheter de voiture avant d'en avoir lu des critiques. Nous voulions au départ créer une communauté pour que les millions de propriétaires de Camry puissent entrer en contact les uns avec les autres et raconter leur histoire.

Il est vite devenu évident que le site allait devoir être vivant, évoluer en fonction de l'interaction des utilisateurs, et être simple, facile à utiliser et recherché. La page d'accueil initiale contenait trois appels à l'action : "Qu'est-ce que l'Effet ? Créez votre Effet, et Explorez l'Effet". Il y avait trois portes à ouvrir et à franchir, et à partir de là, on pouvait rentrer dans l'expérience. Nous avons commencé à faire nos concepts en cherchant l'apparence que nous voulions donner à cela, et la manière dont il allait falloir penser l'expérience utilisateur. »
Resn : « La direction artistique fournie par SSLA est venue très rapidement, ce qui était une bonne chose car nous ne

pouvions pas nous permettre de passer par l'étape des concepts, comme d'habitude. Nous avons pratiquement tout de suite attaqué la production, beaucoup de solutions liées au design prenant naissance à la volée en réponse aux besoins changeants du client et aux modifications de l'architecture de l'information.

Dès le début, SSLA a travaillé très dur pour trouver l'idée de Camry Effect, notre travail s'est donc vite transformé en : "Mais comment va-t-on faire pour construire en six semaines un réseau social comprenant un questionnaire dynamique, des statistiques en temps réel basées sur l'interaction utilisateur, un système personnalisé de traitement de données pour sauvegarder des articles et des photos générés par les utilisateurs, système qui pourrait également être contrôlé par un modérateur, puis créer un montage animé en Flash 3D pouvant ensuite être partagé à n'importe quel moment et fonctionner sur iOS et Android ? »



Andre LeMasurier, directeur de la création



2 Design

Il était vital de travailler en étroite collaboration pour communiquer des idées, des références graphiques, des mood boards et des guides de styles sur l'apparence du site.

Ces images montrent comment les illustrations conceptuelles initiales, en noir et blanc, sont devenues des scènes en couleurs fournissant un fond plus coloré.

Resn : « Travailler avec l'équipe de Saatchi LA était frénétique, sans contraintes, et super fun.

Elle a commencé par faire un marathon de design vraiment intense qui a eu pour résultat une direction vraiment géniale et un objectif clair que les Resnateurs allaient pouvoir utiliser comme base. Une petite modification ici ou là, et nous nous sommes retrouvés avec ce que nous avons aujourd'hui : un pur délice Camryvien. »

SSLA : « Une fois notre concept trouvé, nous avons commencé à chercher des références visuelles et des sources d'inspiration : palettes de couleurs, polices de caractères, styles de photographie, textures, icônes, illustrations, images en 3D ou encore assemblage d'objets. Les mood boards ont été créés à partir de références et nous avons commencé à nous atteler à nos propres inspirations visuelles. Nous avons travaillé dès le début de façon très rapprochée avec Resn. Cela se passait ainsi : ici, chez Saatchi, nous faisons une première tentative de mise en page, puis la remettons à Resn à la fin de la journée. Ils prenaient nos fichiers et les modifiaient à leur manière, poussant les visuels dans une nouvelle direction, puis nous les repassaient. Ce ping-pong a duré très longtemps, jusqu'à ce que nous trouvions quelque chose qui plaisait à tout le monde, clients y compris.

Nous voulions que les environnements soient luxueux, détaillés et personnalisés pour chaque internaute. Pour obtenir ce style, nous nous sommes tournés vers Qube Construct, en Australie à Melbourne, qui ont été des associés formidables, ont compris notre vision et avaient les compétences nécessaires pour lui donner vie. Ils ont créé un mélange d'images 3D sur ordinateur et de miniatures faites main, mélange qui a rempli nos riches paysages visuels.

C'était un vrai travail d'équipe et tous les participants y ont apporté leur talent unique, ce qui a donné un produit final très réussi dont nous sommes tous très fiers. »

Le site Camry Effect dans toute sa gloire !

Une maquette complète de la partie chronologie du site.



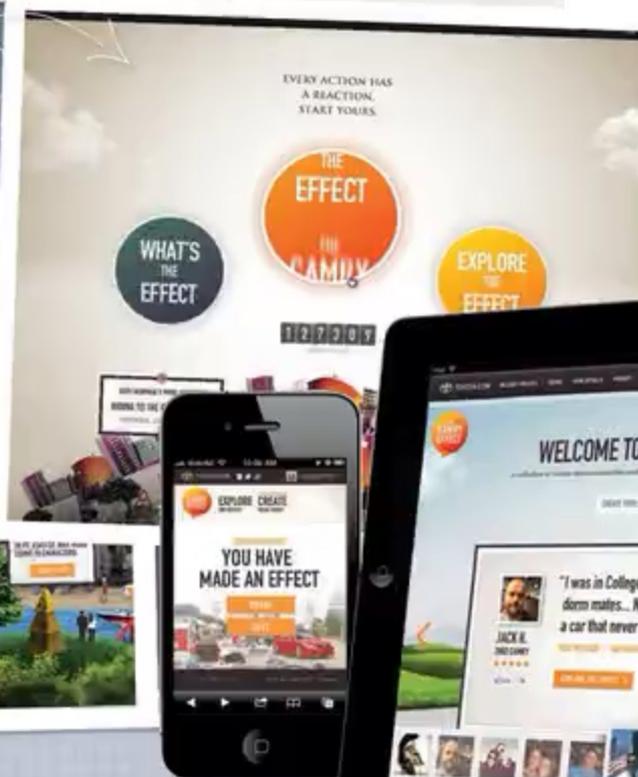
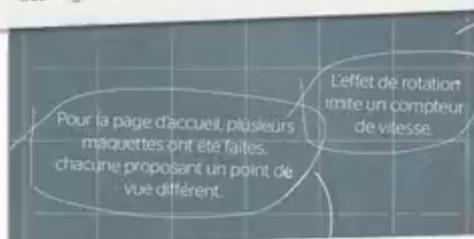
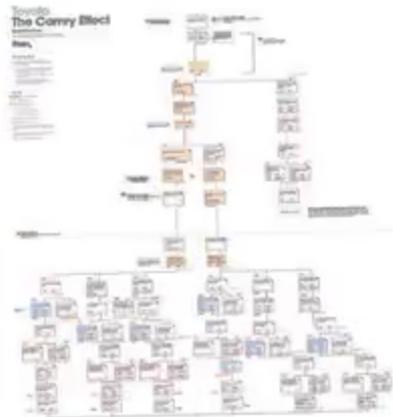
3 Build

Il a fallu nous assurer que le système de traitement de données du site était aussi rapide que possible.

À cause de l'aspect très communautaire du site et de la pression résultant d'une audience très large, le site devait être très robuste.

Resn : « Il n'a pas été facile de donner vie au projet. Tout d'abord, nous avons fait des prototypes pour la gestion dynamique de l'assemblage des éléments 3D, jusqu'à ce que nous trouvions une solution dont la composition serait excellente à chaque fois. Nous avons passé de nombreuses heures à développer un système pour la gestion des chemins, questions et complexités qui posait l'arborescence des questions et des décisions. Ce système et ce processus, une fois trouvés, nous ont épargné bien des migraines.

En plus de cela, il a fallu nous assurer que le système de traitement de données du site était aussi réactif et rapide que possible. Comme le public visitant le site et générant des données était un public immense issu du Super Bowl (en plus des neuf millions de conducteurs de Camry), nous devons traiter ses réactions et les convertir en statistiques extrêmement rapidement. Nos partenaires et nous-mêmes avons accordé beaucoup d'attention à toutes ces choses-là pour que les internautes puissent avoir un site vivant, se renouvelant constamment et reflétant la communauté en direct. »



La sortie

SSLA : « Les Camry ne sont pas comme des Prius, des Jeep ou des Porsche dont la communauté est déjà très soudée.

Lorsque les conducteurs de Camry se croisent, ils ne se saluent pas. Nous devons trouver un moyen de leur parler et de créer rapidement une prise de conscience. Notre plan marketing initial comprenait des publicités et des sondages Facebook ciblés, un achat d'espace numérique intelligent, une multitude de partenaires médias stratégiques, une vidéo Web pour expliquer ce qu'était l'Effet Camry, et des messages sur l'ensemble de nos réseaux sociaux : Twitter, Facebook et YouTube. Nous avons également activé notre réseau de plus de mille deux cents concessionnaires à travers le pays pour qu'ils fassent passer le mot aux propriétaires de Camry. L'étape suivante de la campagne comportait deux publicités à diffuser pendant le Super Bowl, quatre documentaires et une chronologie extensible en Flash qui permettait aux internautes

d'interagir avec le film et de le rallonger, en le transformant d'un spot de 60 secondes en un court-métrage de 14 minutes. Nous nous sommes aussi associés avec Shazam pour offrir pour la première fois en cadeau des voitures par le biais de cette appli d'identification de musique, en mettant en jeu deux Camry 2012 entièrement neuves. Le résultat a été assez épique. Près de soixante-cinq mille personnes ont créé des Effets en moins d'une semaine et, à ce jour, notre campagne a été visionnée par plus de quatre cent soixante millions de personnes. Notre publicité Super Bowl, que Shazam reconnaissait donc, a permis d'obtenir le plus grand nombre de visites générées par la publicité télévisée jamais enregistrées dans l'histoire du site de la société. Pendant la semaine du Super Bowl, le site a reçu plus de sept cent dix mille visites et notre spot a été reconnu par le magazine TIME comme l'une des cinq meilleures publicités du

Super Bowl 2012. Dans le monde réel, l'intérêt pour la Camry a grimpé de près de 800 % et les nouvelles ventes ont augmenté de 19 %. La Camry est en bonne voie pour devenir la voiture ayant reçu le plus grand nombre de critiques au monde. »
Resn : « Le lancement initial du brave site Camry Effect s'est fait il y a maintenant un bon moment. Depuis, l'Effet (comme nous l'appelons affectueusement) s'est fait une place dans les rapports et widgets de concessionnaires et directeurs régionaux, a été intégré à des réseaux sociaux, a donné naissance à une méthode de création et à de nouvelles questions pour les personnes ne possédant pas de Camry, et a connu une refonte de sa structure et une version mobile pour Android et iPhone pour au final devenir ce monstre vélocé que nous avons pu observer lors de la mi-temps du Super Bowl 2012. »

Animation de contenu dynamique

Dans les navigateurs modernes, plus besoin de JavaScript pour créer des transitions fluides et interactives entre différents contenus, CSS3 s'en charge.

outils | techs | tendances Photoshop, Illustrator ou votre logiciel préféré, éditeur HTML (Dreamweaver ou un autre), HTML, CSS
expert Sam Hampton-Smith

01 HTML de base

Nous commencerons par une page HTML basique avec six div dans une div contenante. Plutôt que d'animer chaque panneau individuellement, nous arrangerons les panneaux dans la div contenante que nous animerons pour obtenir le mouvement voulu. Créez une feuille de style vide et liez-la à votre document HTML dans la section <head>. Le code complet de cette étape se trouve sur le CD.

02 Styles de base

Nous devons créer nos styles CSS de base pour définir les caractéristiques principales de la page. Nous commencerons par définir le cadre dans lequel sera affiché le contenu qui se trouve dans la div contenante. Indiquez la taille des panneaux et positionnez-les pour qu'ils soient alignés au centre sur la page.

```
001 body {
002
003 }
004
005 #container {
006
007 }
008
009 #viewer {
010 position: relative;
011 width: 700px;
012 height: 350px;
013 overflow: hidden;
014 margin: auto;
015 border: 10px solid black;
016 }
```

```
017
018 #holdall {
019 width: 0px;
020 height: 0px;
021 position: absolute;
022 background: white;
023 }
024
025 .panel {
026 position: absolute;
027 width: 680px;
028 height: 330px;
029 padding: 10px;
030 overflow: hidden;
031 }
```



n peut de plus en plus se passer de Flash ou de JavaScript pour la création d'effets visuels, et les scripts peuvent parfois même être totalement éliminés. Prenons l'exemple d'une page unique avec différents contenus. Pour créer

des animations entre ces éléments, il fallait dans le passé utiliser un framework JavaScript comme jQuery pour animer la position des différents éléments. Aujourd'hui, avec un peu de magie CSS, nous pouvons créer une interaction utilisateur sophistiquée en utilisant uniquement les styles. Nous allons construire une page qui permettra à l'utilisateur de naviguer sur six panneaux de contenu différents en profitant des nouvelles propriétés de transition de CSS3 et la propriété transform. Nous positionnerons les panneaux autour d'une scène dont nous animerons la position pour afficher le panneau que l'utilisateur a appelé. L'effet fonctionnera correctement dans les navigateurs WebKit, Firefox et IE10. Dans IE9, les transitions ne fonctionneront pas, mais nous aurons tout de même une page fonctionnelle.

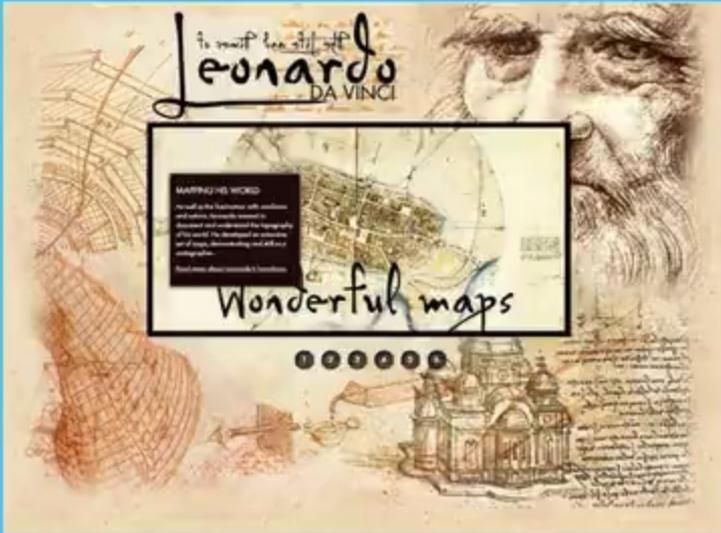
03 Positionner les panneaux

Maintenant que nos styles de base sont en place, nous pouvons créer la mise en page des panneaux. Pour faire simple, nous allons attribuer une couleur d'arrière-plan à chaque panneau. Expérimentez avec la position des panneaux pour obtenir un ensemble harmonieux mais gardez en tête que les rotations arbitraires compliqueront l'alignement de la div contenante. Nous avons opté ici pour une mise en page mosaïque. Le code complet de cette étape se trouve sur le CD.

04 Ajouter une cible

Pour animer un panneau en particulier, nous devons pouvoir l'identifier quand il est ciblé. Le problème, c'est que nous utilisons la div contenante pour définir le positionnement, et qu'elle contient les panneaux. Nous allons donc ajouter des div supplémentaires pour renvoyer aux panneaux. Modifiez votre HTML pour qu'il ressemble au code ci-dessous :

```
001 <!DOCTYPE HTML>
002 <html>
003 <head>
004 <meta http-equiv="Content-Type"
005 content="text/html; charset=UTF-8">
006 <title>CSS3 Target Selectors</title>
007 <link rel="stylesheet" type="text/css"
008 href="styles/screen.css" />
009 </head>
010 <body>
011 <div id="container">
012 <div id="viewer">
013 <!-- Target divs -->
```



<Ci-Dessus>

• Nous avons positionné chacun des panneaux dans la div contenante en créant une mise en page mosaïque intéressante.

<À gauche>

• Un aperçu de notre page finale, avec les éléments qui forment un style cohérent.

Compatibilité des navigateurs

Les navigateurs actuels supporteront ce code, et le rendu sera correct dans IE9, mais sans les belles transitions. Pour des navigateurs plus anciens, pensez à utiliser les feuilles de styles conditionnelles pour simplifier votre design.

```

012 <div id="loadpanel1">
013 <div id="loadpanel2">
014 <div id="loadpanel3">
015 <div id="loadpanel4">
016 <div id="loadpanel5">
017 <div id="loadpanel6">
018 <!-- Hold All -->;
019 <div id="holdall">
020 <div class="panel"
id="panel1">Panel1</div>
021 <div class="panel"
id="panel2">Panel2</div>
022 <div class="panel"
id="panel3">Panel3</div>
023 <div class="panel"
id="panel4">Panel4</div>
024 <div class="panel"
id="panel5">Panel5</div>
025 <div class="panel"
id="panel6">Panel6</div>
026 </div>
027 <!-- End Hold All -->
028 </div>
029 </div>
030 </div>
031 </div>
032 </div>
033 </div>
034 }
035 <!-- End Target divs -->
036 </div>
037 </div>
038 </body>
    
```

05 Tester le ciblage

Nous allons utiliser la syntaxe #loadpanelXtarget #holdall() pour fournir les styles de positionnement, et pour que les panneaux soient visibles chacun leur tour. Ajoutez le code CSS ci-dessous pour cibler le second panneau, puis chargez la page dans votre navigateur et ajoutez #loadpanel2 après l'URL, dans la barre d'adresse :

```

001 #loadpanel2:target #holdall {
002 -webkit-transform: translateY(-350px);
003 -moz-transform: translateY(-350px);
004 -ms-transform: translateY(-350px);
005 }
    
```

06 Positionner

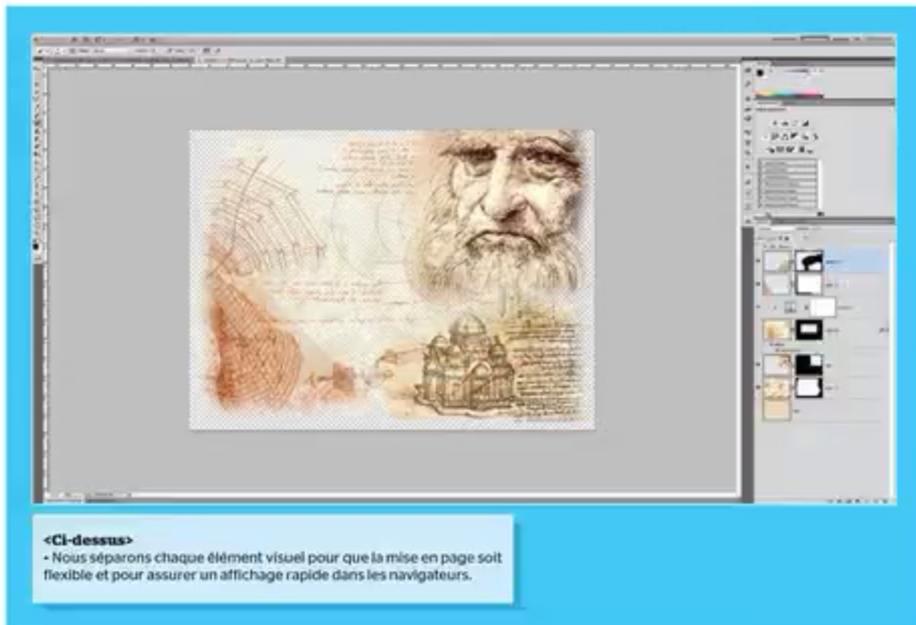
Maintenant que vous avez compris le principe, il faut positionner la div contenante pour les autres panneaux en utilisant la syntaxe .target dans chaque cas. Par exemple, si la page appelle la div #loadpanel4, la div contenante se positionne pour montrer le panneau 4.

```

001 #loadpanel1:target #holdall {
002 -webkit-transform: translateY(0px);
003 -moz-transform: translateY(0px);
004 -ms-transform: translateY(0px);
005 }
006 #loadpanel2:target #holdall {
007 -webkit-transform: translateY(-
350px);
008 -moz-transform: translateY(-350px);
009 -ms-transform: translateY(-350px);
010 }
011 #loadpanel3:target #holdall {
012 -webkit-transform: translateY(1050px)
    
```

```

translateX(0px) rotate(-90deg);
013 -moz-transform: translateY(1050px)
translateX(0px) rotate(- 90deg);
014 -ms-transform: translateY(1050px)
translateX(0px) rotate(-90deg);
015 }
016 #loadpanel4:target #holdall {
017 -webkit-transform: translateY(-
700px);
018 -moz-transform: translateY(-700px);
019 -ms-transform: translateY(-700px);
020 }
021 #loadpanel5:target #holdall {
022 -webkit-transform: translateY(1050px)
translateX(-700px) rotate(-90deg);
023 -moz-transform: translateY(1050px)
translateX(-700px) rotate(-90deg);
024 -ms-transform: translateY(1050px)
translateX(-700px) rotate(-90deg);
025 }
026 #loadpanel6:target #holdall {
027 -webkit-transform: translateY(-
1050px);
028 -moz-transform: translateY(-1050px);
029 -ms-transform: translateY(-1050px);
030 }
    
```



<div id="holdall">
 • Nous séparons chaque élément visuel pour que la mise en page soit flexible et pour assurer un affichage rapide dans les navigateurs.

07 Avertissement

Vous aurez remarqué que quand nous paramétrons la div #holdall, la largeur et la hauteur sont définies à 0. Les éléments HTML vont en effet s'étendre pour permettre au contenu d'être visible, même si l'élément parent n'est pas assez gros. Si nous changeons la largeur et la hauteur de la div #holdall maintenant, nos propriétés transform ne fonctionneraient plus car le point de transformation ne serait plus le même. En résumé, laissez la largeur et la hauteur à 0 !

08 Ajouter quelques liens

Nous devons vérifier que le positionnement fonctionne. Pour le faire rapidement, ajoutez quelques liens en bas de la page. Chaque lien pointera vers une div #loadpanelX et fournira la cible qu'il nous faut.

```
001 <div id="nav">
002   <ul>
003     <li><a href="#loadpanel1">1</a></li>
004     <li><a href="#loadpanel2">2</a></li>
005     <li><a href="#loadpanel3">3</a></li>
006     <li><a href="#loadpanel4">4</a></li>
007     <li><a href="#loadpanel5">5</a></li>
008     <li><a href="#loadpanel6">6</a></li>
009   </ul>
010 </div>
```

09 Animer !

Si vous testez, vous verrez qu'en cliquant sur les liens individuels, la div contenante affiche le bon panneau dans la fenêtre. Pour voir l'effet, il nous faudra par contre ajouter une transition à la div #holdall pour que le panneau se déplace de manière fluide vers sa position. Pour ce faire, ajoutez le CSS suivant.

```
001 #holdall {
002   width: 0px;
003   height: 0px;
004   position: absolute;
005   background: white;
006   -webkit-transition: all 3s ease-out;
007   -moz-transition: all 3s ease-out;
008   -ms-transition: all 3s ease-out;
009 }
```

10 Tester encore et encore

Avant d'aller plus loin, il est crucial de vérifier et de tester votre page dans tous les navigateurs possibles, en vous assurant que le positionnement et les transitions fonctionnent correctement. Vous ne devriez pas avoir de problèmes dans IE10, mais les transitions ne marcheront pas dans IE9. Pensez à ajouter une feuille de styles conditionnelle pour les utilisateurs d'une ancienne version d'Internet Explorer.

11 Graphisme de la page

Maintenant que notre système d'animation est fonctionnel, nous pouvons commencer le graphisme de la page. Ouvrez votre logiciel graphique préféré et faites une maquette. Gardez en tête la fenêtre centrale, la navigation pour passer d'un panneau à l'autre, et les éléments décoratifs tout autour. Nous avons ici choisi un style Léonard De Vinci.

12 Diviser les éléments

Nous avons commencé par créer différentes images d'arrière-plan qui se vont se superposer joliment et se mélanger pour produire l'effet défini dans notre maquette. N'oubliez pas d'enregistrer le ou les fichiers en PNG transparents.

```
001 body {
002   position: relative;
003   margin: 0;
004   padding: 0;
005   background: white url(pagebg.jpg) repeat
top left;
006   font-size: 62.5%;
007   font-family: "Futura Std", Helvetica,
Arial, sans-serif;
008 }
009
010 #container {
011   position: relative;
012   padding-top: 20px;
013   width: 100%;
014   height: 100%;
015   min-height: 900px;
016   background: transparent url(containerbg.
png) no-repeat center top;
017 }
```

13 Balisage supplémentaire

Il est temps d'ajouter les balisages supplémentaires pour que notre projet fonctionne. Dans notre cas, nous ajouterons des informations et des images dans nos panneaux, ainsi qu'un en-tête principal au-dessus de la fenêtre centrale. Vous trouverez le HTML entier sur le CD offert si vous voulez faire la même chose.

14 Arrière-plan des panneaux

Nous allons désormais travailler sur chaque panneau et créer une image de fond pour remplacer les couleurs d'arrière-plan HTML que nous avons mises en place précédemment. Une fois de plus, faites selon votre envie. Nous avons ici continué sur le thème De Vinci pour créer des arrière-plans pour les panneaux qui fonctionneront avec le graphisme global du projet.

15 Ajouter quelques styles en plus

Nous allons ajouter encore quelques styles pour que le contenu des panneaux soit affiché joliment. Nous avons ajouté dans chaque panneau une div basique pour le contenu, qui sera presque noire avec du texte blanc. Cela se mariera bien avec le style vieux papier de l'arrière-plan.

```
001 .info {
002   position: absolute;
003   top: 80px;
004   left: 30px;
005   width: 200px;
006   padding: 10px;
007   background: #1c0000;
008   color: white;
009   box-shadow: 0px 0px 10px #333;
010 }
011
012 .info h2 {
```

```
013 text-transform:uppercase;
014 font-size: 1.4em;
015 font-weight:normal;
016 )
017
018 .info p {
019 font-size: 1.1em;
020 line-height:1.5em;
021 }
022
023 .info p a {
024 color: #f7eed7;
025 }
```

16 Styles pour la navigation

Nous devons ajouter des styles qui permettront à notre navigation de s'aligner sur la maquette originale. Nous allons utiliser une technique simple pour créer des cercles parfaits : tout d'abord, définissez une largeur égale à la hauteur puis utilisez un `border-radius` d'exactlyement la moitié de cette valeur pour créer de magnifiques lignes courbées !



Comprendre le concept de :target

Dans ce tutoriel, nous avons utilisé la pseudo-classe `:target` pour réagir à une action de l'utilisateur. La classe `:target` est ajoutée à chaque élément qui a un ID et est appelée avec un lien ancré interne, comme `#panel`. Remarquez cependant que pour animer la div parente qui contient nos panneaux vers la bonne position, il nous faut savoir à la fois quand l'utilisateur clique sur un lien interne et sur quel lien il a cliqué.

C'est pour ça que nous avons ajouté six div imbriquées et redondantes autour de notre div parente, chacune avec un ID unique qui renvoie à un panneau unique. Quand nous définissons nos liens internes, au lieu de pointer vers un panneau unique, nous pointons vers les div redondantes, ce qui nous permet de créer une règle CSS qui cherche la div parente existant dans une div ciblée et qui anime le conteneur entier vers sa position correcte.

```
001 #nav {
002 position:relative;
003 padding: 10px;
004 width: 700px;
005 margin: auto;
006 text-align:center;
007 }
008
009 #nav ul li {
010 width: 30px;
011 height: 30px;
012 margin: 5px;
013 display: inline-block;
014 line-height:30px;
015 box-shadow: inset 2px 2px 5px #000;
016 background: rgba(0,0,0,0.7);
017 border-radius:15px;
018 border: 1px solid #000;
019 }
020
021 #nav ul li a {
022 font-size: 1.3em;
023 text-decoration:none;
024 font-weight: bold;
025 color: white;
026 display: block;
027 }
```

17 Test et rapport

Avant d'apporter quelques améliorations supplémentaires, il est primordial de tester ce que nous avons créé jusque-là. Nous avons apporté des modifications au graphisme et devons donc nous assurer que le tout fonctionne toujours après chaque modification majeure (par exemple les styles de navigation).

18 Animations individuelles

CSS3 permet d'ajouter des styles individuels à chaque élément dans le balisage et de les cibler séparément. Cela veut dire que nous pouvons choisir d'ajouter des animations individuelles sur nos différents éléments, ce qui rendra notre page plus intéressante et plus interactive.

19 Animer l'image

Dans le panneau 2, nous avons l'image de la Joconde, qui est trop grande pour le panneau. Par défaut, elle est placée derrière le texte montré dans la div info, mais on aimerait bien voir la peinture s'animer pendant la transition vers le panneau 2. Commencez par vous assurer que l'image a une classe que nous pourrions utiliser pour la cibler. Dans le panneau 2,

Animations supplémentaires
Les éléments individuels sur chaque panneau peuvent être animés en utilisant la méthode `:target` que nous avons utilisée dans les panneaux principaux. Nous avons animé la Joconde avec cette technique !

nous avons l'image de la Joconde, qui est trop grande pour le panneau. Par défaut, elle est placée derrière le texte montré dans la div info, mais on aimerait bien voir la peinture s'animer pendant la transition vers le panneau 2. Commencez par vous assurer que l'image a une classe que nous pourrions utiliser pour la cibler.

```
001 
```

20 Utiliser :target

Le code suivant va dire à la feuille de styles qu'on veut seulement initialiser l'animation quand le second panneau est activement ciblé. Nous avons choisi une animation rapide et facile ici, mais vous pourriez aussi bien ajouter une animation par images-clés.

```
001 .slidefromright {
002 position:absolute;
003 top: 0;
004 right: 0;
005 margin-right:-700px;
006 -webkit-transition: all 4s ease-out;
007 -moz-transition: all 4s ease-out;
008 -ms-transition: all 4s ease-out;
009 }
010
011 #loadpanel2:target .slidefromright {
012 margin-right: 20px;
013 margin-top: -20px;
014 -webkit-transform: scale(0.8) rotate(-10deg);
015 -moz-transform: scale(0.8) rotate(-10deg);
016 -ms-transform: scale(0.8) rotate(-10deg);
017 }
```

21 Tester et répéter l'opération

Vérifiez que votre animation fonctionne bien, et modifiez les positions des valeurs avant et après jusqu'à ce que vous obteniez un résultat satisfaisant. Travaillez maintenant sur les autres éléments de la page en ajoutant si vous le souhaitez des animations. Répétez l'opération jusqu'à ce que vos interactions soient toutes en place.

