

43
web design

web



CD OFFERT ▶▶▶ À découvrir 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
PHP / MYSQL
GOOGLE MAPS API
EASELJS / FLEXSLIDER

Les plus belles
typos
2012

24 LOGOS À L'IMPACT IMMÉDIAT
Des exemples originaux pour vos sites

CAHIER SPÉCIAL DÉVELOPPEURS
16 pages de tutoriels

CRÉER UN EFFET NÉON SUR UNE POLICE

COMMENT

- Ajouter Roots à un projet WordPress
- Créer un jeu HTML5 avec EaselJS
- Monter un serveur Web avec Node.js
- Créer un carrousel e-commerce avec jQuery

les

politices

du futur

arrivent



L 18927 - 43 - F : 8,90 €

coracom



Matière brute pour œuvres d'art.

Libérez votre créativité.



Edgar D.
Illustrateur

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

« La mise à l'honneur du travail typographique signe bien un retour du beau. »

À la une

« L'essor récent du HTML5 et de WebGL montre bien que beaucoup de développeurs vont laisser tomber Flash pour se tourner vers des solutions gratuites et cross-plateformes. »

Lubos Buracinsky
DA de de Striker
Digital Page 08



Polissez vos polices



force de vouloir truffier les sites Web d'images et de sons, de vidéos et d'animations en tout genre, certains Webdesigners saturent l'écran et la curiosité des internautes zappeurs. Comme l'époque étouffe un peu du trop-plein, la mise à l'honneur du travail typographique signe bien un retour du beau, de l'original et de la simplicité sur les sites. Pour preuve, ces douze derniers mois ont été une excellente année pour la typographie Web. Si la révolution de la police Web a commencé fin 2009, il a fallu quatre années de traversée du désert pour que cette discipline gagne en maturité. Regardez comment les navigateurs Web arborent désormais fièrement leurs capacités typographiques au fur et à mesure que le CSS3 continue d'évoluer. Nous avons vu apparaître des polices de caractères formidables, optimisées ou conçues spécialement pour les écrans,

et nous avons également vu arriver sur le marché des écrans vraiment performants. Nous avons surtout pu constater que les Webdesigners gagnent en assurance et en finesse lorsqu'il s'agit d'utiliser la typographie avec efficacité pour frapper les esprits. À vous maintenant de vous inspirer du dossier sur les derniers outils et les meilleures techniques. Il vous aidera à concevoir des sites novateurs en jouant des polices, avec un art consommé de la typographie que vous seul saurez maîtriser.

Bertrand Audouy



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

- 22 Lightbox**
Une galerie de sites Web épatants
- 28 Profil : Found**
Agence de performance marketing
- 36 Blog beautiful**
Blogs de designers et développeurs
- 38 Dossier**
Les polices du futur arrivent !
- 44 Design Diary**
Hard graft
- 66 Design cloud**
Vingt-quatre logos design
- 86 Tendances : Los Angeles**
Les arts numériques dans la Cité des Anges
- 88 Portfolio**
Parcours de freelance
- 94 Flash-back : Foursquare**
Services de géolocalisation
- 92 E-commerce :**
Shopping Social : Fancy
Consolidez votre panel d'outils promotionnels



38 Un spécialiste de la typographie passe en revue des outils et les techniques pour réaliser des sites originaux

<header>

Les sujets les plus tendance

- 6 News**
Un commerce mobile et simple
- 8 Tribune : Lubos Buracinsky**
Adobe, 9 % de tristesse
- 10 News**
Le responsive design et le nouvel iPad
- 14 News**
Hébergement dans le cloud
- 18 Livres**
Expérience utilisateur



94

Flash-back

Les quelques refontes de Foursquare Service



28

Profil

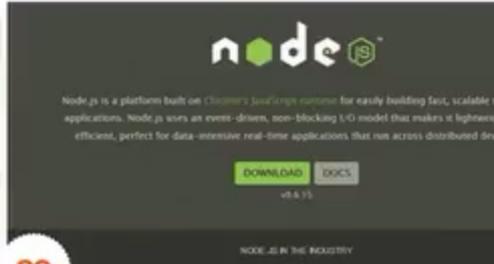
Rencontre avec les créatifs de Found



24

Lightbox : Grayden Popper

Designer d'interactivité



80

Développeurs

Monter un serveur Web avec Node.js

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



Carrousel de contenu en jQuery et XML



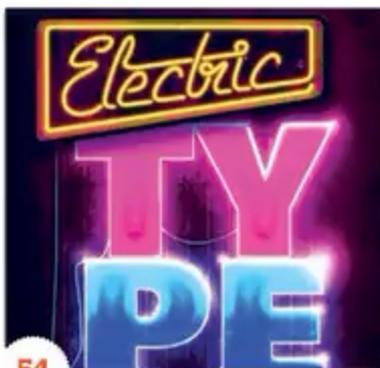
46 jQuery et XML

Créez un carrousel e-commerce



50 WordPress

Ajoutez le thème Roots à votre projet



54 Typographie

Donnez un effet néon sur une police



58 EaselJS

Créez un jeu HTML5 (seconde partie)

S'ABONNER
OU ACHETER
UN NUMÉRO EN LIGNE

www.shop.oracom.fr

DES OFFRES SPÉCIALES
TOUTE L'ANNÉE!

Web workshop Recréez les sites les plus à la pointe



62 Scrapbooks numériques pour sites Web

Tirez votre inspiration du site www.arminmorbach.com



64 La grande aventure d'un scrolling

Tirez votre inspiration du site www.intact10years.com

<tutoriels>

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

46 Créer un carrousel e-commerce avec jQuery et XML

Faites défiler un contenu pour mettre en valeur n'importe quelle boutique ou galerie en ligne.

50 Enrichir WordPress avec Roots

Utilisez le thème Roots pour créer un site clés en main avec HTML5 Boilerplate et Twitter Bootstrap.

54 Électrifier la typographie

Apprenez à créer simplement et rapidement un effet néon et panneau lumineux sur une police.

58 Créer un jeu HTML5 avec EaselJS, seconde partie

Ajoutez les parties essentielles du moteur de jeu : la gravité, la détection de collision et le mouvement effect using just HTML and CSS3.

web développement ;

NOUVEAU ! 16 pages dédiées aux développeurs avec un dossier spécial et des tutoriels



70

Dossier Booster votre CSS avec Sass

Fatigué de fouiller dans une feuille de styles encombrée et gigantesque ? Donnez à votre CSS une certaine allure avec Syntactically Awesome Stylesheets.

76 Créer des templates avec Mustache.js

Construisez du HTML dans du JavaScript en utilisant du HTML !

80 Monter un serveur Web avec Node.js

Parfois, un serveur Web gigantesque est un peu trop surdimensionné. Voici comment développer le vôtre avec Node.js

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

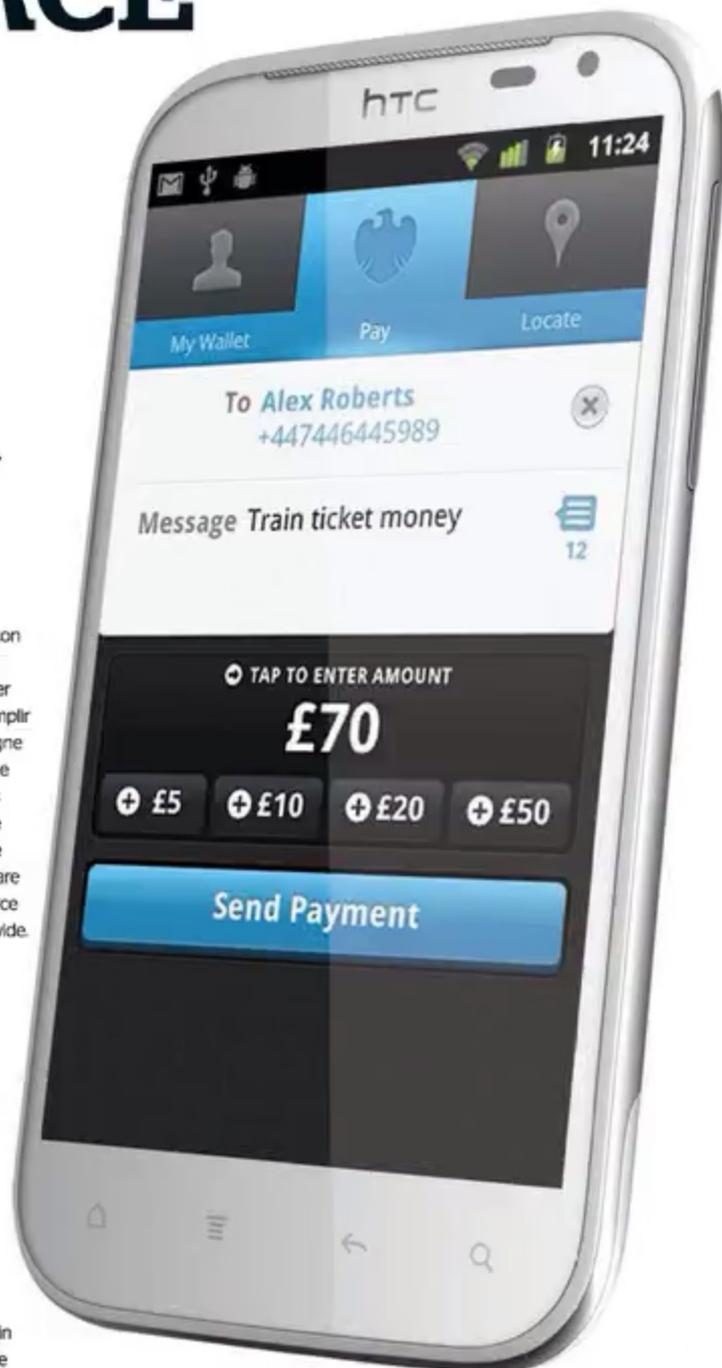
UN COMMERCE MOBILE ET SIMPLE

L'incroyable augmentation des ventes de smartphones et de tablettes a laissé le m-commerce à la traîne. Il est temps de rattraper ce retard et de commencer à faire des designs pour un marché potentiellement gigantesque et lucratif.

Les achats par Internet, ou e-commerce, ne sont pas franchement une expérience nouvelle et excitante à laquelle les designers aiment prendre part. C'est un peu le petit frère pas très glorieux du Webdesign, mais il ne faut pas en sous-estimer l'importance. Un site Web attractif, c'est bien joli mais s'il est fait pour vendre quelque chose, sa fonctionnalité est primordiale. Amazon et eBay sont deux des plus gros marchés en ligne au monde, mais il faut avouer que le design n'est pas leur point fort. Là où ils réussissent, c'est dans la nature claire et intuitive de la procédure d'achat.

L'expérience utilisateur est essentielle, et c'est lorsqu'elle reste simple qu'un site e-commerce est réussi. Qui voudrait être obligé de s'inscrire par le biais d'un long formulaire ennuyeux avant de pouvoir faire ses achats ? Personne. Que se passe-t-il après l'inscription ? Encore un parcours du combattant avant d'arriver à la destination souhaitée. Cela pousse-t-il les internautes à revenir ou cela les fait-il fuir ? Là aussi, la réponse est simple : ils fuient. Un sondage effectué récemment par MasterCard Worldwide dévoile que pour les consommateurs, l'une des choses les plus importantes est le fait d'entrer des informations sur la méthode de paiement, de

facturation et d'expédition. Ils veulent une façon simple et rapide d'indiquer ces informations pour pouvoir passer plus de temps à chercher des objets à acheter et moins de temps à remplir des formulaires. « Le commerce mobile en ligne met plein de nouvelles possibilités à portée de main des consommateurs, mais le processus permettant de passer la commande doit être amélioré pour que ces importants canaux de vente puissent atteindre leur potentiel », déclare Geoff Iddison, directeur global de l'e-commerce et du m-commerce chez MasterCard Worldwide. Renforçant ces propos, le sondage révèle également que près de 25 % des sondés déclarent avoir abandonné un panier avant de terminer un achat en ligne ou mobile. L'achat en ligne sur ordinateur de bureau est ce sur quoi se focalise l'e-commerce, et cette expérience a été peaufinée au point d'être bien faite pour la majorité des utilisateurs. Par contre, l'étape suivante, le commerce mobile, doit évoluer et surmonter les difficultés que posent les portables. On prévoit que d'ici à 2015, il y aura cinq fois plus de connexions mobiles que de connexions fixes. Les ventes de smartphones et de tablettes dépassent de loin et depuis longtemps celles des ordinateurs de



bureau. Des chiffres recueillis par IDC (www.idc.com) montrent que rien que pour le premier trimestre 2012, il s'est vendu 144 millions de smartphones et de tablettes, Samsung et Apple arrivant en tête avec plus de 75 % à eux deux. En plus de ces chiffres impressionnants, un sondage de Nielsen (www.nielsen.com) indique que le Web mobile se développe huit fois plus vite que le Web. Cela ne se limite pas aux États-Unis et à l'Europe, ce phénomène est désormais mondial. C'est en Inde et en Chine que l'on constate la plus forte augmentation du nombre de connexions mobiles, celle de l'Inde étant ahurissante : plus de 1000 %.

On prévoit que la Chine atteindra 230 à 250 millions d'abonnés à la 3G d'ici à 2012. Cette adoption en masse par les nations en plein développement découle largement de l'absence d'infrastructures ou de leur insuffisance en dehors des grandes villes. L'Internet sans fil est le moyen le plus facile et le moins cher d'aller en ligne. Pour beaucoup, c'est même le seul qui existe.

Le marché mondial du m-commerce est gigantesque et il continuera de croître. L'adoption des mobiles ne montre aucun signe de fatigue. La région dans laquelle on se trouve ne sera plus un obstacle et il est peu probable que la langue en soit un aussi. Le plus gros problème sera l'expérience utilisateur. Un sondage effectué par le géant de la recherche, Google, indique que 61 % des internautes affirment ne pas vouloir revenir sur un site s'ils ont eu du mal à le visionner sur un portable. Plus inquiétant, 40 % déclarent être prêts à visiter le site d'un concurrent. Ce sondage révèle également qu'en ayant un site mobile, un détaillant en ligne peut augmenter la participation et la satisfaction du consommateur de 85 %.

Si vous voulez conquérir un marché potentiellement lucratif, nous vous conseillons donc d'écouter les experts.

Un Webinaire organisé récemment par Elliott Nix, directeur senior de la clientèle mobile chez Google, et Shiv Kumar, spécialiste en mobile, propose quelques règles à suivre :

1. Rester simple.
2. Concevoir le design pour le tactile.
3. Réduire à l'essentiel.
4. Avoir un processus de validation de panier simple.
5. Prêter attention aux données provenant d'analyses Web sur le mobile.
6. Tester, tester, toujours tester.

Des règles simples et logiques, mais gare à vous si vous ne les suivez pas !