22 Aller plus loin

Vous avez terminé votre animation réalisée complètement en CSS ! Cependant, ce n'est qu'un début. Avec les mêmes techniques, vous pourriez facilement créer d'autres choses comme un graphisme fluide avec des onglets, ou un diaporama de photos linéaire. Réfléchissez aux possibilités d'exploitation de la classe `:target` et n'hésitez pas à partager vos idées avec nous par e-mail, sur Facebook ou sur Twitter !

Créer des animations cinétiques avec CSS3

Les animations faites avec CSS3 peuvent être imbriquées les unes dans les autres de manière indéfinie, ce qui nous permet de créer des comportements complexes avec un code simple.

outils | tech | tendances Dreamweaver, Photoshop
expert Sam Hampton-Smith



Si vous êtes un lecteur régulier de **Web Design**, vous êtes familier avec l'idée que CSS3 peut remplacer ce que nous avons l'habitude de faire avec JavaScript en matière d'animations.

Les animations simples déclenchées par les interactions de l'utilisateur sont très faciles à réaliser et demandent souvent moins de code que l'équivalent JavaScript tout en permettant plus de contrôle. Ce que vous ignorez peut-être est que, tout comme les animations déclenchées par l'utilisateur et les animations appliquées par élément sur la page, vous pouvez aussi créer des modèles d'animation pouvant être appliqués à des objets multiples, et que vous n'avez pas besoin de la contribution de l'utilisateur pour lancer une animation. Dans ce tutoriel, nous allons profiter de cette caractéristique moins connue de CSS3 pour recréer notre système solaire. Les animations requises sont étonnamment simples, et pourtant le résultat final est sophistiqué et complexe, ce qui veut donc dire que vous aurez un superbe résultat pour peu d'efforts !

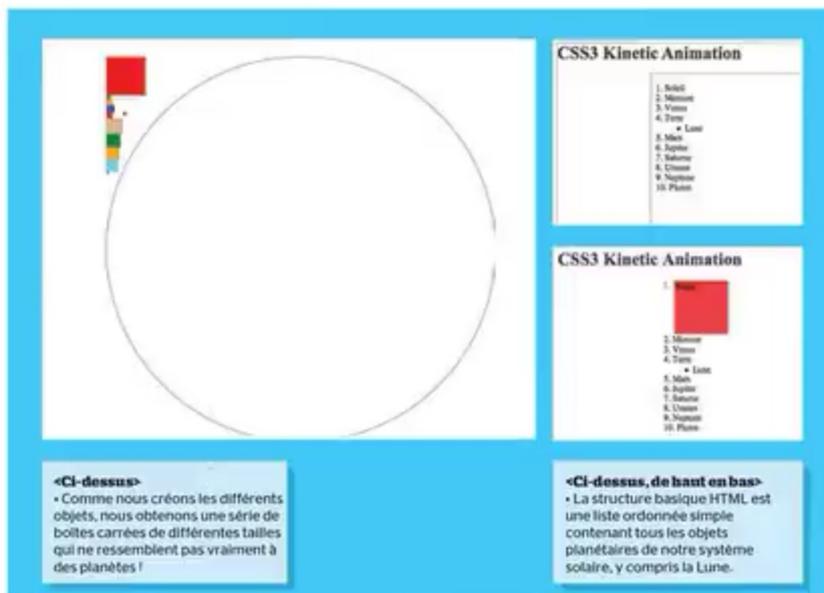


« Les animations requises sont étonnamment simples, et pourtant le résultat final est sophistiqué. »

01 HTML basique

Notre système solaire sera créé avec le HTML le plus basique que vous pouvez imaginer. Nous avons codé une liste ordonnée simple avec une liste d'items pour chaque élément du système solaire. Le soleil apparaît comme le premier élément et Pluton comme le dernier. Pour la Terre, nous avons aussi inclus une liste non ordonnée imbriquée pour contenir notre élément supplémentaire, la Lune.

```
001 <!DOCTYPE HTML><html><head>
002   <meta http-equiv="Content-Type"
003   content="text/html; charset=UTF-8">
004   <title>CSS3 Kinetic Animation</title>
005   <link rel="stylesheet" type="text/css"
006   href="styles/screen.css">
007 </head><body>
008   <div id="container">
009     <h1>CSS3 Kinetic Animation</h1>
010     <div id="solarsystem">
011       <ol>
012         <li>Sun</li>
013         <li>Mercury</li>
014         <li>Venus</li>
015         <li>Earth
016           <ul>
017             <li>Moon</li>
018           </ul>
019         <li>Mars</li>
020         <li>Jupiter</li>
021         <li>Saturn</li>
022         <li>Uranus</li>
023         <li>Neptune</li>
```



```
023 <li>Pluto</li>
024 </ol>
025 </div>
026 </div>
```

02 CSS basique

Nous devons déterminer les caractéristiques basiques de notre modèle. Nous avons opté pour un système solaire de 1000 pixels de large, et bien que celui-ci devienne circulaire plus tard, nous avons juste appliqué une largeur et une hauteur de 1000 pixels pour commencer. Nous plaçons notre modèle au centre de la fenêtre en ajoutant "margin:auto".

```
001 /* KINETIC CSS3 ANIMATION */
002 #solarsystem {
003   position: relative;
004   margin: auto;
005   padding: 0;
006   width: 1000px;
007   height: 1000px;
008 }
```

03 Ciblage CSS

Nous aurions pu donner à chaque élément de la liste un id ou une classe unique, mais avec le ciblage CSS, nous pouvons simplement utiliser le sélecteur nth-child(n) pour choisir l'élément voulu. Commençons par le Soleil : appliquons-lui 100 pixels de largeur et de hauteur. La numérotation de Nth-Child commence à 1 (plutôt qu'à 0 comme les index du script le font).

```
001 #solarsystem ol>li:nth-child(1) {
002   width: 100px;
003   height: 100px;
004   background: red;
005 }
```

Lumière et obscurité
Nous avons créé des graphismes pour les planètes, qui ont un côté éclairé et un côté dans l'ombre. Le côté lumineux est celui tourné vers le soleil, plus précisément dirigé vers lui grâce à l'animation qui donne plus de réalisme.

04 Cibler davantage

Nous devons attribuer à chaque planète une largeur et une hauteur qui seront les mêmes à chaque fois. N'oubliez pas que chaque planète a une taille différente, mais ne vous rendez pas fou à vouloir être trop exact scientifiquement ; par exemple, Pluton est une planète naine, mais nous l'avons tout de même incluse par facilité. Nous avons ajouté du code pour aller aussi loin que la Terre :

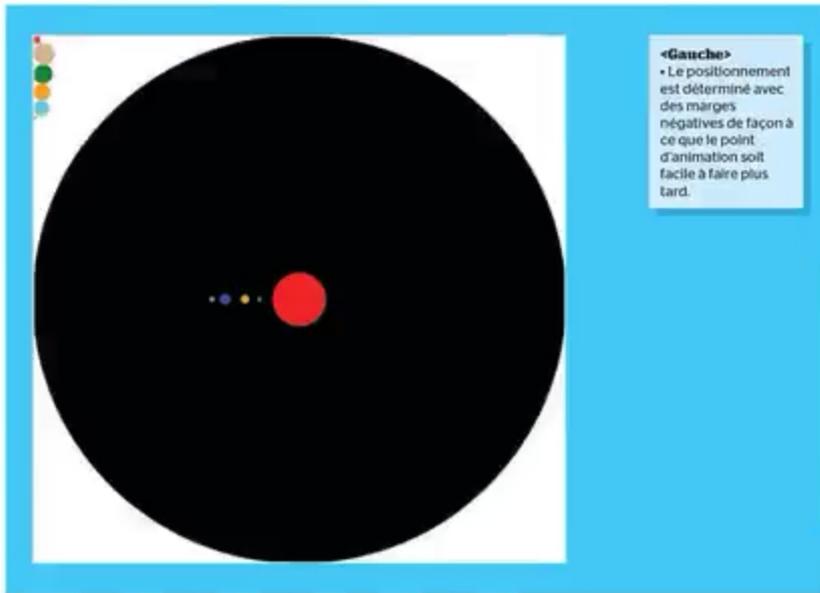
```
001 /* KINETIC CSS3 ANIMATION */
002 #solarsystem {
003   position: relative;
004   margin: auto;
005   padding: 0;
006   width: 1000px;
007   height: 1000px;
008 }
009 #solarsystem ol li {
010   display: block;
011   overflow: hidden;
012   text-indent: -100%;
013 }
014 #solarsystem ol>li:nth-child(1) {
015   width: 100px;
016   height: 100px;
017   background: red;
```

```
018 }
019 #solarsystem ol>li:nth-child(2) {
020   width: 10px;
021   height: 10px;
022   background: green;
023 }
024 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
025   width: 15px;
026   height: 15px;
027   background: orange;
028 }
029 #solarsystem ol>li:nth-child(4) {
030   width: 20px;
031   height: 20px;
032   background: blue;
033 }
```

05 La Lune

La Lune est un cas spécial puisque c'est une liste imbriquée à l'intérieur d'une autre liste. Nous allons la cibler de la même façon, en faisant simplement référence à l'élément contenant, la Terre, pour l'obtenir. Complétez le reste des planètes pour les dimensionner correctement. Le résultat final est une série de carrés colorés lorsque vous le chargez dans votre navigateur.

```
001 /* The Moon */
002 #solarsystem ol>li:nth-child(4) li {
003   height: 10px;
004   background: grey;
005   text-indent: -10000px;
006 }
007 /* Mars */
008 #solarsystem ol>li:nth-child(5) {
009   width: 14px;
010   height: 14px;
011   background: red;
012 }
013 /* Jupiter */
014 #solarsystem ol>li:nth-child(6) {
015   width: 40px;
016   height: 40px;
017   background: tan;
018   background: red;
019 }
020 /* Saturn */
021 #solarsystem ol>li:nth-child(7) {
022   width: 36px;
023   height: 36px;
024   background: green;
025 }
026 /* Uranus */
027 #solarsystem ol>li:nth-child(8) {
028   width: 32px;
029   height: 32px;
030   background: orange;
031 }
032 /* Neptune */
033 #solarsystem ol>li:nth-child(9) {
034   width: 30px;
```



<Gauche>
 • Le positionnement est déterminé avec des marges négatives de façon à ce que le point d'animation soit facile à faire plus tard.

Faites-le rond

Vous pouvez donner un aspect de rondeur à n'importe quel objet en utilisant CSS : faites simplement correspondre la largeur et la hauteur puis appliquez un `border-radius` égal à la moitié de la largeur de l'élément. Cela créera un cercle parfait, idéal pour une planète !

07 Position dans l'espace

La prochaine étape est de positionner chaque élément dans l'espace. Commençons par assigner une règle `position: absolute` à chaque objet planétaire, et réglons le positionnement en haut et à gauche à 500 pixels (la moitié de la largeur de tout le système solaire). Ensuite, utilisons une marge négative pour positionner les différents objets dans l'espace. Le Soleil ne doit pas avoir de marge : les autres planètes ont une marge de plus en plus grande au fur et à mesure qu'elles s'éloignent du soleil.

```

001 /* The
Sun */
002
#solarsystem
ol>li:nth-child(1)
{
003 width:
100px;
004 height:
100px;
005 border-radius: 50px;
006 background:
red;
007 position: absolute;
008 top: 500px;
009 left: 500px;
010 margin-left: -50px;
011 margin-top: -50px;
012 }
013 /* Mercury */
014 #solarsystem ol>li:nth-child(2) {
015 width: 10px;
016 height: 10px;
017 border-radius: 5px;
018 background: green;
019 position: absolute;
020 top: 500px;
021 left: 500px;
022 margin-left: -80px;
023 margin-top: -5px;
024 }
025 /* Venus */
026 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
027 width: 16px;
028 height: 16px;
029 border-radius: 8px;
030 background: orange;
031 position: absolute;
032 top: 500px;
033 left: 500px;
034 margin-left: -110px;
035 margin-top: -8px;
036 }
    
```

```

035 height: 30px;
036 background: aqua;
037 }
038 /* Pluto */
039 #solarsystem ol>li:nth-child(10) {
040 width: 6px;
041 height: 6px;
042 background: grey;
043 }
    
```

```

017 }
018 /* Mercury */
019 #solarsystem ol>li:nth-child(2)
{
020 width: 10px;
021 height: 10px;
022 border-radius: 5px;
023 background: green;
024 }
025 /* Venus */
026 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
027 width: 16px;
028 height: 16px;
029 border-radius: 8px;
030 background: orange;
031 }
    
```

06 De carré à rond

Il est un peu difficile de visualiser les carrés comme des éléments planétaires quand ce sont juste de gros carrés : remédions à cela en ajoutant une propriété `border-radius` à chaque planète. Le radius devra faire la moitié de la largeur de l'objet. Nous pouvons aussi faire la même chose avec toute la liste pour la faire paraître circulaire.

```

001 #solarsystem ol {
002 position: relative;
003 margin: auto;
004 padding: 0;
005 width: 1000px;
006 height: 1000px;
007 border: 1px solid #333;
008 border-radius: 500px;
009 }
010 /* The Sun */
011 #solarsystem ol>li:nth-child(1) {
012 width: 100px;
013 height: 100px;
014 /* Jupiter */
015 border-radius: 50px;
016 background: red;
    
```



<Ci-dessus>
 • Notre problème avec la Lune est à présent résolu : la partie éclairée est toujours tournée vers le Soleil (le point d'éclaircissement de tout le système solaire).

08 Compléter le positionnement

Analysez chaque planète, positionnez-les en utilisant le "truc" de la marge négative. Notez que nous positionnons chaque planète à partir du Soleil sur un axe horizontal. Elles doivent être sur une ligne parfaite en ajustant la marge du haut qui sera une version négative du border-radius. Une fois placées, elles doivent former une ligne parfaite dans le système.

09 Ajouter de l'animation

Maintenant créons une animation qui fera tourner les planètes autour du Soleil. Nous commençons par créer une animation programmée avec le sélecteur @keyframes afin d'attribuer une série de keyframes du début à la fin de l'animation. Ici, nous voulons créer une rotation de 0 à 360°.

```
001 @-webkit-keyframes orbitsun {
002   from { -webkit-transform: rotate(0deg)
003         }
004   to { -webkit-transform: rotate(360deg)
005         }
006 }
007 @-moz-keyframes orbitsun {
008   from { -moz-transform: rotate(0deg) }
009   to { -moz-transform: rotate(360deg) }
010 }
```

10 Attribuer l'animation

Il faut ensuite animer nos planètes. Nous pouvons le faire en masse en utilisant un simple sélecteur pour sélectionner chaque planète et lui appliquer notre animation programmée. Nous pouvons également régler notre animation pour qu'elle fonctionne en continu et linéairement (ce qui signifie qu'elle sera peu à peu uniforme).

```
001 #solarsystem ol>li {
002   -webkit-animation-iteration-
003   count: infinite;
004   -webkit-animation-timing-
005   function: linear;
006   -webkit-animation-name: orbitsun;
007   -moz-animation-iteration-
008   count: infinite;
009   -moz-animation-timing-function: linear;
010   -moz-animation-name: orbitsun;
011 }
```

11 Déterminer l'origine

Nous devons déterminer le point d'origine de l'animation pour qu'il corresponde au point central du système solaire. Il faut positionner l'origine à l'opposé des marges négatives utilisées, et la replacer là où l'objet est positionné sans aucune marge.

```
001 /* Mercury */
002 #solarsystem ol>li:nth-child(2) {
003   width: 10px;
004   height: 10px;
005   border-radius: 5px;
```

Bibliothèque de code

Créer une animation (partie 1)

Notre animation utilise une rotation continue et fonctionne sur le positionnement de chaque planète tournant autour du point d'origine.

```
001 /* The Sun */
002 #solarsystem ol>li:nth-child(1) {
003   width: 100px;
004   height: 100px;
005   border-radius: 50px;
006   background: red url(sun.jpg) no-repeat top left;
007   position: absolute;
008   top: 500px;
009   left: 500px;
010   margin-left: -50px;
011   margin-top: -50px;
012   -webkit-box-shadow: 0px 0px 20px #fc9d34;
013   -moz-box-shadow: 0px 0px 20px #fc9d34;
014   box-shadow: 0px 0px 20px #fc9d34;
015 }
016
017 /* Mercury */
018 /* REMOVED TO ABBREVIATE THE FULL CODE */
019
020 /* Venus */
021 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
022   width: 16px;
023   height: 16px;
024   border-radius: 8px;
025   background: orange url(venus.jpg) no-repeat
026   top left;
027   position: absolute;
028   top: 500px;
029   left: 500px;
030   margin-left: -110px;
031   margin-top: -8px;
032   -webkit-transform-origin: 110px 8px;
033   -moz-transform-origin: 110px 8px;
034 }
035
036 /* The Earth */
037 #solarsystem ol>li:nth-child(4) {
038   width: 20px;
039   height: 20px;
040   border-radius: 10px;
041   background: blue url(earth.jpg) no-repeat
042   top left;
043   position: absolute;
044   top: 500px;
045   left: 500px;
046   margin-left: -150px;
047   margin-top: -10px;
048   -webkit-transform-origin: 150px 10px;
049   -moz-transform-origin: 150px 10px;
050 }
```

Nous avons d'abord placé les planètes au centre du système solaire, puis utilisé une marge négative pour les positionner dans l'espace.

```

006 background: green;
007 position: absolute;
008 top: 500px;
009 left: 500px;
010 margin-left: -80px;
011 margin-top: -5px;
012 -webkit-transform-origin:80px 5px;
013 -moz-transform-origin:80px 5px;
014 )

```

12 Tout est une question de temps

Attribuons à l'animation son temps d'exécution. Il variera selon les planètes puisque plus on s'éloigne du soleil, plus il faudra ajouter de temps. Commençons avec Mercure : ajoutez une nouvelle règle avec la propriété de temps de l'animation (en secondes), nous avons opté pour 5 secondes. Prenez soin d'enregistrer votre travail avant de tester la rotation de Mercure.

```

001 #solarsystem ol>li:nth-child(2) {
002   -webkit-animation-duration:5s;
003   -moz-animation-duration:5s;
004 }

```

13 Répéter pour chaque planète

Nous devons à présent donner le même code à chaque planète. Pensez à régler la propriété d'origine transformée et à déterminer la durée d'animation. L'origine transformée aura toujours la valeur opposée des marges de la planète choisie. Mettez le temps d'animation que vous voulez.

```

001 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
002   -webkit-animation-duration:10s;
003   -moz-animation-duration:10s;
004 }

```

14 Répéter encore et encore

Vous devez soigneusement régler la rotation de chaque planète pour que cela fonctionne et soit cohérent dans l'ensemble du système solaire. Faites un par un la même chose pour les dix éléments spatiaux.

15 Tester

À présent, vous avez un modèle du système solaire qui fonctionne bien, avec la Lune en orbite autour de la Terre (si ce n'est pas le cas, remédiez à cela en allant sur le CD et utilisez le code qui s'y trouve). Testez pour voir si tout fonctionne bien avant de continuer vers les prochaines étapes.

16 Ajouter un arrière-plan

Ouvrez Photoshop et créez un nouveau document carré de 1000 pixels de côté. Remplissez-le de gris à 50 % puis allez sur Bruit > Ajouter du bruit. Elevez le niveau à 3 %. Ajoutez un peu d'atténuation à 0,5 pixel puis allez sur Image > Réglages > Seuil pour créer la Voie lactée. Inversez les couleurs en sélectionnant Image > Réglages > Négatif et enregistrez en JPEG. Ajoutez l'image en tant qu'arrière-plan à la liste "solarsystem".

17 L'arrière-plan planète

Créez un document Photoshop pour chaque planète à la bonne taille et créez votre propre texture pour chacune d'elles, ou téléchargez une image libre de droits de la NASA, Wikipédia ou autre. Assurez-vous que la texture de la planète remplit le document. Créez une fausse lumière en ajoutant un dégradé de noir à blanc de gauche à droite.

18 Le problème de la Lune

Vous remarquerez que comme les planètes tournent autour du Soleil, les contours lumineux de chaque planète sont tournés vers lui. Malheureusement, ce n'est pas le cas de la Lune qui gravite autour de la Terre et non autour du Soleil. Nous remédions à cela en créant une animation qui fera tourner la Lune sur son propre axe, et qui garantira que son côté lumineux sera toujours tourné vers le Soleil.

19 Remédier au problème de la Lune

Nous pouvons remédier au problème de la Lune en ajoutant des balises autour du mot dans notre code source, puis en créant un nouvel ensemble d'animations keyframes qui tournent dans le sens opposé des planètes. Appliquons tout cela à la balise span de la Lune pour la durée de sa rotation.

```

001 #solarsystem ol li span (>
002   -webkit-animation-iteration-
003   count:infinite;
004   -webkit-animation-timing-
005   function:linear;
006   -webkit-animation-
007   name:reverseorbisun;
008   -moz-animation-iteration-
009   count:infinite;
010   -moz-animation-timing-function:linear;
011   -moz-animation-name:reverseorbisun;
012 )
013 /* The Moon */
014 #solarsystem ol>li:nth-child(4) li {
015   -webkit-animation-duration:2s;
016   -moz-animation-duration:2s;
017 }
018 #solarsystem ol>li:nth-child(4) li span {
019   -webkit-animation-duration:2s;
020   -moz-animation-duration:2s;
021 }
022 @-webkit-keyframes reverseorbisun {
023   from { -webkit-transform:rotate(0deg) }
024   to { -webkit-transform:rotate(-360deg) }
025 }
026 @-moz-keyframes reverseorbisun {
027   from { -moz-transform:rotate(0deg) }
028   to { -moz-transform:rotate(-360deg) }
029 }

```

20 Actualiser l'arrière-plan

Vous noterez que notre problème n'est pas encore réglé : bien que le tourne correctement, il n'a pas d'image d'arrière-plan. Vous ne voyez donc pas l'effet. Déplacez l'image d'arrière-plan depuis la Lune jusqu'à la Lune et tout rentrera dans l'ordre.

```

001 /* The Moon */
002 #solarsystem ol>li:nth-child(4) li {
003   width: 10px;
004   height: 10px;
005   border-radius: 5px;
006   text-indent: -100000px;
007   position: absolute;
008   top: 10px;
009   left: 10px;
010   margin-left: -30px;
011   margin-top: -5px;
012   -webkit-transform-origin:30px 5px;
013   -moz-transform-origin:30px 5px;

```



Comprendre et utiliser les animations keyframes de CSS3

Nous sommes tous familiers avec les animations de survol créées avec CSS3. Elles sont d'ordinaire directement appliquées à l'élément ciblé et ont un état de départ et de fin. Avec une approche différente, on peut créer des modèles d'animation en utilisant @keyframes qui nous aide à aller encore plus loin avec nos animations et nous permet de créer une animation basique avec deux états ou plus avec un élément animé de transition. La syntaxe basique utilisée dans ce tutoriel se base sur un simple keyframe début-fin, ce qui permet au navigateur de traier facilement les cadres qui se trouvent au milieu. Cette spécification nous permet toutefois d'avoir plus de deux keyframes, chacun d'eux pouvant avoir des propriétés différentes, permettant des animations sophistiquées et complexes qui peuvent être appliquées facilement à différents éléments de notre page.

Faire ressortir les titres de la page

Ajouter une ombre aux titres sur votre page les fera ressortir de l'arrière-plan et ajoutera un petit truc en plus à votre design sans augmenter la charge de travail.

```
014 }
015 #solarsystem ol>li:nth-child(4) li span {
016   width: 10px;
017   height: 10px;
018   border-radius: 5px;
019   position: absolute;
020   top: 0;
021   left: 0;
022   display: block;
023   background: grey
url(moon.jpg) no-repeat top left;
024 }
```

21 Ajouter un arrière-plan

La page derrière notre système solaire est un peu terne... Trouvez donc une image Creative Commons sur le Web (compfight.com est une bonne ressource pour s'en procurer) et collez-la dans un gros document dans votre éditeur graphique. Changez l'opacité et fusionnez avec une teinte gris foncé afin de créer un agréable arrière-plan pour votre balise body.

22 Utiliser des polices de web

La police par défaut dans la plupart des navigateurs étant plutôt moche, trouvons-en vite une autre pour égayer un peu tout ça. Nous avons utilisé Google Web Fonts et cherché une police d'affichage qui fasse légèrement "intergalactique". Finalement, nous avons opté pour Wall Poet qui est une police futuriste sympa avec des lignes claires.

```
001 font-family: 'Wallpoet', sans-serif;
```

23 Ajouter de l'ombre au texte

Ajoutez un peu de fioritures à votre typo en utilisant la propriété d'ombre de texte pour créer une ombre décalée du texte sans effet flou. Cela fera ressortir le titre et attirera le regard du visiteur. Vous pouvez également ajouter un sous-titre avec plus d'informations et lui donner un style similaire.

```
001 text-shadow: 3px 3px 0px #ccc;
```

24 Test final

Nous sommes maintenant prêts à tester tout ça pour la dernière fois : vérifiez donc votre page dans autant de navigateurs WebKit et Firefox que possible. N'oubliez pas que le code que nous avons créé ne fonctionne que dans les navigateurs supportant les animations CSS, et que nous avons utilisé des préfixes spécifiques pour cibler ces navigateurs. Comme de plus en plus de navigateurs deviennent compatibles, vous pouvez actualiser votre code pour les cibler également.

```
001 complete code listing on the disc
```

25 Aller plus loin

Nous avons terminé notre modèle du système solaire en 2D, mais nous ne sommes pas obligés de nous arrêter là. Vous pouvez ajouter des infobulles qui s'affichent au survol des planètes et qui les décrivent, ou, si vous voulez vraiment pousser la chose, pourquoi ne pas tenter une version 3D en utilisant les transformations 3D de WebKit ?

“ Vous pouvez afficher une infobulle au survol pour décrire chaque planète. ”

Bibliothèque de code

Créer une animation (partie 2)

Notre animation utilise une rotation continue et fonctionne en compensant l'origine transformée de chaque planète pour tourner autour du centre. Voici la section de code finale :

```
001 /* Assign the animation */
002 #solarsystem ol li {
003   -webkit-animation-iteration-count:infinite;
004   -webkit-animation-timing-function:linear;
005   -webkit-animation-name:orbitsun;
006   -moz-animation-iteration-count:infinite;
007   -moz-animation-timing-function:linear;
008   -moz-animation-name:orbitsun;
009 }
010
011 /* Animate the sun */
012 #solarsystem ol>li:nth-child(1) {
013   -webkit-animation-duration:300s;
014   -moz-animation-duration:300s;
015 }
016
017 /* Mercury */
018 #solarsystem ol>li:nth-child(2) {
019   -webkit-animation-duration:15s;
020   -moz-animation-duration:15s;
021 }
022
023 /* Venus */
024 #solarsystem ol>li:nth-child(3) {
025   -webkit-animation-duration:20s;
026   -moz-animation-duration:20s;
027 }
028
029 /* Earth */
030 #solarsystem ol>li:nth-child(4) {
031   -webkit-animation-duration:24s;
032   -moz-animation-duration:24s;
033 }
034
035 @-webkit-keyframes orbitsun {
036   from { -webkit-transform:rotate(0deg) }
037   to { -webkit-transform:rotate(360deg) }
038 }
039
040 @-moz-keyframes orbitsun {
041   from { -moz-transform:rotate(0deg) }
042   to { -moz-transform:rotate(360deg) }
043 }
```

Nous avons attribué aux planètes une animation programmée avec ce morceau de code en attribuant l'animation à tous les éléments de la liste dans la div "solarsystem".

Pour chaque planète, nous avons déterminé son temps d'animation. Plus la planète est loin du Soleil, plus il lui faut de temps pour tourner autour de lui (et donc plus le temps d'animation est long).

Ces instructions créent une animation programmée avec des keyframes. Le code dit simplement d'animer une rotation depuis 0° jusqu'à 360°.

Réaliser un jeu HTML5 avec EaselJS : 1^{ère} partie

Créez un beau jeu de plateforme à l'ancienne sans plug-in en utilisant HTML5 Canvas.

outils | tech | tendances Dreamweaver, HTML5, EaselJS
expert Mark Shufflebottom



es jeux sur le Web sont en constante évolution. Ce qui auparavant ne pouvait être fait qu'avec Flash pour créer des expériences de jeu riches et immersives devient peu à peu le domaine de HTML5, grâce à des technologies comme Canvas et WebGL, qui offrent un gameplay

extrêmement rapide. Dans Web Design 38 (avril 2012), nous avons jeté un coup d'œil à EaselJS, une bibliothèque pour Canvas offrant une liste d'affichage "à la Flash" qui simplifie le travail pour créer une application, une animation ou un jeu Canvas. Easel est un bon moyen pour démarrer votre projet, et si vous avez manqué le précédent tutoriel, vous pouvez vous rattraper avec celui-ci. Ici, nous cherchons à aller beaucoup plus loin avec le framework en créant un jeu de plateforme avec des fonctions de gravité, des obstacles à éviter, des choses à attraper et un objectif à atteindre. L'idée générale du jeu est de courir à travers les plateformes, d'éviter les caisses qui tombent et essaient de vous écraser, d'attraper la clef et de vous diriger vers la sortie ! Vous apprendrez des techniques essentielles, comme la création d'objets prototypes avec JavaScript, l'application de la gravité à votre personnage, la détection de collision avec les boîtes qui rebondissent... Ça a l'air compliqué comme ça, mais nous vous assurons que c'est très simple. Dans ce tutoriel, nous allons préparer le code initial, et le mois prochain nous développerons la mécanique du jeu.