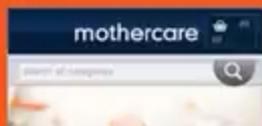
Exemples de commerce mobile

Nous avons sélectionné plusieurs exemples de ce à quoi un commerce mobile doit ressembler.



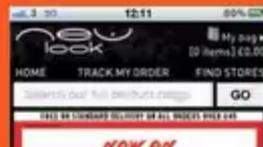
ASOS

www.asos.com
Il suffit de toucher l'écran deux fois pour trouver la catégorie qu'on veut parcourir.



Mothercare

www.mothercare.com
La page d'accueil utilise des icônes façon appli pour conserver une interface simple et épurée.



New Look

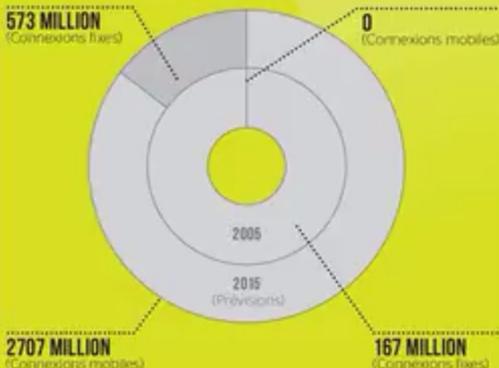
www.newlook.com
Le menu de New Look se sert de sous-menus déroulants pour que la navigation soit rapide.



Walgreens

www.walgreens.com
La page d'accueil se concentre sur un accès direct aux catégories proposées.

CONNEXIONS HAUT DÉBIT DES CONSOMMATEURS



GRÂCE À LA RÉVOLUTION DU HAUT DÉBIT, le-commerce a gagné en popularité auprès des consommateurs, mais il a quand même fallu le peaufiner pour proposer aux consommateurs un shopping en ligne de bonne facture. Nous sommes aujourd'hui dans le même genre de situation car de plus en plus de consommateurs accèdent au Web par leur téléphone portable. C'est pour cette raison que la vente mobile doit rattraper son retard et fournir une expérience rivalisant avec ce qu'on a sur les ordinateurs de bureau. En est-on déjà là ? Oui, mais le commerce mobile bien fait reste minoritaire, et les entreprises en ligne doivent s'assurer de fournir l'expérience adéquate, ou alors les consommateurs iront voir ailleurs.

Source : Economies Intelligence Unit, Cisco, Ovum, BCG analyses

<commentaire>

Une étude effectuée par OFCOM montre que 64 % des propriétaires de smartphones font partie de la classe moyenne. Les acheteurs faisant une commande à partir d'un appareil portable sont donc en général plus nombreux. Ainsi, même si le nombre de commandes est actuellement bas, la possibilité d'attirer des commandes de plus grande valeur à partir d'achats réguliers rend la proposition du m-commerce attractive sur le long terme. Si vous n'entrez pas dans l'arène du mobile, il y a des chances pour que vos concurrents plus agressifs s'y aventurent avant vous. C'est donc une occasion à ne pas rater, surtout vu qu'aux dernières estimations (toujours selon OFCOM), 27 % des adultes du pays possèdent un smartphone.

Le commerce mobile offre aux détaillants en ligne la possibilité de participer aux achats hors ligne d'un consommateur. Ce dernier cherche souvent des comparaisons de prix sur Internet lorsqu'il souhaite acheter quelque chose en magasin. La plupart des grands comparateurs de prix comme Twenga ou PriceGrabber ont une version mobile de leur moteur de comparaison de produits, il faut donc prendre soin d'indiquer vos produits sur ces sites afin qu'ils apparaissent dans les résultats de recherches mobiles. La taille de l'écran est contraignante, c'est vrai. Si le contenu est trop fouillis et qu'il met trop de temps à se charger, cela pose des problèmes d'utilisabilité.

- Pour le contenu des pages des produits, contentez-vous du plus simple : description, prix, options d'expédition, images, et l'appel à l'action, par exemple : "Achetez dès maintenant".
- Les boutons doivent être bien visibles sur les portables et doivent être suffisamment espacés pour qu'on puisse facilement en choisir sans risquer d'aller ailleurs par erreur.
- Optimisez la taille des images pour qu'elles s'affichent rapidement sur les mobiles.
- La navigation n'est pas évidente à concevoir, surtout quand il s'agit de présenter une hiérarchie de produits complexe, il faut donc avoir une fonctionnalité de recherche bien visible et réactive.
- L'orientation de l'écran aussi doit être prise en compte : la plupart des écrans sont en mode paysage alors que les mobiles sont en mode portrait, une fonctionnalité de défilement adaptée est donc un must.
- N'oubliez pas que les claviers sont plus petits et qu'on tape plus lentement que sur un ordinateur.
- La plupart des gens visitant la page lorsqu'ils sont en déplacement, chaque seconde compte. Ils veulent aller sur votre site et obtenir l'information qu'ils cherchent ou passer leur commande le plus vite possible.

Simon Armstrong, directeur du marketing chez Actinic, www.actinic.co.uk

Les 9% de tristesse!

Lubos est le directeur de la création de Striker, une agence créative numérique basée au Royaume-Uni et en République tchèque. Son travail consiste à faire des sites, des illustrations et des animations pour ses clients et autres agences.



Lubos Buracinsky

Adobe va regretter l'annonce faite sur son modèle économique

On peut dire une chose, c'est que l'écosystème des applis d'Apple nous a enseigné que pour pouvoir l'utiliser, nous devons partager les bénéfices qu'engendrent les jeux mobiles que nous créons et que nous faisons tourner sur la plateforme d'Apple. Et pourtant, une récente annonce d'Adobe a quand même réussi à surprendre la communauté Flash, et pas en bien. Dans cette annonce (adobe.ly/HbHui2), nous apprenons que pour tout jeu Flash rapportant plus de 50 000 dollars nets et utilisant les deux "fonctionnalités premium", comme elles sont maintenant appelées (accélération matérielle Stage 3D et domain memory), 9 % des bénéfices iront à Adobe. Il est important de faire remarquer que ces 9 % ne concernent que les bénéfices obtenus après les premiers 50 000 dollars.

Même si on peut au départ penser que c'est un acte hostile envers la communauté des développeurs qui utilisent la plateforme d'Adobe, je pense qu'il faut bien noter que cette nouveauté concerne surtout les grands et moyens studios qui gagnent plus que la somme indiquée. De plus, si un développeur utilise AIR pour préparer le jeu aux plateformes iOS, Android ou autres, ce partage de bénéfices ne le concerne pas. Pour résumer, cela ne concerne que les développeurs comme Epic Games, par exemple, dont les projets utilisent les fonctionnalités sus-citées et dont les jeux sont conçus pour les navigateurs. Personnellement, je ne connais personne dans ce cas, soit que mes connaissances développent uniquement pour les plateformes mobiles, soit que leurs jeux Flash en ligne n'utilisent qu'une seule des fonctionnalités mentionnées. Tout du moins, c'est ainsi pour le moment. L'essor récent du HTML5 et de WebGL montre bien que beaucoup de développeurs vont laisser tomber Flash pour se tourner vers des solutions gratuites et cross-plateformes fournies par WebGL, etc. Donc, plutôt que de rendre le matériel de bas niveau et les capacités cross-plateformes de Flash plus accessibles et plus désirables, Adobe demande aux gens d'en obtenir la licence. D'accord, il ne s'agit que de 9 %. Qu'est-ce par rapport aux 30 % de l'App Store ? En réalité, cependant, Adobe n'est pas en mesure de proposer les services que ce genre d'écosystème met à disposition des développeurs, comme d'être le premier endroit où les gens vont pour trouver jeux, hébergement, suivi de versions,

analyse des ventes et plus encore. Cette idée pourrait donc, au final, ne pas être si bonne que ça. Les ambitieux développeurs de jeux doivent faire attention à prendre cela en compte lorsqu'ils décident des technologies à utiliser. En tout cas, je sais que nous, nous le ferons. Non seulement cela pourrait se révéler être une mauvaise manœuvre de la part d'Adobe, mais aussi une des dernières annonces, potentiellement fatales, à avoir une grande incidence sur ce que pensent les développeurs de Flash. Cela pourrait être fatal par rapport au développement mobile, et cela aura très certainement des conséquences sur la façon dont seront désormais abordés les nouveaux projets Web.BrowserQuest nous a montré qu'il était possible de développer un jeu Web de très bonne qualité avec du HTML5, du JavaScript et du CSS. Bon, il n'est pas encore époustoufflant, mais il montre qu'il a de quoi devenir plutôt complexe. Avec son gameplay on ne peut plus simple et ses graphismes 2D rétro, il fait penser aux bons vieux jeux d'avant, qu'il n'était possible d'avoir dans son navigateur que grâce à Flash. Voilà aussi ce qui contribue à la vague de départ des développeurs Flash, qui préfèrent la prise en charge native de WebGL et de JavaScript.

Comme si cela n'allait déjà pas assez mal pour Flash, aujourd'hui, chez Striker, lorsque nous discutons du développement d'un nouveau projet et des technologies à utiliser, c'est presque comme dans Harry Potter. Non, nous n'essayons pas de lancer des sorts (même si parfois nos clients semblent penser que nous en sommes capables), ce que je veux dire, c'est que nous avons aussi un "celui-dont-on-ne-doit-pas-prononcer-le-nom" : Flash.

Si les choses continuent d'aller dans le sens où elles vont depuis l'article tristement célèbre de Steve Jobs, "Thoughts on Flash" (www.apple.com/hotnews/thoughts-on-flash), je suppose que dans deux ans tous les sites commerciaux flashy (sans vouloir faire de jeu de mots) que nous faisons, avec leurs animations et leurs effets en mettant plein la vue, seront tous faits grâce à des outils comme Canvas, JavaScript ou CSS. Les jeux qu'on y trouvera seront faits en HTML5, et les vieux adeptes de Flash (comme moi) ne proposeront d'utiliser Flash que dans le cadre du développement mobile dont nous avons parlé un peu plus haut.

👉 L'essor récent du HTML5 et de WebGL montre bien que beaucoup de développeurs vont laisser tomber Flash pour se tourner vers des solutions gratuites et cross-plateformes. 👈

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**

A hand is shown pointing at the bottom left corner of a tablet. The tablet screen displays the title 'LE RESPONSIVE DESIGN et le NOUVEL iPad' in a mix of teal and white fonts. The word 'DESIGN' is in a thin teal outline font, while 'NOUVEL' and 'iPad' are in a bold teal font. 'et le' is in a smaller, italicized teal font. The word 'LE' is in a bold teal font at the top left.

LE RESPONSIVE
DESIGN
et le **NOUVEL**
iPAD

CHRIS WRIGHT, FONDATEUR DE SCRIBBLE, SOULIGNE COMBIEN L'ESSOR DU NOUVEL iPad EST UN ATOUT POUR LES DESIGNERS

Apple a sorti son nouvel iPad en mars dernier. Il s'est vendu à plus de trois millions d'unités en l'espace des trois premiers jours, et en dehors de légères polémiques sur des problèmes de surchauffe et sur ce qui constitue ou non une connexion 4G, il a été très applaudi par la critique. Maintenant, vous avez dû avoir le temps de vous familiariser avec ses nouvelles fonctionnalités : l'écran Retina, le processeur quatre cœurs et le nouvel appareil photo, pour ne citer que les plus populaires. L'écran Retina est sans doute la plus grande nouveauté par rapport à l'ancienne version. En tout cas, c'est la première chose que remarqueront les utilisateurs. La résolution plus grande et la luminosité plus importante sont vraiment de grosses améliorations par rapport à l'iPad 2. Elles ne sont pas tout à fait au niveau de l'écran Retina de l'iPhone 4 mais s'en approche vraiment, ce qui place le nouvel iPad bien au-delà de ses concurrents.

L'ÉCRAN RETINA

L'écran Retina présente des challenges intéressants dans le domaine du développement Web mobile. Il oblige les développeurs à prendre de nouveaux éléments en considération quand ils font leurs sites. Les utilisateurs de l'iPad ont désormais quatre fois plus de pixels à disposition qu'avec un iPad 2, et un million de plus que sur une télé HD. Tout comme les développeurs d'applications ont commencé à modifier leurs produits pour y inclure des images en haute définition, les développeurs de sites

Web doivent maintenant réfléchir pour voir comment tirer parti des caractéristiques techniques du nouvel écran dans leurs designs. Les sites contenant des images très optimisées ou en basse résolution seront mortifants quand ils seront lus sur le nouvel iPad. Ce qui est acceptable sur l'écran d'un ordinateur de bureau, même moderne, ne le sera pas toujours ici, surtout si les Webdesigners veulent que leurs sites brillent quel que soit l'appareil sur lequel on les visionne.

Mettre à jour les images utilisées dans un Webdesign n'est en soit pas difficile : les sites Web ont dû s'adapter au fil des ans au fur et à mesure que les résolutions d'écran ont augmenté, mais cela nous mène à un autre problème, plus large celui-ci : le responsive design. La diversité des portables et tablettes sur lesquels on peut lire un site est telle qu'un design unique ne pourra pas s'adapter à la totalité. Le nouvel iPad (contrairement aux iPad 1 et 2), avec son nouvel écran, constitue un appareil de plus à prendre en considération, un qui apporte son propre lot de contraintes.

La divergence des appareils n'est pas récente, elle a d'ailleurs en partie été annoncée par le World Wide Web Consortium. Les types de médias, qui ont fait leur apparition dans le CSS 2.1, ont été conçus pour aider à résoudre ce genre de problème en faisant la différence entre, par exemple, papier, écran et télé. Grâce à eux, on a pu créer des styles CSS bien précis qui sont adaptés à l'appareil concerné. Ainsi, le design d'un site peut automatiquement réagir à l'appareil qui sert à le visionner, d'où le responsive design, ou design évolutif. Leur utilisation dans un contexte pratique est toutefois limitée. Les feuilles de styles pour l'impression ont eu du succès auprès des designers comme des internautes, mais la révolution du Web n'a pas vraiment touché les téléphones, comme certains pensaient que ce serait le cas. Au lieu de cela, quand les utilisateurs n'utilisent pas leur ordinateur de bureau classique, ils se servent aujourd'hui beaucoup d'une tablette et d'un téléphone portable.

Il fallait autre chose pour faire décoller les types de médias, et c'est arrivé avec le CSS3 : les types de médias ont été agrémentés des "requêtes de médias", bien plus utiles car elles permettent de détecter la résolution



de l'écran, sa taille et même son orientation. C'est une solution bien plus souple au problème du responsive design. Maintenant, nous pouvons en toute tranquillité cibler un iPhone, un iPad, ou même un iPad en mode paysage. Le CSS cible la résolution de l'écran plutôt que le modèle de l'appareil. Par contre, le nouvel iPad complique un peu les choses...