01 Démarrer

Copiez le dossier de démarrage du projet qui se trouve sur le CD et collez-le sur votre bureau avant de télécharger EaselJS depuis easeljs.com. Copiez le dossier lib dans le dossier de démarrage sur votre bureau et créez un nouveau document JavaScript dans Dreamweaver. Ajoutez le code suivant qui définira le document en tant qu'objet plateforme : nous obtiendrons nos plateformes depuis cet objet dans le jeu.

```
001 (function(window) {
002   function Platform(w,h) {
003     this.width = w;
004     this.height = h;
005     this.initialize();
006   }
```

02 Objet prototype

Nous utilisons l'objet prototype de JavaScript qui simplifie le processus d'ajout de propriétés ou de méthodes personnalisées à des éléments de l'objet. Ici, nous pouvons créer la plateforme en tant qu'objet, déterminer sa largeur et sa hauteur, et les plateformes arriveront dans notre jeu par le biais d'un format de code modulaire.

```
001 Platform.prototype = new Container();
002 Platform.prototype.platformBody = null;
003 Platform.prototype.Container_initialize =
Platform.prototype.initialize;
```

03 Initialiser la plateforme

Ici, nous définissons la construction de l'objet. Nous initialisons l'objet et créons une nouvelle forme vectorielle dans le corps de la variable plateforme. Cette forme est ensuite ajoutée au conteneur général en utilisant la commande addChild. Jusqu'ici, il n'y a pas de forme définie, nous appelons donc la fonction makeShape qui va créer la plateforme.

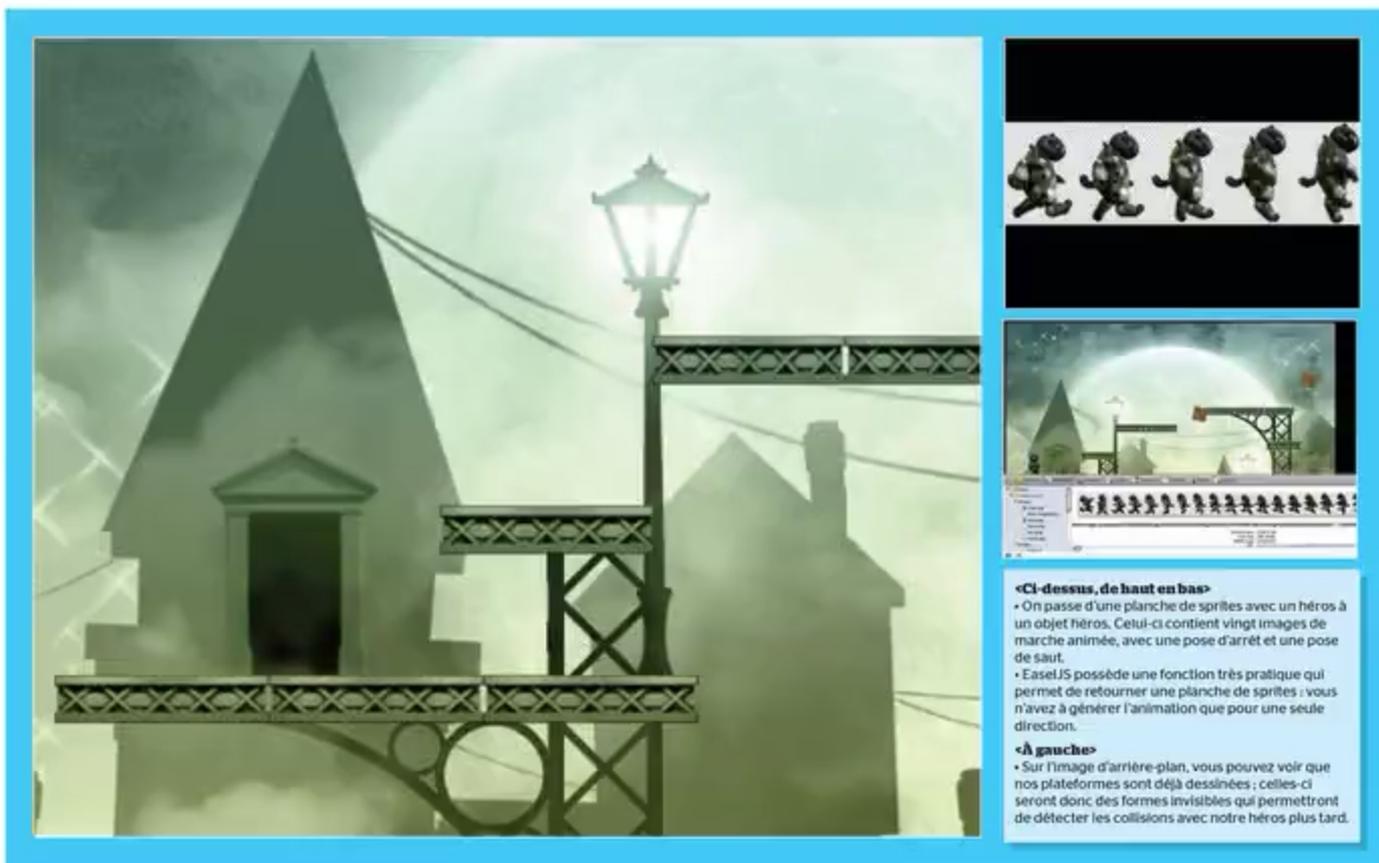
```
001 Platform.prototype.initialize = function()
{
002   this.Container_initialize();
003   this.platformBody = new Shape();
004   this.addChild(this.platformBody);
005   this.makeShape();
006 }
```

04 Couper des formes

Définissons à présent la fonction makeShape, créée en utilisant la classe de graphismes EaselJS. Dessinons un rectangle mais ne le remplissons pas avec de la couleur puisque les graphismes de la plateforme se trouvent déjà dans l'image d'arrière-plan que nous allons mettre dans le canvas plus tard. Enfin, fermons l'objet en l'appelant "new Platform()" depuis notre script de jeu principal.

```
001 Platform.prototype.makeShape = function()
{
002   var g = this.platformBody.graphics;
```

Les jeux sur le Web entrent dans le domaine de HTML5 grâce à des technologies comme Canvas et WebGL qui offrent un gameplay extrêmement rapide.



<Ci-dessus, de haut en bas>

- On passe d'une planche de sprites avec un héros à un objet héros. Celui-ci contient vingt images de marche animée, avec une pose d'arrêt et une pose de saut.
- EaselJS possède une fonction très pratique qui permet de retourner une planche de sprites : vous n'avez à générer l'animation que pour une seule direction.

<À gauche>

- Sur l'image d'arrière-plan, vous pouvez voir que nos plateformes sont déjà dessinées ; celles-ci seront donc des formes invisibles qui permettront de détecter les collisions avec notre héros plus tard.

```
003 g.drawRect(0,0,this.width,this.height);
004 }
005 window.Platform = Platform;
006 }(window));
```

05 Enregistrer et recommencer

Enregistrez le fichier en tant que "Platform.js" et créez un nouveau fichier JavaScript qui contiendra notre héros. Ajoutez le code comme ci-dessous. Cela permet de créer un objet héros similaire à la plateforme de l'étape 1. Mais ici, nous passons l'image du héros qui sera la planche de sprites de l'animation de notre personnage. Nous utiliserons ensuite cette animation dans notre jeu.

```
001 (function(window) {
002   function Hero(imgHero) {
003     this.initialize(imgHero);
004   }
005 }
```

06 Le prototype du héros

De nouveau, définissons le héros comme un prototype ; cette fois-ci, il s'agit d'une animation bitmap et non d'un conteneur comme l'objet de base. Plaçons le code initialisé tout en haut, avec un nom unique pour ne pas écraser la classe de base. Définissons ensuite notre planche de sprites en tant que nouvel objet, prêt à extraire l'animation.

```
001 Hero.prototype = new BitmapAnimation();
002 Hero.prototype.Animation_initialize = Hero.prototype.initialize;
003 Hero.prototype.initialize =
function(imgHero) {
004   var spriteSheet = new SpriteSheet({
```

07 Définir l'animation

Ici, nous définissons l'image que nous allons utiliser. Des informations sur les images, comme la largeur et la hauteur, sont définies. Les regX and regY définissent le point d'enregistrement, et ils se situent aux pieds du personnage pour créer un point de collision entre les plateformes. L'animation est faite de manière à ce que les bonnes images soient appelées.

```
001 images: [imgHero], frames: {width: 60,
height: 85, regX: 29, regY: 80}, animations: {
002   walk: [0, 19, "walk"],
003   idle: [20, 20],
004   jump: [21, 21] } });
```

08 Lancer l'animation

La ligne de code suivante lance l'animation afin que nous ayons une animation aussi bien vers la gauche que vers la droite, ce qui équilibre l'écran. Cela économise du temps de chargement pour l'image.

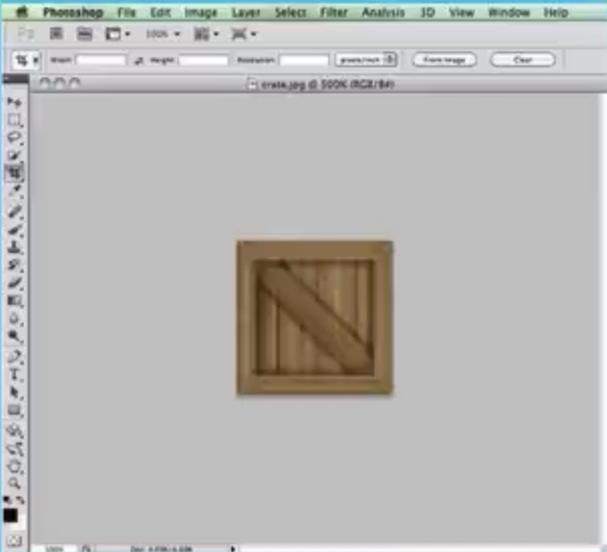
L'animation est initialisée et s'arrête sur la pose "d'arrêt". Comme précédemment, c'est réglé pour que le héros puisse être appelé dans le document principal en utilisant le nouveau Hero() en tant qu'objet.

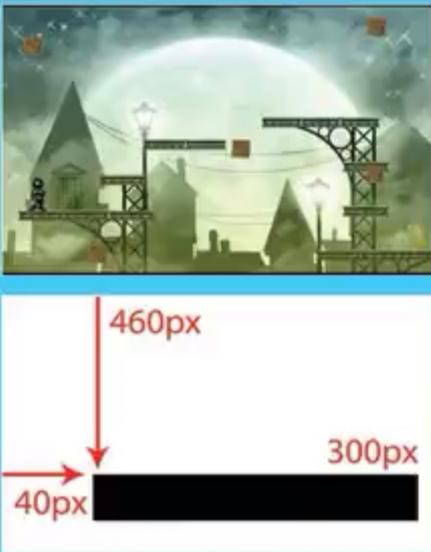
```
001 SpriteSheetUtils.
addFlippedFrames(spriteSheet, true, false,
false);
002 this.Animation_initialize(spriteSheet);
003 this.gotoAndStop("idle");
004 window.Hero = Hero;
005 }(window));
```

09 Créer des attentes

Enregistrez le fichier sous "Hero.js" et créez un autre fichier JavaScript. Celui-ci contiendra les caisses qui tombent et qui tentent d'éjecter notre petit joueur hors des plateformes. Comme nous l'avons déjà fait, nous définissons nos caisses comme des objets pouvant être exemplifiés en plusieurs caisses lorsque le jeu s'exécute.

```
001 (function(window) {
002   function Crate() {
003     this.initialize();
004   }
005 }
```





<depuis la gauche et dans le sens des aiguilles d'une montre>

- Nous voyons ici la caisse. Celle-ci est chargée dans le conteneur caisse puis déplacée au point central du conteneur pour la détection de la collision et la rotation dans le jeu.
- La couleur de l'arrière-plan du document est définie comme noire et l'élément du canvas qui contient notre jeu est créé.
- Ceci illustre comment la première valeur des trois tableaux est relevée et utilisée pour positionner la plateforme et définir sa largeur.

10 Conteneur pour la caisse

La caisse va devenir un conteneur qui est un objet vide d'affichage dans EaselJS. Nous allons ensuite placer une image appropriée pour le jeu dans la caisse, ce qui nous permettra ensuite de déplacer l'image au point central du conteneur et donc de créer une détection de collision depuis ce point central lorsqu'il sera placé dans le jeu.

```
001 Crate.prototype = new Container();
002 Crate.prototype.img = new Image();
003 Crate.prototype.Container_initialize =
Crate.prototype.initialize;
004 Crate.prototype.initialize = function() {
```

11 Terminer la caisse

Ici, nous allons ajouter l'image de la caisse, et la remettre à 20 pixels sur les axes X et Y pour que le centre de la caisse soit au-dessus du centre du conteneur - il s'agit d'une étape importante : n'oubliez pas de la faire ! Elle est ensuite ajoutée à l'objet et peut être appelée comme nouveau Crate() (caisse) dans le jeu. Enregistrez ce nouveau fichier sous "Crate.js" dans le même dossier que les autres.

```
001 this.Container_initialize();
002 var bmp = new Bitmap("img/crate.jpg");
003 bmp.x=-20;
004 bmp.y=-20;
005 this.addChild(bmp);
006 } window.Crate = Crate;
007 }(window));
```

12 Document HTML5

Créez une nouvelle page HTML5 dans Dreamweaver et ajoutez le code ci-dessous pour que nous ayons un élément canvas dans lequel nous

pouvons afficher notre jeu. Nous ajoutons également une fonction init qui est appelée lorsque le document se charge. Enregistrez-la sous "index.html" dans le même dossier que la caisse, le héros et la plateforme.

```
001 <body onload="init();">
002 <canvas id="canvas" width="960px"
height="600px"></canvas>
```

13 Faire un lien jusqu'au code et paramétrer

Ajoutez le lien suivant dans la section head du site. Cela paramètre l'arrière-plan de la page en noir puis fait un lien vers la bibliothèque principale EaselJS et vers notre code créé dans les étapes précédentes. Nous avons maintenant accès à tout ce qui se trouve dans ce dossier et pouvons donc créer notre jeu de plateforme

```
001 <style>body {background-color: #000;}</
```



<Ci-dessus>

- Le gestionnaire des touches indique quelles touches a pressées l'utilisateur dans l'image finale du jeu ci-dessus. Celles-ci sont le lien entre la saisie utilisateur et le comportement du personnage qui en découle sur l'écran.

Pour les boucles

Tout ce qui doit se reproduire encore et encore doit être mis dans une boucle for pour que cela puisse itérer dans une séquence. Des tableaux sont normalement utilisés pour contenir les données.

```
style>
002 <script src="lib/easel.js"></script>
003 <script src="Platform.js"></script>
004 <script src="Hero.js"></script>
005 <script src="Crate.js"></script>
```

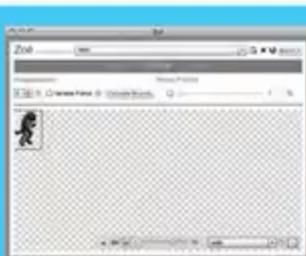
14 Générer des variables

Il y a divers éléments auxquels il faudra que nous ayons accès de manière permanente, c'est pourquoi nous avons besoin de beaucoup de variables dans notre projet. Nous allons maintenir les codes du curseur et la barre d'espace dans des variables pour que nous y ayons accès dans le jeu et même ailleurs. La prochaine ligne contient divers objets dont nous aurons besoin dans le jeu.

```
001 <script>
002 var KEYCODE_SPACE = 32, KEYCODE_LEFT = 37,
KEYCODE_RIGHT = 39;
003 var canvas, stage, lfHeld, rtHeld,
platforms, crates, hero, heroCenter, key,
door, gameTxt;
```

15 États de jeu

Si vous étiez sur d'autres langages comme ActionScript avant d'arriver sur JavaScript, vous



Créer une planche de sprite

Les planches de sprites pour EaselJS sont un peu complexes à assembler si vous faites tout le boulot à la main sur Photoshop. Le fait de devoir aligner toutes les images et de s'assurer que l'animation est correcte rendra le processus très difficile. Heureusement, le créateur d'EaselJS, Grant Skinner, a mis en place un outil autonome appelé Zoë pour convertir une animation Flash en planche de sprites. Flash est un outil incroyable avec son principe d'oignon, permettant de dessiner et de superposer les outils. Exportez votre SWF avec des étiquettes de cadre pour définir quand les animations individuelles commencent, et Zoë peut convertir votre SWF en PNG transparent avec un petit fichier JavaScript qui indique la taille du cadre, la longueur des cadres, etc. Zoë fonctionne sous le framework Adobe AIR et est disponible gratuitement sur easeljs.com/zoe.html.

remarquerez que JavaScript peut créer de multiples variables sur une ligne et, dans le cas du code suivant, il leur attribue également des valeurs. Ici, nous allons attribuer plusieurs états à notre jeu. Par exemple, si le joueur est en train de sauter ou en l'air.

```
001 var keyOn = false, play=true, dir="right";
002 var loaded = 0, vy = 0, vx = 0;
003 var jumping = false, inAir = true, gravity = 2;
```

16 Maintenir les images

Nous ajoutons quatre images à notre jeu et créons donc des variables pour les maintenir. Celles-ci sont pour l'image du héros, l'image d'arrière-plan, l'image de la clef (que le héros doit récupérer) et pour une image de porte qui s'ouvre lorsque le héros récupère la clef.

```
001 var img = new Image();
002 var bimg = new Image();
003 var king = new Image();
004 var ding = new Image();
```

17 Tableaux numériques

Le code suivant à ajouter crée trois tableaux de données qui positionnent les plateformes sur les axes X et Y et qui ajoutent ensuite une largeur. La première plateforme sera donc positionnée à 40 pixels depuis la gauche de l'écran et 460 pixels vers le bas de l'écran avec une largeur de 300 pixels. Les deux dernières lignes occupent d'analyser la saisie utilisateur via le clavier.

```
001 var platformW = [300, 100, 180, 260,
260, 100, 100];
002 var platformX = [40, 220, 320,
580, 700, 760, 760];
003 var platformY = [460, 380, 300,
250, 550, 350, 450];
004 document.onkeydown=handleKeyDown;
005 document.onkeyup=handleKeyUp;
```

18 Quand c'est chargé...

Quand la page se charge, la fonction init est appelée, c'est pourquoi nous ajoutons cela ici. Cela fait référence à notre canvas, le met en place et y ajoute un "stage" EaselJS. Ce "stage" est très similaire à ceux de Flash et nous donne une liste d'affichage des objets. Du coup, dès que nous voulons ajouter quelque chose, nous utilisons addChild, comme dans Flash.

```
001 function init() {
002   canvas = document.
getElementById("canvas");
003   stage = new
Stage(canvas);
004   bgimg.onload = this.handleImageLoad;
005
006   bgimg.src = "img/scene.jpg";
```

Variables de tableau

Les variables de tableau contiennent des valeurs multiples et non une seule. Si vous imaginez votre variable standard comme un conteneur en plastique, alors le tableau serait un peu comme un bac à glaçons avec plein de "cases".

très similaire à ceux de Flash et nous donne une liste d'affichage des objets. Du coup, dès que nous voulons ajouter quelque chose, nous utilisons addChild, comme dans Flash.

19 Traiter les images

Les quatre images que nous voulons charger ont besoin d'être vérifiées avant de continuer. Pour ce faire, envoyons chaque image dans la fonction handleImageLoad, que nous allons ajouter au code ensuite. Cela inventorie simplement chaque image afin d'appeler cette fonction une fois chargée.

```
001 king.onload = this.handleImageLoad;
002
003 king.src = "img/key.png";
004
005 ding.onload = this.handleImageLoad;
006
007 ding.src = "img/door.jpg";
008
009 img.onload = this.handleImageLoad;
010
011 img.src = "img/hero.png";
012 )
```

20 Noter chaque image

Voici la fonction handleImageLoad(). Elle ajoute un nombre à la variable chargée chaque fois qu'une image est chargée. Si le nombre est égal à 4, les quatre images doivent être chargées et elle appelle donc la fonction de départ. Elle agit comme un préchargeur et n'affichera rien tant que les quatre images n'auront pas été chargées.

```
001 function handleImageLoad(event) {
002   loaded+=1;
003   if (loaded==4){
004     start();
005   }
006 }
007
```

21 Dans la bonne direction...

Ajoutons maintenant la fonction qui se déclenchera lorsque certaines touches seront pressées. Nous avons analysé la touche pressée avec lHeld ou rHeld, puis attribué une variable de direction qui contrôle les animations à activer. La barre d'espace appelle une fonction spéciale de saut déplaçant le personnage vers le haut.

```
001 function handleKeyDown(e) {
002   if(!e){ var e = window.event; }
003   switch(e.keyCode) {
004     case KEYCODE_LEFT: lHeld = true;
dir="left"; break;
005     case KEYCODE_RIGHT: rHeld = true;
dir="right"; break;
006     case KEYCODE_SPACE: jump(); break;
007   }
008 }
009
```

22 Clef libérée

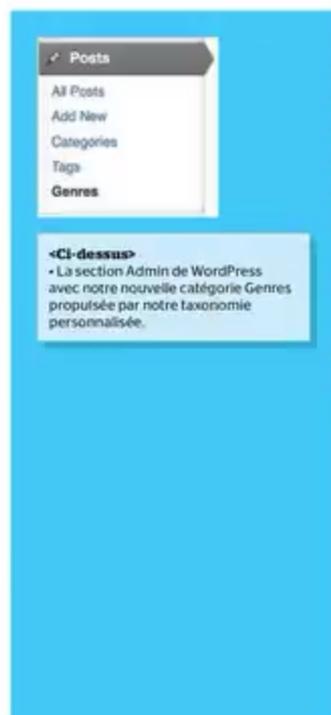
Lorsque la clef est libérée, nous devons arrêter l'activation de certaines animations et analyser le fait que la clef n'est plus en attente d'être récupérée. Nous stoppons également les animations en cours et retournons à une pose d'arrêt. Enregistrez le document, qui est maintenant prêt pour le prochain tutoriel où nous ajouterons toute la logique du jeu au projet.

```
001 function handleKeyUp(e) {
002   if(!e){ var e = window.event; }
003   switch(e.keyCode) {
004     case KEYCODE_LEFT: lHeld = false;
keyOn=false; hero.gotoAndStop("idle_h"); break;
005     case KEYCODE_RIGHT: rHeld = false;
keyOn=false; hero.gotoAndStop("idle"); break;
006   }
007 }
008 </script>
```

Utiliser les taxonomies de WordPress

Voici quelques tuyaux sur les taxonomies et comment les utiliser sur votre blog.

outils | tech | tendances WordPress, PHP, Dreamweaver
expert Pete Simmons



Tout d'abord, qu'est-ce que la taxonomie ? Pour faire simple, c'est une collection d'éléments qui partagent une option ou une caractéristique commune. Par exemple, si vous divisez une coupe de fruits selon la couleur des fruits, vous pouvez assigner à

chaque groupe une taxonomie pour les définir. Dans le monde des blogs, cela se manifeste en termes d'articles similaires. Dans cet exemple en particulier, nous allons utiliser les genres musicaux, mais vous pouvez bien sûr appliquer le principe à n'importe quel sujet, que ce soit des types de recettes, des genres cinématographiques ou des destinations de voyage.

Plutôt que d'utiliser les mots-clés standard de notre blog WordPress, nous définirons les taxonomies dans le fichier `function.php` de notre thème. Ce fichier contient toutes les options supplémentaires visibles sur notre thème, mais qui ne sont pas standard dans WordPress. Si vous ne savez pas comment fonctionne un thème WordPress, mieux vaut faire quelques recherches sur les thèmes personnalisés. Nous allons couvrir les bases dans ce tutoriel, mais certaines parties requièrent des connaissances préalables sur le fonctionnement des thèmes WP.

Nous travaillerons avec un serveur de test local et une installation propre de WordPress. Si ce n'est pas déjà fait, téléchargez et installez XAMPP et mettez en place votre WordPress. Pour un guide pas-à-pas sur l'installation de votre serveur de développement local, visitez bit.ly/gNjZG.

Plutôt que d'utiliser les mots-clés standard de notre blog WordPress, nous définirons les taxonomies dans le fichier `function.php` de notre thème.

01 Apprendre à connaître WordPress

Avant de commencer, votre serveur local doit être opérationnel via XAMPP, et vous devez avoir installé WordPress. Si ce n'est pas le cas, rendez-vous sur le site mentionné dans l'introduction. Naviguez sur votre site WordPress sur `localhost/WordPress` pour vous assurer que tout fonctionne bien, puis connectez-vous au tableau de bord et ajoutez quelques articles tests.

02 Dans WordPress

Maintenant que WordPress est opérationnel, voyons un peu comment fonctionne le fichier `function.php`. Ce fichier est placé dans votre dossier thème et gère les fonctions spécifiques au thème du blog. Tout d'abord, ouvrez le fichier `function.php` du thème TwentyEleven qui se trouve dans le dossier `TwentyEleven` dans `WordPress/wp-content/themes`.

03 La première taxonomie

Dans le fichier `function.php`, ajoutez les lignes de code suivantes en bas du fichier et sauvegardez. Si vous retournez sur le tableau de bord de WordPress, vous verrez désormais notre nouvelle sous-catégorie Genres qui a été ajoutée au menu Articles. La ligne de code `add_action` en dessous s'assurera que notre taxonomie est inscrite sur le chargement de la page.

```
001 register_taxonomy('genre', 'post', array(  
002 'hierarchical' => false, 'label' =>  
'Genres',  
003 'query_var' => true, 'rewrite' => true));  
004  
005  
006  
007 add_action('init', 'add_custom_  
taxonomies', 0);
```

04 Qu'avons-nous fait ?

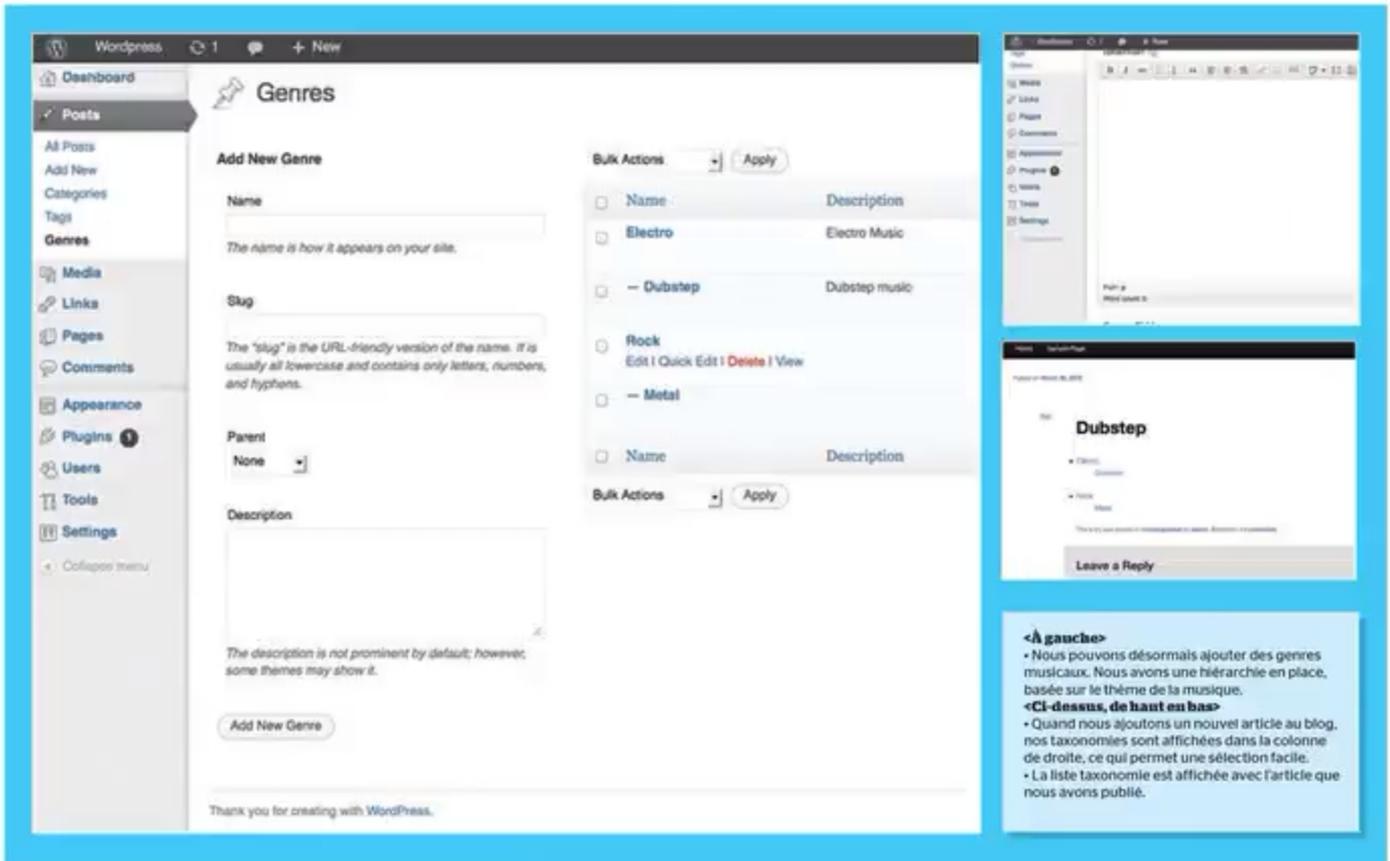
Regardons de plus près le code de l'étape précédente pour le comprendre. La propriété `register_taxonomy` prend différentes valeurs pour tout paramètre : le "nom", le "type" et les "arguments". Name est simplement le nom de la taxonomie, dans notre cas Genres. Le type est `post` car c'est dans l'article que nous voulons utiliser notre taxonomie.

05 Prêt pour l'argumentaire

Vous avez peut-être aussi remarqué que la fonction `register_taxonomy` prend une troisième valeur. Dans notre cas, c'est un tableau qui personnalise la façon dont notre taxonomie est affichée. En modifiant ce tableau dans le code suivant, nous allons peaufiner un peu les choses.

```
001 function add_custom_taxonomies() {  
002  
003 register_taxonomy('genre', 'post', array(  
004  
005 'hierarchical' => true,  
006  
007 'labels' => array(  

```



«À gauche»

- Nous pouvons désormais ajouter des genres musicaux. Nous avons une hiérarchie en place, basée sur le thème de la musique.
- **«Ci-dessus, de haut en bas»**
- Quand nous ajoutons un nouvel article au blog, nos taxonomies sont affichées dans la colonne de droite, ce qui permet une sélection facile.
- La liste taxonomie est affichée avec l'article que nous avons publié.

```

008
009 'name' => __( 'Genres', 'taxonomy general
name' ),
010     'singular_name' => __( 'Genre',
'taxonomy singular name' ),
011     'search_items' => __( 'Search
Genres' ),
012     'all_items' => __( 'All Genres'
),
013     'parent_item' => __( 'Parent Genre' ),
014     'parent_item_colon' => __( 'Parent
Genre:' ),
015     'edit_item' => __( 'Edit Genre' ),
016
017 'update_item' => __( 'Update Genre' ),
018     'add_new_item' => __( 'Add New
Genre' ),
019     'new_item_name' => __( 'New Genre
Name' ),
020     'menu_name' => __( 'Genres' ),
021
022 ),
023
024 'rewrite' => array(
025     'slug' => 'Genres',
026
027     'with_front' => false,

```

```

028     'hierarchical' => true
029     ),
030
031 );
032 )

```

- 06 Paramétrer les taxonomies**
Maintenant que nos taxonomies sont visibles dans la section Articles de notre WordPress, nous pouvons définir quelques catégories. Ajoutez-en autant que vous voulez, mais pour notre exemple nous établirons deux genres (électronique et rock) et ferons des sous-catégories pour chacun.
- 07 Écrire un article**
Avec les taxonomies en place, créez maintenant un article dans WordPress. Vous verrez que nos nouvelles catégories sont affichées sur le côté droit de la page. Assignez le nouvel article à la nouvelle catégorie et publiez-le. Vous remarquerez que certaines taxonomies ne sont pas encore utilisées dans le tableau de bord.
- 08 Afficher les données de taxonomie**
Ouvrez le fichier 'content-single.php' du dossier de votre thème par défaut et ajoutez le code suivant. Dans

notre exemple, le meilleur endroit pour mettre ce code est juste après la div <div class="entry-content">. Sauvegardez le fichier et regardez votre article pour voir vos données de taxonomie. La variable 'list' sort les données au format .

```

001 <?php wp_tag_cloud( array(
'taxonomy'=>'genre' , 'format'=>'list' ) ); ?>

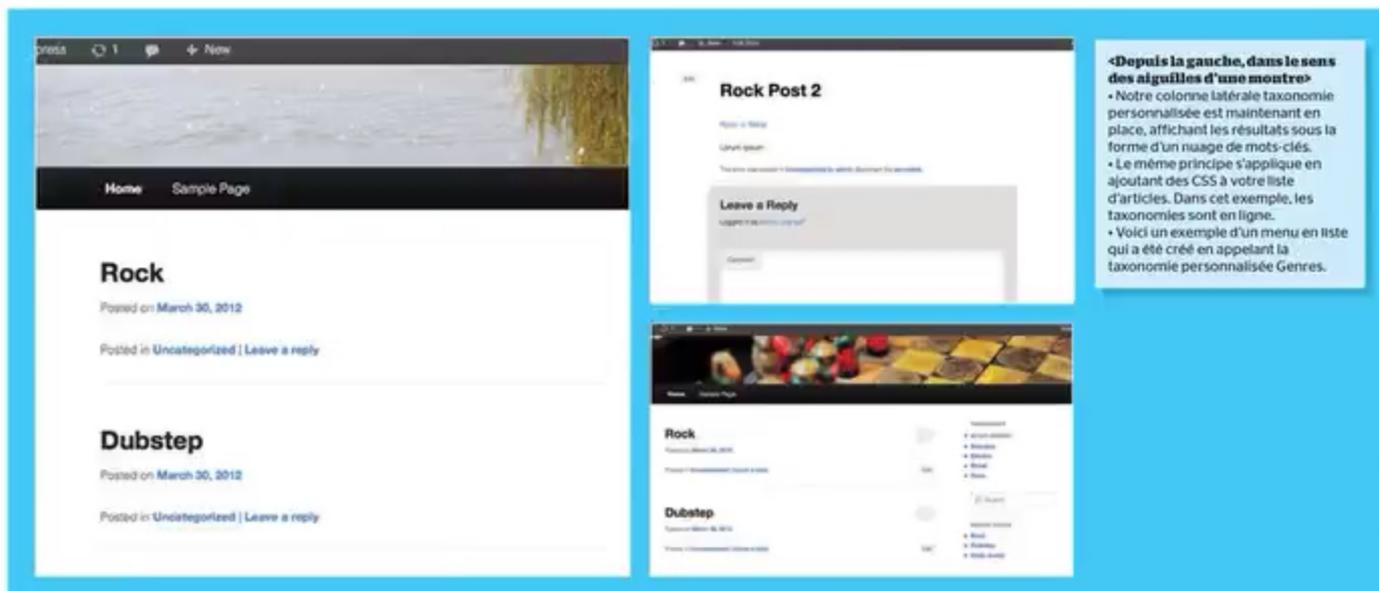
```

09 Créer un nuage de mots-clés
Nous avons désormais un moyen d'accéder à nos données. Créons un widget qui sera visible sur la première page et qui affichera un nuage de mots-clés de la taxonomie Genres. Créez un nouveau fichier dans le dossier plug-ins, que vous appellerez 'colonnelaterale_taxonomy.php', et copiez-y le code suivant. Il définit les blocs de construction de notre extension.

```

001 <?php
002 /*
003 Plugin Name: Taxonomy Sidebar
004 Plugin URI: http://localhost/
005 Description: Taxonomy Sidebar Plug-in
006 Author: Your Name
007 Version: 1
008 Author URI: http://localhost/
009 */

```



<Depuis la gauche, dans le sens des aiguilles d'une montre>

- Notre colonne latérale taxonomie personnalisée est maintenant en place, affichant les résultats sous la forme d'un nuage de mots-clés.
- Le même principe s'applique en ajoutant des CSS à votre liste d'articles. Dans cet exemple, les taxonomies sont en ligne.
- Voici un exemple d'un menu en liste qui a été créé en appelant la taxonomie personnalisée Genres.

10 La fonction displayTaxonomy

Maintenant que vous avez stipulé les détails sur l'extension, ajoutez ce code et sauvegardez le fichier. Ces lignes de code sont les bases de l'extension et récupèrent les taxonomies. La colonne latérale affichera également les taxonomies par ordre de taille, selon le nombre d'articles postés dans chacune.

```
001 function displayTaxonomy()
002 {
003     wp_tag_cloud( array( 'taxonomy' =>
004         'genre', 'number' => 45 ) );
005 }
```

11 La fonction widget_displayTaxonomy

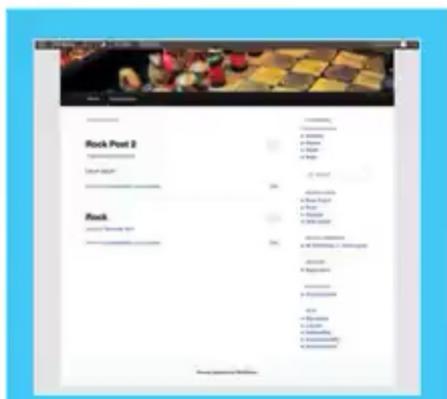
Nous avons maintenant la capacité de générer un nuage de mots-clés à partir de nos taxonomies, mais nous devons d'abord l'autoriser dans notre colonne latérale. Ajoutez à sa suite les lignes de code suivantes pour la fonction displayTaxonomy. Cela va générer le code nécessaire pour que le nuage de mots-clés soit affiché dans la colonne latérale.

```
001 function widget_displayTaxonomy($args) {
002     extract($args);
003     echo $before_widget;
004     echo $before_title; ?>Taxonomies<?php echo
005     $after_title;
006     displayTaxonomy();
007     echo $after_widget;
008 }
```

12 La fonction displayTaxonomy_init

Nous devons maintenant initialiser l'extension personnalisée. Ainsi, la boîte en cliquer-déposer sera affichée sur la page Widgets de notre tableau de bord WordPress. Ajoutez le code suivant sous la fonction widget_displayTaxonomy de l'étape précédente. Sauvegardez le fichier et rendez-vous sur la page Widgets (<http://localhost/WordPress/wp-admin/widgets.php>) pour voir le résultat.

```
001 function displayTaxonomy_init()
002 {
003     register_sidebar_widget(__( 'Display
004     Taxonomy' ), 'widget_displayTaxonomy');
```



<Ci-dessus>

- En cliquant sur le lien taxonomie, nous pouvons filtrer juste par cette catégorie.

Utilisation pratique des taxonomies

Les taxonomies sont parfaites dans une boutique en ligne pour diviser les produits en différentes catégories afin de permettre aux utilisateurs de filtrer leurs résultats facilement.

```
004 }
005
006 add_action("plug-ins_loaded",
007     "displayTaxonomy_init");
```

13 Ajouter le widget

Vous pouvez désormais déposer votre widget personnalisé dans la colonne latérale depuis l'écran Widgets. Il n'y aura pas d'options pour ce widget car nous ne les avons pas encore codées. À la place, les taxonomies seront déterminées à partir du code source de l'extension. Gardez ceci en tête si vous voulez modifier les taxonomies à l'avenir.

14 Menu latéral taxonomie

Nous avons terminé notre nuage de mots-clés créé avec les taxonomies. Utilisons-les pour faire un menu en liste. Nous allons créer une seconde extension comme précédemment, mais cette fois nous utiliserons du HTML pour hard-coder l'élément menu basé sur les taxonomies. Créez un nouveau fichier appelé 'colonne_laterale_taxonomie2.php' et copiez le code suivant :

```
001 <?php
002 /*
003 Plugin Name: Taxonomy Sidebar Menu
```

TAXONOMIES

dubstep — metal —

Explorer la fonction intégrée wp_tag_cloud de WordPress

La fonction `wp_tag_cloud` est intégrée dans WordPress et nous permet de rapidement générer des nuages de mots-clés, basés soit sur les taxonomies ou sur les catégories. Cette fonction est très flexible en termes de personnalisation, avec différentes variables.

Ces variables incluent : `smallest` et `largest` (qui déterminent la taille de police la plus petite et la plus grande d'un mot-clé), `unit` (qui prend une valeur de taille de police, par exemple `pt`, `px` ou `em`), et `number` (qui détermine combien de mots-clés sont affichés dans votre nuage). Vous pouvez également définir l'affichage du nuage en utilisant la variable `format` et en choisissant entre `flat`, `list` ou `array`. `Flat` est le nuage par défaut, mais en passant à `list`, il affichera des balises `<i>` à la place.

code empêchera également qu'une taxonomie vide soit affichée. Ces résultats seront contenus dans la variable `$genres` sous forme de tableau. Nous incluons également le début de notre `` dans cette étape.

```
001 $genres = get_terms('genre', 'hide_
002 empty=1');
003 echo '<ul>';
```

17 La première boucle

Nous allons créer notre première boucle qui donnera le reste du menu. La boucle prend le tableau que nous avons créé dans l'étape précédente et le formate le contenu correctement pour qu'il fasse partie de la liste.

Ajoutez la boucle `foreach` sous le code de l'étape 16.

Changement de thème

Il est bon de noter que la plupart des étapes traitées ici devront être répétées si vous changez de thème. Il vous faudra sans doute redéfinir vos taxonomies dans le fichier `function.php` de chaque thème.

```
001 foreach( $genres
002 as $genre ) {
003     echo
004     '<li><a href="' .
005     get_term_link(
006     $genre->slug, 'genre'
007     ) . '">'. $genre->name. '</
008     a><ul>';
009     $wpq = array( 'post_type'
010     => 'genre', 'taxonomy' =>
011     'genre', 'term' => $genre->slug );
012     $genre_posts = new WP_Query( $wpq);
```

18 La seconde boucle

À l'intérieur de notre première boucle, nous allons ajouter un second `foreach`. Comme précédemment, il passera dans les contenus d'un tableau puis sortira le HTML correct qui sera utilisé dans notre menu. Ajoutez ce code sous le code de l'étape précédente et sauvegardez le fichier.

```
001 foreach( $genre_posts->posts as $post ) {
002     echo '<li><a href="' .
003     get_permalink( $post->ID ) . '">'. $post->post_
004     title. '</a></li>';
005 }
```

19 Fermer les boucles

Maintenant que nos deux boucles sont en place, nous devons ajouter le dernier morceau de code de la fonction. Le code suivant va fermer les boucles et ajouter les éléments HTML finaux qui fermeront les balises `<i>` et ``. Une fois de plus, ajoutez ce code sous le précédent.

```
001 echo '</ul></li>';
002 }
003 echo '</ul></li>';
004 }
005 }
006 }
```

20 Formater la colonne latérale

Comme pour le précédent widget, nous devons formater notre colonne latérale. Vous pouvez copier/ coller le code de la première extension et l'ajouter sous la fonction `displayTaxonomy`. Une fois de plus, le code doit à WordPress ce qu'il doit générer avant et après avoir appelé la fonction `displayTaxonomy` tout juste créée.

```
001 function widget_displayTaxonomy($args) {
002     extract($args);
003     echo $before_wid
004     get <?php echo
005     $after_title;
006     displayTaxonomy();
007     echo $after_widget;
008 }
```

21 Enregistrer la barre latérale

Nous devons de nouveau ajouter la fonction pour enregistrer la colonne latérale. Pour plus de facilité, vous pouvez également copier le code depuis l'étape correspondante. Assurez-vous juste de bien changer le nom du widget pour pouvoir le différencier du nuage de mots-clés créé plus tôt. Collez ce code sous le code de l'étape 20.

```
001 function displayTaxonomy_init()
002 {
003     register_sidebar_widget(__( 'Display
004     Taxonomy Menu'), 'widget_displayTaxonomy');
005 }
006 add_action("plugins_loaded",
007     "displayTaxonomy_init");
008 }
009 }
```

22 Ajouter le nouveau widget

Sauvegardez le fichier dans le dossier `plugins` puis, comme précédemment, activez le widget depuis la page Extensions de WordPress. Une fois activé, vous pouvez simplement glisser-déposer votre nouveau menu dans la colonne latérale de votre blog depuis la page Widgets. En cliquant sur un lien de ce menu, vous afficherez une liste de toutes les taxonomies.



<Ci-dessus>

• À ce stade, vous pouvez ajouter un CSS personnalisé à votre menu. Nous avons ici ajouté des alignés et des flèches.

```
004 Plugin URI: http://localhost/
005 Description: Taxonomy Sidebar Menu
006 Author: Your Name
007 Version: 1
008 Author URI: http://localhost/
009 */
```

15 Créer le menu

Pour cette seconde extension, ajoutez le code suivant sous le code saisi dans l'étape précédente. Il va générer notre extension et nous permettre de commencer à coder le block `` qui contiendra nos données. La balise `h3` contient le titre du menu latéral, saisissez donc ce que vous voulez afficher.

```
001 function displayTaxonomy()
002 {
003     echo '<li id="music-genres" class="widget-
004     container">
005     <h3 class="widget-title">Music
006     Genres</h3>';
```

16 Appeler la taxonomie

En ajoutant le code suivant dans la fonction `displayTaxonomy` après la dernière étape, nous pouvons appeler la taxonomie `Genre` et charger les résultats. Le

midastouch



What I Do



My Portfolio



I Socialise

Concevoir un site ergonomique en une seule page

Nous partageons ici des techniques et des styles pour maximiser l'impact de ces landing pages qui renvoient vers votre portfolio en ligne.

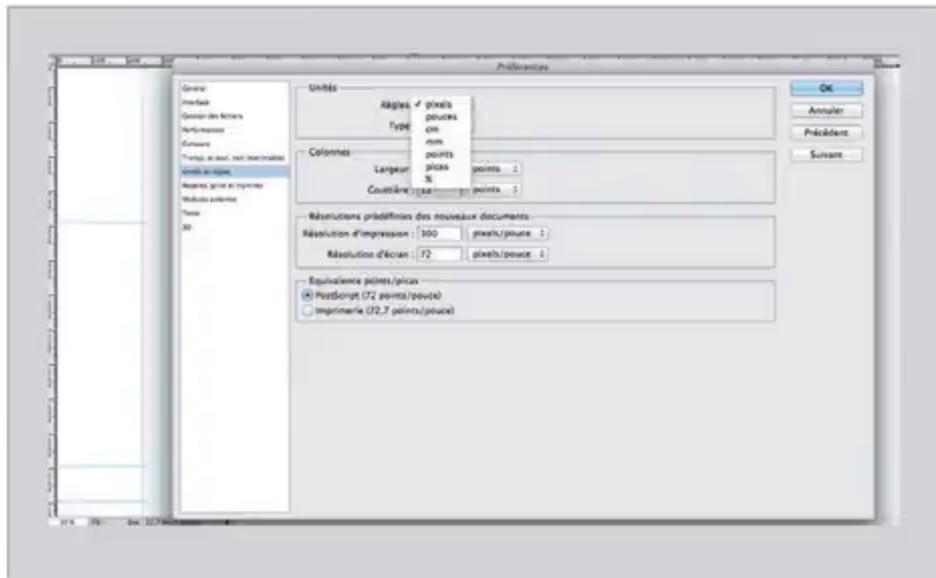
Outils | Techs | tendances Photoshop expert Adam Smith

Ps



es sites en une seule page sont en vogue en ce moment. Dans un contexte où les sites de médias sociaux sont au top et où les prix des Webdesigners ne sont pas toujours adaptés au portefeuille de chacun, les landing pages créatives sont une

aubaine formidable. Un site en une page permet au visiteur de trouver les infos qu'il veut très rapidement. Bien sûr, le manque d'espace implique quelques obstacles, mais vous pouvez les contourner avec certains outils. Photoshop fait tout son possible pour être le compagnon du Webdesigner, et dans ce tutoriel, nous allons vous montrer les outils et les panneaux essentiels pour produire un beau résultat. En tant que designer, vous avez le pouvoir de diriger les yeux du visiteur. Naturellement, les gens repèrent tout d'abord les gros éléments, et le choix de la police et sa taille ont également une importance capitale : vous pourrez donc marier l'outil Texte avec les masques de fusion et l'outil Pinceau pour créer un impact visuel. Le nuancier vous permet d'appliquer des tons unifiants, les autres effets sont destinés à vous aider à créer une première impression professionnelle.



Indications pour le gabarit

01 Nous allons travailler avec des effets détaillés de Photoshop et donc commencer avec un gabarit deux fois plus grand qu'un 1200 pixels de largeur sur 1650 pixels de hauteur standard, en utilisant donc 2400 x 3300 pixels. Nous pourrions détailler toutes les mesures des règles mais, pour gagner du temps, ouvrez simplement Section template.psd qui se trouve sur le CD de couverture et ajustez vos guides en fonction de ce document. Pour activer les règles, faites Ctrl/Cmd+R. Double-cliquez sur la règle pour ouvrir les préférences Unités et règles en paramétrant Règles sur pixels pour que les mesures soient claires par rapport à la taille de l'image.



02 Un style super clair

Tous les sites Web en une page ont besoin d'une accroche visuelle, que ce soit une photo, un logo ou une typo. Pour cet exemple, nous recherchons un style postmoderne, en introduisant un écran Mac que nous avons photographié. Cela inspirera des éléments visuels supplémentaires assortis à notre espace. Sélectionnez simplement le moniteur avec l'outil Plume et copiez/collez la sélection sur un nouveau calque (Ctrl/Cmd+J). Vous aurez peut-être quelques halos sur les bords de votre écran, que vous pouvez corriger comme suit : faites Ctrl/Cmd+clic droit sur le calque de la copie de votre moniteur, créez un nouveau calque et peignez les coins avec un pinceau noir doux à 5 %.

03 Maximiser l'exposition

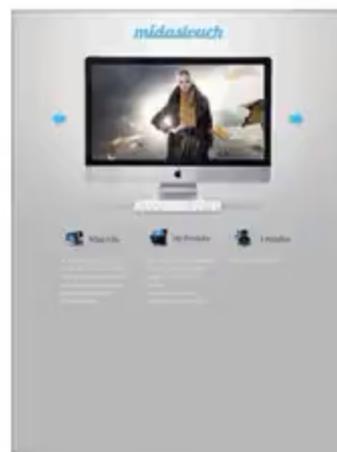
Fusionnez les effets et copiez/collez votre moniteur sur votre zone de travail. Avant de redimensionner ce calque "Moniteur", passez-le en Objet dynamique pour pouvoir le transformer sans perdre sa résolution originale. C'est une règle générale que nous appliquerons pour tous nos objets flottants. Pour ce faire, faites un Ctrl/Cmd+clic droit sur votre calque et sélectionnez Convertir en objet dynamique. Après avoir redimensionné l'objet, sélectionnez la zone rectangulaire principale (voir les guides du fichier PSD) avec l'outil Rectangle de sélection et centrez le moniteur en utilisant les options Aligner les centres dans le sens vertical et dans le sens horizontal de l'outil Déplacement.

Travail en cours

Construisez votre page promotionnelle



Étape 6 : La mise en page basique



Étape 14 : Ajout de la typo



Étape 15 : Les derniers détails

Astuce rapide

Nous sommes tous tentés d'utiliser des typos cool et fantaisie, mais il est essentiel d'utiliser des polices pour le Web pour plus de lisibilité. Elles sont installées sur de nombreux systèmes, et utilisées par les auteurs de contenu Web pour augmenter les chances que l'info soit affichée dans la typo choisie et non brouillée.

04 Remplacer l'écran

Ouvrez votre fenêtre d'Objet dynamique pour trouver un nouveau document "Moniteur". Ici, nous pouvons appliquer des calques et des mises à jour sur notre image principale. Commencez par coller une image qui remplacera l'arrière-plan fade de votre moniteur et vous aidera à tester l'espace visuel. Sélectionnez l'écran du moniteur avec l'outil Rectangle de sélection et appliquez un masque de fusion à votre calque image. Maintenant, cliquez sur le verrou qui lie le masque de fusion au calque pour le désactiver et, avec votre vignette de calque active, repositionnez et redimensionnez l'image dans les limites de votre masque. Appliquez ensuite deux calques de réglage Courbes.



05 Peindre avec les Courbes

Paramétrez votre premier calque Courbes avec Sortie : 90 et Entrée : 85, et nommez-le "Ombres". Pour le second calque Courbes, choisissez Sortie : 90 et Entrée : 70, et nommez-le "Lumière". Inversez ces deux masques et peignez-les avec des pinceaux blancs doux à 5-20 % pour créer un effet de forte exposition sur les bords du moniteur. Nous avons aussi appliqué un calque Teinte/Saturation, en baissant la Saturation à -65, ce qui supprime la couleur bleue de notre photo. Passez le mode de fusion du calque Lumière à Superposition, avec une Opacité d'environ 80 %.

06 Texture en dégradé

Créez un nouveau calque sous votre calque "Moniteur", ouvrez votre palette Nuancier et chargez le nuancier Charcoal Hot Blue présent sur le CD offert du magazine. Sélectionnez le Sélecteur de couleurs et cliquez sur Nuance 2 (#E6E6E5) pour en faire votre couleur de premier plan, puis sur Nuance 3 (#272827) pour la couleur d'arrière-plan. Sélectionnez l'outil Dégradé, paramétrez sur Radial et appliquez-le depuis le haut jusqu'au milieu de votre nouveau calque. Réduisez l'Opacité à 50 % et le Fond à 70 %. Allez dans Filtrés > Textures > Grain en appliquant une Intensité de 11, un Contraste de 40, et choisissez Régulier comme Type de grain.



07 Effets complémentaires

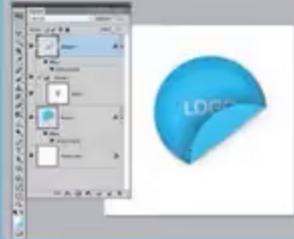
Créez un nouveau calque, nommez-le "Lueur" et placez-le derrière votre calque objet dynamique "Moniteur". Avec votre couleur de premier plan active, passez votre pinceau en Superposition à 40 % d'Opacité. Utilisez un pinceau large et doux et appliquez-le plusieurs fois pour créer un effet de lueur, mais n'en faites pas trop. Si des bandes apparaissent, supprimez-les avec un masque de fusion. Ouvrez votre image dynamique "Moniteur" et dupliquez votre calque "Moniteur" en appliquant un mode de fusion Couleur et le même Grain qu'à l'étape 6.

08 Ombres portées

Sélectionnez Image > Taille de l'image, en paramétrant la hauteur à 2100 pixels. Dupliquez votre calque "Moniteur" et passez-le en dessous. Réduisez la hauteur avec Transformation > Homothétie et corrigez la perspective avec Transformation > Perspective. Appliquez un Flou gaussien d'un Rayon de 12 pixels, puis un masque de fusion et estompez les bords avec un pinceau noir doux à 10 % en baissant l'Opacité du calque à 20 %. Dessinez le contour du reflet avec l'outil Plume (Opacité de 10 %). Appliquez une pixelisation et utilisez un masque de fusion pour intégrer les bords extérieurs et intérieurs.

09 Typo en volume

Tapez votre en-tête (outil Texte, 200 points) en utilisant la nuance 5 (#30C0F0). Nous avons utilisé la typo Lobster 1.4 de Google Web Fonts. Centrez-la comme dans l'étape 03. Faites un clic droit sur la vignette de calque de votre texte pour Sélectionner les pixels, prenez l'outil de sélection, appuyez sur les flèches bas et droite de votre clavier trois fois puis faites Ctrl/Cmd+Maj+I pour inverser. Créez un nouveau calque nommé "Ombre texte" et peignez-le en utilisant la nuance 3 (#272827) avec un pinceau doux à 50 % d'Opacité. Faites un clic droit sur la vignette du calque texte une fois de plus.



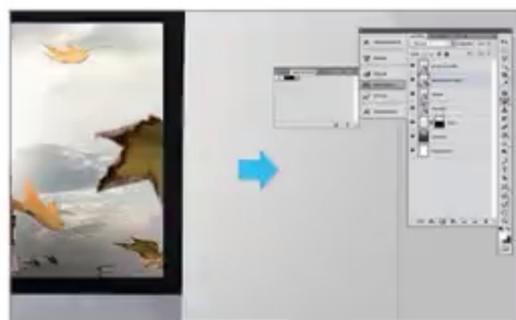
Icônes pliées

Le style badge plié semble aussi populaire que le Web 2.0. Il peut être simplement circulaire ou utiliser d'autres formes personnalisées de Photoshop. Voici les bases pour commencer. Sélectionnez l'outil Ellipse et dessinez votre cercle. Faites une pixellisation puis sélectionnez une partie de votre forme que vous couperez/collerez sur un nouveau calque. Appliquez une rotation de -100° puis un style de calque Ombre portée avec un Angle de -50°, 50% d'Opacité, une Distance de 20 pixels et une Taille de 54 pixels. Enfin, appliquez un style de calque Ombre interne à la forme principale, avec un Angle de -50°, une Opacité de 50 %, une Distance de 4 pixels et une Taille de 62 pixels.



10 Créer de la profondeur

Avec votre calque "Ombre texte" actif, appliquez un masque de fusion qui confinera l'effet aux limites de votre typo. Faites un clic droit sur la vignette du calque de votre texte, sélectionnez Filtres> Atténuation> Flou gaussien, et appliquez un Rayon de 4 pixels. Faites un nouveau clic droit sur la vignette du calque de texte et inversez la sélection pour créer un nouveau calque Contour, et zoomez à 300 %. Sélectionnez un pinceau blanc dur de 2 pixels, et appliquez-le sur le bord extérieur droit de la typo. C'est la touche finale pour créer une profondeur dans votre typo en volume. Un léger ajout, mais essentiel.

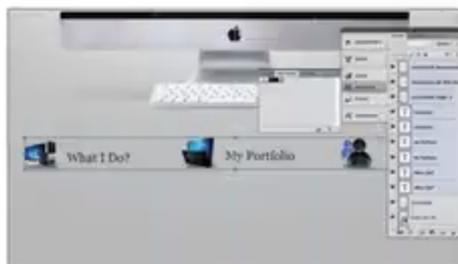


11 Boutons de défilement

Faites Ctrl/Cmd+clic droit sur tous les calques de la typo puis convertissez-la en un Objet dynamique, en appelant ce calque "En-tête". Activez ensuite l'outil Forme personnalisée et choisissez la Flèche 9. Dessinez une flèche puis déplacez une règle à 800 pixels horizontalement. Alignez votre forme flèche comme montré sur la capture. Elle devrait se coller à vos règles si l'option Magnétisme est activée. Dupliquez-la, faites Edition> Transformation> Symétrie axe horizontal et positionnez la copie de l'autre côté. Ces flèches agissent comme des boutons, activant le défilement sur le moniteur.

12 Visuels supplémentaires

Avec ces boutons en place, vous pouvez appliquer les mêmes effets que lors des étapes 9 et 10 individuellement sur chaque flèche. Cependant, cette fois-ci, appliquez un Flou gaussien d'un Rayon de 2 pixels avant de transformer chaque forme en Objet dynamique. Une bonne page Web unique doit dire aux visiteurs ce que vous faites avec le moins de fioritures possible. Ceci peut être réalisé avec des signaux visuels cool. Un vecteur symbolique ou des icônes illustrées en vexe! permettent d'harmoniser une page graphique claire.