Malheureusement, les requêtes CSS concernant la taille de l'appareil (en particulier `min-device-width` et `max-device-width`) n'arrivent pas à faire la différence entre un iPad 2 et un iPad plus récent (ou entre un iPad de première génération et le nouvel iPad), car ces derniers leur déclarent tous avoir la même résolution, 1024 x 768, alors que celle du nouvel iPad est de 2048 x 1536. La raison à cela tient au fait que la taille de l'écran est la même sur tous les modèles d'iPad. L'iPhone 4 rencontre le même problème lorsqu'il s'agit de le différencier des iPhone précédents.

Il existe cependant une solution, qui demande d'utiliser une requête de médias supplémentaires : `WebKit-min-device-pixel-ratio`. La valeur 2 indique un écran Retina (sur un iPad ou un iPhone), tandis que la valeur 1 indique un écran normal. En associant cette requête à `device-width`, vous pourrez permettre à votre CSS de détecter le nouvel iPad, puis de cibler des styles spécifiques en conséquence. Il va sans dire que tous les navigateurs ne prennent pas cette propriété en charge, les navigateurs WebKit sont les seuls à le pouvoir. Évidemment, cela fonctionne avec Safari sur l'iPad.

FICHIERS PLUS GROS

C'est bien beau d'arriver à détecter le nouvel iPad, mais quand on fait le design d'un site pour lui, il faut aussi songer à la bande passante. Pour cela aussi, les applis mobiles nous ont déjà donné un aperçu du futur. Les applis pour le dernier iPad se sont alourdies, en partie parce qu'elles contiennent des images adaptées à l'écran Retina. Keynote est passée de 115 à 327 Mo, et iMovie d'à peine 70 Mo à 404 Mo. Les images haute résolution faites exprès pour la lecture des sites sur le nouvel iPad ne subiront pas forcément de prise de poids aussi spectaculaire, mais elles vont quand même s'alourdir et les designers doivent en être conscients.

Si les utilisateurs d'iPad se connectant au monde extérieur via le Wi-Fi ne sont sans doute pas concernés

car ils n'ont en général pas à se soucier d'une limite de téléchargement de données, les abonnements mobiles vont par contre en prendre un coup. Ce n'est pas tout à fait la même situation qu'aux débuts du Web, lorsqu'il fallait faire passer des images JPEG extrêmement compressées par un modem de 28,8 kbps, mais les sites faits pour le nouvel iPad seront plus lourds que les autres.

Les techniques de responsive design décrites un peu plus haut peuvent servir à vous assurer que seuls les utilisateurs du nouvel iPad verront votre design haute résolution. Mais si l'on en croit le site d'Apple, ces utilisateurs devront télécharger deux séries d'images : les images en résolution normale, destinées à la majorité, et leur version haute résolution, faites exprès pour eux.

Cela pourrait poser un sérieux problème aux utilisateurs qui n'ont pas un accès illimité à Internet. Apple a mis son site à jour en y plaçant du JavaScript qui remplace les images par leur version haute résolution une fois un nouvel iPad détecté. Cela ne se fait cependant qu'une fois les versions normales déjà téléchargées. Les utilisateurs du nouvel iPad sont donc doublement pénalisés : ils doivent télécharger deux fois plus d'images, dont une partie d'entre elles sont plus lourdes à cause de la haute résolution.

Ce n'est pas pour autant qu'absolument toutes les images que voit un utilisateur du nouvel iPad doivent être en haute résolution et faites spécialement pour cet appareil. Il serait bien plus logique de s'assurer que les images sont toutes conformes à une certaine norme, puis de choisir une à une celles qui auront le plus d'impact sur l'expérience utilisateur. Comme pour la majorité des décisions liées au design, il faut trouver le bon équilibre entre apparence et besoins techniques.

TOUCHER LE WEB

L'écran Retina n'est pas le seul à avoir changé la façon dont les développeurs Web abordent le "Web de l'iPad". L'écran tactile, maintenant si courant sur les téléphones et les tablettes, doit lui aussi être pris en compte. Même si le nouvel iPad ne change pas les bases du fonctionnement tactile, sa popularité et ses ventes impressionnantes amènent de plus en plus de développeurs à réfléchir à des designs tactiles de sites. Tim Cook, PDG d'Apple, a récemment déclaré ce qui suit au sujet du succès éclatant de l'iPad : « Il est stupéfiant de voir le nombre de

“LES APPLIS POUR LE DERNIER IPAD SE SONT ALOURDIES, EN PARTIE PARCE QU'ELLES CONTIENNENT DES IMAGES ADAPTÉES À L'ÉCRAN RETINA!”

APPAREILS PARTAGÉS

Jakob Nielsen, grand maître de l'utilisabilité, a soulevé un point intéressant l'an dernier à propos de la nature partagée des iPad et de son rapport avec le design de sites et d'applications :

"Sauf pour ceux qui vivent seuls, les participants à notre étude ont unanimement rapporté partager leur iPad avec d'autres membres de leur famille. Cette nature partagée contraste avec la nature bien plus personnelle des téléphones portables, qui d'ordinaire sont la propriété d'une seule personne et ne sont utilisés que par elle. Il va de soi que les tablettes deviendront sans doute, dans le futur, des appareils vraiment personnels lorsque la concurrence aura fait baisser les prix, mais pour l'instant, dites-vous que vous faites votre design pour un appareil multiutilisateur."



Cela a évidemment des conséquences sur les applications car, pour certaines d'entre elles, il faut se connecter afin d'accéder à certaines fonctionnalités, mais cela concerne aussi les sites Web. Les designers doivent savoir qu'ils ne peuvent pas toujours s'attendre à ce que ce soit toujours le même utilisateur qui accède à leur site, même si techniquement c'est possible grâce aux cookies.

personnes que passionne ce produit. Vous en utilisez un, ma mère aussi, mon neveu de 7 ans aussi. Quand je vais à la salle de sport le matin, l'entraîneur en utilise un. Dans un Starbucks, quand je regarde autour de moi, tout le monde en a un et y lit un journal, ou un magazine, ou autre chose. Il sert à l'école. Il sert beaucoup en entreprise. Pour moi, c'est l'adoption la plus rapide par une grande variété d'individus que j'aie jamais vue. »

QUELLES CONSÉQUENCES POUR LES WEBDESIGNERS ?

Eh bien, tout d'abord, il y a certaines choses simples auxquelles il faut penser. Les gens utiliseront leurs doigts plutôt qu'une souris pour se déplacer sur votre site, ce qui aura des conséquences sur votre design car les utilisateurs sont bien moins précis que lorsqu'ils "cliquent", leurs doigts étant en général plus gros qu'un pointeur. De grands boutons, de gros liens et plein d'espace peuvent vous aider à faire un bon site tactile. Des liens comprimés, des informations entassées, et des éléments qui se chevauchent, voilà qui est moins utile. Ce à quoi on pense moins, c'est que les utilisateurs parcourront tout l'écran lorsqu'ils voudront atteindre des éléments se trouvant sur les côtés de votre design. Une navigation alignée à gauche (un vieux standard du Web) ne conviendra pas vraiment aux utilisateurs droitiers venant sur votre site. Les requêtes de médias CSS peuvent dans ce cas servir à savoir si la tablette est en mode paysage ou en mode portrait. Le mode paysage donnera par exemple une mise en page où il y aura bien plus d'espace. Je ne dis pas qu'il faut faire une version différente de votre site pour

chaque combinaison utilisateur/appareil imaginable, mais une fois que vous aurez pris connaissance de ces choses-là, si vous effectuez des petites modifications discrètes de votre design principal, vous pourrez faire en sorte que votre site s'y adapte. L'utilisation très répandue de l'état hover CSS est un souci technique plus significatif. On peut soutenir que les états hover ne doivent pas être utilisés pour signaler un lien, quel que soit le design, mais il ne sert de toute façon à rien de songer à s'en servir pour les appareils tactiles car ils n'y sont pas disponibles. De la même façon, on ne pourra pas survoler une navigation pour afficher un menu déroulant. Il vaut mieux, pour vos sous-menus, implémenter une méthode plus statique où des boutons serviront exprès à élargir/réduire des éléments de la navigation. L'accessibilité de votre site profitera des changements effectués dans ce domaine.

CONCLUSION

Le nouvel iPad donne aux développeurs Web de nombreuses nouvelles fonctionnalités à utiliser et à incorporer à leurs sites, mais présente aussi certaines choses plus délicates auxquelles il faut penser. Il n'est pas différent des modèles précédents au sens où il limite encore beaucoup les designers, surtout à cause de la non-prise en charge de Flash. Flash n'y est pas supporté, et ne le sera jamais sur aucun des appareils d'Apple. Cela n'enlève cependant rien aux opportunités exceptionnelles qu'offre le nouvel iPad. Les Webdesigners ont toujours dû tenir compte des nouveaux écrans, navigateurs et appareils : le nouvel iPad n'est que le dernier d'entre eux.

Hébergement dans le cloud C'est le futur !

Les hébergeurs Web cassent les prix et gagnent en fonctionnalités pour essayer d'inciter les Webdesigners à se joindre à la révolution de l'hébergement dans le cloud, mais pourquoi donc choisir ce dernier ?

Lhébergement Web dans le cloud, n'est-ce pas ainsi qu'il en a toujours été ? Un site hébergé sur un serveur à distance ? Ce n'est pas très loin de la vérité. Que fait donc un serveur distant ? Que propose-t-il ? Et pourquoi cela nous intéresse-t-il, nous, designers et développeurs ? Pour faire court, l'hébergement dans le cloud permet à l'utilisateur final de choisir précisément les caractéristiques dont il souhaite profiter, et de le faire plus rapidement et plus facilement qu'avec des offres traditionnelles. Vous voulez plus de mémoire, de puissance de traitement, ou d'espace de stockage ? Eh bien avec l'hébergement dans le cloud, vous pouvez les avoir quand vous voulez. Ce qu'il y a de génial avec ce type d'hébergement, c'est sa flexibilité, son extensibilité, et la vitesse de distribution. Ce qui auparavant pouvait prendre des heures (ou même des jours) est maintenant faisable en quelques minutes grâce à un tableau de bord sur Internet. Les grandes entreprises profitent depuis de nombreuses années de solutions virtuelles, mais les hébergeurs redoublent aujourd'hui d'efforts pour que les petites entreprises et les professionnels du Web les adoptent eux aussi. Une étude réalisée par le Cloud Industry Forum, dont le but est de fournir une certaine clarté aux utilisateurs finaux cherchant un fournisseur de cloud, révèle que 85 % des cadres informatiques considère aujourd'hui que le cloud est une option viable pour livrer

de nouveaux projets informatiques. Il est vrai que l'hébergement dans le cloud convient moins aux particuliers, mais les petites entreprises et les pros du Web peuvent tirer parti de sa flexibilité.

L'industrie de l'hébergement est en train de beaucoup investir dans des infrastructures de cloud, et fait bien remarquer que sa haute disponibilité et son basculement automatique, en cas de panne matérielle, réduisent les temps d'arrêt et assurent un produit final plus productif. Les avantages que présente le passage à l'hébergement dans le cloud sont évidents, mais quelles sociétés proposent ce genre de service, et où les trouver ? Vous avez, comme sociétés convenables, Rackspace (www.rackspace.co.uk), Fasthosts (www.fasthosts.co.uk) et GoGrid (www.gogrid.com). Rackspace propose son service de serveur distant à partir de seulement 7,30 livres (env. 9,20 €) par mois, ou alors pour 1 centime par heure pour des serveurs Linux. La bande passante revient à environ 14 centimes par Go, donc ajoutez 1,10 livre (env. 1,40 €) pour une bande passante mensuelle de 10 Go. La mémoire incluse est de 256 Mo, en passant à 512 Mo vous doubleriez le tarif, 14,60 livres (env. 18,40 €). Si vous doublez une nouvelle fois la mémoire, cela doublera le tarif mensuel. Fasthosts est un hébergeur anglais qui a rajouté l'hébergement dans le cloud à ses services et qui propose aujourd'hui des abonnements à partir de 26,99 livres (env. 34 €) par mois. Ceux-ci

incluent 1 Go de RAM, 80 Go de stockage et 99,99 % de temps de bon fonctionnement.

GoGrid est un hébergeur américain qui propose un système de paiement sans forfait et des abonnements prépayés. Le paiement sans forfait évite de régler au préalable, de s'engager, et bien entendu vous ne payez que pour les ressources que vous consommez. C'est un peu plus cher qu'un abonnement prépayé, lequel est à partir de 0,06 dollar (env. 0,05 €) par heure pour des serveurs Windows ou Linux.

Heart Internet est un autre de ces hébergeurs (www.heartinternet.co.uk), il propose des solutions d'hébergement Linux à partir de 11,99 livres (env. 15,10 €) par mois. L'abonnement de base inclut 50 Go d'espace de stockage, 1 Go de mémoire, mais aucun tableau de bord. Pour en rajouter un (CPanel), le prix monte à 21,99 livres (env. 27,70 €) par mois. Passer à un hébergement dans le cloud est très alléchant. La flexibilité et l'extensibilité dont on peut profiter sont évidentes, mais les prix actuels ne peuvent pas rivaliser avec les solutions d'hébergement traditionnelles. La question à se poser est celle-ci : devez-vous pouvoir, à tout moment, changer d'hébergement ? Si la réponse est non, ce passage au cloud n'est pas urgent. Si la réponse est peut-être, il serait sans doute judicieux de vous y mettre pour avoir un avantage sur la concurrence. Si la réponse est oui, alors n'hésitez pas et passez-y dès maintenant.

<news cloud> Petit résumé des tendances

Conférence jQuery 2012

La période des conférences est bel et bien là, et si vous n'avez pas eu l'occasion d'aller à la conférence jQuery 2012, il est temps de vous renseigner pour savoir ce qui s'y est dit. Cette conférence a eu lieu les 28 et 29 juin à San Francisco, sur la côte ouest des États-Unis. Les billets coûtaient 399 dollars (env. 325 euros) ! Pour en savoir plus, visitez le site JQCON2012.survevents.jquery.org/2012/st.

CSS Google sort son guide de style HTML et CSS.

HTML5 Mozilla fusionne ses équipes de design bureau et mobile.

Firefox

WordPress La sortie de la version 3.2.2 corrige des vulnérabilités de sécurité, alors mettez votre version à jour.

GOOGLE

BigQuery, le gigantesque service d'analyses de données Web hébergé dans le cloud du monstre de la recherche, est maintenant accessible au public.

Quels sont les jobs en ligne ayant connu la plus forte croissance ?

Freelancer.co.uk qui propose un aperçu complet des tendances des jobs en ligne, vient de dévoiler quels sont les plus gros bonnets de ce début d'année 2012. Selon les statistiques, les standards ouverts sont en augmentation avec les jobs HTML5 connaissant une croissance de presque 50 %, le développement d'applications Android et iPhone un peu plus de 25 %, et les jobs jQuery plus de 39 %.