13 Services et icônes

Nous avons utilisé le pack libre de droits Hydro Pro V2, créé par mediadesign.deviantart.com. Copiez/collez les icônes dans la section icônes de votre gabarit, en les transformant en Objets dynamiques avant de les redimensionner. Utilisez des typos adaptées au Web, comme ici Georgia. Les plus petits détails comptent, dupliquez donc les trois icônes et fusionnez-les sur un seul calque, appelé Ombre icônes. Utilisez Edition> Transformation> Homothétie pour écraser ce calque verticalement, appuyez sur Ctrl/Cmd+U et baissez la luminosité à -100, et appliquez un Flou gaussien d'un Rayon de 5 pixels.

14 Détails de typo

La délinéation est la clé ici, alors appliquez un contour blanc à votre texte principal, comme dans l'étape 10. Dupliquez simplement votre calque de texte, placez la copie derrière, changez la couleur en blanc et appuyez sur la flèche gauche de votre clavier deux fois, en baissant l'Opacité à 20 %. Assurez-vous que la typo du dessus utilise l'une de nos nuances (nous avons appliqué la nuance 3 - #272827). Placez un guide à 1200 pixels, cliquez sur tous les calques associés aux icônes et au texte en maintenant la touche Maj enfoncée, puis déplacez pour centrer, en faisant coïncider votre point central avec le guide.

15 Informations supplémentaires

Créez un espace Informations supplémentaires dans l'espace prévu à cet effet du gabarit en dessinant une forme en nuance 3 (#272827), avec l'outil Rectangle (U). Sélectionnez le style de calque Biseautage et estampage, avec une Profondeur de 430 %, une Taille de 1 pixel et l'Opacité du ton clair à 30 %, puis passez le Contour à 3 pixels. Vous pouvez désormais ajouter les infos que vous voulez.

web workshop

Un contenu stylisé sur une seule page

inspiration www.ascensionlаторre.com



Le site Web Ascension Latorre utilise des blocs de contenu affichés sur toute la largeur, empiétés les uns sur les autres et créant ensemble une page unique qui affiche tout ce qui

est disponible sur le site. L'accès au contenu se fait par un système de navigation standard depuis une barre d'en-tête fixe. Différents codes sont utilisés pour que le mouvement de défilement vertical soit plus doux.

Le secret du site réside dans l'en-tête fixe et les sections individuelles de contenu. Nous allons ici créer un gabarit basique qui intégrera un en-tête fixe et trois sections pour le contenu, qui pourront être remplies comme bon vous semble. Chaque section comporte deux parties : le bloc contenant et le bloc contenu.

Nous commencerons par l'en-tête fixe (Technique 2). Il interagira avec le premier bloc, ce qui veut dire qu'il nous faudra créer une marge en haut du premier bloc qui correspondra à la hauteur de l'en-tête, pour être sûr que tout le contenu soit visible. Cela veut aussi dire que le premier bloc aura un ID plutôt qu'une classe. Si une classe est utilisée et appliquée sur toutes les sections, chacune d'entre elles aura une marge supérieure non voulue. Pour compenser, une nouvelle div sera utilisée pour chaque section. Cela offre plus de flexibilité et permet que chaque zone de la page soit personnalisable.

Le premier élément après l'en-tête sera le bloc contenant. Il aura une largeur de 100 % et une hauteur fixe, bien que cela soit optionnel. Dans le bloc contenant, nous aurons une autre section dans laquelle le contenu sera inséré. La largeur sera flexible, mais la hauteur devra être la même que celle du bloc contenant. Enfin, vous pourrez créer autant de sections supplémentaires que vous le voulez en utilisant le même procédé.

```
HTML
001 <div id="section01">
002 <div id="section01inner">
003
004 </div><!-- //section01inner -->
005 </div><!-- //section01 -->
```

```
CSS
001 #section01 {
002 background: #FFF url(images/
003 image.jpg) repeat-x;
004 height: 500px;
005 width: 100%;
006 margin-top: 35px;
007 float: left;
008 padding: 0px 10px;
009 border-bottom: 5px solid
010 #666;}
011 #section01inner {
012 height: 500px;
013 width: 100%;
014 margin: 0px auto;}
```

1 Inspiration Style avant-garde

Les images du site du fabricant de meubles reflètent l'image de la marque : sophistiquée et contemporaine. L'équipe de Latorre décrit elle-même son style comme étant avant-garde classique. Le site utilise une palette de couleurs sombres entrecoupées de tons dorés et gris qui correspondent tous subtilement à des textures cuir. Pour compléter la gamme de couleurs, le site utilise une police serif classique (Museo Slab) pour les titres, avec différentes couleurs et graisses pour les différencier. Le corps de texte utilise aussi une police serif classique pour ajouter une touche finale au site Web hypersophistiqué de la marque espagnole.



Texture d'arrière-plan

Une texture unie est placée derrière toutes les sections. Elle permet de créer un fond pour les sections sans élément d'arrière-plan, comme les couleurs ou les images.

Défilement vertical

Le site Latorre est une page unique avec un défilement vertical du contenu. Un effet de défilement simple est appliqué à chaque lien pour emmener doucement l'internaute vers chaque section.

Galerie d'image

La section Collection propose un diaporama d'images avec un défilement horizontal qui révèle plus d'images. En un seul clic, chaque cliché est affiché en plein écran.

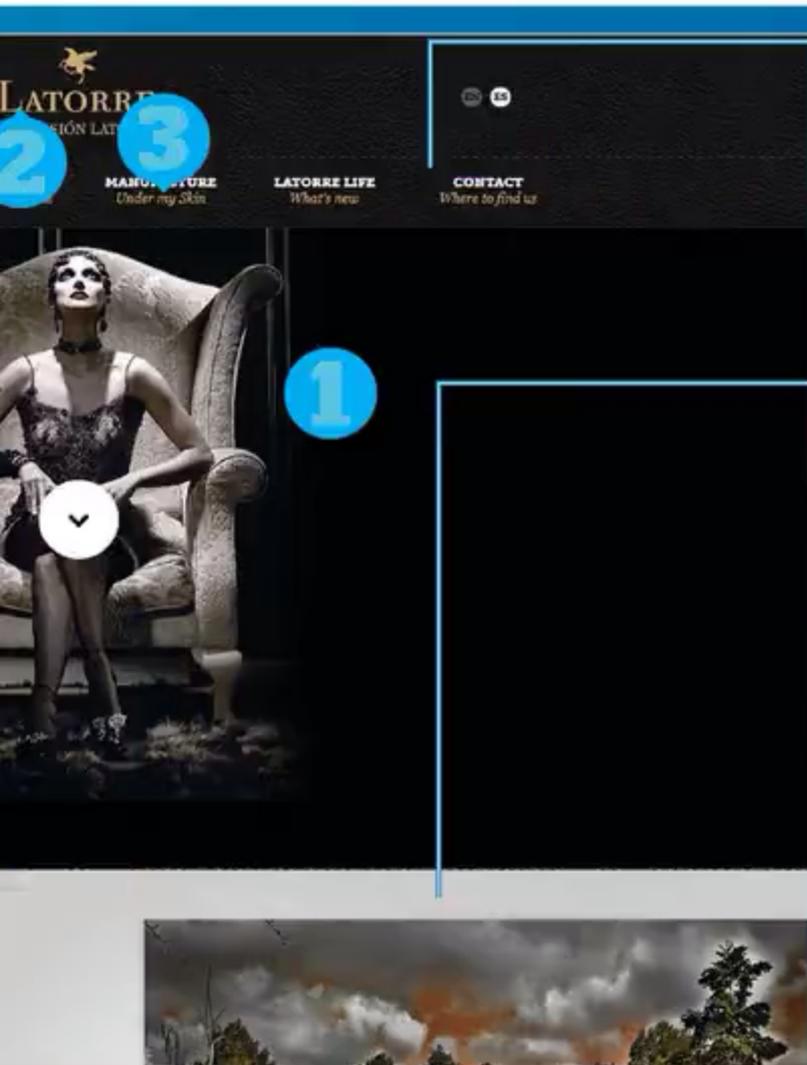


2 TECHNIQUE

01 Header

Pour être sûr que l'en-tête fixe fonctionne en tandem avec le reste du contenu, il faut tout d'abord créer une balise div. Nommez-la comme vous voulez ou utilisez la balise <header> si elle convient. Définissez une largeur de 100 %, une position fixe, puis ajoutez une texture d'arrière-plan et une bordure inférieure pour mieux séparer le contenu sur la page et obtenir un rendu propre.

```
001 header {
002 height: 30px;
003 width: 100%;
004 background: #111 url(images/leather.jpg);
005 position: fixed;
006 border-bottom: 1px dashed #555;
007 }
```



Navigation

Le menu de navigation se trouve dans un en-tête fixe afin que l'accès aux sections de la page soit toujours disponible. En faisant défiler la page vers le bas, le nom de la compagnie s'efface doucement pour ne laisser visible que le logo.

Balises HTML5

Chacune des différentes sections est créée avec des balises HTML5. Les éléments individuels utilisent la balise <section>, qui est définie comme "une section générique d'un document" par la communauté WHATWG (www.whatwg.org).

Le défilement stylisé d'Ascension Latorre

Chaque section du site Latorre a son propre style. La section Philosophy utilise une parallaxe sur l'arrière-plan. L'arrière-plan utilise trois couches d'images transparentes placées les unes sur les autres pour créer un effet 3D. En positionnant avec attention les images, on augmente l'effet quand on fait défiler la page vers le bas ou vers le haut.

3

TECHNIQUE

S'attaquer aux balises de liste

Les balises de liste sont une façon rapide et facile de créer une série d'en-têtes dans le menu principal de navigation d'un site ou dans les sous-menus. Voyons un peu ce qui fait marcher les balises .

01 Listes non ordonnées

Pour créer une série de liens de navigation, on utilise communément les balises et . Cette méthode offre à la fois de la flexibilité et de la rapidité au processus de création. Pour commencer, ajoutez une série de tags de liste non ordonnée () dans votre balise contenante. Ajoutez ensuite à l'intérieur différentes balises (il vous en faudra une par lien).

```
001 <ul>
002 <li></li>
003 <li></li>
004 <li></li>
005 <li></li>
006 </ul>
```

02 Enlever les puces

Par défaut, une liste ajoute des puces. Pour les enlever et avoir un plus grand contrôle sur le style de la liste, définissez le style de liste comme none. Passez maintenant les margin et padding à 0 pour les balises et . Pour modifier l'orientation du menu, saisissez left pour l'élément float du .

```
001 li {
002 margin: 0px;
003 padding: 0px
004 list-style-type: none;
005 float: left;}
```

03 Touches finales

Rempissez les balises et ajoutez-en plus si besoin. Ajoutez un hashtag (#) pour activer le lien mais sans rediriger vers une autre page et faciliter ainsi le test, par exemple : LIEN UN. Pour augmenter l'espace, ajoutez le padding nécessaire qui ira bien avec votre graphisme. Enfin, ajoutez une image d'arrière-plan pour créer un pointeur pour chaque élément de la liste.

```
001 li {
002 margin: 0px;
003 padding: 0px 5px 0px 17px;
004 list-style-type: none;
005 float: left;
006 background: url(images/list.jpg)
no-repeat 0px 2px;}
```

Construire un header fixe

02 En-tête intérieur

Le menu pour l'en-tête est défini dans le header que nous avons créé dans l'étape précédente. Ajoutez simplement le code suivant directement après la balise ouvrante <header> : <div id="innerhead"></div>. Assurez-vous d'ajouter un commentaire pour la balise fermante, par exemple <!--/#innerhead-->. Définissez la même largeur que pour la section principale (par exemple 1000 pixels) moins le padding, et passez les marges droite et gauche en automatique.

```
001 #innerheader {
002 width: 980px;
003 padding: 0px 10px;
004 margin: 0px auto;
005 }
```

03 La première section

Nous devons maintenant peupler la balise #innerhead avec les liens correspondants. L'option la plus simple consiste à utiliser les balises et (voir Technique 3 pour plus d'infos à ce sujet). Une fois terminée, la première section qui apparaîtra sous l'en-tête doit être stylisée. Notez la hauteur de l'en-tête (y compris le padding) et appliquez cette valeur comme marge supérieure.

```
001 background: #FFF url(images/image.jpg)
repeat-x;
002 height: 510px;
003 width: 100%;
004 margin-top: 35px;
005 }
```

web workshop

Mise en page Masonry avec How It Works

inspiration www.howitworksdaily.com

1 INSPIRATION

Design modulaire

Comme désormais nos sites Web sont consultés depuis une multitude d'appareils, des ordinateurs de bureau aux smartphones en passant par les tablettes, il est de plus en plus difficile de savoir comment le site sera interprété. Gérer différentes dimensions peut être un vrai casse-tête pour les designers qui utilisent par exemple les media queries CSS et les méthodes de responsive design. La page d'accueil du site How It Works adopte une approche modulaire qui organise les segments pour qu'ils remplissent la largeur du navigateur et repoussent les autres plus bas dans la page. C'est une solution fantastique pour l'affichage sur les appareils mobiles.



L'approche Masonry est devenue très populaire au cours des dernières années grâce à sa mise en page modulaire qui s'adapte à la largeur des appareils sur laquelle elle est affichée. L'utilisation du plug-in Masonry diffère cependant de l'adaptation basique de contenu, car elle permet à la mise en page d'être adaptée pour que chaque élément du design affiche le contenu qui correspond

le mieux à sa taille. Essayez de redimensionner la page d'accueil de How It Works pour voir le plug-in en action. Le résultat est une mise en page adaptée à la taille de chaque appareil, et l'internaute ne se rend même pas compte qu'elle est personnalisée spécialement pour son écran. Il voit une belle page en plein écran et bien organisée à chaque fois.

Positionnement du contenu

Le site How It Works contient des images de tailles différentes et des textes de longueurs variées. La flexibilité de la mise en page Masonry fait qu'il n'y a pas d'espace vide entre les blocs de contenu, positionnés de façon à limiter l'utilisation du défilement.



2



3 the T-Rex the biggest ever? This movie star really the biggest of the lot? 1,260 0



An interview with ESA astronaut... Have a read of... Works issue 27... 1,397



Adaptée aux écrans

Quand on redimensionne le navigateur, la mise en page Masonry se réarrange pour correspondre à la largeur du navigateur, résolvant ainsi le problème des écrans de différentes tailles.

Positionnement de la pub

Les pubs sont positionnées dans la structure avec la même largeur et hauteur que les autres articles. Elles sont ainsi bien mieux intégrées au contenu éditorial.

Redimensionner et remodeler

Quand la taille du navigateur est réduite, les modules s'animent joliment et prennent leurs nouvelles positions avec jQuery en utilisant les options du plug-in Masonry.

How It Works issue 30 on sale now!
The latest and greatest issue of How It Works is on sale right now. Read on for a small taster of the...
Print Edition
Buy Online | Subscribe

Longueur des modules
Chaque article a une taille de module différente. Ces longueurs s'organisent pour créer le noyau de la mise en page Masonry.

WordPress
Chaque module présent sur la page d'accueil est un article propulsé par un blog WordPress. Le design est personnalisé pour correspondre à ce type de page.

Catégories
Comme sur la plupart des blogs, les articles sont définis par catégories. Elles sont visibles ici sous forme d'icônes et de couleurs propres à chaque catégorie et concordent avec la version papier du magazine.

2 TECHNIQUE

Développer une mise en page Masonry

01 Obtenir le code

Téléchargez la dernière version de jQuery puis le plug-in Masonry depuis masonry.desandro.com. Créez un nouveau document HTML et enregistrez-le dans le même dossier que jQuery et le plug-in Masonry. Ajoutez le code CSS suivant dans la section head, ce qui créera un contenant pour ajouter chaque élément Masonry en tant que bloc.

```
001 <style>
002 #container {
003   padding: 5px;
004   margin-bottom: 20px;
005   clear: both;
006 }
007
008 .box {
009   margin: 5px;
010   padding: 5px;
011   background: #D8D5D2;
012   font-size: 1em;
013   line-height: 1.4em;
014   float: left;
015   -webkit-border-radius: 5px;
016   -moz-border-radius: 5px;
017   border-radius: 5px;
018   font-family: Arial, Helvetica,
019   sans-serif;
020 }
```

02 Compléter le CSS

Le code CSS suivant affiche les images. Chaque colonne est définie à 20 pixels de moins qu'un multiple de 100. Le code clearfix permet que tous les blocs s'organisent proprement dans le style Masonry.

```
001 .box img {
002   display: block;
003   width: 100%;
004 }
005 .col1 { width: 180px; }
006 .col2 { width: 280px; }
007 .col3 { width: 380px; }
008 .clearfix:before, .clearfix:after {
009   content: ""; display: table; }
010 .clearfix:after { clear: both; }
011 .clearfix { zoom: 1; }
012 </style>
```

03 Lier vers le code

Maintenant, ajoutons des liens vers le jQuery et vers le plug-in Masonry. Assurez-vous que les deux sont bien dans le même dossier que votre fichier HTML. Vous pouvez aussi créer un dossier images nommé img comportant des exemples de photos. Autant le faire maintenant.

```
001 <script src="jquery-1.7.1.min.js"></
```

```
script>
002 <script src="jquery.masonry.min.
003 js"></script>
```

04 Créer du contenu pour le corps

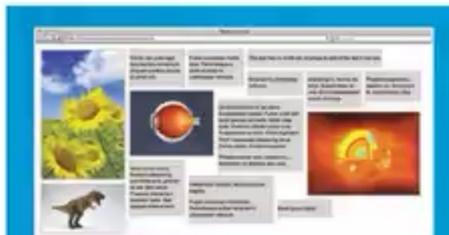
Ajoutez ce code dans la section body de la page. Le container externe contient tous les blocs Masonry. Remarquez ici que nous avons deux blocs, mais vous pouvez en ajouter autant que vous le voulez avec la classe de bloc col1, col2 ou col3. Le nombre représente la largeur de la colonne.

```
001 <div id="container"
002 class="clearfix">
003   <div class="box col2">
004     
006   </div>
007   <div class="box col1">
008     <p>Put some sample text in here.
009   </p>
010 </div>
```

05 Formatage final

Enfin, nous plaçons le JavaScript ci-dessous avant la balise fermante body. Ce code va vérifier que les images sont chargées et qu'un sélecteur de bloc a été attribué à chacune. Paramétrez la largeur de colonne à 100 pixels pour que les colonnes augmentent par multiple de 100. Sauvegardez et testez dans votre navigateur pour vous assurer que tous les blocs sont bien positionnés entre eux.

```
001 <style>
002 var $container = $('#container');
003 $container.imagesLoaded( function()
004 {
005   $container.masonry({
006     itemSelector : '.box',
007     columnWidth: 100
008   });
009 </script>
```



Taille des colonnes

La mise en page Masonry fonctionne bien avec différentes tailles de colonnes, mais vous pouvez aussi utiliser une largeur fixe.

3 TECHNIQUE

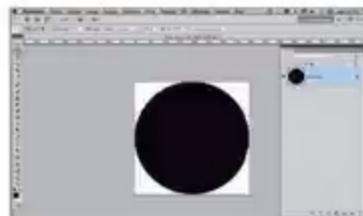
Designer des icônes personnalisées

Les icônes qui apparaissent à côté de chaque article apportent une touche finale sympa. Elles permettent de reconnaître rapidement les catégories et aident l'internaute à naviguer facilement dans le contenu.



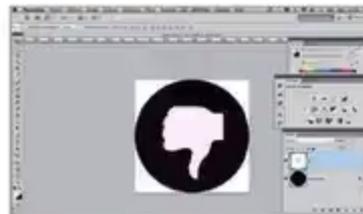
01 Trouver la typo

La création d'icônes peut prendre beaucoup de temps dans Illustrator. Vous pouvez donc envisager d'utiliser une police qui vous aidera à vous lancer dans la tâche. Essayez Heydings Icons, que vous trouverez sur www.heydonworks.com/a-free-icon-web-font.



02 Dans l'éditeur d'images

La typo, téléchargée en tant que True TypeFace, devrait être lisible sur la plupart des ordinateurs. Installez-la et ouvrez un éditeur d'images comme Photoshop. Créez un nouveau document et ajoutez un cercle noir en utilisant l'outil Ellipse et en le remplissant avec l'outil Pot de peinture.



03 Appliquer votre icône

Pour ajouter l'icône, sélectionnez l'outil Texte puis choisissez la couleur blanche. Avec Heydings icons, saisissez un caractère. Ajustez la taille du caractère pour qu'il corresponde au cercle. Supprimez le calque d'arrière-plan et sauvegardez l'icône en tant que fichier PNG transparent.

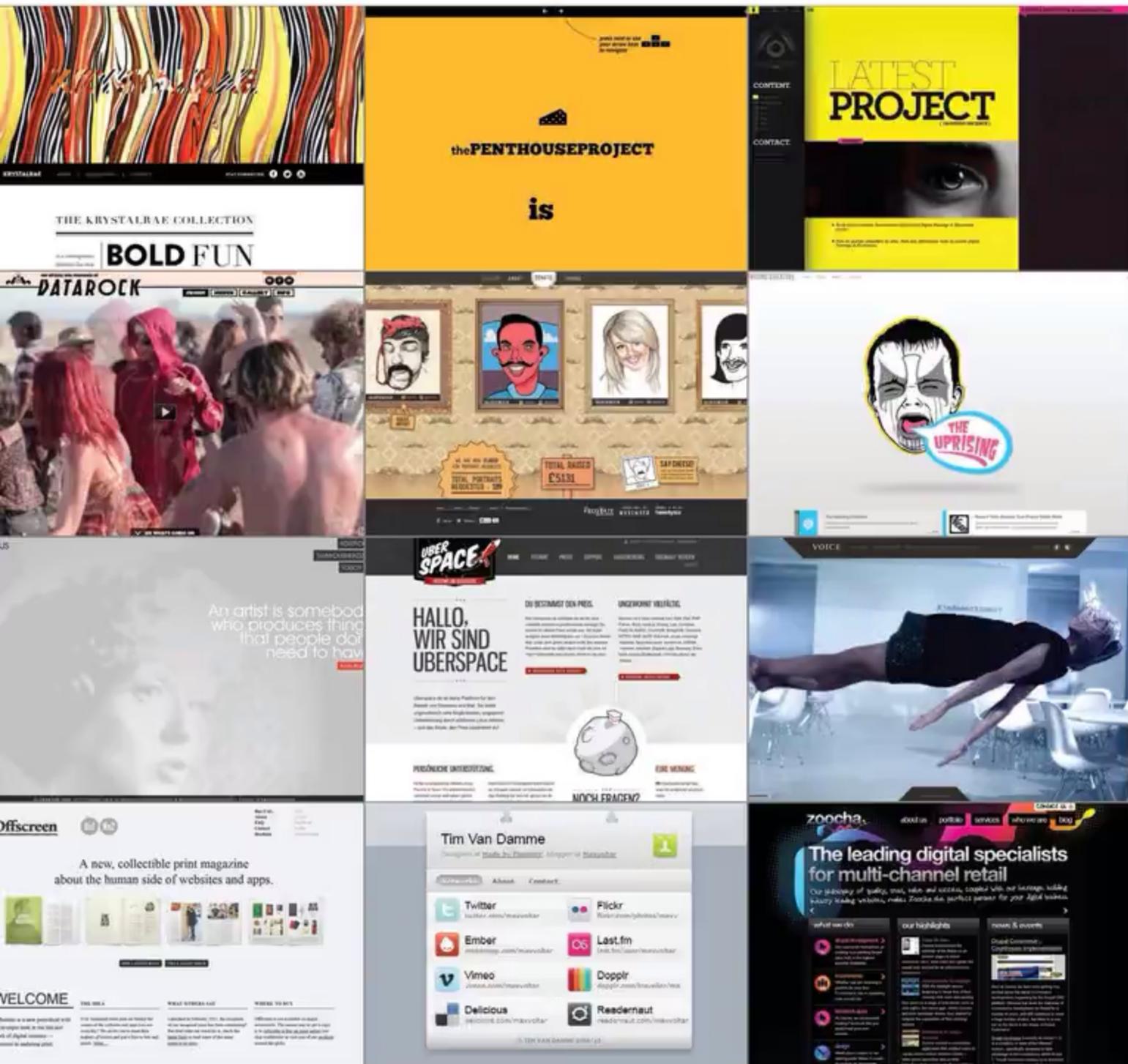


Envoyez votre site, ou suggérez un thème

Tweetez votre URL ou votre sujet @webdesignmag

Les nouveaux CSS

À chaque mise à jour du CSS, de nouvelles fonctionnalités sont ajoutées à ce langage pour suivre notamment les tendances ergonomiques et stylistiques du Web. Avec la version 3 de CSS, les nouveautés graphiques sont énormes : dégradés, coins arrondis, ombrage, etc. Pour preuve, voici une collection de sites CSS3 stylés.



01 02 03 **Page de gauche**

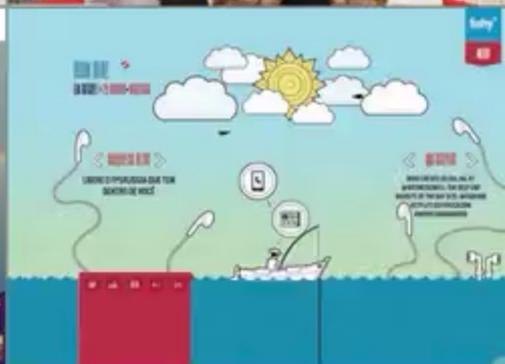
- 04 05 06 1. krystalrae.com
- 07 08 09 2. thepenthouseproject.com
- 3. vanicommx.com
- 4. datarockmusic.com
- 5. galleryofmo.co.uk
- 10 11 12 6. thesuprisingcreative.com

- 7. www.edgarleijts.com
- 8. uberspace.de
- 9. www.voice.no
- 10. www.offscreenmag.com
- 11. fimvandamme.com
- 12. zoocha.com

13 14 15 **Page de droite**

- 16 17 18 13. mendo.nl
- 14. www.michelbergerbooze.com
- 15. www.cryptrade.com
- 16. www.ordibatewhatworks.com
- 17. www.riderforthebrand.net
- 22 23 24 18. www.soulmedia.com.au

- 19. sayitwithflours.com
- 20. lifeingreenville.com
- 21. www.fishy.com.br
- 22. rexonaformen.com.mx/superhero
- 23. www.solidstudio.it
- 24. www.feelthevoid.com



DÉCOUVREZ LE NOUVEAU MENSUEL DES UTILISATEURS ET DÉVELOPPEURS GNU/LINUX

4 DISTRIBUTIONS!
+ 20 APPLIS SUR LE DVD

www.linuxinside.fr

JUILLET-AOÛT 2012

LINUX Inside

LE MENSUEL DES UTILISATEURS
ET DÉVELOPPEURS GNU/LINUX

TUTORIEL PAS-À-PAS

UN SERVEUR WEB PLUS RAPIDE

Un logiciel meilleur qu'Apache pour booster votre serveur

Comparatif HTPC
Découvrez un logiciel essentiel pour le petit écran!

Sauvegarde & restauration

Protégez vos fichiers avec des outils open source

"Linux et le réseautage étaient des sujets vaudou mystiques."

Shawn Powers propose des solutions à la recherche de compétences Linux.

4.7 Go DVD OFFERT

Configurer le Raspberry Pi
Vos premiers pas

Construire un blog
Concevoir un site web avec Django pas-à-pas - partie 2

Également
» Créer ses propres outils
» Les coulisses de Slackware

Test d'Ubuntu 12.04 bêta 2

EN VENTE CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX

ABONNEMENT ET VENTE AU NUMÉRO SUR

SHOP.ORACOM.FR

 paiement sécurisé	 service client dédié
 promotions exclusives	 nos parutions en avant première

web développement;

Consacré au côté code lourd de la conception en ligne moderne.

Concevoir des applis Android avec PhoneGap (partie 2)

Ajoutez des fonctionnalités de base de données à vos applis mobiles en utilisant PhoneGap et le support natif des bases de données SQLite. **Page 78**

Créer des widgets Twitter avec Web Workers

Créez un widget Twitter avec l'API Web Workers, sur la base des exercices pour débutants du mois dernier. **Page 82**

Réveillez-vous et venez sentir le

CoffeeScript

Web Design s'est penché sur la manière dont l'extension de la syntaxe JavaScript peut améliorer la lisibilité et permettre de rationaliser le code. **Page 74**

NOUVELLE
section
de 14 pages



Réveillez-vous et respirez le CoffeeScript

Web Design s'est penché sur l'art d'avoir un meilleur code et nous donne son point de vue détaillé sur la manière dont CoffeeScript peut transformer votre JavaScript en quelque chose de plus beau.

L'industrie du développement Web nous oblige à nous autoformer continuellement durant notre carrière. Faites seulement une pause et vous vous retrouverez submergé par de nouveaux cadres, outils et préprocesseurs. Tous les jours, de nouveaux outils ou bibliothèques semblent offerts au public. Mais cela ne veut pas dire que nous devons tous les adopter. Il est certain que vous devez vous montrer curieux, mais faire preuve d'un peu de scepticisme est capital.

Cependant, il est inévitable que certains outils se trouvent rapidement en haut de la liste "flambant neufs". Ceux-ci ont le potentiel pour redéfinir la façon dont nous créons le Web. Peut-être, et nous disons bien peut-être, CoffeeScript réinventera-t-il la manière dont nous écrivons physiquement notre JavaScript.

Il y a juste un problème : CoffeeScript n'ajoute rien de nouveau à notre langage JavaScript ; il se contente d'offrir une syntaxe améliorée, qui finit par être complétée dans le JavaScript normal. Alors, dans un environnement qui nous oblige déjà à apprendre continuellement, cela vaut-il la peine de passer du temps à apprendre un autre préprocesseur ? Eh bien cette question mérite certainement d'être débattue, mais avec l'opinion qui suit, vous devez absolument vous pencher sur le sujet !