COMMENTAIRE



Richard Stevenson
Responsable de la communication
d'entreprise, I&I
www.landl.co.uk

“ Au cours de l'année qui vient de s'écouler, la demande pour des serveurs distants a augmenté. Les PME prennent conscience des développements informatiques et ont bien compris l'argument commercial du cloud. Les serveurs distants d'aujourd'hui ont évolué et proposent maintenant une excellente extensibilité, et il commence à devenir réellement intuitif et facile de les contrôler grâce aux applis mobiles. Les pros du Web sont les mieux placés pour expliquer aux clients l'impact que peut avoir une infrastructure dynamique sur leur agilité et sur les performances de leurs projets Web. ”

COMMENTAIRE



Claire Lewis
Directrice du marketing
Fasthosts
www.fasthosts.co.uk

“ La gestion d'entreprise se sert encore plus du mobile, du cloud et du Web qu'avant. Les serveurs distants plaisent tout particulièrement aux petites entreprises car ils offrent des avantages dans le monde réel. La recherche nous a montré que ces entreprises ont la volonté d'utiliser des solutions cloud pour leur commerce. Cependant, nous admettons aussi que l'industrie doit faire connaître ce système d'hébergement au reste des entreprises du pays, en particulier aux petites entreprises. Nous savons aussi que les petites firmes accordent toujours beaucoup d'importance au fait de discuter de services importants avec le fournisseur, comme l'assurance d'une sécurité des données et la facilité d'accès à son service technique. ”

Vitesse d'adoption du cloud

Des recherches continuent de voir le jour et de démontrer que la confiance envers les solutions de cloud augmente. Les chiffres du Cloud Industry Forum montrent que la majorité des sociétés utilisent déjà des solutions de cloud à un certain degré.

53%
des organisations anglaises utilisent le cloud computing d'une manière ou d'une autre

Pour les sociétés anglaises, la flexibilité (46 %) prime sur la réalisation d'économies (17 %) comme facteur principal d'adoption du cloud.

73%

des sociétés utilisant des services de cloud projettent d'en utiliser davantage.

96%

des sociétés se disent satisfaites des résultats fournis par les services de cloud.

Conclusion

Ces chiffres montrent que le cloud computing gagne en popularité auprès des entreprises anglaises de toutes catégories. Les solutions à base de cloud et les services associés se retrouveront sûrement en haut de la liste des pros du Web lorsqu'ils chercheront les infrastructures à choisir.

Source : Cloud Industry Forum Paper 4

Près de 200 magazines dédiés à la **CRÉATION NUMÉRIQUE**
Libérez votre créativité !

Advanced Creation Photoshop

Photomanipulation, retouche photo, typographie, illustration, nouveaux médias, peinture numérique : Advanced Creation Photoshop, est le 1^{er} mensuel français destiné aux passionnés et professionnels de l'image. CD de ressources offert avec chaque numéro !



3DMag

Design industriel, architecture, mode, textile, web, jeu vidéo, FX, animation : 3DMag est le seul magazine dédié à la 3D-CAO-DAO. CD de ressources offert avec chaque numéro !



Movie Creation

Création, diffusion, vidéo, web, cinéma, postproduction : Movie Creation est le magazine dédié aux passionnés et aux professionnels de la vidéo et du cinéma. DVD de ressources offert avec chaque numéro !



Savoir Tout Faire en Photographie

Le premier magazine photo 100% pratique. Apprenez à shooter, classer, gérer, retoucher, imprimer, partager vos photos. Enrichissez vos connaissances, perfectionnez vos compétences.



VOS MAGAZINES PRÉFÉRÉS SONT SUR SHOP.ORACOM.FR

1&1 HÉBERGEMENT ILLIMITÉ

TOUT POUR RÉUSSIR VOS PROJETS WEB

Vous avez de hautes exigences pour votre site Web ? Optez pour un hébergement 1&1 : avec plus de 11 millions de contrats clients, 2 milliards de chiffre d'affaires, 5000 employés et 5 centres de données haute performance en Europe et aux Etats-Unis, nous comptons parmi les leaders mondiaux de l'hébergement. Avec 20 ans d'expérience dans l'hébergement Web et 1500 développeurs, nous sommes votre partenaire privilégié aujourd'hui et demain. C'est pourquoi, avec les packs d'hébergement complets 1&1, vous profitez de nombreux avantages qu'aucun autre hébergeur ne vous propose.

✓ TOUT INCLUS

Espace Web et trafic illimités, 500 comptes email (POP3, IMAP) et FTP, 100 bases de données MySQL (1 Go).

✓ WORDPRESS, DRUPAL, JOOMLA!...

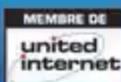
... et de nombreuses autres applications open source populaires. Vous avez le choix parmi 65 applications 1&1 Click & Build à installer en quelques clics.

✓ SÉCURITÉ OPTIMALE

Votre site hébergé en parallèle dans 2 centres de données 1&1 situés à différents endroits (géo-redondance). Sauvegardes quotidiennes.

✓ SERVICE EXPERT 6J/7

Assistance assurée par des professionnels de l'hébergement, via hotline non surtaxée et email.



DOMAINES | EMAIL | HÉBERGEMENT | E-COMMERCE | SERVEURS

1 AN À -50%*

Hébergement tout inclus

1&1 ILLIMITÉ

- Espace Web **ILLIMITÉ**
- Trafic **ILLIMITÉ**
- Accès **ILLIMITÉ** à 65 applications Click & Build (WordPress, Drupal, Joomla!...)
- 3 noms de domaine **INCLUS** (au choix : .fr, .com, .info, .net, .org, .eu)
- 500 comptes email (POP3, IMAP) et FTP **INCLUS**
- 100 bases de données MySQL (1 Go) **INCLUSES**
- **NOUVEAU** : Adobe® Dreamweaver® CS5.5 d'une valeur de **379 € INCLUS***
- **NOUVEAU** : 110 € de crédit publicitaire Google AdWords®, Facebook®, Bing™
- Outil de newsletter et de statistiques
- PHP5, Perl, Python, Zend Framework

3,49
€ HT/mois
(4,17 € TTC/mois)*

~~6,99~~
€ HT/mois
(8,30 € TTC/mois)

EXCLUSIVITÉ 1&1 :

ADOBE® DREAMWEAVER® CS5.5 INCLUS

Logiciel professionnel de webdesign

~~379 €~~
(prix de vente indicatif)

- **NOUVEAU** : Aperçu sur écrans multiples
- Prise en charge CSS3 et HTML5
- Affichage en direct
- PhoneGap pour applications natives Android et iOS
- Validation W3C



Bureau (1126 x 565)



Portable (320 x 300)



Tablette (320 x 300)



0970 808 911
(appel non surtaxé)



1&1

www.1and1.fr

LIVRES

Pour ce numéro, Web Design s'est intéressé aux technologies que tout designer ou développeur se doit absolument de maîtriser. Nous avons choisi une large gamme de livres sur l'analyse de l'expérience utilisateur, l'implémentation et le design d'interfaces mobiles, la découverte du monde de JavaScript, ainsi que quelques recettes de développement incontournables. Régalez-vous.

HEAD FIRST JAVASCRIPT

Env. 30 €

www.headfirstlabs.com

1 L'objectif de ce guide Head First est d'entraîner le cerveau de ceux qui connaissent déjà un peu le HTML et le CSS et de les faire passer au niveau suivant. La série Head First est dotée d'une mise en page visuellement riche, "conçue pour la manière dont fonctionne le cerveau". Nous ne sommes pas certains que cela marche pour tout le monde, mais, grâce à la méthode visuelle utilisée, il est plus simple d'absorber les informations présentées dans les pages. Ce livre est un excellent point de départ pour ceux qui veulent savoir comment se servir de JavaScript pour créer la base d'une page plus dynamique. Il traite des principes fondamentaux de la programmation, de la communication entre JavaScript et le navigateur, et des techniques de programmation incontournables.



IT'S OUR RESEARCH

Env. 30 €

mkip.com

2 It's Our Research est fait pour fournir une stratégie aux chercheurs en expérience utilisateur voulant se faire entendre par leurs actionnaires. Il contient de nombreuses techniques et méthodes expliquant comment faire participer les actionnaires aux processus de la planification, de l'exécution, de l'analyse et de la création de rapports sur les recherches en expérience utilisateur. Cet ouvrage de 240 pages est divisé en six chapitres bien séparés auxquels on a attribué une couleur. Ces chapitres sont tous bien agencés et suivent un chemin logique. On y trouve des dizaines d'études de cas qui aideront à prendre des décisions et à arriver à un résultat positif. Les QR Codes qui y sont inclus sont des détails bienvenus qui vous emmèneront sur des sites traitant du sujet, ou encore sur des interviews vidéo de chercheurs et de professionnels en expérience utilisateur.



DESIGNING MOBILE INTERFACES

Env. 35 €

www.oreilly.com

3 Les plateformes mobiles sont lentement mais sûrement en train de prendre le dessus sur les appareils à écran plus grand, et la création d'interfaces adaptées au petit écran des mobiles est un art que tout designer doit connaître. Designing Mobile Interfaces propose aux designers des techniques pratiques pour les aider à faire des interfaces captivantes, l'imagination et offrant un chemin bien conçu à travers un site ou une appli. Ce livre contient une longue série de cas pratiques grâce auxquels les designers créeront des pages proposant une interactivité et des accroches visuelles bien faites. C'est un excellent guide qui devrait avoir sa place sur l'étagère de tout designer voulant créer des interfaces pour portables.

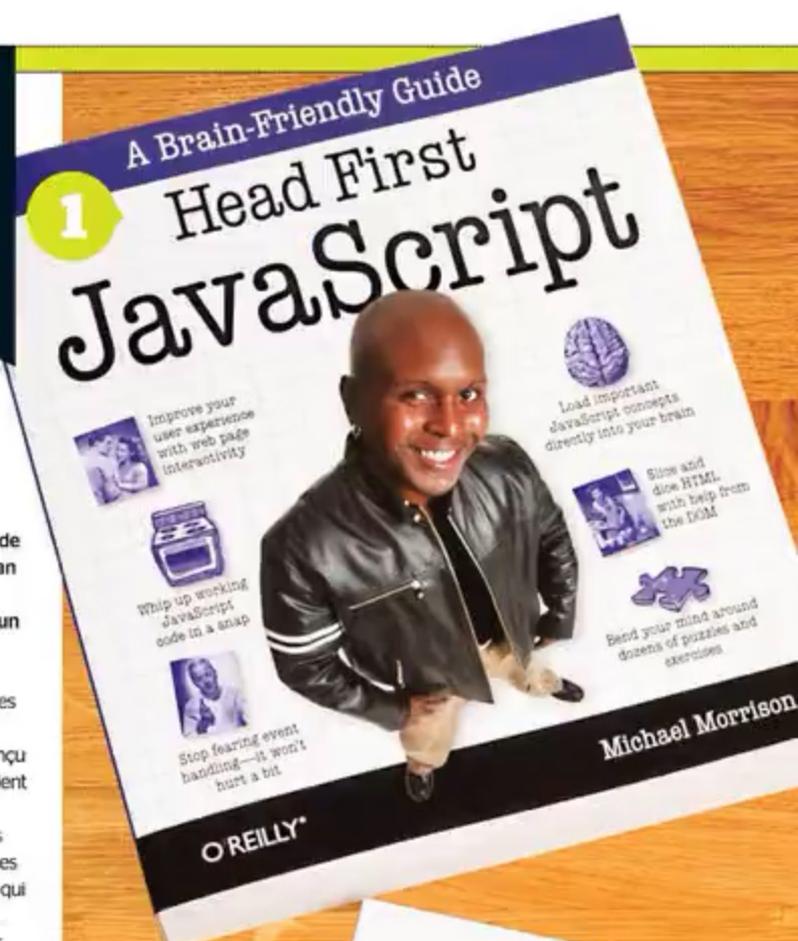


WEB DEVELOPMENT RECIPES

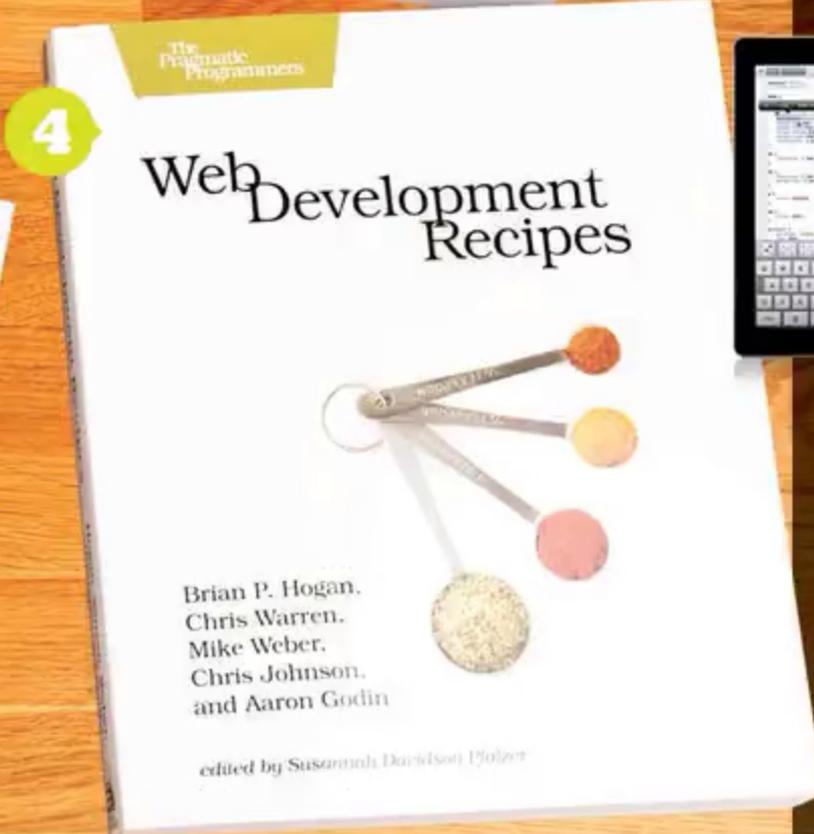
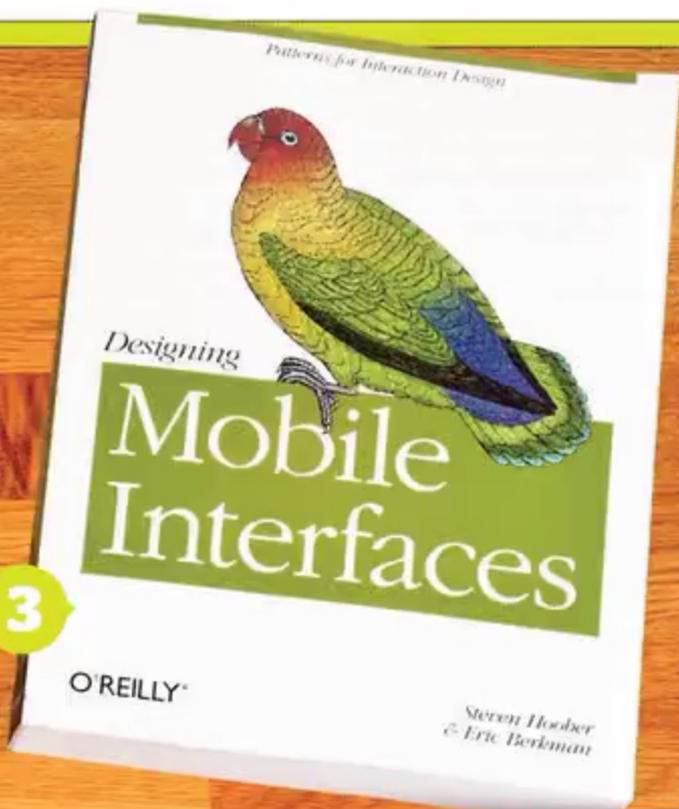
Env. 30 €

www.pragprog.com

4 Voici un livre pour développeurs proposant quarante "recettes" ayant fait leurs preuves dans plusieurs langages de programmation. Ses quatre auteurs apportent chacun leur propre contribution de techniques courantes, comme la mise en forme de citations grâce au CSS, l'organisation de code grâce à Backbone.js ou la création d'un JavaScript plus propre grâce à CoffeeScript. Le problème, c'est que les techniques semblent avoir été classées au hasard. Les recettes sont placées dans des catégories au titre vague et emploient plusieurs outils, ce qui gêne l'objectif manifeste du livre. On a alors du mal à voir à quel point cet ouvrage peut être utile. Utilisez-vous toutes les recettes ou n'en aurez-vous besoin que de quelques-unes ? Ce livre contient de très nombreuses astuces utiles, mais qu'il est difficile de classer de façon logique.