Coffeescript.org devrait naturellement être votre première étape dans l'apprentissage de CoffeeScript. Sa documentation est fantastique.

Qu'est-ce que CoffeeScript, déjà ?

Il est possible que ce soit la première fois que vous entendiez parler de CoffeeScript. Si c'est le cas, ne vous inquiétez pas : il ne fait que commencer à décoller au sein de la communauté design et développement.

Fondamentalement, CoffeeScript prend ce que certains qualifieraient de "mauvais JavaScript" et le transforme en un code sain et concis. Il n'étend en rien la fonctionnalité de JavaScript : il dispose simplement d'une syntaxe plus belle et plus lisible.

Installation

Si vous souhaitez simplement jouer avec la syntaxe, allez sur le site coffeescript.org et cliquez sur l'onglet Try CoffeeScript pour en avoir un aperçu sans avoir à télécharger CoffeeScript sur votre ordinateur. D'autre part, si vous désirez installer localement CoffeeScript, assurez-vous que vous avez des copies mises à jour de Node.js et NPM (Node Package Manager) installées sur votre système.

Ne vous inquiétez pas, c'est facile et cela peut être installé depuis la ligne de commande :

```
001 npm install -g coffee-script
```

Et voilà ! Vous êtes prêt pour aller créer des syntaxes belles et concises. Pour consulter un fichier, ajoutez script.coffee et compilez-le à script.js chaque fois que le fichier est sauvegardé. Dans la ligne de commande, allez dans votre projet root et tapez la ligne suivante :

```
001 coffee --watch --compile script.coffee
```

En outre, beaucoup d'éditeurs de texte comme TextMate et Sublime Text 2 offrent des paquets qui transforment ce processus de création en un simple caractère saisi. Ou, si vous souhaitez tenter une autre option, vous pouvez vous référer à des applications comme LiveReload et CodeKit qui se chargeront pour vous de la tâche "consulter et compiler", automatiquement.

Variables

Considérez la bribe de code suivante :

```
001 var foo = 'bar';  
002 var bar = 'baz';
```

Dans CoffeeScript, vous ne devriez jamais utiliser var ; en fait, le moteur affichera une erreur si vous essayez de le faire. Sinon, toutes les variables sont automatiquement déclarées dans le champ d'application utilisé, ce qui fait que nous n'avons plus à craindre la création accidentelle de variables globales malsaines.

```
001 foo = 'bar'  
002 bar = 'baz'
```

Quand le code sera ultimement compilé au JavaScript normal, tous les noms de variables seront déclarés en haut du champ d'application puis assignés en conséquence ainsi :

```
001 var bar, foo;  
002 foo = 'bar';  
003 bar = 'baz';
```

Points-virgules

Beaucoup de développeurs JavaScript détestent le fait que toutes les expressions doivent se terminer par un point-virgule, comme cela :

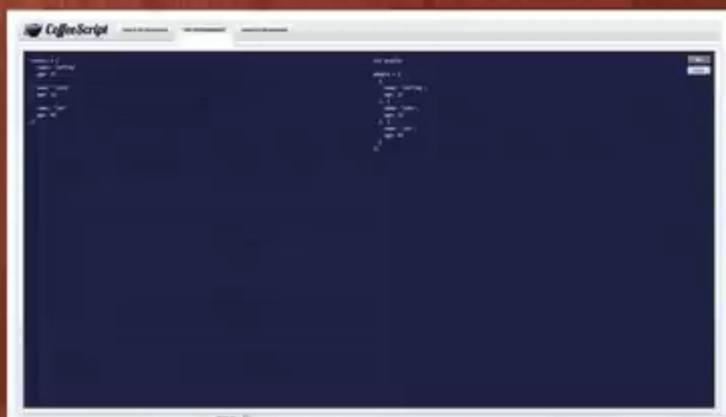
```
001 var foo = 'bar';
```

Techniquement, vous découvrirez que vous pouvez vous en sortir en omettant les points-virgules. Néanmoins, il y a des astuces impliquées dans cette approche, et il est plus pratique de toujours les inclure.

Dans CoffeeScript, nous pouvons leur dire adieu. Ainsi, le code précédent peut être modifié en :

```
001 foo = 'bar'
```

“ Peut-être que CoffeeScript réinventera la manière dont nous écrivons notre JavaScript. ”



L'onglet Try CoffeeScript dans coffeescript.org offre une compilation en temps réel ; c'est une excellente manière de jouer avec la syntaxe.

Parenthèses

En prenant des signes additionnels de langages comme Ruby dans CoffeeScript, les parenthèses peuvent souvent être omises. Cela transforme le JavaScript traditionnel, tel que :

```
001 if ( guess == 10 ) {
002   result = 'correct';
003 }
```

En :

```
001 if guess == 10
002   result = 'correct'
```

Encore mieux, nous pouvons être plus concis en utilisant un modificateur :

```
001 result = 'correct' if guess == 10
```

Beaucoup mieux et plus lisible, n'est-ce pas ? "Affichez le résultat "correct" si la variable aléatoire vaut 10." Excellent !

Notez également que CoffeeScript compile tous les opérateurs "==" dans la version d'égalité stricte ("==="), comme il est recommandé dans des outils comme JSLint.

Alias

Vous découvrirez que le même bloc de code peut être écrit de centaines de façons différentes. Les alias permettent des comparaisons plus lisibles. Les groupements suivants sont identiques en termes de fonctionnalité et de compilation.

```
001 // equality
002 launch == 'go'
003 launch is 'go'
004 // inequality
005 launch != 'go'
006 launch isnt 'go'
007 // not
008 return false if !goForFlight
009 return false if not goForFlight
```

```
010 return false unless goForFlight
011 // true
012 return true
013 return on
014 return yes
015 // false
016 return false
017 return off
018 return no
019 // and
020 goForFlight && launch()
021 goForFlight and launch()
022 // or
023 goForFlight || prepare()
024 goForFlight or prepare()
```

Fonctions

Les fonctions sont un secteur-clé où la syntaxe est considérablement différente de celle de JavaScript. Une fonction traditionnelle qui détermine si c'est le jour de paie, ou vendredi, devrait ressembler à cela :

```
001 var payDay = function() {
002   return new Date().getDay() === 5; // is it
    friday?
003 }
```

Dans une tentative de nettoyer le désordre, avec CoffeeScript, cette fonction peut être réécrite ainsi :

```
001 payDay = ->
002   new Date().getDay() == 5
```

Autrement, nous pouvons écrire le code entier en une seule ligne, comme nous l'avons fait ici :

```
001 payDay = -> new Date().getDay() == 5
```

Il y a deux éléments essentiels à remarquer :

1. `function()` a été remplacé par `->`.
2. La dernière ligne d'une fonction sera toujours retournée.

Ainsi, le mot-clé `return` peut être enlevé dans ce cas particulier.

D'autres arguments applicables devraient être placés à l'intérieur des parenthèses, avant le `->`.

Peut-être que le jour de paie est jeudi. Si c'est le cas, la fonction peut être modifiée pour être plus flexible.

```
001 payDay = (day) ->
002   new Date().getDay() == day
```

Mais qu'en est-il si nous voulons assigner un jour de paie le vendredi (ou 5) par défaut ? Dans le JavaScript normal, nous ferions ainsi :

```
001 var payDay = function(day) {
002   day || ( day = 5 );
003   return new Date().getDay() === day;
004 }
```

Avec CoffeeScript, nous pouvons grandement raccourcir cela en :

```
001 payDay = (day = 5) ->
002   new Date().getDay() == day
```

Objets

De façon similaire, un objet JavaScript typique peut être considérablement nettoyé en CoffeeScript.

Voyez la ligne qui suit :

```
001 var person = {
002   legs: 2,
003   hands: 2,
004   fingers: 10
005 }
```

CoffeeScript nous permet d'enlever le mot-clé `var`, ainsi que les accolades et les virgules. Cela dit, sur une seule ligne, les virgules continuent à être nécessaires.

```
001 person = legs: 2, hands: 2, fingers: 10
```

Cependant, si nous plaçons chaque propriété sur sa propre ligne, elles peuvent être omises. Ceci est valable également pour les tableaux.

```
001 person =
002   legs: 2
003   hands: 2
004   fingers: 10
```

Parce que CoffeeScript dépend de l'espace blanc, même une seule ligne mal tapée peut changer drastiquement la façon dont le code sera compilé dans JavaScript.

Compréhension

La compréhension nous permet de transformer facilement dix lignes de code en seulement quelques-unes. C'est essentiellement une façon de créer des expressions pour itérer un ensemble d'éléments

Réveillez vous et respirez le CoffeeScript



LiveReload automatise le processus de consultation et de compilation des fichiers CoffeeScript.

fournis dans un tableau ou un objet.

Par exemple, plutôt que d'utiliser la méthode typique pour la déclaration - et le "catching" qui s'ensuit avec le processus d'itération dans un tableau -, nous pouvons juste utiliser for.

Imaginons que nous ayons besoin d'itérer un tableau de caractères. Avec le JavaScript traditionnel, nous devrions faire ainsi :

```
001 var characters = ['Marty', 'Doc', 'Biff'];
002 for ( var i = 0, len = characters.length;
003     i < len; i++ )
004 {
005   console.log("Get %s to the time machine",
006             characters[i]);
007 }
```

Ce n'est certainement pas joli joli, mais, si nous utilisons CoffeeScript, cela peut l'être.

```
001 characters = ['Marty', 'Doc', 'Biff']
002 for person in characters
003   console.log "Get %s to the time machine",
004             person
```

Il y a toutefois un problème : nous avons dirigé Biff vers la time machine par inadvertance, ce qui n'est pas une bonne idée. Modifions le code pour spécifier qu'il devrait relier la chaîne à la console sous la seule condition que la personne actuelle dans le tableau n'est pas Biff.

Dans CoffeeScript, si nous profitons des filtres, c'est un jeu d'enfant.

```
001 characters = ['Marty', 'Doc', 'Biff']
002 for person in characters when person isnt
003   'Biff'
004   console.log "Get %s to the time machine",
005             person
```

Ouaip. Le remède requiert un total de quatre mots

lisibles. Maintenant, nous pouvons rendre ces boucles plus lisibles en utilisant la liste de compréhension. Pour entrer dans la boucle du tableau de caractères et relier le nom de chaque personne à la console, ajoutez :

```
001 console.log person for person in
002   characters
```

Ou, autre exemple, pour récupérer toutes les balises d'ancrage de la page (en utilisant la méthode du plan jQuery), ranger la valeur href de chaque balise dans un tableau, puis entrer finalement dans la boucle de ce tableau et relier les valeurs à la console, avec le JavaScript normal nous ferions :

```
001 var links = $('a').map(function() {
002   return this.href;
003 });
004 console.log(links.join(' '));
```

Avec CoffeeScript, cependant, nous avons de meilleures options :

```
001 console.log ( link for link in $('a').map
002   -> @href ).join ' , '
```

Finalement, qu'en est-il si nous avons un tableau de personnes-objets ?

```
001 people = [
002   name: 'Jeffrey'
003   age: 27
004   ,
005   name: 'John'
006   age: 13
007   ,
008   name: 'Jan'
009   age: 42
010 ]
```

Notre travail est de créer un nouveau tableau, nommé "ofAge", et de le rendre équivalent à une liste d'objets uniquement, où l'âge de la personne est de 21 ans ou plus. Encore une fois, avec le JavaScript normal, nous ferions :

```
001 var ofAge = [];
002 for ( var i = 0, len = people.length; i <
003     len; i++ ) {
004   if ( people[i].age >= 21 ) {
005     ofAge.push( people[i] );
006   }
007 }
```

Comme vous pouvez le voir, c'est plutôt du verbiage pour une tâche si facile.

Avec CoffeeScript, nous réduisons cela à une seule ligne.

```
001 ofAge = ( p for p in people when p.age >=
002   21 )
```

Bam ! En englobant tout ce qui se passe après le signe = à l'intérieur des parenthèses, nous spécifions que la variable ofAge devrait être égale aux résultats de cette opération, ce qui sera un tableau. Ainsi le tableau sera créé puis assigné à ofAge. Si vous êtes dans la confusion, lisez simplement l'expression de gauche à droite : "Déplacer la personne-objet dans le tableau des résultats, chaque personne doit se trouver dans le tableau du moment que l'âge de la personne est plus grand ou égal à 21". Le mot-clé est alors appelé filtre, et peut être incroyablement puissant. Avouez-le : vous commencez à saliver.

Interpolation de chaîne

Dans la section précédente, nous avons utilisé une méthode plutôt typique pour relier une variable à une chaîne.

```
001 console.log "Get %person to the time
002   machine", person
```

De la même manière que des langages comme Ruby, CoffeeScript offre une interpolation de chaîne, via la syntaxe #{}. Ce code peut être réécrit ainsi :

```
001 console.log "Get #{person} to the time
002   machine"
```

Veuillez noter que pour tirer profit de l'interpolation de chaîne, vous devez utiliser des guillemets.

Liaison de fonctions

Considérez la tâche assez commune consistant à mettre en antémémoire une référence pour que quand le contexte change, comme dans le rappel de service d'une liaison jQuery, nous puissions toujours avoir accès à la location mise en tampon. Voici un exemple :

“ JavaScript n'est certainement pas joli joli, mais CoffeeScript peut l'être. ”



```
001 var self = this;
002 $('hl').on('click', function() {
003 // 'this' now refers to the anchor that
was clicked
004 // use self instead
005 self.someMethod();
006 });
```

CoffeeScript offre la "grosse flèche", ou "=>", qui peut être d'une aide primordiale.

Si nous changeons > en => alors, en réalité, CoffeeScript mettra en antémémoire une référence à cela. Puis, dans la fonction, toutes les références seront dynamiquement remplacées par la version mise en tampon.

Le code suivant illustre l'idée :

```
001 $('hl').on('click', => this.someMethod())
002 _will compile to:
003 var _this = this;
004 $('hl').on('click', function() {
005 return _this.someMethod();
006 });
```

Classes

CoffeeScript offre une syntaxe de classes utile à ceux qui préfèrent une approche plus classique pour structurer leur code. Par exemple, en tapant simplement class Person, CoffeeScript compilera ce code en :

```
001 var Person;
002 Person = (function() {
003 function Person() {}
004 return Person;
005 })();
```

Voyez comment la variable Person est égale à l'expression de la fonction qui s'appelle elle-même et qui retourne la fonction Person intérieure. Si nous avons besoin d'exécuter un peu de code immédiatement par remplissage par réduction, similaire à la méthode de construction du PHP, nous pouvons placer notre code initial dans la méthode de construction de la classe ainsi :

```
001 class Person
002 constructor: (name, age) ->
003 this.name = name
```

```
004 this.age = age
```

La méthode de construction ne peut pas être appelée explicitement ; au lieu de cela, elle est générée dynamiquement quand vous instanciez la classe. Ce code peut être amélioré cependant ; CoffeeScript offre de quoi le raccourcir. Dans CoffeeScript, le symbole @ s'y réfère toujours, ou l'instance de Person.

Ainsi, plutôt que this.age, nous pouvons utiliser @age, signe avec lequel les développeurs de Ruby sont familiers

```
001 class Person
002 constructor: (name, age) ->
003 @name = name
004 @age = age
```

Encore mieux, cependant, nous pouvons aller plus loin. Ces variables d'instance peuvent être éditées de manière différente :

```
001 class Person
002 constructor: (@name, @age) ->
```

Pas mal, n'est-ce pas ? À ce stade-là, pour étendre le prototype de Person avec des méthodes additionnelles, nous créons simplement de nouvelles méthodes de la même façon que nous ajouterions des méthodes à un objet. En réalité, CoffeeScript attachera la méthode au prototype. Ajoutons une méthode qui détermine l'année de naissance d'une personne.

```
001 class Person
002 constructor: (@name, @age) ->
003 getBirthYear: ->
004 new Date().getFullYear() - @age
```

Ce beau code sain, une fois compilé à JavaScript :

```
001 var Person;
002 Person = (function() {
003 function Person(name, age) {
004 this.name = name;
005 this.age = age;
006 }
007 Person.prototype.getBirthYear = function() {
```

L'onglet Try CoffeeScript dans coffeescript.org offre une compilation en temps réel ; c'est une excellente manière de jouer avec la syntaxe.

```
008 return new Date().getFullYear() - this.age;
009 };
010 return Person;
011 }());
```

Donc nous avons efficacement réduit le nombre de lignes de 11 à 4. Pour instancier cette nouvelle classe, nous pouvons écrire :

```
001 man = new Person('Jeffrey', 27)
002 man.getBirthYear() # 1985
```

Encore mieux, pour créer des classes d'enfants, qui prolongent Person, nous n'avons besoin d'utiliser que le mot-clé de prolongement

```
001 class Child extends Person
```

À ce stade-là, Child a maintenant accès à toutes les propriétés et méthodes de la classe Person, et peut y faire référence ou écrire dessus suivant sa volonté.

Faut-il vraiment utiliser CoffeeScript ?

Il y a des arguments pour et contre l'utilisation de CoffeeScript dans la production. Les défenseurs du contre souligneront que, parce que vous ne travaillez pas spécifiquement avec le JavaScript compilé, vous débutez un code que vous n'avez pas écrit. Vous pourriez aussi arguer que trop de dépendance envers les abstractions comme ça peut conduire à une moins bonne compréhension globale de JavaScript de la part du développeur. Parce que beaucoup des meilleures pratiques du développeur sont comprises dans le compilateur, cela soulage le fardeau du développeur de les mémoriser. « Une bonne pratique qui peut être appliquée par un compilateur est meilleure qu'une bonne pratique qui doit être mémorisée et tapée manuellement. » (Jeremy Ashkenas). Histoire de se faire l'avocat du diable, le même discours aurait pu être fait pour jQuery. Est-ce que jQuery encourage une nouvelle espèce de développeurs qui n'apprendront jamais vraiment vanilla JavaScript ? Absolument pas. Le seul point, c'est qu'il a grandement participé à la résurgence du langage JavaScript. Tandis qu'il se peut que la syntaxe CoffeeScript soit plus familière et accueillante pour des développeurs Ruby et Python qui craignent JavaScript, avec un peu de chance, cela les encouragera à se plonger plus profondément dans le langage sous-jacent. Les avantages de CoffeeScript sont manifestes : le code adhère automatiquement aux meilleures pratiques, et devient plus court, moins sujet aux erreurs, et considérablement plus lisible. Mais encore une fois, le debugging reste un problème. À vous de choisir ! En ce qui me concerne, franchement, je me vols mal retourner en arrière. Je fais tout avec CoffeeScript.

Support de base de données applicative avec PhoneGap

Ajoutez des fonctionnalités de base de données à vos applications mobiles en utilisant PhoneGap et le support natif des bases de données SQLite.

tools | tech | trends Eclipse, PhoneGap
expert Matt Gifford



Si vous construisez des applis mobiles, il y a des chances que vous ayez besoin de conserver des données. Pour enregistrer les entrées de l'utilisateur, pour se souvenir des détails mis en cache, ou pour stocker des options de personnalisation ou de customisation, PhoneGap peut vous faciliter la vie à cet égard. En incluant les méthodes de bases de données SQL Web, nous pouvons facilement créer des bases de données personnalisées à l'aide de la spécification de base de données SQLite. Dans le premier volet de ce tutoriel en deux parties, nous avons construit une application simple qui lit les données à partir d'un fichier local JSON pour afficher des citations dans la page principale, ce qui permet à l'utilisateur de sélectionner une nouvelle citation à lire soit en cliquant sur le bouton, soit en secouant l'appareil. Ce mois-ci, nous allons étendre cette application et introduire une base de données locale SQLite dans laquelle nous pourrions stocker nos informations prédéfinies à partir du fichier JSON. Nous allons également créer une interface et les fonctionnalités pour permettre à l'utilisateur d'écrire ses propres citations préférées et les enregistrer dans la base de données.

01 Variable globale

Lorsque nous construirons notre connexion à la base de données, nous aurons besoin d'accéder à la base de données à travers notre application. Dans ce cadre, il serait logique de stocker l'objet Base de données comme une variable globale que nous pourrions référencer dès que nous aurons besoin d'exécuter des opérations au lieu de créer une nouvelle connexion à chaque fois. Ajoutez la variable globale au début de "quoteapp.js" :

```
001 var db = '';
002 var quoteObject = '';
```

02 Créer la base de données

Nous allons maintenant créer la référence pour notre base de données. PhoneGap propose une méthode unique pour atteindre cet objectif. Si la base de données existe déjà, il crée l'objet Base de données. Sinon, il crée la base de données. Ici, nous donnons un nom au fichier base de données SQLite avec le numéro de version et la taille de la base de données en octets.

```
001 // Create a reference to the database
002 function getDatabase() {
003     return window.openDatabase("quoteDB",
004         "1.0", "Quote Database", 100000000);
005 }
```

03 Se préparer

Nous avons besoin de modifier notre méthode onDeviceReady pour couper le code qui envoie une requête au fichier local "quotes.json" afin de charger les citations prédéfinies. Nous allons le réutiliser dans peu de temps. Ajoutez le code (le code complet est disponible sur le CD) pour faire un appel afin de créer la base de données et l'enregistrer dans la variable db que nous avons créée plus tôt.

```
001 db = getDatabase();
```

04 Créer la table

Maintenant que l'objet Base de données est stocké, nous pouvons commencer à travailler avec lui et stocker des données. Tout d'abord, nous devons créer toutes les tables dont nous avons besoin si elles n'existent pas.

Toute interaction avec la base de données elle-même est gérée par la méthode executeSQL. Nous avons deux méthodes de callback (appel) incluses, l'une en cas de succès, l'autre pour toutes les erreurs. Le code complet est disponible sur le CD.

```
001 db.transaction(function(tx) {
002     tx.executeSql('CREATE TABLE IF NOT EXISTS QUOTES
003         (id INTEGER PRIMARY KEY AUTOINCREMENT,
004         quote TEXT NOT NULL DEFAULT "",
005         name TEXT NOT NULL DEFAULT "");');
006 }, databaseError, getItem);
```

05 Erreurs de base de données

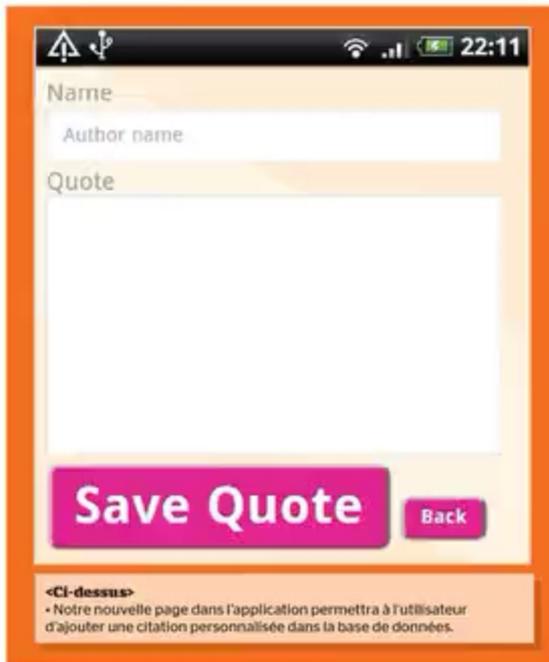
La méthode handler (gestionnaire) databaseError affiche simplement un message d'alerte avec quelques détails sur l'erreur. Le paramètre d'erreur est un objet SQLError généré par PhoneGap, qui contient deux propriétés. La première est un code d'erreur, tandis que la seconde est un message décrivant l'erreur. Ces détails peuvent être affichés pour le débogage ou cachés à l'utilisateur.

```
001 // Database error handler
002 function databaseError(error) {
003     alert("SQL Error: " + error.code);
004 }
```

06 Interroger la base de données

La méthode getItem exécute une autre transaction pour interroger la base de données pour tous les enregistrements. Si nous ne rencontrons aucune erreur, elle exécutera alors la méthode querySuccess. Vous pouvez voir ici que nous référençons l'objet Base de données à partir de la variable. Nous utilisons une fois de plus la méthode handler (gestionnaire) databaseError pour détecter tout problème potentiel.

```
001 // Run a select statement to pull out all records
002 function getItem() {
003     db.transaction(function(tx) {
004         tx.executeSql('SELECT id, quote, name FROM QUOTES', [],
005             querySuccess, databaseError);
```



```
002 // Make sure we have content
003 if(data.quotes.length) {
004   db.transaction(function(tx) {
005     // Loop over it and store it into the database
006     for(var i=0; i < data.quotes.length; i++) {
007       tx.executeSql('INSERT INTO QUOTES (quote, name)
008         VALUES (?,?)',
009         [data.quotes[i].quote,
010         data.quotes[i].name]);
011     }
012   }, databaseError, getItem);
013 }
```

09 Chercher des citations

Après une transaction réussie avec la base de données afin de sélectionner les enregistrements sauvegardés et si nous avons des lignes à retourner, la méthode `getQuote` sera appelée pour sélectionner un élément à afficher. Nous avons modifié le code du dernier tutoriel afin de supprimer l'objet retourné depuis le tableau et éviter de répéter la même citation.

```
001 if(arrQuotes.length) {
002
003   var arrayID = Math.floor(Math.random() *
004   arrQuotes.length);
005   quoteObject = arrQuotes[arrayID];
006
007   // Now remove the item from the array
008   arrQuotes.splice(arrayID, 1);
009
010   $('p[rel=cite]').html(quoteObject.name);
011   $('hquote').html('<p>' + quoteObject.quote + '</p>');
```

10 Tableau vide

Lorsque nous éliminons chaque citation du tableau avant de l'afficher, nous devons vérifier la longueur du tableau pour refléter le fait que nous finissons par vider notre réserve de citations qui est effectivement limitée. Si nous avons vidé le tableau, nous exécuterons une fois de plus la méthode `getItem` afin de le remplir avec plus de citations avant de procéder.

```
001 } else {
002
003 // The quote array is empty. Refilling the pot for you.
004   getItem();
005
006 }
```

11 Citations personnalisées

Les utilisateurs doivent être en mesure d'insérer leurs propres citations dans la base de données. Ouvrez `index.html` et ajoutez un nouvel élément bouton en dessous de l'élément `refreshBtn`. Ceci va ouvrir une nouvelle page appelée `add.html`. Nous allons utiliser la classe et les attributs `rel` afin d'associer un gestionnaire de clic à ce bouton.

```
001 <button rel="add" class="button pink pagenav">Add Quote</button>
```

12 Créer une nouvelle page

Créez une nouvelle page appelée `add.html`. Elle fera office de formulaire de collecte d'entrée. La nouvelle page doit inclure les bibliothèques JavaScript et des références de feuille de styles dans la balise `head`.

```
006 }, databaseError);
007 }
```

07 Vérifier les enregistrements

Après avoir interrogé la base de données, nous pouvons vérifier le nombre de lignes retournées. Si nous avons des enregistrements, nous pouvons boucler sur eux et les pousser dans notre tableau de citations. Si nous n'avons pas d'enregistrements, nous pouvons préremplir la base de données avec les données de notre fichier JSON en appelant la méthode `getJSONData`.

```
001 // Process the SQLResultSetList
002 function querySuccess(tx, results) {
003   var len = results.rows.length;
004   if(len == 0) {
005     // We have no records in the database
006     // Let's insert our JSON quotes
007     getJSONData();
008   } else {
009     for (var i=0; i<len; i++){
010       arrQuotes.push(results.rows.item(i));
011     }
012     getQuote();
013   }
014 }
```

08 Lire JSON

Créez une nouvelle méthode appelée `getJSONData` et collez-y l'ancien code pour demander les données du fichier JSON. Nous allons la modifier pour boucler sur les résultats, et nous insérerons chaque résultat dans la base de données. Une fois que la boucle est terminée, nous allons une fois de plus appeler la méthode `getItem` pour exécuter une nouvelle requête `select`. Le code complet est sur le CD.

```
001 var data = JSON.parse(request.responseText);
```



<Ci-dessus>
 • Un message d'erreur s'affichera lors d'une tentative de sauvegarde d'un nouvel enregistrement sans remplissage des valeurs.

```
001 <!DOCTYPE html>
002 <html>
003 <head>
004   <title>Add Quote</title>
005   <link rel="stylesheet" href="style.css">
006   <script type="text/javascript" charset="utf-8" src="jquery-1.6.4.min.js"></script>
007   <script type="text/javascript" charset="utf-8" src="phonegap-1.4.1.js"></script>
008   <script type="text/javascript" charset="utf-8" src="quoteapp.js"></script>
009 </head>
010 <body>
011
012
013 </body>
014 </html>
```

13 Éléments d'entrée

Ajoutons les éléments de formulaire dans la page add.html afin d'accepter notre entrée de l'utilisateur. Nous aurons besoin d'une entrée pour le texte, et d'un élément de formulaire textarea (zone de texte) qui acceptera le texte de la citation. Choisissez une valeur d'attribut id mémorisable pour chacun d'entre eux car nous y ferons référence plus tard.

```
001 <form class="form">
002
003   <label for="name">Name</label>
004   <input type="text" name="name"
005     id="name" placeholder="Author name" />
006
007   <label for="quote">Quote</label>
008   <textarea name="quote" id="quote"></textarea>
```

14 D'autres boutons

En dessous des éléments de formulaire, ajoutez deux nouveaux boutons dans add.html. Le premier bouton aura un attribut id égal à saveQuoteBtn. Nous allons y associer un gestionnaire de clic pour enregistrer les données. Le second bouton ramènera notre utilisateur vers la page d'index sans enregistrer. Notez les attributs rel et class dans le deuxième bouton.

```
001 <button id="saveQuoteBtn"
002   class="super button pink">Save Quote</button>
```

```
003
004 <button rel="index" class="button pink pagenav">Back</button>
005
006 </form>
```

15 Navigation dans la page

Une fois nos boutons de navigation créés, ajoutons alors le gestionnaire de clic. Ouvrez quoteapp.js et ajoutez le code ci-dessous dans la fonction onDeviceReady. Nous utilisons le sélecteur de classe de jQuery pour appliquer le gestionnaire, et nous pouvons obtenir la page à partir de l'attribut rel du bouton sélectionné et qu'il faudra passer à la méthode window.open.

```
001 $(''.pagenav').bind('click', function() {
002   window.open($(this).attr('rel') + '.html');
003 });
```

16 Enregistrer le gestionnaire (handler)

Toujours dans la méthode onDeviceReady, nous pouvons désormais ajouter notre gestionnaire de clic à l'élément saveQuoteBtn. Il ira ensuite lire les valeurs trouvées dans le nom et les éléments de formulaire de citation et les passera à la méthode saveQuote.

```
001 $('#saveQuoteBtn').bind('click', function() {
002
003   var newQuoteName = $('#name').val();
004   var newQuoteText = $('#quote').val();
005
006   saveQuote(newQuoteText, newQuoteName);
007
008 });
```

17 Sauvegarder les données

Ajoutez la méthode saveQuote au fichier quoteapp.js. Nous allons d'abord nous assurer que les deux champs ont un contenu pour éviter d'enregistrer des valeurs vides, ce que nous ne voulons pas. Une fois que nous avons ce contenu, nous sommes en mesure d'exécuter une autre transaction de base de données en insérant des valeurs dans la table via l'utilisation des paramètres envoyés à la fonction.

```
001 function saveQuote(quote, name) {
002   if(quote === "" || name === "") {
003     alert("I'm here to stop you saving empty data.");
004   } else {
005     db.transaction(function(tx) {
006       tx.executeSql('INSERT INTO QUOTES
007         (quote, name) VALUES (?,?);', [quote, name]);
008     }, databaseError, saveSuccess);
009   }
010 }
```

18 Retour à la maison

Lors de l'enregistrement des nouvelles citations, nous fournissons de nouveau les deux méthodes de callback (appel) pour gérer les erreurs et les succès de la transaction. Créez la méthode saveSuccess, qui s'exécutera à la suite d'une insertion sans erreur. Ceci amènera l'utilisateur vers la page index.html.

```
001 function saveSuccess() {
002   window.open('index.html');
003 }
```

19 Option de suppression

Les utilisateurs doivent pouvoir supprimer la citation affichée à partir de la base de données. Ajoutons un nouveau bouton à index.html avec l'attribut rel positionné sur delete (suppression). Ajoutez le gestionnaire de clic pour le bouton ci-dessous à la méthode onDeviceReady dans quoteapp.json, qui exécutera la fonction showDeleteConfirm lorsque le bouton sera pressé. Code complet disponible sur le CD.

```
001 <button rel="delete" class="button pink">Delete Quote</button>
002
003 $('button[rel="delete"]').bind('click', function() {
004     showDeleteConfirm();
005     'Are you sure you want to exit?',
006     onExitConfirm,
007 });
```

20 Confirmer la suppression

Quand un utilisateur choisit de supprimer la citation stockée, il doit voir une fenêtre de confirmation pour avoir la possibilité de revenir sur la suppression. Quand il sélectionnera Oui ou Non, la méthode onDeleteConfirm sera exécutée pour déterminer si nous devons continuer avec la suppression ou ne rien faire.

```
001 function showDeleteConfirm() {
002     navigator.notification.confirm(
003         'Are you sure you want to delete this quote?',
004         onDeleteConfirm,
005         'Deletion Confirmation',
006         'No, Yes'
007     );
008 }
```

21 L'utilisateur dit oui

Après avoir choisi une option dans le bouton de confirmation, nous pouvons dire à partir de l'indice du bouton sélectionné ce que nous allons faire ensuite. Si l'utilisateur a décidé de supprimer la citation et cliqué sur Oui, l'indice sera de 1 et nous pourrions continuer la suppression, en envoyant l'id de la citation concernée.

```
001 function onDeleteConfirm(button) {
002     if(button == 2) {
003         deleteQuote(quoteObject.id);
004     }
005 }
```

22 Adieu

Pour supprimer la citation de la base de données, nous allons exécuter une transaction sur l'objet de base de données stocké et une instruction DELETE SQL en envoyant l'id de la citation en tant que paramètre pour la clause WHERE. Une fois fait, l'application interrogera de nouveau la base de données afin de charger la citation suivante.

```
001 function deleteQuote(quoteID) {
002     db.transaction(function(tx) {
003         // Delete the selected quote
004         tx.executeSql('DELETE FROM QUOTES WHERE id = (?)', [quoteID]);
005     }, databaseError, getItems);
006 }
```

Bibliothèque de code

En détail

Examinons d'un peu plus près quelques-unes des techniques utilisées dans le projet pour construire notre application.

Bien que n'étant pas pris en charge dans Android, d'autres appareils peuvent changer la version de base de données lors de l'actualisation du schéma.

```
001 function getDatabase() {
002     var db = window.openDatabase(
003         "quoteDB",
004         "1.0", "
005         Quote Database",
006         10000000);
007
008     db.changeVersion("1.0", "1.1");
009
010 }
```

Lors de la sélection d'une citation à afficher, nous affectons d'abord l'index du tableau à une variable afin que nous puissions retirer cet objet en utilisant la méthode splice.

```
001 function getQuote() {
002     if(arrQuotes.length) {
003         var arrayID = Math.floor(Math.random()
004 * arrQuotes.length);
005         quoteObject = arrQuotes[arrayID];
006
007         // Now remove the item from the array
008         arrQuotes.splice(arrayID, 1);
009
010         $('p[rel=cite]').html(quoteObject.name);
011         $('#quote').html('<p>' + quoteObject.quote + '</p>');
012     } else {
013
014         // The quote array is empty. Refilling
015         the pot for you
016         getItems();
017     }
018 }
```

En bouclant sur le tableau, nous pouvons référencer les valeurs à insérer dans la base de données via le numéro d'index du tableau.

```
001 if(data.quotes.length) {
002     db.transaction(function(tx) {
003         // Loop over it and store it into the
004         database
005         for(var i=0; i < data.quotes.length; i++)
006         {
007             tx.executeSql('INSERT INTO QUOTES (quote,
008 name) VALUES
009             (?,?)', [data.quotes[i].quote, data.
010 quotes
011 [i].name]);
012         }
013     }, databaseError, getItems);
014 }
```

Assurez-vous de fournir une valeur d'attribut id mémorisable.

Créer des widgets Twitter avec Web Workers

Utilisez vos nouvelles connaissances de cette API HTML5 pour surveiller les tweets et afficher les résultats dans un widget amusant.

tools | tech | trends Éditeur de texte (pas Microsoft Word), navigateur Web
experts Eric Freeman, Elisabeth Robson



Dans la première partie de ce tutoriel, nous avons introduit une nouvelle API HTML5 appelée Web Workers. Ces workers donnent la possibilité de créer des threads supplémentaires pour votre JavaScript, ce qui peut être utile quand vous avez une tâche longue ou qui nécessite des calculs intensifs. Dans ce cas, les Web workers peuvent libérer votre thread principal pour garder votre application réceptive afin que le visiteur puisse continuer à utiliser votre page.

Dans le numéro précédent, nous avons vu comment créer, communiquer avec et recevoir des données à partir de Web Workers. Ici, nous allons créer un worker qui surveille Twitter, en envoyant au besoin des données à votre code de page principale. Ce n'est pas seulement un moyen pratique pour structurer votre code, mais aussi, grâce à un Web worker, votre code JSONP (nécessaire pour communiquer avec Twitter, voir *Web Design 40*) est plus concis et plus facile à gérer qu'avec la méthode conventionnelle d'utilisation de JSONP qui requiert l'injection de scripts.

01 Mettre en place la page principale

Tout d'abord, vous allez devoir créer un simple fichier HTML (appelons-le "manager.html") dont le body (corps) est vide (ne vous inquiétez pas, il ne le sera pas longtemps), et le code de la page principale à l'intérieur d'un élément script. Le code dans la page principale instancie d'abord un objet worker en utilisant une référence à un fichier JavaScript, worker.js (ligne 7). Le code va ensuite définir la propriété onmessage du worker comme une fonction handler (ligne 8) afin qu'elle puisse recevoir des événements messages du worker.

```
001 <!doctype html>
002 <head>
003 <meta charset="utf-8">
004 <title>Twitter Sentiment Widget</title>
005 <link rel="stylesheet" href="widget.css">
006 <script>
007 var aWorker = new Worker("worker.js");
008 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
009
010 function onWorkerMessage(evt)
011 {
012 // message from the worker is handled here
013 }
014 </script>
015 </head>
016 <body>
017 // HTML for widget will go here
018 </body>
019 </html>
020
```

02 Le worker

Nous allons maintenant commencer la mise en œuvre du worker (worker.js), qui va être notre helper (aide) qui surveille Twitter. Commencez par ajouter la fonction getTwitterSearchResult() au worker.

```
001 function getTwitterSearchResult() {
002 }
```

03 Utiliser l'API JSONP Twitter

Nous allons utiliser l'API JSONP Twitter pour rechercher périodiquement sur Twitter un terme de recherche donné, aussi avons-nous besoin de construire l'URL pour l'API Twitter. Ajoutez le code ci-dessous pour le faire et donnez une requête de recherche de votre choix (ligne 1). Nous allons utiliser le terme "seuss" parce qu'aujourd'hui (le jour où nous écrivons cet article) est l'anniversaire de Dr Seuss et qu'il y a beaucoup d'échanges sur Twitter sur le sujet. Quelle que soit la requête de recherche que vous choisissez, assurez-vous que c'en soit une pour laquelle vous aurez un bon nombre de résultats de recherche. Ajoutez une seconde variable, twitterURL, qui contient l'URL pour accéder à l'API Twitter (lignes 2-3).

```
001 var query = "seuss";
002 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
003 " &rpp=10&since_
id=1&callback=handleRequest";
004
005 function getTwitterSearchResult() {
006 }
```

04 Utiliser JSONP avec Web Workers

Si vous avez utilisé JSONP auparavant, vous savez qu'il nécessite une injection à la manière d'une attaque d'un élément <script> dans le DOM pour forcer le navigateur à récupérer des données JSON (si vous ne savez pas comment faire, pas de soucis, vous n'en avez pas besoin pour ce tutoriel). Avec Web Workers, il existe une méthode beaucoup plus simple pour récupérer les données JSON en utilisant la fonction importScripts(). Ajoutez un appel à importScripts() dans la fonction getTwitterSearchResult() de sorte que, chaque fois que cette fonction sera appelée, une requête API sera envoyée à Twitter (ligne 6).

```
001 var query = "seuss";
002 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
003           "&rpp=10&since_
id=1&callback= handleSearchResult";
004
005 function getTwitterSearchResult() {
006     importScripts(twitterURL);
007 }
```

05 Implémenter le rappel (callback)

À présent, une chose que vous devez savoir sur JSONP est que nous fournissons un rappel (callback) lorsque nous faisons la requête Twitter. Si vous regardez twitterURL (lignes 2-3), vous verrez que nous avons spécifié un rappel (callback) nommé "handleSearchResult". Lorsque les résultats de la recherche sont récupérés, cette fonction de rappel sera appelée. Aussi, ajoutez une fonction du nom de "handleSearchResult()" à la fin de votre worker.js (lignes 9-11), qui sera appelée avec un objet JavaScript contenant les résultats de Twitter. Cet objet comprend un tableau de tweets que nous allons utiliser pour créer le widget ("Comment utiliser les threads dans JavaScript" dans *Web Design n°4*).

```
001 var query = "seuss";
002 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
003           "&rpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
004
005 function getTwitterSearchResult() {
006     importScripts(twitterURL);
007 }
008
009 var tweets = jsonObj.results;
010 }
```

06 Remplissez les détails du rappel (callback)

Ensuite, ajoutez le code pour faire une itération sur les tweets, en stockant le texte de chaque tweet dans une variable appelée "tweet" (lignes 12-15).

```
001 var query = "seuss";
002 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
003           "&rpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
004
005 function getTwitterSearchResult() {
006     importScripts(twitterURL);
007 }
008
009 function handleSearchResult(jsonObj) {
010     var tweets = jsonObj.results;
```

“ En utilisant un Web worker, votre code JSONP est plus concis et plus facile à gérer que par la méthode conventionnelle qui requiert l'injection de scripts. ”

```
011
012     for (var i = 0; i < tweets.length; i++) {
013         var tweet = tweets[i].text;
014         // process each tweet
015     }
016 }
```

07 Faire usage des tweets

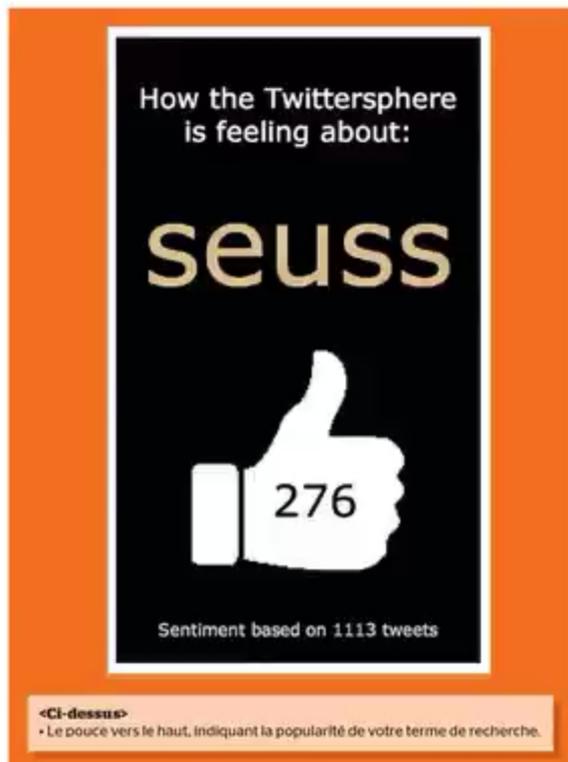
Il y a beaucoup de choses que nous pouvons faire avec les données de Twitter : cette fois-ci, nous allons écrire un moteur d'analyse de sentiments ridiculement simple, qui consiste à repérer quelques mots dans chaque tweet, comme amour (love), haine (hate), cool, nul (lame) et à afficher ensuite le nombre de fois où le terme de requête de recherche a été aimé ou détesté. Dans ce code, tout ce que nous allons faire est de garder un total cumulé de ces sentiments et de les renvoyer à la page principale, qui peut les afficher sous forme de widget. Créez vos mots en premier lieu. Vous aurez besoin de deux ensembles (mettez-les dans la partie supérieure de worker.js) (lignes 3-4) et de deux compteurs : un pour le score de sentiments (ligne 1), un autre pour le nombre total de tweets (ligne 2).

```
001 var sentiment = 0; // sentiment score, positive good, negative
bad
002 var count = 0; // total count of tweets in score
003 var like = /love|like|good|great|rocks/;
004 var dontlike = /hate|bad|sucks|lame/;
005 var query = "seuss";
006 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
007           "&rpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
008
009 function getTwitterSearchResult() {
010     importScripts(twitterURL);
011 }
012
013 function handleSearchResult(jsonObj) {
014     var tweets = jsonObj.results;
015
016     for (var i = 0; i < tweets.length; i++) {
017         var tweet = tweets[i].text;
018         // process each tweet
019     }
020 }
```

08 Compter les mots qui correspondent

À présent, utilisez la fonction `searchOf` de JavaScript pour aller à la recherche de ces mots dans les tweets, en vérifiant à la fois les termes de recherche (j'aime (like) et je n'aime pas (dontlike) (lignes 18-25). D'abord, convertissez le texte du tweet en minuscules (ligne 18) et voyez ensuite si l'un des mots correspond. Si c'est le cas, ajoutez 1 au score de sentiment s'il correspond à un "j'aime" (like) (lignes 19-21) ou enlevez 1 s'il correspond à un "je n'aime pas" (dislike) (lignes 22-24) (nous vous avons dit que c'était ridiculement simple). Mettez également à jour le nombre de tweets (ligne 25).

```
001 var sentiment = 0; // sentiment score, positive good, negative
bad
002 var count = 0; // total count of tweets in score
003 var like = /love|like|good|great|rocks/;
004 var dontlike = /hate|bad|sucks|lame/;
005 var query = "seuss";
```



```
006 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
007           "&rpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
008
009 function getTwitterSearchResult() {
010   importScripts(twitterURL);
011 }
012
013 function handleSearchResult(jsonObj) {
014   var tweets = jsonObj.results;
015
016   for (var i = 0; i < tweets.length; i++) {
017     var tweet = tweets[i].text;
018     tweet = tweet.toLowerCase();
019     if (tweet.search(like) !== -1) {
020       sentiment += 1;
021     }
022     if (tweet.search(dontlike) !== -1) {
023       sentiment -= 1;
024     }
025     count++;
026   }
027 }
```

09 Renvoyer le résultat

Ensuite, utilisez la fonction `postMessage()` du worker pour renvoyer un message à la page principale. Créez un objet contenant la requête, le score de sentiment et le nombre de tweets et renvoyez cet objet à la page principale.

```
001 var sentiment = 0; // sentiment score, positive good,
```

“Nous ne voulons pas que le worker fasse la demande à l’API Twitter une seule fois, nous voulons qu’il continue d’interroger Twitter régulièrement.”

```
negative bad
002 var count = 0; // total count of tweets in score
003 var like = /love|like|good|great|rocks/;
004 var dontlike = /hate|bad|sucks|lame/;
005 var query = "seuss";
006 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
007           "&rpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
008
009   importScripts(twitterURL);
010 }
011
012 function handleSearchResult(jsonObj) {
013   var tweets = jsonObj.results;
014
015   for (var i = 0; i < tweets.length; i++) {
016     var tweet = tweets[i].text;
017     tweet = tweet.toLowerCase();
018     if (tweet.search(like) !== -1) {
019       sentiment += 1;
020     }
021     if (tweet.search(dontlike) !== -1) {
022       sentiment -= 1;
023     }
024     count++;
025   }
026   postMessage({"query": query, "sentiment": sentiment,
"count": count});
027 }
```

10 Mettre le worker au travail

Pour mettre le worker au travail, ajoutez un appel à `getTwitterSearchResult()` (ligne 32). Ceci va démarrer les choses. Mais nous ne voulons pas que le worker fasse la demande à l’API Twitter une seule fois, nous voulons qu’il continue d’interroger Twitter pour obtenir de nouveaux résultats régulièrement. Aussi, ajoutez également un `setTimeout()` dans `getTwitterSearchResult()` pour envoyer la requête à Twitter toutes les 5 secondes (ligne 11). Nous pouvons nous assurer de n’obtenir que de nouveaux tweets depuis notre précédente requête en mettant à jour la `twitterURL` pour utiliser la valeur `refresh_url` à partir des résultats Twitter précédents (ligne 16).

```
001 var sentiment = 0; // sentiment score, positive good,
negative bad
002 var count = 0; // total count of tweets in score
003 var like = /love|like|good|great|rocks/;
004 var dontlike = /hate|bad|sucks|lame/;
005 var query = "seuss";
006 var twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json?q=" +
query +
```

```

007         "&hpp=10&since_id=1&callback=
handleSearchResult";
008
009 function getTwitterSearchResult() {
010     importScripts(twitterURL);
011     setTimeout("getTwitterSearchResult()", 5000);
012 }
013
014 function handleSearchResult(jsonObj) {
015     var tweets = jsonObj.results;
016     twitterURL = "http://search.twitter.com/search.json" +
jsonObj.refresh_url + "&callback=handleSearchResult";
017
018     for (var i = 0; i < tweets.length; i++) {
019         var tweet = tweets[i].text;
020         tweet = tweet.toLowerCase();
021         if (tweet.search(like) !== -1) {
022             sentiment += 1;
023         }
024         if (tweet.search(dontlike) !== -1) {
025             sentiment -= 1;
026         }
027         count++;
028     }
029     postMessage({"query": query, "sentiment": sentiment,
"count": count});
030 }
031
032 getTwitterSearchResult();

```

11 Construire le widget Twitter

Nous avons tout ce dont nous avons besoin dans le worker, aussi est-il maintenant temps d'utiliser les résultats du worker dans le widget Twitter. Modifiez la page principale (manager.html) et mettez à jour l'élément body (corps) pour inclure une div sentimentWidget (ligne 15) qui contient un élément paragraphe avec l'id de la search (recherche) où nous allons mettre le terme de recherche (ligne 17), un élément paragraphe avec l'id du sentiment pour le compte de sentiments (ligne 20), et un paragraphe avec un id de count (compte) pour le nombre total de tweets (ligne 22). Pour rendre le widget plus rigolo, nous allons inclure le graphique du pouce vers le haut ou pouce vers le bas selon que le nombre de sentiments est supérieur ou inférieur à 0 (et pas de pouce s'il est égal à 0). Nous styliserons la div de la main pour ajouter l'icône dans une étape ultérieure (ligne 19).

```

001 <meta charset="utf-8">
002 <title>Twitter Sentiment Widget</title>
003 <link rel="stylesheet" href="widget.css">
004 <script>
005 var aWorker = new Worker("worker.js");
006 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
007
008 function onWorkerMessage(evt)
009 {
010     // message from the worker is handled here
011 }
012 </script>
013 </head>
014 <body>
015     <div id="sentimentWidget">
016         <p>How the Twittersphere is feeling about:</p>
017         <p id="search"></p>

```

```

018     <div id="handContainer">
019         <div id="hand"></div>
020         <p id="sentiment"></p>
021     </div>
022     <p class="count">Sentiment based on <span
id="count"></span> tweets</p>
023 </div>
024 </body>
025 </html>

```

12 Rassembler les résultats

Maintenant que tout le code HTML est en place, il est temps pour nous d'ajouter le code. Tout d'abord, il nous faut ajouter celui dont nous avons besoin pour obtenir les résultats du worker. Rappelez-vous, le worker renvoie un objet qui contient la requête propriétés (le terme de recherche Twitter), le nombre de sentiments et le nombre total de tweets. Alors, obtenez tout d'abord le message depuis le worker en utilisant la propriété donnée de l'objet événement passé dans le gestionnaire de messages (ligne 5), et mettez ensuite à jour les éléments <p> search, count et sentiment avec les valeurs des propriétés query (requête), count (compte) et sentiment (lignes 6-10).

```

001 var aWorker = new Worker("worker.js");
002 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
003
004 function onWorkerMessage(evt) {
005     data = evt.data;
006     document.getElementById("search").innerHTML = data.query;
007     document.getElementById("count").innerHTML = data.count;
008
009     var sentiment = document.getElementById("sentiment");
010     sentiment.innerHTML = data.sentiment;
011 }

```

13 Pouce vers le haut ou pouce vers le bas ?

Ajoutez ensuite l'image d'un pouce vers le haut ou d'un pouce vers le bas (pour souligner le fait que le tweet est positif ou négatif par rapport au terme de recherche), en fonction de la valeur du compte de sentiments. Nous allons faire ceci en appliquant un graphique dynamique à l'arrière-plan de la div de la main. Afin que nous n'ayons pas à créer de nouvelles images pouce vers le haut ou pouce vers le bas chaque fois que nous recevons un message du worker, donc pour rendre le code un peu plus efficace, nous pouvons créer les deux images lorsque nous chargeons la page pour la première fois. Ajoutez deux nouvelles variables, thumbsUp et thumbsDown, contenant les deux images et initialisez-les à des objets Image vides (lignes 4, 6). Configurez la propriété src pour ces images à thumbsUp.png et thumbsDown.png respectivement (lignes 5, 7) et veillez bien sûr à ce que ces images soient dans le même répertoire que votre fichier manager.html.

```

001 var aWorker = new Worker("worker.js");
002 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
003
004 var thumbsUp = new Image();
005 thumbsUp.src = "thumbsUp.png";
006 var thumbsDown = new Image();
007 thumbsDown.src = "thumbsDown.png";
008
009 function onWorkerMessage(evt) {
010     data = evt.data;
011     document.getElementById("search").innerHTML = data.query;
012     document.getElementById("count").innerHTML = data.count;
013

```

“ Vous devriez essayer avec vos propres utilisations des Web workers, en particulier pour les tâches qui requièrent des calculs intensifs. ”

```
014 var sentiment = document.getElementById("sentiment");
015 sentiment.innerHTML = data.sentiment;
016 }
```

14 Ajouter la bonne image

Nous devons maintenant vérifier la valeur du compte sentiment renvoyée par le worker et ajouter l'image appropriée à l'arrière-plan de la div en fonction de la valeur. Tout d'abord, allez chercher l'objet div de la main (ligne 16) puis vérifiez la valeur de data.sentiment. Si elle est supérieure à 0, ajoutez l'image thumbsUp.png à l'arrière-plan (lignes 17-18); si elle est inférieure à 0, ajoutez l'image thumbsDown.png (lignes 19-20). Si la valeur est 0, configurez l'image de fond à aucune, de sorte qu'aucune image ne s'affiche (lignes 21-22).

```
001 var aWorker = new Worker("worker.js");
002 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
003
004 var thumbsUp = new Image();
005 thumbsUp.src = "thumbsUp.png";
006 var thumbsDown = new Image();
007 thumbsDown.src = "thumbsDown.png";
008
009 function onWorkerMessage(evt) {
010     data = evt.data;
011     document.getElementById("search").innerHTML = data.query;
012     document.getElementById("count").innerHTML = data.count;
013
014     var sentiment = document.getElementById("sentiment");
015     sentiment.innerHTML = data.sentiment;
016     var hand = document.getElementById("hand");
017     if (data.sentiment > 0) {
018         hand.style.backgroundColor = "url('thumbsUp.png')";
019     } else if (data.sentiment < 0) {
020         hand.style.backgroundColor = "url('thumbsDown.png')";
021     } else {
022         hand.style.backgroundColor = "none";
023     }
024 }
```

15 Styliser la div

Pour nous assurer que le widget est plaisant, nous voulons afficher numériquement le compte de sentiment au milieu de l'image de la main. Cela nécessite un positionnement différent pour chaque valeur de sentiment, aussi avons-nous créé deux classes CSS : up (haut), correspondant à l'image thumbsUp, et down (bas), correspondant à l'image thumbsDown. Vous pouvez définir dynamiquement la classe du <p> sentiment à l'aide de la méthode setAttribute(). Définissez la classe à up (haut) si le data.sentiment est supérieur à 0 (ligne 19), à down (bas) s'il est inférieur à 0 (ligne 22), et à none (rien) sinon (ligne 25). Jetez un coup d'œil à widget.css si vous voulez voir le style utilisé pour le widget.

```
001 var aWorker = new Worker("worker.js");
002 aWorker.onmessage = onWorkerMessage;
003
004 var thumbsUp = new Image();
```

```
005 thumbsUp.src = "thumbsUp.png";
006 var thumbsDown = new Image();
007 thumbsDown.src = "thumbsDown.png";
008
009 function onWorkerMessage(evt) {
010     data = evt.data;
011     document.getElementById("search").innerHTML = data.query;
012     document.getElementById("count").innerHTML = data.count;
013
014     var sentiment = document.getElementById("sentiment");
015     sentiment.innerHTML = data.sentiment;
016     var hand = document.getElementById("hand");
017     if (data.sentiment > 0) {
018         hand.style.backgroundColor = "url('thumbsUp.png')";
019         sentiment.setAttribute("class", "up");
020     } else if (data.sentiment < 0) {
021         hand.style.backgroundColor = "url('thumbsDown.png')";
022         sentiment.setAttribute("class", "down");
023     } else {
024         hand.style.backgroundColor = "none";
025         sentiment.setAttribute("class", "none");
026     }
027 }
```

16 Testez votre code

Nous sommes enfin prêts à tester le code. Chargez le fichier manager.html dans votre navigateur, vous devriez voir le widget Twitter. Si vous ne voyez pas les valeurs que vous attendez, assurez-vous que vous utilisez HTTP pour charger le fichier ; certains navigateurs ont des restrictions de sécurité qui ne vous permettent pas d'utiliser des Web workers si vous n'utilisez pas un serveur. Donc, soit vous utilisez un serveur localhost, soit vous chargez vos fichiers sur votre site pour les tests. Essayez différentes requêtes de recherche, c'est-à-dire quelques-unes qui ont des sentiments plutôt positifs et quelques autres qui ont des sentiments plutôt négatifs. Assurez-vous également que vous utilisez des termes qui ont beaucoup de tweets qui leur sont associés de sorte que vous puissiez voir les valeurs mises à jour.

17 Ajuster la taille de la police

En fonction de la longueur du terme de recherche que vous utilisez, vous devrez peut-être ajuster la taille de la police. Dans widget.css, recherchez le sélecteur p#search et ajustez la valeur de la propriété font-size (ligne 3).

```
001 p#search {
002     color: #d9bd8f;
003     font-size: 400%;
004     margin-top: 0px;
005     margin-bottom: 0px;
006     padding-top: 0px;
007     padding-bottom: 25px;
008 }
009
```

18 Conclusion

Comme vous pouvez le voir, les Web workers vous offrent une nouvelle façon d'emballer les tâches de fond qui font de la récupération de données à la manière de JSONP à partir des services Web. Contrairement à la complexité de l'ajout de JSONP dans le code de la page principale, nous pouvons avec l'API Web Workers utiliser la fonction pratique importScripts() pour faire les requêtes, et les voir s'exécuter sur un autre thread d'arrière-plan également. Essayez avec vos propres utilisations des Web workers, en particulier pour les tâches qui requièrent des calculs intensifs.

Onglets

À l'époque, il était courant d'utiliser des images d'arrière-plan pour créer l'illusion d'onglet à coin plié. Celui-ci était en général une image carrée dont les parties inclinées de l'arrière-plan étaient de la même couleur que l'arrière-plan du titre.