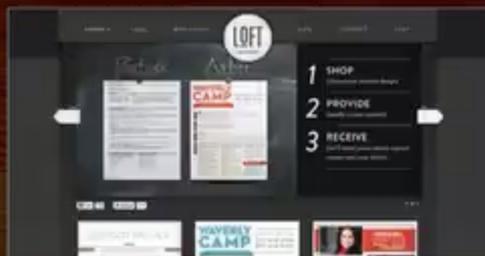


3



4

SERVICES WEB



Loft Resumes

Env. 80 €

www.loftresumes.com

Le CV est une représentation simple de nos compétences, de notre parcours professionnel et de nos centres d'intérêt. En général, il est écrit en noir sur blanc et tient sur une ou deux feuilles au format A4. Les designers ont besoin de se montrer plus imaginatifs que cela pour attirer l'œil d'un employeur ou d'un client potentiel. Loft Resumes propose plusieurs modèles magnifiques qui interpellent ces derniers.

APPLI IOS



Textastic Text Editor

À partir de 8 €

bit.ly/oJtYNE

Si vous devez visionner et modifier votre code source alors que vous êtes en déplacement, c'est cette appli qu'il vous faut. Grâce à cet éditeur, en plus de pouvoir modifier votre code, vous pourrez vous connecter à un serveur FTP ou même à un compte Dropbox ou iDisk afin de transférer des fichiers depuis un Mac ou un PC.

APPLI ANDROID

Create-O-Mat

Gratuit

bit.ly/HMG3kK

La création, ce n'est pas toujours facile, et il est parfois pratique d'avoir un petit coup de pouce. L'appli Create-O-Mat, simple et facile à utiliser, demande de choisir une taille de cerveau puis de cliquer sur le bouton Go pour ensuite afficher une solution en trois mots qui boostera votre créativité.



LIGHTBOX

Une galerie de sites Web épatants!



Create Digital Media

<http://createdm.com>

Développé avec Développé, pour être optimisé sur des appareils mobiles avec des animations CSS par images-clés, Photoshop et des techniques de responsive Webdesign



Designer **Mike Kus**

<http://mikekus.com>

Un site commercial de designers d'applics montrant autant le savoir-faire de la société que sa personnalité.



La société de création d'applics Create Digital Media voulait un nouveau site qui montrerait son savoir-faire technique et qui permettrait aussi aux clients potentiels de voir son style de design. « Comme c'était un site très visuel et que je collaborais avec un développeur, j'ai d'abord conçu les pages dans Photoshop puis je les ai transmises à Ryan Taylor (le développeur que j'avais engagé). Je ne procède pas toujours de cette manière, mais il n'y a guère moyen de faire autrement quand on travaille avec un développeur. Une fois le design du site remis à Ryan, nous avons discuté

de chaque page. J'ai répondu à ses questions et nous avons également déterminé comment nous allions nous y prendre pour faire le responsive design », nous dit Mike Kus.

Au premier abord, le site semble être l'évolution de ce qu'on appelait le "Web 2.0" il y a quelques années. Même si le temps a passé, les lignes épurées, le petit nombre d'images et l'approche sobre ont de toute évidence toujours de l'importance ici. Pour la société, il était bien entendu essentiel que le site marche parfaitement sur les appareils mobiles pour lesquels elle crée ses applics. « Nous en sommes à un stade aujourd'hui où faire un design pour le Web consiste aussi à faire un design pour appareils mobiles. »

Nous en sommes à un stade aujourd'hui où faire un design pour le Web consiste aussi à faire un design pour appareils mobiles.



<Ci-dessus>

• Le blog de la société est essentiel pour qu'on puisse se faire une idée du genre de designers que sont ses membres.



<Ci-dessus>

• La page Work du site démontre des capacités techniques et une créativité évidentes. Art et code en harmonie.

abcABC 1234567890

<Ci-dessus>

• Museo Sans Rounded (en plusieurs graisses) de l'ex|bris Font Foundry de Jos Bulvengar. Disponible sur MyFonts, FontShop et Fontspring.



Un site qui mérite de figurer dans cette rubrique ?
Tweetez-le nous @webdesignmag

Faire impression

La page d'accueil du site se sert d'images frappantes aux couleurs primaires. Animée grâce à des images-clés CSS, elle se charge instantanément et fait preuve de fluidité, ce qui donne tout de suite l'impression d'un savoir-faire technique.



create®

Home About Work Blog Jobs Contact

The art & science of app creation

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



Development

With some of the best engineers in the world, we'll bring your app to life.

Where we're based

We're based in the beautiful town of Tunbridge Wells in Kent, England where we design apps for amazing clients worldwide.



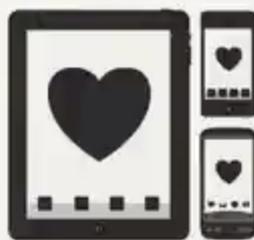
What we do

We design beautiful, simple and highly functional apps for iPhone, iPad & Android. Check out our latest work.



Our Passion

We love what we do! We're passionate about taking your app ideas from inception and making them a reality.



©2012 Create Digital Media
The Warehouse, Culverden Square, Tunbridge Wells, Kent, TN11 9HZ
Phone: +44 (0)1892 532687 Email: hello@creatdm.com

Home About Work Blog Jobs Contact



«De gauche à droite»

• Envie de travailler dans la création d'applications ? Kus a fait une page Jobs qui explique bien le genre de société qu'est Create Digital Media.
• Les membres de Create Digital Media sont ici au premier plan. La mise en page discrète est à la fois épurée et séduisante.
• Ce site propose plusieurs excellents exemples de ce que l'on peut réussir à faire grâce à des animations CSS par images-clés bien pensées et bien réalisées.

«Ci-dessus»

• L'arrière-plan monochrome fait ressortir les images en couleurs, animées par images-clés.



«Ci-dessus»

• Paré au décollage ? Vous prenez le contrôle d'une fusée qui vous emmène à travers l'histoire d'Internet et l'évolution d'inTacto.



«En bas à gauche, dans le sens des aiguilles d'une montre»

- La carte virtuelle fait défiler les années en terminant par 2012, où inTacto entre en relation avec ses clients et ses admirateurs grâce à de nombreux liens sociaux.
- Ah, 2001, année où Netscape et IE6 régnaient en maîtres. Que les choses ont changé depuis qu'inTacto a vu le jour.
- Le défilement parallaxe est bien implémenté et vous donne la possibilité d'utiliser votre souris ou votre clavier, ou bien de laisser le film tourner tout seul dans votre navigateur.
- Le thème principal de cette carte virtuelle est de suivre l'évolution. À chaque fois qu'une nouvelle technologie apparaissait, inTacto l'accueillait à bras ouverts.



inTacto 10 Years

www.intacto10years.com

Développé avec HTML5, jQuery, CC3, Photoshop, Illustrator



Designer **équipe d'inTacto**
www.intacto.com

La carte virtuelle de cette année était spéciale, car inTacto voulait fêter son dixième anniversaire en montrant à quel point l'agence et le Web avaient changé.



réée par Alejandro Lazos et Sebastián Caramés en 2001, inTacto est une agence numérique interactive située en Amérique du Nord et en Amérique du Sud. Chaque année, la société crée une carte virtuelle servant à exposer ses œuvres. Pour son dixième anniversaire, il fallait cependant quelque chose d'un peu plus ambitieux.

Les membres de l'équipe d'inTacto nous expliquent ce qui les a poussés à faire cette nouvelle carte virtuelle : « Nous avons réfléchi à plusieurs idées et manières d'illustrer le chemin que nous avons parcouru, et sommes arrivés à un bon équilibre entre voyage spatial, et étoiles et constellations représentant les explorateurs d'Internet et les moments importants de chaque année. »

Ce site, carte de visite d'inTacto, fait du début jusqu'à la fin preuve d'une expertise technique impressionnante. Le style rétro des images est intemporel et prouve que l'agence

a de l'humour. Au fur et à mesure que l'animation défile et que les années passent, on peut observer l'évolution d'inTacto. Cela finit par la possibilité, pour le lecteur, de montrer son appréciation par le biais de ses réseaux sociaux préférés.

Le défilement parallaxe est une façon idéale de guider l'internaute à travers l'histoire du développement de l'agence au cours de ces dix dernières années. Selon inTacto : « Nous avons porté une attention toute particulière envers les détails et la qualité du design, et grâce à une typographie bien employée et à l'utilisation correcte et justifiée de la parallaxe, nous avons obtenu un résultat très intéressant. »

Des polices bien choisies et de superbes images se mélangent pour créer un effet qui fait sourire. Les cartes de visite des agences sont souvent trop "professionnelles", alors que ce que l'on veut vraiment, c'est en savoir plus sur la nature profonde de ces agences. Cette carte virtuelle montre ce qu'il est possible de faire lorsqu'on mélange prouesses techniques et créativité.

abcABC 1234567

abcABC 1234567890

«Ci-dessus»

• La police principale de la carte virtuelle est Sansation, conçue par Bernd Montag. Elle est disponible sur Font Squirrel.

• Le texte de second niveau de la carte virtuelle utilise Helvetica, police traditionnelle conçue en 1957 et disponible en toutes grasses sur Linotype.

🌀 Grâce à une typographie bien employée et à l'utilisation correcte et justifiée de la parallaxe, nous avons obtenu un résultat très intéressant. 🌀

Grayden Poper

www.graydenpoper.com

Développé avec Photoshop, Dreamweaver, WordPress



Designer **Grayden Poper**

www.graydenpoper.com

Le portfolio de Grayden Poper, designer d'interactivité, montre jusqu'où on peut repousser les limites de WordPress.



Le design étonnamment simple du portfolio en ligne de Grayden Poper cache des prouesses techniques impressionnantes. Ce site, qui se sert de WordPress comme CMS, déborde de la personnalité de Poper. La dernière image du site explique sa philosophie de travail, on ne peut plus explicite : "Travailler dur, s'amuser et apprendre". Poper voulait que son identité soit au premier plan.

« Quand j'ai commencé ce projet, je voulais deux choses. La première était qu'il soit facile à lire, la deuxième que ma personnalité ressorte du design et fasse forte impression sur le visiteur. Je ne voulais pas faire un site dépourvu de personnalité », explique-t-il. Ce site aurait très bien pu devenir une corvée à faire défiler à cause de sa longueur,

mais Poper se sert d'un système de navigation innovant qui permet au visiteur d'aller rapidement sur la partie du portfolio qui l'intéresse. Ses créations sont bien sûr mises au premier plan, mais utilisent WordPress comme CMS, lequel n'est pas visible par les visiteurs. Du coup, le site est visuellement magnifique, mais c'est aussi un petit bijou de technologie.

Ce qui est évident dans ce portfolio, c'est que Poper s'est placé au cœur de chaque page. Son site, qui ne sert pas uniquement de vitrine à son design, met son identité en valeur. « Même si un design est superbe et inoubliable, son designer tombe souvent dans l'oubli.

J'ai donc fait de mon mieux pour créer et fournir une expérience qui, je l'espère, sera inoubliable », conclut-il. Nous pouvons dire en toute confiance qu'elle l'est en effet.

Il fallait que ma personnalité ressorte du design et fasse forte impression sur le visiteur.



<Ci-dessus>

• La première page du site de Poper vous permet de voir le genre de designer qu'il est.



<Ci-dessus, de haut en bas>

• « Je me suis dit que si je montrais ce que je voulais être plus tard quand j'étais petit, cela représenterait bien le genre de personne que je suis », dit Poper.

• Quand on fait défiler le site, on oublie facilement qu'il utilise WordPress. Les visiteurs peuvent laisser des commentaires en "aimant" le site par un simple clic sur un bouton.



*These are some of the things I wanted to be when I grew up. Instead, I ended up as an Interactive Designer.
You can view my work and read my thoughts about design below. I hope you enjoy.*

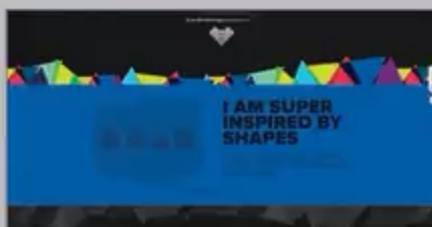
I AM LOVED

abcABC 1234567890

<Ci-dessus>
• La version Linotype, conçue par Adrian Frutiger, est basée sur un groupe de polices développées par Firmin Didot (1764-1836).

abcABC
1234567890

<Ci-dessus>
• Gotham, à l'origine commandée par le magazine GQ, est disponible sur Hoefler & Frere-Jones.



<Ci-dessus>
• Entre les différentes parties du portfolio, les visiteurs peuvent en savoir un peu plus sur la personnalité de Poper. Cela rend ce portfolio bien plus intéressant que la plupart de ceux que l'on trouve sur le Web.