Tableaux

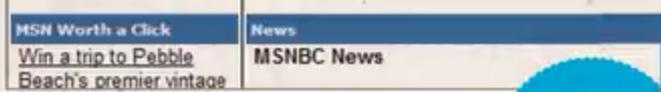
Les tableaux servaient à faire la mise en page en trois colonnes accueillant le contenu qui se trouve en haut de la page et celui situé en dessous. Les cellules des titres avaient chacune une couleur d'arrière-plan et le tableau était entouré de bordures afin de délimiter le contenu.



Temps de chargements !

Taille de la page: **87 KB**

12 s avec une connexion à 56 kb/s.



2005 Web design relic

2008 Web design relic

Bordures d'images

C'est une technique simple encore utilisée aujourd'hui. Avant que le CSS ne devienne populaire, pour ajouter une bordure, il fallait passer par le HTML et entrer border=1.



MSN www.msn.com

À l'époque où Microsoft était maître du monde, MSN était la pièce maîtresse qui lui servait à proposer les dernières actualités et ses derniers services, tradition toujours vivante aujourd'hui.

MSN, ou The Microsoft Network comme on l'appelait dans les années 90, est le portail d'actualités et de services du géant de l'informatique. Il s'est développé en même temps que le Web pour suivre les nouvelles tendances et au rythme de l'évolution des technologies, devenant ainsi incontournable dans son secteur.

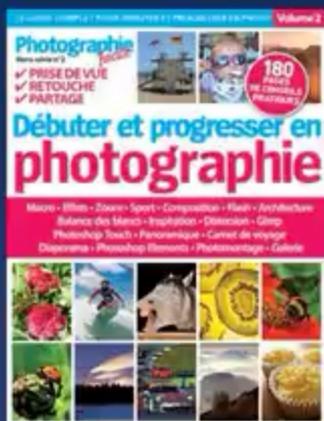
Au début de ce siècle, MSN était un portail riche

en contenu et en texte, dont le design et la mise en page étaient très caractéristiques de l'époque. Les images étaient rares, les couleurs allaient généralement par deux, et les mises en page se faisaient presque toujours en trois colonnes. En coulisses, le contenu se trouvait dans des tableaux, et la police Arial, très commune, était la dernière pièce de ce puzzle.

Les images étaient rares, les couleurs allaient généralement par deux, et les mises en page se faisaient presque toujours en trois colonnes.



VOS MAGAZINES PRÉFÉRÉS



Débuter et progresser en photographie vol.02



Spécial Boutique en ligne



Spécial MotionDesign



Photoshop Savoir Tout Faire vol.12



Spécial Manga



PAO Savoir Tout Faire vol.4



Photoshop Savoir Tout Faire vol.11



Débuter et progresser en Webdesign



Abonnez-vous !

Économisez **25%** sur le prix de vente au numéro

Abonnez-vous en ligne sur shop.oracom.fr



Spécial Retouche photo



Art & Craft



Spécial BD

SONT SUR SHOP.ORACOM.FR



3DMag



Digital Artist



Advanced Creation Photoshop



Web Design



Movie Creation



Savoir Tout Faire en Photographie



Spécial Illustrator



Photographie facile



paiement sécurisé



service client dédié



promotions exclusives



nos parutions en avant première

ABONNEMENT ET VENTE AU NUMÉRO SUR SHOP.ORACOM.FR



TENDANCES

Les villes qui font le webdesign

Helsinki

Visitez la capitale mondiale du design 2012

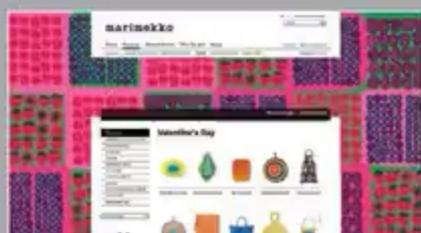


1

Activeark

www.activeark.com

Activeark est une agence globale faite pour la société numérique d'aujourd'hui. Elle est composée de quatre-vingts designers et professionnels du numérique, répartis dans trois villes autour du monde et dont le quartier général est Helsinki. La concurrence entre les agences de marketing d'Helsinki est rude, mais la quête constante d'innovation dont fait preuve Activeark l'a classée parmi les principales agences de la scène du design numérique de la ville.



Le design finlandais est surtout connu pour son architecture, ses célèbres maîtres Alvar Aalto et Eero Saarinen, ou bien pour ses marques scandinaves traditionnelles comme Marimekko, les objets en verre d'Iittala ou les meubles Artek. Mais aujourd'hui, au 21^e siècle, le design finlandais est bien plus que ça.

Helsinki, officiellement capitale mondiale du design (World Design Capital) 2012, a une année intéressante qui l'attend. L'art et le design envahissent les rues au sens propre et des milliers de touristes férus de création arrivent pour voir ce que les Finlandais ont à proposer au monde du design. C'est une année formidable pour s'impliquer dans cette ville quand on est designer. Ateliers, expositions, projets d'architecture et compétitions... la liste des quoi faire et quoi voir cette année est interminable.

Pour un designer numérique, le thème de l'année ("Mieux vivre à travers le design") a du sens. Qui ne voudrait pas créer un service ou un support faisant une réelle différence dans le quotidien des gens ? Voilà le thème de WDC Helsinki 12 : motiver les gens à penser et à créer.

Jetez un œil aux agences de création d'Helsinki présentées dans cet article pour vous faire une idée du talent que l'on pourra observer lors de WDC Helsinki 12. Qu'obtient-on lorsqu'on rassemble des professionnels du numérique, des illustrateurs excentriques, des maîtres de la photographie et des graphistes talentueux en un même endroit ? Une diversité réellement inspirante qui est à des lieues du minimalisme scandinave habituel.

En plus d'établissements de design "traditionnels", Helsinki regorge de petites agences de design indépendantes, de maisons de publicité, de studios, d'illustrateurs, de créateurs de mode, de freelances et d'entreprises collectives artistiques qui travaillent dans toutes sortes de domaines, aussi bien pour des clients finlandais qu'internationaux.

C'est ce pêle-mêle de talent créatif et de richesse d'innovation qui nous enthousiasme pour WDC Helsinki 12. Profitez ici d'un avant-goût des meilleures agences que vous pourrez y trouver.

Voilà le thème de WDC Helsinki 12 : motiver les gens à penser et à créer.

2 **Kokoro & Moi**
www.kokoromoi.com
 Kokoro & Moi est une agence de design pluridisciplinaire spécialisée dans l'identité de marque, le développement, la direction créative, la direction artistique, le graphisme et le design d'interactivité. S'inspirant de mélanges inattendus, elle est renommée pour son approche innovante et expressive des médias modernes.



3 **Agent Pekka**
www.agentpekka.com
 Agent Pekka est un cabinet-conseil créatif spécialisé dans la gestion d'artistes commerciaux. Sa très longue liste de clients comprend des illustrateurs, des créateurs d'images de synthèse, des designers d'images animées, ainsi que trois agences de création, rassemblant ainsi un grand éventail de spécialités. Les illustrateurs sont composés à la fois de nouveaux talents et d'artistes reconnus dans le monde entier comme Jesse Auersalo, Inka Järvinen et Rami Niemi.



4 **Luxus**
<http://luxus.fi>
 L'agence Luxus a été créée en 2001 et ne comptait à l'époque que cinq employés. Au cours des années qui ont suivi, elle est devenue la première agence numérique de Finlande et emploie maintenant plus de cent personnes qui se passionnent pour la musique, la photographie et la pêche, formant une équipe accomplie de créateurs, de producteurs et de techniciens.



Saviez-vous que les Finlandais boivent plus de tasses de café par personne que n'importe quel autre peuple au monde ?

5 **Tsto**
<http://tsto.org>
 Tsto est une agence de création fondée par six designers. Les professionnels du graphisme qui la composent ont pour spécialité de communiquer leurs idées pour aider les clients à définir et à communiquer leur identité et leur message. Tsto, qui associe une façon de penser axée sur le design à une attitude entrepreneuriale, veut travailler en collaboration avec les autres agences plutôt qu'être en concurrence avec elles.



Sites recommandés



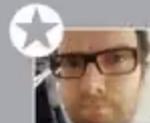
Minna Hiltunen,
 designer créative en chef
Quartier de design Punavori
<http://bit.ly/x93CDH>

C'est un quartier bohème peuplé de designers helsinkiens. Ses boutiques vintage, ses cafés accueillants, ses bars décontractés et son ambiance urbaine forment l'environnement idéal pour les studios et les agences de design.



Tuukka Sassi,
 designer de services senior
WDC Helsinki 2012
<http://wdchelsinki2012.fi>

Voici le site officiel de WDC Helsinki 2012, incontournable pour découvrir le programme de l'année pendant laquelle Helsinki est capitale du design. Il répertorie des centaines d'événements se déroulant à Helsinki et dans les villes voisines.



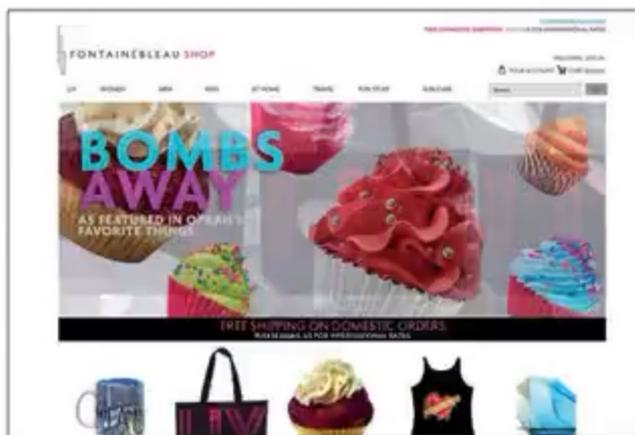
Taneli Sippola,
 designer créatif en chef
Merihaka
en.wikipedia.org/wiki/Merihaka

C'est une structure monumentale, controversée et au passé très fort, mais en tant que designer, on ne peut qu'admirer le minimalisme qui y est omniprésent et le côté fonctionnel de cette "métropole du futur".

Le ROI qu'on ne déteste pas

Welovroi réconcilie les e-commerçants avec le ROI

Par Thibaut Hofer



FONTAINEBLEAU SHOP :
Un exemple de site conçu avec PrestaShop.

Les CMS e-commerce les plus courus

PrestaShop
prestashop.com/fr

Magento
magentocommerce.com/fr

VirtueMart
virtuemart.net

OsCommerce
oscommerce.com

Zen Cart
zencart-france.com

Drupal Commerce
drupalcommerce.org

Lorsqu'on a pignon sur Web, il est important de savoir comment optimiser les moyens mis en œuvre pour sa communication : fréquentation, fidélité, taux de rebond, activité, temps passé, etc. Ces éléments reflètent l'intérêt porté à un site, un blog, une bannière publicitaire, une page Facebook ou un flux Twitter, parmi d'autres. Ils permettent de déterminer si le temps et parfois l'argent à accorder à un support sont utiles, s'ils doivent être réévalués, diversifiés, complétés, revalorisés ou diminués. Le ROI est une valeur essentielle dans ce schéma puisqu'il chiffre les données et permet d'avoir un aperçu rapide des capacités d'un support en termes d'impact. Problème : le ROI est complexe et difficile à maîtriser.

Le retour sur investissement

Le ROI (Return On Investment), ou RSI en français, mesure la rentabilité d'un investissement. Pour être rentable, un support doit se transformer en recettes, sans nécessairement les générer directement. Ainsi, une page Facebook classique (comprendre : non marchande) permet de produire un flux de visites vers le support marchand, généralement un e-shop, qui se traduira en recettes. Mais mesurer le ROI d'un support reste complexe. Il n'y a qu'à consulter la page Wikipédia relative pour s'en convaincre : http://fr.wikipedia.org/wiki/Retour_sur_investissement. La dématérialisation des moyens de communication a cet avantage que les supports sont la plupart du temps gratuits ou faibles en coûts, qu'il s'agisse de concevoir un blog, d'alimenter un feed Twitter ou une page Facebook, de tisser des réseaux sur Foursquare... Il s'agira donc surtout d'un investissement en temps. Un temps qui pourrait être consacré à renforcer d'autres actions de communication, à améliorer techniquement le support de vente ou à le diversifier. Le ROI permet aussi de savoir quel

axe de communication accentuer, quelle cible, quel support. Sous forme de pourcentage, il est un aperçu rapide de la pertinence des choix effectués par le gérant de boutique.

Les limites des outils de mesure

Quantifier le ROI n'est pas tâche aisée, mais il existe des outils qui permettent de le déterminer, Google Analytics est le premier d'entre eux. Sa précision et sa fiabilité en font un outil de tracking et d'analyse pertinent, base essentielle au calcul de votre ROI.

Il peut être complété par des solutions d'affinage, mais le résultat final restera limité à la fréquentation du site dans lequel le code d'analyse JavaScript aura été inséré. Les e-commerçants ont besoin d'autres références, d'autres valeurs sur lesquelles s'appuyer pour constituer puis compléter leur panel de supports et d'outils de communication.

Les réseaux sociaux doivent être intégrés dans ce calcul : le taux de clic, la conversion sont autant de données mesurables qui ne peuvent être négligées. Les outils proposés par défaut par Facebook sont un point de départ. Ils s'affinent avec le temps et l'évolution de la plateforme sociale, mais restent difficiles à mettre en parallèle avec d'autres indicateurs.



INSCRIPTION :
sur le site de welovroi.com, il est possible de demander à être inscrit à la bêta privée du projet.

Objectif 3D

formation continue & enseignement supérieur

Formez-vous aux métiers du WEB

études
formations longues
ou modules
personnalisés

infographiste

webdesigner

webmaster

webdeveloper



MJM Graphic Design
Apprendre un métier
avec des professionnels



- Réalisation 3D / Jeux vidéo
- Montage vidéo / Effets spéciaux
- Photographie / Numérique
- Infographie PAO
- Graphisme publicitaire
- Webdesign
- Motion design



Possibilité Alternance
école/entreprise

>> TITRE CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT
OU CSFP

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

StayClean.

Web
Webcam
OEP Gobierno de Canarias
Página 10
TDP Gráfico
Bilbo
Quinta
Santana Ponce
Imagin
Hombres a Cuatros
Papas Family
Español para Extranjeros
D&D Club
Grupo El Redox
Fanzine
Sonia Type
www

StayClean.

Web
Webcam
OEP Gobierno de Canarias
Página 10
TDP Gráfico
Bilbo
Quinta
Santana Ponce
Imagin
Hombres a Cuatros
Papas Family
Español para Extranjeros
D&D Club
Grupo El Redox
Fanzine
Sonia Type
www

StayClean.

Web
Webcam
OEP Gobierno de Canarias
Página 10
TDP Gráfico
Bilbo
Quinta
Santana Ponce
Imagin
Hombres a Cuatros
Papas Family
Español para Extranjeros
D&D Club
Grupo El Redox
Fanzine
Sonia Type
www

StayClean.

Web
Webcam
OEP Gobierno de Canarias
Página 10
TDP Gráfico
Bilbo
Quinta
Santana Ponce
Imagin
Hombres a Cuatros
Papas Family
Español para Extranjeros
D&D Club
Grupo El Redox
Fanzine
Sonia Type
www

STAYCLEAN -www.stayclean.es

À l'origine du projet Welovroi, on trouve StayClean, un studio de design (graphique, Web, interactif) des îles Canaries, qui a à son actif quelques réalisations de qualité.

Welovroi

La mise en commun de toutes sortes de ressources analytiques est chronophage mais nécessaire. Depuis quelques mois, un nouvel outil semble s'évertuer à répondre à ce besoin par une simplicité d'utilisation poussée à l'extrême. Il s'agit de Welovroi (welovroi.com), qui propose aux gérants de boutiques en ligne de bénéficier d'un dashboard qui réunit les ressources issues de nombreuses solutions d'analyse.

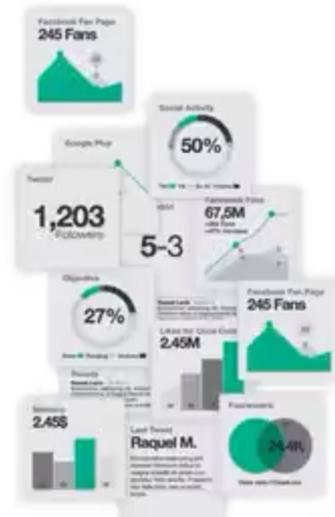
Le projet est jeune.

Ses premiers balbutiements datent d'août 2011, et une bêta privée a été mise en ligne dans le courant de février 2012. À l'heure où ces lignes sont rédigées, Welovroi est toujours en bêta. Visiblement, le projet est ambitieux et avance déjà des fonctions qui raviront

les allergiques du ROI : analyses, graphiques, rapports, présentations... Autant de fonctionnalités automatisées qui économiseront à ses utilisateurs des heures de travail et pas mal de cheveux blancs.

Ergonomie et simplicité

Welovroi est un projet axé autour de l'ergonomie. Les concepteurs se sont focalisés sur la simplicité et la rapidité d'utilisation. Une vidéo proposée sur YouTube (<http://tinyurl.com/welovroi>) témoigne de la facilité avec laquelle il est possible de créer un panel personnalisé d'outils de mesure pour les différents supports de communication et leur impact sur l'activité marchande, qu'il est en outre possible d'exporter en PDF



PRÉSENTATION

Welovroi affiche les résultats sous forme de panneaux bien conçus et faciles à gérer.

pour une présentation papier, Welovroi s'appuie sur de nombreuses ressources énumérées dans le descriptif du projet : Google Analytics, CPC/CPM, Social Media, SEO et d'autres. Si le degré élevé de pertinence du projet venait à se confirmer, Welovroi se positionnerait alors comme un outil essentiel (incoronable ?) de suivi du ROI, favorisant la mise en place d'un prévisionnel global grâce à une vue d'ensemble des flux de fréquentation.

PRÉSENTATION :
L'interface de Welovroi a été pensée de façon minimaliste et extrêmement claire grâce à un design soigné et à des pictogrammes aisément identifiables.

FLUX RESSOURCES :
Welovroi puise ses données dans les flux les plus répandus permettant de quantifier son ROI.

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



Conception graphique : Caveneccadas

SERVICE CLIENT / ABONNEMENT

Pour tout renseignement, visitez notre boutique en ligne - shop.oracom.fr
Pour les demandes d'abonnement et d'anciens numéros, rendez-vous à l'ordre de : Oracom. Contact : service-client@oracom.fr

RÉDACTION

mail@webdesignmag.fr

Responsable du pôle création : Stéphanie Guillaume
stephanie.guillaume@oracom.fr

Rédacteur en chef : Bertrand Audouy

Coordinatrice éditoriale : Agathe Labelle

Directrice de production : Gaël Le Guen

Directeur artistique : Rob Sullivan

Rédacteurs graphistes : Hoël Le Quemener, Quadra, Méloïde Brionne

Révision : www.proselite.com

Traducteurs & collaborateurs :

Guélie Drope, Thibaut Hofer, Jessica Monnin, Juliette Mouquod, Teruki Rami

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) :

Christèle Simon - Tél : 01 44 78 98 30, christele.simon@oracom.fr

L'éditeur s'autorise à refuser toute insertion qui semblerait contraire aux intérêts moraux ou matériels de la publication.

DIFFUSION

Messageries Lyonnaises de Presse

Directeur des ventes et de la diffusion : Jean-Philippe Piron

Responsable titres, dépositaires, réassorts :

Virginie Ranzhamer - Tél : 01 77 45 35 73

Responsable de gestion/analyses :

Gaël Robert - Tél : 01 77 45 35 70

BOUTIQUE EN LIGNE / PROMOTION DES VENTES

Responsable : Virginie Labruise - service-client@oracom.fr,

assistée de Camille Brugeron et de Vincent Belles

INTERNET

Directeur des activités Internet : Alexandre Hablian

alexandre.hablian@oracom.fr

Web Design / Web Marketing / Développement :

Morgane Nivet, Hery Rasctonjato, Frédéric Rebutet

ADMINISTRATION

Directeur administratif et financier : Caroline Le Ray

Comptabilité, gestion : Ève Rabenoro (eve.rabenoro@oracom.fr),

Daphné Lebrun

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ

Nathalie Cohen

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Jean-Philippe Pécoul

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

Monterrea - Area Empresarial Andalucía - C/ Cabo de Gata, 1-3 Sector 2

28320 Pinto (Madrid) - Espagne



Ce magazine est publié avec l'accord d'Imagine Publishing Limited.
Tous droits sur les contenus sont réservés à Imagine Publishing Limited
et ne peuvent être reproduits, en partie ou en totalité, sans le consentement préalable
d'Imagine Publishing Limited.
© 2012 Imagine Publishing Limited (www.imagine-publishing.co.uk)

CD-Rom offert avec le magazine collé en page 99.

Malgré le soin apporté par la rédaction pour assurer l'exactitude des informations publiées,
ces informations restent de sources très diverses, et l'éditeur, et l'imprimeur ne peuvent être en
aucune manière responsables d'éventuelles erreurs ou omissions. Sauf accord spécifique, les manuscrits, textes
et photos envoyés à la rédaction ne sont jamais restitués. La citation de marques, noms de firmes, etc.,
est faite sans aucun but publicitaire. Extraits du Code de la propriété intellectuelle - Art. L. 112-4 :
"Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur
ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite, si ce n'est de même pour la traduction, l'adaptation
ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque. Art. L. 113-3 :
"Est également un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque
moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis
et réglementés par la loi. Art. L. 335-2 : La contrefaçon en France d'une œuvre publiée en France
ou à l'étranger est punie (n° 94-632 du 5 février 1994, art. 1er) de trois ans d'emprisonnement
et de 300 000 euros d'amende".

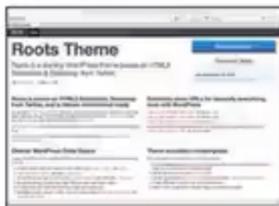
Crédits photos et copyright : tous droits réservés.

Le mois prochain LES FUTURES POLICES ARRIVENT !

Polices Web et typographies :
découvrez les derniers outils et les techniques
qui bouleverseront le Web



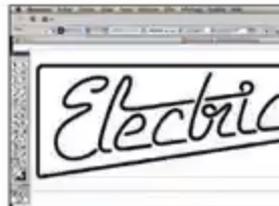
AUSSI



**WORDPRESS
UTILISEZ LE THÈME
ROOTS POUR CRÉER
UN SITE CLÉS EN MAIN**



**PROFIL
FOUND, GRANDE AGENCE
DE PERFORMANCE
MARKETING**



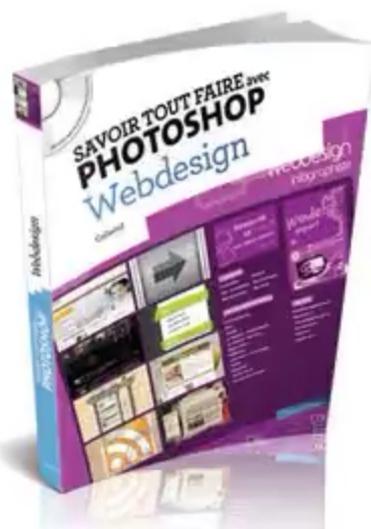
**TUTORIELS
6 EXERCICES POUR
RENFORCER VOS
COMPÉTENCES**

Web Design n° 43 sera en kiosque fin septembre

OFFRE SPÉCIALE CADEAU* 1 LIVRE ABONNEZ-VOUS !



Abonnement 24 n°
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.

- Je choisis le livre SAVOIR TOUT FAIRE avec PHOTOSHOP - Webdesign.
- Oui, je m'abonne à Web Design pour 24 numéros. Je joins mon règlement de 145 €.

NOM _____	PRÉNOM _____
ADRESSE _____	
CODE POSTAL _____	VILLE _____
EMAIL (OBLIGATOIRE) _____	
Date et signature obligatoires :	Je règle aujourd'hui par : chèque bancaire ou postal à l'ordre de Web Design / ORACOM SA

* Offre valable en France métropolitaine jusqu'au 31/12/12. Dans la limite des stocks disponibles. Cet ouvrage peut être vendu séparément au prix unitaire de 24,90€ TTC.

Ce CD
vaut
plus de
75€

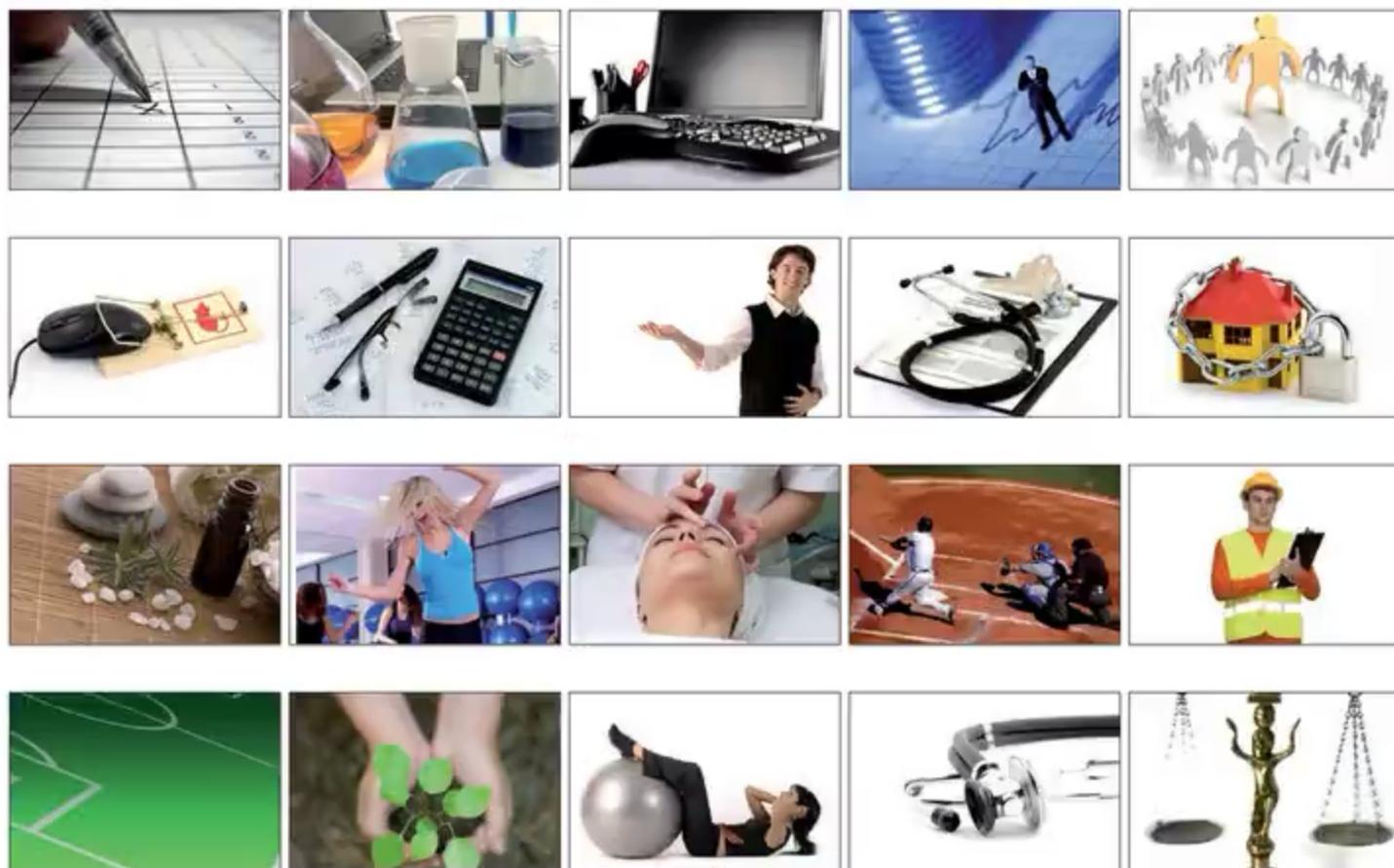
Sur votre CD offert

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>.



Vecteurs feuillages japonais



Source <http://designfruit.com>

Inspirée par les imprimés japonais, cette collection de formes de pinceau Photoshop de fleurs et de plantes grimpantes fleuries a été à l'origine créée pour une utilisation dans le print et le scrapbooking. Cela dit, ces formes fonctionnent très bien aussi sur le Web, alors soyez créatif et ajoutez une touche orientale à votre site.

Wacky Duck

Cette typo de Nick'sFonts (www.nicksfonts.com) est décrite comme « une carte postale pour une voiture DeSoto de 1952 combinée avec la (non-) sensibilité du légendaire typographe Cecil Wade ».

Wacky Duck NF



Thème WordPress MMO

Source : <http://newwpthemes.com>

Le thème WordPress MimoGame propose une page d'options et l'affichage de vignettes d'articles. C'est un thème multi-usages, parfait pour tous les créateurs. Il est livré avec une image de fond, un espace pour les bannières et il est optimisé pour le référencement. Compatible IE, Firefox, Safari et avec toutes les versions de WordPress.



Plus de **85**

minutes de formation vidéo
Dreamweaver et ActionScript

 **KILLERSITES.COM**
LEARN TO BUILD KILLER WEB SITES

Basic Dreamweaver CS4 - Forms Part 1
By: Stefan Mischook

Les formulaires Dreamweaver

Stefan Mischook présente la série Basic Dreamweaver CS4 dans laquelle il présente les outils WYSIWYG de Dreamweaver pour créer facilement des formulaires HTML.

Source : www.killersites.com



Menus en AS3

La seconde partie de cette formation se penche sur la programmation de menus et de sous-menus déroulants, l'animation de simples effets en rollover et de menus qui suivent la souris.

Source www.cartoonsmart.com

HELLOHIKIMORI 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 lundi 10 septembre, téléchargez gratuitement durant 24H le PSD de l'image réalisée
par le studio Hellohikimori sur le thème "Boisson". Découvrez également le making-of de cette création.

Tél. 0970 465 265

www.fotolia.fr/ten

 **fotolia**