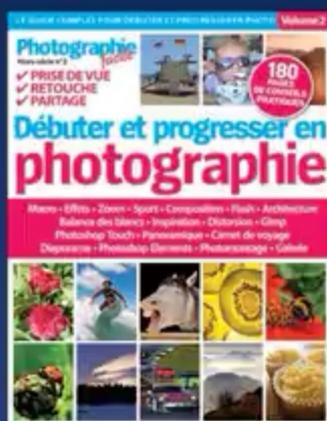


<Ci-dessus>
• Le portfolio de Poper est très complet. Il aurait été facile d'utiliser des carrés pour la navigation, mais c'est une barre latérale fluide qui a plutôt été choisie pour cela.



<Ci-dessus>
• Sur la page finale du site, les visiteurs peuvent voir de façon claire la philosophie de travail de Poper.

VOS MAGAZINES PRÉFÉRÉS



Débuter et progresser en photographie vol.02



Spécial Boutique en ligne



Spécial MotionDesign



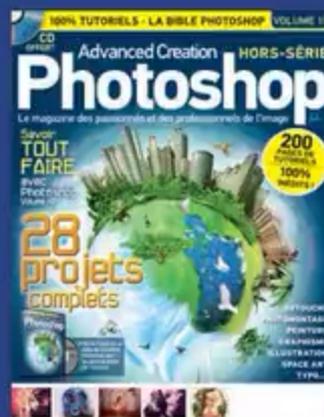
Photoshop Savoir Tout Faire vol.12



Spécial Manga



PAO Savoir Tout Faire vol.4



Photoshop Savoir Tout Faire vol.11



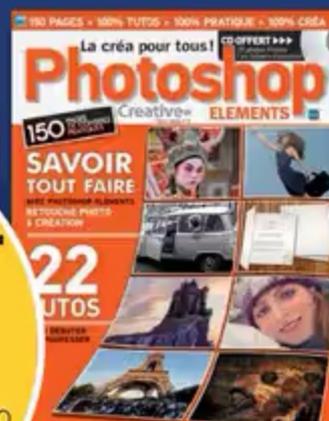
Débuter et progresser en Webdesign



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

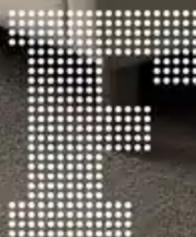
On a retrouvé **FOUND.**

Web Design découvre la voie choisie par Found, grande agence de performance marketing. Quelques membres importants de son équipe nous parlent de leurs expérimentations en responsive design, de la création du site de l'agence et du secret de leur réussite...

Qui Found **Quoi** agence de performance marketing en ligne primée **Où** Big Studios, 1 East Poultry Avenue, London, EC1A 9PT **Web** www.found.co.uk

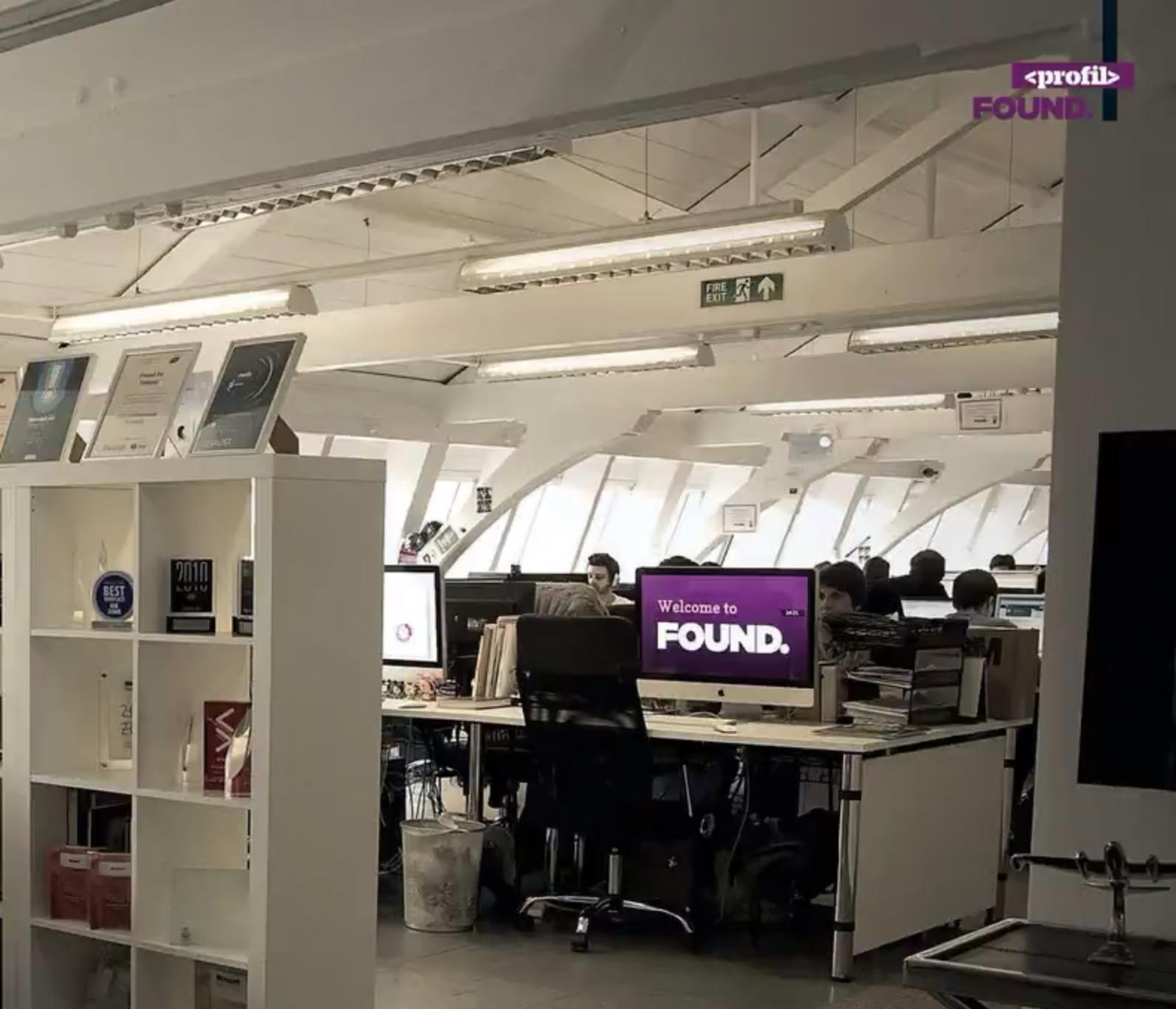
Clients

Warner Leisure Hotels,
Dartington Crystal,
Reckitt Benckiser,
Goldsmiths,
Maplin Electronics



Found est une agence de marketing conviviale, spécialisée en PPC, en SEO, en social et en mobile. Elle est basée à Londres dans le quartier de Smithfield, ainsi qu'en Afrique du Sud. Lancée en 2005 sous le nom d'Artemis8, agence spécialiste de la performance des liens sponsorisés, elle a choisi de se focaliser sur la

génération de ventes graduelles par la gestion sur le long terme de campagnes de PPC (paiement par clic) dans les secteurs de la vente au détail, des voyages et de la finance. Son argument de vente est construit sur un modèle de prises de risque : n'être payé qu'en fonction des résultats. L'agence, qui a véritablement la passion de l'excellence,



pense que chaque client a le droit de tirer le meilleur parti de ce qu'il investit en marketing, tout en profitant d'un service de la plus haute qualité qui soit. Found sait que pour qu'une externalisation avec une agence se passe bien, tout repose sur sa capacité à être responsable, une notion que l'on perd souvent de vue au milieu de tous ces contrats par avance, frais de gestion, et contrats basés sur le pourcentage de dépenses. Voilà pourquoi cette société base ses services sur les demandes et le budget du client plutôt que l'inverse, et lui permet de cette façon de voir ce dans quoi il investit son argent.

Found, qui fait partie du groupe Big Ideas, une entreprise proposant Webdesign, développement, hébergement de sites, services d'assistance informatique et représentant un des plus grands centres d'activité de Birmingham dans le domaine du numérique, a permis à ses clients de gagner plus

de 250 millions de livres (300 millions d'euros).

La société Found existe depuis 2010, mais ses bases remontent au début de ce siècle. Luke Townsend, directeur de produit, nous parle de l'évolution de Found et nous explique comment l'agence en est arrivée là où elle en est aujourd'hui. « Bien que nous ayons rebaptisé Found "spécialistes en performance marketing" en novembre 2010, nous sommes un des poids lourds de l'industrie du marketing en ligne depuis 2005, lorsque nous étions Artemis8, une société spécialisée en performance de liens sponsorisés. Nous avions comme offre unique de n'être payés qu'en fonction des résultats que nous fournissions, nous avons donc logiquement choisi de développer notre offre pour devenir une agence de performance marketing stratégique. Lors de la refonte progressive de l'image de Found en 2010, nous avons appliqué cette notion de performance à tous

les circuits de SEM (Search Engine Marketing) dans lesquels nous travaillons : PPC, SEO, mobile et médias sociaux, ce qui veut dire que nous proposons aujourd'hui du SEM rentable et évolutif, et que pour être payés, il faut que nous atteignons les objectifs commerciaux de nos clients. » Le nom de la marque, Found ("trouvé" en anglais), représente l'esprit de la société à la perfection. Townsend et Andrea Downey, designer senior, nous en racontent un peu plus sur son origine. « Nous voulions un nom qui se démarque et qui soit fort. Found correspond à ce que nous faisons pour nos clients : nous les aidons à faire en sorte qu'ils soient trouvés sur Internet, que ce soit par la recherche, par les médias sociaux ou par les plateformes mobiles. »

« Le fait d'avoir un nom en accord avec notre offre principale est un avantage énorme : non seulement cela fait connaître l'agence, mais en plus



Cinq lettres valent mieux qu'une lorsque il faut définir des stratégies de SEO.

Des objets amusants éparpillés dans le bureau rendent les journées stressantes un peu plus supportables.

Found

Créé en 2005
Fondateurs Sebastian Gray, Lucan Gray



Oratrice lors de la conférence NMA Live Search et invitée aux côtés de Google, Yahoo! et MSN.

Nombre d'employés

18



Rempporte un Performance Marketing Award dans la catégorie la Meilleure campagne de génération de leads pour son travail sur Tempur

Nombre d'employés

12

Fête de lancement pour célébrer la refonte de la marque Found

2010



2011

Lancement de l'offre de SEO, et ajout de quatre membres spécialistes en SEO à l'équipe de Found.



Gestion des campagnes considérables de SEO de Goldsmiths et de Mappin & Webb.



Les gens sont le cœur de notre commerce, mais la satisfaction du client en est la force vitale.

cela explique en quoi nous excellons. Il était important pour nous d'avoir un nom autour duquel nous pourrions construire une marque solide et cohésive, et Found faisait parfaitement l'affaire », ajoute Townsend.

Le site de Found, moderne et bien pensé, fait surtout passer le message de la société. Townsend et Downey nous parlent de l'importance de ce site.

Townsend commence : « Votre site est souvent ce qui permet aux clients potentiels de se faire une première impression de vous et de déterminer s'ils ont envie de discuter avec vous, et cela n'a pas été différent pour nous. Nous voulions vraiment avoir un site expliquant bien ce que nous faisons, représentant clairement la personnalité de notre société, mais

montrant aussi les compétences de notre agence.

Il a dès le départ été construit pour tenir compte de la SEO, du PPC et des médias sociaux afin de nous permettre d'avoir le plus de visiteurs possible tout en facilitant la génération de leads et les conversions grâce à nos multiples points de contact. »

« Le site de Found est son visage. C'est le premier endroit que visitera un client qui veut en savoir plus sur nous, ajoute Downey. Nous avons travaillé dur pour concevoir et construire un site expliquant précisément aux clients ce que nous faisons, ce que nous pouvons leur proposer, les technologies que nous utilisons, et montrant avec qui nous avons déjà travaillé. WordPress était la plateforme idéale pour sa création, surtout pour le blog et les mises à jour du

contenu. Les services que nous proposons ne sont pas tout, notre site parle aussi des personnes qui travaillent dans l'agence. Toutes ont leur propre page et l'occasion de faire part de leur savoir et de leurs convictions. En général, le QG de Found publie trois ou quatre billets par semaine. »

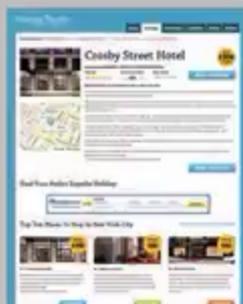
Attirer des clients est vital pour prospérer. Townsend nous raconte que ce sont les bouche-à-oreille et le fait de faire du bon travail et de remporter des prix qui font que Found se fait remarquer. « Un bon travail apporte de nouveaux clients. Nous avons eu beaucoup de chance car, avec bon nombre de nos clients, nous avons ensuite continué à travailler avec eux et avons élargi les services que nous leur avons fournis. Le bouche-à-oreille et les prix que nous gagnons aident aussi à nous faire connaître et attirent de nouveaux clients potentiels. En plus de cela, nous suivons nos propres conseils et avons fait un site riche en contenu pour aider ces clients potentiels à comprendre ce que nous faisons et comment nous pouvons les aider. Nous amenons du trafic sur notre site par le biais de liens sponsorisés sur les moteurs



parole d'expert

Luke Townsend, directeur de produit, Found

« Les technologies comme la géolocalisation peuvent faire la différence entre la réussite et l'échec d'une campagne »



Choisie par Maplin comme unique agence PPC s'occupant du bureau et du mobile.



Remporte trois prix pour son travail en SEM, en marketing mobile et en marketing d'affiliation lors des Dadi Awards et des UK Search Awards.

Nombre d'employés
35

2011
Nombre d'employés
27

Invitée à la conférence d'auexpo sur l'avenir du SEM.



Lancement du nouveau site et du nouveau blog Found après des mois de préparation.



Oratrice sur le thème du marketing mobile lors de la conférence UK Search.



de recherche, de SEO et d'engagement social. Notre blog a lui aussi, grâce à la fréquence et à la diversité de ses billets, contribué à nous amener des visiteurs ou à ce que nous recevions des demandes de renseignements.»

Rempporter des prix est une preuve de qualité, mais ce n'est pas la seule. Downey explique comment Found évalue en général la réussite d'un projet.

« Les prix sont des consécration formidables, même lorsqu'il s'agit d'une simple félicitation adressée à l'équipe qui s'est décarcassée pour donner vie à des idées originales et pour obtenir des résultats impressionnants. Rempporter un prix, c'est rendre hommage à l'agence, à nos clients, et à l'industrie en général, et cela nous propulse simplement vers de nouvelles réussites.

La réussite se mesure cependant de plusieurs façons : aider un client à dépasser ses objectifs ; un client qui revient travailler avec vous ; une expansion des services fournis ; et, pour finir, l'obtention de nouveaux contrats grâce à des recommandations faites par le client. Les gens sont le cœur de notre commerce, mais la satisfaction du client en est la force

vitale. » Found se sert d'outils open source, d'outils personnalisés et d'outils d'Adobe. Townsend et Downey nous parlent des logiciels qu'aime la société.

« Nous utilisons un large éventail d'outils pour que nos campagnes de marketing numérique soient stratégiques et productives, commence Townsend. Nous pouvons nous servir de la technologie qu'on trouve sur le Web tout comme de nos propres outils personnalisés. Au quotidien, nous utilisons des outils pour la génération de mots-clés, la surveillance de la position des annonces, la vérification des liens, le suivi des clics, l'analyse du trafic, les tests A/B, le suivi des appels téléphoniques, et bien plus encore. Nous utilisons aussi le marketing social ainsi que des outils d'acquisition de renseignements sur les recherches pour prendre l'avantage sur nos concurrents. »

Downey continue : « Pour ce qui est du design, nous utilisons les mêmes outils que n'importe quelle autre agence : Photoshop pour le Webdesign, Illustrator pour les supports papiers, Dreamweaver pour les petits builds de sites en HTML/CSS. Nous adorons aussi Basecamp qui nous sert d'outil

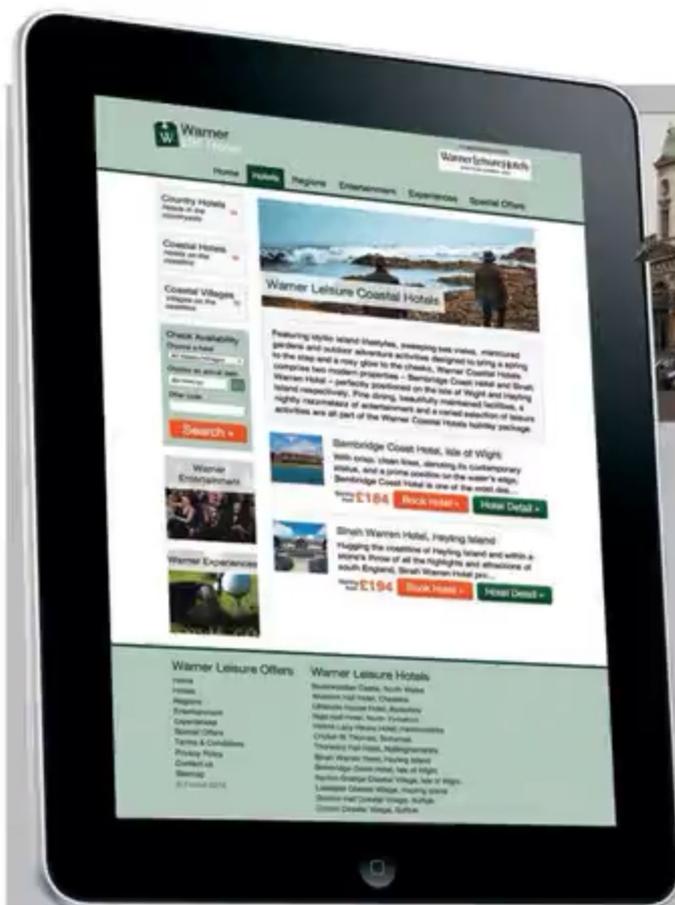
de communication interne lors des projets, et de logiciel de contrôle des versions des sites Web. »

Les nombreux directeurs de recherche, analystes en recherche, Webdesigners et développeurs de l'agence ne sont qu'une petite partie des participants aux projets. Les deux collègues de Found nous expliquent comment ceux-ci se déroulent en général.

« La plupart du temps, les analystes en recherche commencent par faire ce qu'ils font le mieux : étudier et analyser le domaine des recherches, identifier les faiblesses actuelles du client et voir à quel endroit son trafic part vers les concurrents, commence Townsend. Une fois notre stratégie définie et approuvée, nous passons au studio où nous commençons à faire quelques concepts de design préliminaires. »

Cela peut consister à créer une page de renvoi orientée conversions, à retravailler un formulaire de contact, à créer une page Facebook ou à développer un microsite conçu spécialement pour le trafic PPC. »

« Une fois que nous estimons que les pages cibles sont prêtes à recevoir du trafic, nous allons de nouveau voir l'équipe de recherche pour des listes



🔊 Pour générer du trafic, il devient de plus en plus important d'écouter les médias sociaux, de les observer, et d'y participer. 🔊

de mots-clés et rédiger le texte publicitaire, puis après « Après la sortie, nous identifions les mots-clés qui rapportent le plus d'argent, puis les décortiquons et y prêtons une attention toute particulière pour maximiser le bénéfice qu'ils rapportent en surveillant de près leur positionnement dans les recherches, en faisant des variations publicitaires sur mesure et en concevant des pages de renvoi personnalisées. »

Les projets de Found subissent une évolution à laquelle les clients participent. Townsend nous explique ce qu'il advient de ces projets une fois qu'ils sont terminés. « Il arrive rarement qu'après avoir remis le projet nous arrêtons de travailler dessus. Nos campagnes de recherche évoluent, changent, et exigent un peaufinage constant pour que nous puissions en tirer le meilleur parti possible. C'est pareil pour le design : une petite modification ici ou là de temps en temps ou un changement de mise en page peuvent avoir un impact significatif sur l'efficacité d'une campagne.

L'équipe de Found travaille en étroite collaboration

avec ses clients, et les projets que nous faisons sont les résultats de partenariats. Les clients participent donc à l'évolution et au développement des campagnes et des sites que nous leur mijotons, et le produit final n'en est jamais un qu'ils n'ont pas eu l'occasion de voir ou d'aider à créer. »

La SEO et le PPC sont deux services que Found propose à ses clients. Townsend nous explique quelle est la différence. « Le PPC et la SEO sont très différents. Les liens sponsorisés représentent de la publicité payante instantanée. Le PPC ouvre immédiatement le site à un public gigantesque, et ce à un coût contrôlé. Grâce à une mise en place et à une optimisation solides, le PPC atteint le public qui vous cherche mais vous fait aussi connaître à un public qui n'aurait peut-être jamais entendu parler de vous.

La SEO, par contre, est un espace qu'on ne peut acheter immédiatement. À cause des algorithmes toujours changeants de Google, la SEO est un processus de bien plus longue haleine qui exige de la rigueur et une stratégie solide afin de changer

positivement d'emplacement dans les classements de recherche. Mettre en place une stratégie double sera alors très efficace. »

Les médias sociaux font partie intégrante de n'importe quelle campagne numérique. Townsend et Downey nous expliquent pourquoi ils sont si importants dans la génération de trafic.

Downey commence : « Les médias sociaux sont une part importante de n'importe quel site. Comment imaginer la vie sans Facebook ou Twitter ? Les internautes veulent interagir avec les sociétés, partager leurs expériences avec d'autres personnes, retweeter des billets et participer à des conversations sur Internet. Les moteurs de recherche l'ont compris et cela entre désormais en jeu dans les classements des recherches, ce qui est génial pour la SEO. »

« Pour générer du trafic, il devient de plus en plus important d'écouter les médias sociaux, les observer et y participer, élabore Townsend. Les moteurs de recherche basent de plus en plus leurs résultats sur des liens en provenance de médias sociaux, et cela se retrouve dans d'autres domaines du SEM. Si vous choisissez d'ignorer tout cela, c'est à vos risques et périls ! » Les smartphones et les tablettes font désormais partie du Web moderne. Townsend et Downey nous expliquent comment Found procède pour adapter ses designs à ces appareils.



PROJECT

Autoglass

Comment Found s'est occupée du site mobile de ces réparateurs de pare-brise ?

En seulement quatre semaines, Found a conçu et lancé une grande campagne mobile de liens sponsorisés et un site mobile pour Autoglass, entreprise spécialiste des pare-brise. Autoglass et Found ont été les premiers à installer dans le marché de la réparation de pare-brise un service d'appel par clic, qui constitue une solution progressiste tenant compte de l'essor des smartphones, de la recherche mobile et répondant à la demande de consommateurs voulant une façon simple de contacter un réparateur en cas d'urgence sur le bas-côté de la route.

Ce projet a atteint plusieurs objectifs :

- Publicités PPC mobiles ciblées par type d'appareil ;
- Géociblage détaillé afin d'obtenir les informations nécessaires pour contacter les centres de réparation du coin ;
- Insertion dynamique du numéro de téléphone selon le terme de recherche employé ;
- Taux de conversion de plus de 20 % en moyenne.



Townsend commence : « Même si les principes restent les mêmes, il faut adapter chaque cas à chaque plateforme. Les technologies comme la géolocalisation peuvent faire la différence entre la réussite et l'échec d'une campagne. Certaines campagnes se prêtent naturellement aux portables et aux tablettes, tandis que pour d'autres il est beaucoup plus difficile d'y susciter l'intérêt du consommateur. Ce qu'il faut, c'est aborder chaque campagne au cas par cas. »

Downey enchaîne : « Les annonceurs commencent à comprendre que même si les smartphones et les tablettes fournissent tous deux le même genre d'accès Internet à distance, ce sont deux plateformes différentes et il faut donc les traiter en tant que telles. Nous constatons donc que de plus en plus de sites proposent une version bureau et une version mobile/iPad, et se servent astucieusement des atouts de chaque plateforme. Comme en ce moment l'industrie ne parle que du responsive design, nous avons commencé à l'expérimenter et avons quelques projets prêts à être lancés qui s'adapteront à toutes sortes d'appareils. »

Pour finir, nous leur avons demandé comment, selon eux, il est possible de prendre l'avantage dans une industrie aussi concurrentielle. Townsend a répondu : « Réussir dans le marketing en ligne est toute une science. Nous investissons beaucoup

pour que nos employés s'instruisent, que ce soit par des stages ou par des déjeuners de présentation informels.

Found est une entreprise conviviale et nous recherchons en priorité des individus passionnés, travailleurs et polyvalents. Nous voulons des personnes qui soient douées et essaient constamment d'atteindre des sommets dans tout ce qu'elles font. Après tout, nous sommes une entreprise rémunérée en fonction de nos résultats, donc tout le monde a son rôle à jouer ; en travaillant en équipe soudée, nous rendons le processus bien plus agréable et bien plus gratifiant. »

Pour conclure, Downey ajoute : « Nous travaillons dans un secteur génial qui a l'avantage de proposer de nombreux outils avec lesquels expérimenter, que ce soit en design, en développement, en analyse de données Web ou en optimisation.

On trouve sur Internet tellement de blogs remplis de conseils qu'il est possible d'obtenir de l'expérience professionnelle avant même de poser une candidature.

Les stages en entreprise sont une excellente façon d'entrer dans l'industrie ; plusieurs de nos stagiaires sont devenus des membres de Found à part entière à l'issue de leur stage. Mon conseil, c'est de prendre des risques et d'être audacieux ; vous n'avez rien à perdre. »

FOUND.

WEB www.found.co.uk
 FONDATEURS Sebastian Gray
Lucan Gray
 ANNÉE DE CRÉATION 2005
 NOMBRE ACTUEL D'EMPLOYÉS 35
 VILLES Londres, Royaume-Uni
Le Cap, Afrique du Sud

SERVICES

- > SEO
- > PPC
- > Marketing social
- > Marketing mobile
- > Recyclage de recherches

FOUND.

<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,



<offre lecteurs>

Abonnez-vous et commencez à économiser dès maintenant

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.



Blogs de designers et développeurs

Les designers et les développeurs font les blogs les plus beaux et les plus



L'absence de couleur d'arrière-plan pour contenir les éléments donne une impression d'espaces ouverts, ce qui évite que le lecteur ne balade son regard un peu partout.

Veerle's Blog

veerle.duoh.com

Plateforme de développement HTML, CSS, JavaScript

Le header, de pleine largeur, est très coloré et donne tout de suite du charme à la page. L'arrière-plan gris le complète presque à la perfection, et sert de tremplin à des merveilles de couleurs. Les deux colonnes de la mise en page permettent de faire en sorte que le lecteur ne se focalise que sur une seule chose à la fois. La page d'accueil est signolée, avec des couleurs subtiles et une police vintage.

Leff

leff.com

Plateforme de développement HTML, CSS, JavaScript

La texture vintage de papier donne le ton, et le logo gravé la complète à merveille. La mise en page à trois colonnes et la barre latérale de gauche font tout de suite penser à un responsive design, et à juste titre. L'absence de couleur d'arrière-plan pour contenir les éléments donne une impression d'espaces ouverts, ce qui évite que le lecteur ne balade son regard un peu partout.

CSS Karma

www.csskarma.com

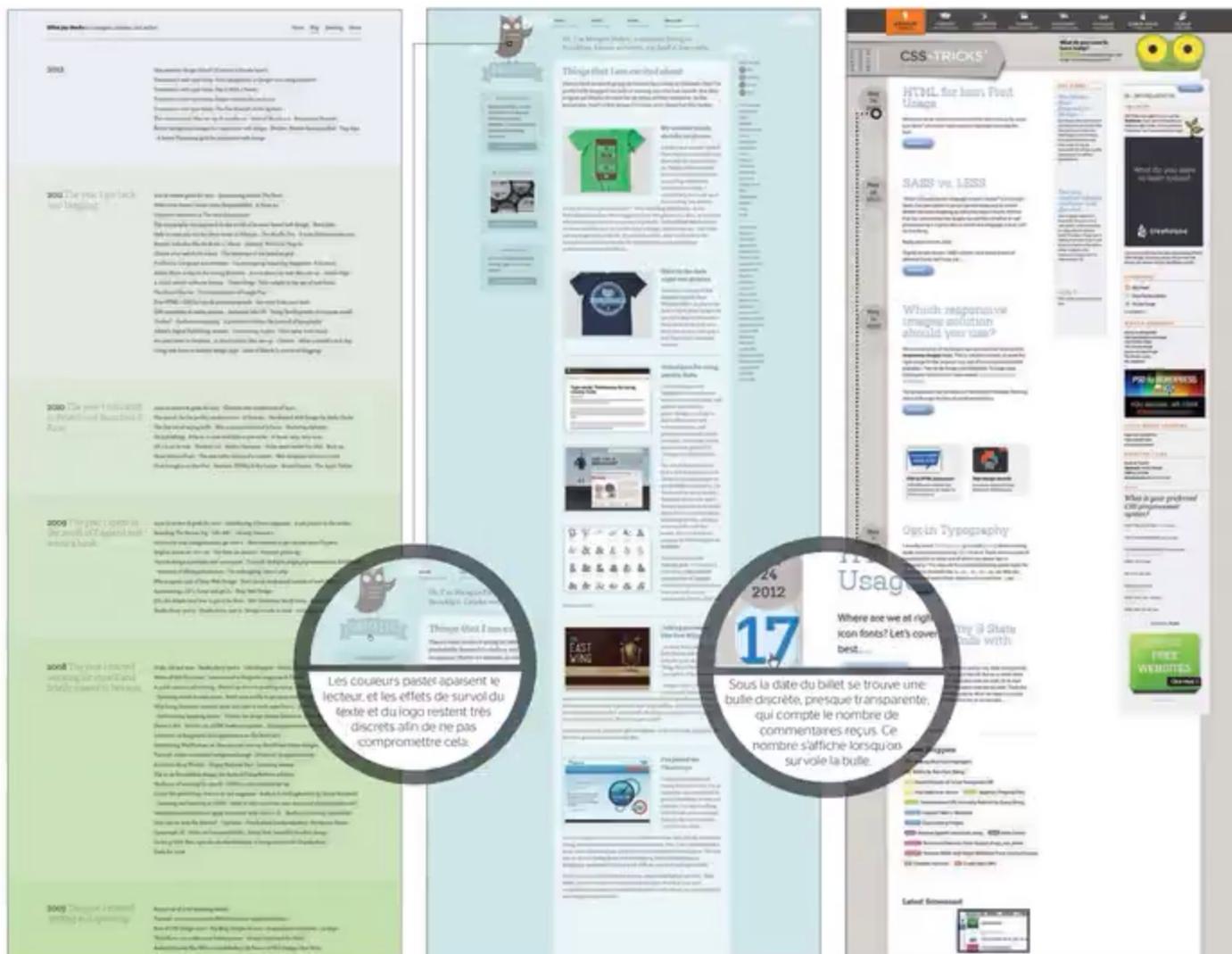
Plateforme de développement HTML, CSS, JavaScript

C'est dans la simplicité de ce blog que réside son charme. Une texture d'arrière-plan simple est accompagnée par très peu d'images et par une image d'arrière-plan basique servant à séparer le contenu. Au-delà de l'apparence visuelle, c'est la police et la typographie choisies qui attirent le regard. Différentes graisses, tailles et couleurs créent leur propre design complémentaire.

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

fonctionnels du Web. Voici six fiers représentants de l'art du design de blogs.



Elliot Jay Stocks

elliottjaystocks.com/blog

Plateforme de développement Harmony

La première chose que l'on remarque, c'est l'absence totale d'images, mais la simplicité, les couleurs et la texture d'arrière-plan discrète de ce blog sont mises en évidence. La couleur d'arrière-plan est composée de couleurs subtiles qui changent juste assez pour réitérer le message. L'absence d'images fait que l'attention se porte sur le texte, et là aussi simplicité et subtilité priment.

OwlTastic

owltastic.com

Plateforme de développement WordPress

Ce sont le style illustratif et les mélanges raffinés de couleurs qui donnent à ce site son atmosphère et son impact; un sentiment de calme se dégage la page. La texture d'arrière-plan, les couleurs, la police, la typographie et les trois colonnes de la mise en page s'assemblent pour procurer une lecture agréable. L'utilisation d'images contrastantes rajoute une dimension supplémentaire qui fait que le regard du lecteur reste focalisé sur le plus important: le contenu de ce blog.

CSS Tricks

css-tricks.com

Plateforme de développement WordPress

La mise en page de ce site est typique d'un blog, mais c'est sa disposition, sa nature réactive, ses textures et ses couleurs qui provoquent le respect. Les éléments graphiques comportent un style d'illustration et un thème qui se retrouve dans les arrière-plans et les textures. La famille de polices utilisée l'est judicieusement, afin de trouver l'équilibre parfait entre graisse et couleur.

Les
polices
du futur
arrivent

RICHARD RUTTER, SPÉCIALISTE DE LA TYPOGRAPHIE ET COFONDATEUR DE FONT DECK, UN SERVICE WEB DE POLICES, PASSE EN REVUE LES DERNIERS OUTILS ET TECHNIQUES SERVANT À FAIRE DE SITES ORIGINAUX AVEC LES POLICES WEB ET LA TYPOGRAPHIE



Ces douze derniers mois ont été une excellente année pour la typographie Web. La révolution de la police Web a commencé fin 2009, mais c'est durant l'année qui vient de s'écouler que cette discipline a gagné en maturité. Les navigateurs Web arborent tous fièrement leurs capacités typographiques au fur et à mesure que le CSS3 continue d'évoluer et de se stabiliser. Nous avons vu apparaître des polices de caractères formidables, optimisées ou conçues spécialement pour les écrans, et nous avons aussi vu arriver sur le marché des écrans vraiment performants. Nous avons surtout pu constater que les Webdesigners prennent en assurance et en finesse lorsqu'il s'agit d'utiliser la typographie de manière de plus en plus frappante et efficace. Nous, Webdesigners, faisons notre typographie (et surtout notre composition) en CSS. Le CSS est toutefois une pellicule que l'on peut ôter, que ce soit en partie ou en totalité. C'est également une pellicule non pas d'instructions de design définitives, mais de guides, de conseils et de petits coups de pouce. Le Webdesigner, donc, doit être flexible. Vos designs doivent pouvoir s'adapter à l'environnement du lecteur, et le lecteur doit avoir la possibilité de s'adapter au design selon ses besoins. Nous en sommes à un point où les navigateurs Web fonctionnent non seulement mieux qu'avant (bien qu'Internet Explorer 6 continue à se trainer comme une vieille loque), ils sont aussi plus compétents et prennent de plus en plus de CSS en charge au fur et à mesure que les spécifications se développent et se stabilisent. La prise en charge des requêtes de média, permettant aux designers de se faire une idée du support qu'utilise le lecteur, compte parmi les progrès réalisés. En particulier, nous pouvons maintenant savoir si le lecteur utilise un écran, et en connaître la taille. Pour être plus précis, nous pouvons aussi envoyer différentes feuilles de styles à des écrans de différentes tailles. C'est ce qu'on appelle aujourd'hui le responsive design. Par exemple, le snippet de code qui suit peut servir à envoyer une feuille de styles à un appareil dont l'écran ne dépasse pas 480 pixels (comme un téléphone portable):

```

001 <link rel="stylesheet" media="screen and
(max-device-width: 480px)" href="mobile.css"
type="text/css" />

```



Le thème Clearflex Shopify a un responsive design qui s'adapte à la taille de l'écran.

Grâce à cela, nous avons la capacité de fournir aux petits appareils des guides de composition différents de ceux des écrans larges d'ordinateur (si le logiciel du lecteur supporte les requêtes de média, bien entendu). Nous aurons toujours besoin que les designs restent flexibles et polyvalents.

Jusqu'à il y a peu, les recommandations de composition que nous pouvions mettre dans le CSS se limitaient à celles qu'auraient pu connaître des compositeurs de caractères en métal dans les années 40 : un très petit nombre de polices de caractères, un nombre modeste de caractères alphanumériques et de ponctuation, du gras, de l'italique, quelques interlignes, marges et espaces. Les tailles de polices sur le Web sont de nombre et de granularité infinies, mais à part cela rien ne fait référence à la nature numérique du Web. Heureusement, tout cela a commencé à changer, surtout ces dernières années, tout comme l'intérêt que portent les Webdesigners envers la partie typographique de leur travail et leurs compétences dans ce domaine.

L'implémentation des polices Web dans les principaux navigateurs a, de bien des façons, changé la donne. En particulier, la possibilité pour le navigateur d'utiliser une police se trouvant non pas sur l'ordinateur du lecteur mais téléchargée sur demande à partir d'un serveur Web, a fourni des solutions à bien des problèmes.

Parmi ces problèmes se trouvait celui de font-weight. Il était pratiquement impossible pour les navigateurs d'utiliser une graisse autre que normal ou gras, malgré le fait que les conditions requises soient spécifiées dans le CSS1 depuis 1996. Par exemple, pour obtenir une graisse semi-grasse, un designer aurait dû pouvoir utiliser font-weight:600, et font-weight:100 pour une graisse ultralégère. Le premier problème est que les polices contenant plusieurs graisses ne sont pas extrêmement courantes et que, même si leur installation peut être plus ou moins garantie (sur un réseau d'entreprise, par exemple), les navigateurs, même aujourd'hui, ignorent la règle CSS ou choisissent la mauvaise graisse.

À moins d'utiliser des polices Web. Grâce à la règle @font-face, les polices semi-grasses et ultralégères se trouvent sur un serveur Web et le Webdesigner indique clairement quelles sont les graisses correctes. Voici un exemple simplifié :

```

001 @font-face {
002   font-family: Calluna;
003   src: url(Calluna-Semibold.woff);
004   font-weight:600;
005 }

```



L-R Calluna Sans normal, semi-gras et gras.

- 100 Thin
- 200 Light
- 300 Book
- 400 Regular
- 500 Medium
- 600 DemiBold
- 700 Bold
- 800 ExtraBold
- 900 Heavy

La propriété CSS font-weight prend des valeurs entre 100 et 900, comme le montre la superfamille Brokman.

Les problèmes des navigateurs sont encore pires lorsqu'il s'agit de choisir différentes largeurs d'une police, comme les styles condensé ou élargi. En 1998, la propriété font-stretch a fait son apparition dans le CSS pour gérer tout cela. Elle comprend neuf valeurs, allant d'ultracondensé à ultraélargi. C'est triste que quatorze ans plus tard elle n'ait jamais été implémentée avec succès.

Le plus gros du problème, c'est d'identifier quelle police, dans une famille, est ultracondensée de conception alors qu'elle est par exemple appelée super-étroite. Et l'on suppose aussi que la police est installée, et peut être aussi identifiée comme faisant partie d'une font-family (les métadonnées des polices peuvent être très incohérentes).

Que doit donc faire un navigateur lorsque le style ultracondensé n'est pas installé sur l'ordinateur du lecteur ? La réponse est qu'il est censé aller chercher le style extracondensé, puis condensé, et que s'il ne les trouve pas, il doit choisir la largeur normale (si elle est disponible). Nos Webdesigns doivent donc pouvoir s'adapter à ces situations. Heureusement, les polices Web viennent une nouvelle fois à notre rescousse, car elles augmentent beaucoup les chances que cette police ultracondensée soit utilisée. Cette fois-ci, le pragmatisme exige que nous abandonnions complètement la propriété font-stretch et que nous nous contentions de donner un nom à la police condensée, de cette manière :

```

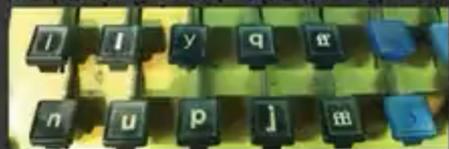
001 @font-face {
002   font-family: Proxima Nova Extra
Condensed;
003   src: url(ProximaNova-ExCon.woff);
004 }

```

Why pangolins dream of quiche
Why pangolins dream of
Why pangolins dream of

De haut en bas : trois formes de Trilogy Sans, compressé, normal et élargi.

Le compositeur de caractères en métal du début du 20e siècle connaît également les ligatures, toutes bien alignées sur son clavier Linotype.



Le clavier d'une Linotype des années 50 : remarquez les ligatures.



BASES DE MISE EN PAGE

"Une bonne typographie est invisible. Dans la typographie, en faire moins est en général un plus."

"On peut faire qu'une police ordinaire rende bien, et on peut assurément faire qu'une belle police rende mal"

TAILLE DE CARACTÈRE

Lorsque vous faites votre mise en page, commencez toujours par déterminer la taille du texte. Plus il est gros, mieux c'est, alors

commencez par la taille par défaut du navigateur (en général 16 pixels). Cela semble peut-être trop gros, mais n'oubliez pas que nous lisons nos écrans à une certaine distance, alors relativement parlant le texte aura la même taille que celui de ce magazine, qui se trouve plus près de vos yeux que votre écran. Essayez différentes échelles de tailles pour obtenir le contraste souhaité. Les hiérarchies de la page doivent sauter aux yeux, mais vous n'êtes pas forcément obligé de les réaliser grâce à des échelles, les graisses et les couleurs fonctionnent tout aussi bien. Le calculateur d'échelle modulaire de Tim Brown pourra vous aider.

Modular Scale

16	px ideal text size
120	px important number
2.3	perfect fifth
Submit Query	

Calculateur Modular Scale (modularscale.com)

LONGUEUR DE LIGNE

La largeur optimale, pour lire, est traditionnellement de 47-78 caractères. C'est aussi le cas pour le Web, et cela donne environ 22-38 em (360-600 pixels pour un texte à 16 pixels). Vérifiez que la longueur de ligne du corps de votre texte est dans cette fourchette. Comme c'est une fourchette, vous pouvez définir votre largeur comme pourcentage d'une taille de fenêtre afin d'avoir plus de flexibilité et un design plus responsive.

HAUTEUR DE LIGNE

La hauteur de ligne est liée à la mesure et à la taille du caractère. Plus la ligne est longue ou plus le texte est petit, plus il faut d'interlignage. Pas de loi absolue ici, mais le corps du texte aura besoin d'une hauteur de ligne d'au moins 1,3 em.

```
001 body {line-height:1.3em}
002 hi {line-height:1.1em}
```

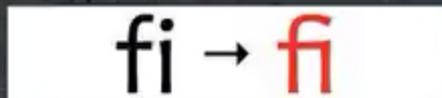
In Which Phileas Fogg and Passepartout Accept Each Other, the One as Master, the Other as Man

By Phileas Fogg, Inc. © 2011. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, without the prior written permission of the publisher.

Les textes courts ont besoin de lignes hautes plutôt que larges

Beaucoup disent d'utiliser une hauteur de ligne sans unité. Il ne faut pas (et c'est peu sérieux) car un gros texte doit avoir une petite hauteur de ligne, proportionnellement à sa taille. En utilisant des EM pour line-height (comme dans l'exemple ci-dessus) cela vous oblige à remettre à zéro la hauteur de ligne de tous les éléments au large texte, et c'est une bonne chose.

Les ligatures contribuent à la netteté et à la lisibilité en remplaçant des paires de lettres incompatibles par un caractère conçu spécialement pour l'occasion. Il arrive souvent que la barre d'un f ne soit pas compatible avec le point d'un i, une ligature sert donc à éviter un conflit. Il est en théorie possible depuis plusieurs années d'insérer des ligatures dans des mots, sur des pages Web, mais elles n'ont jamais vu le jour, principalement parce que les polices les plus distribuées et dont nous nous servons le plus ne les incluent pas ou n'en ont pas besoin. Cette situation change aujourd'hui car les navigateurs Web s'attèlent enfin à la technologie qui nous était arrivée avec la publication assistée par



La police ClearType de Microsoft, Candara, comprend une ligature fi, comme vous pouvez le voir.

ordinateur des années 80. Bienvenue à l'insertion automatique des ligatures ! Les premières polices avec ligatures à être distribuées globalement ont été les polices ClearType de Microsoft. Ce qui est ironique, c'est que le navigateur actuel de Microsoft n'est toujours pas capable d'insérer automatiquement les ligatures, mais ça, c'est de l'Internet Explorer tout craché. Firefox, Safari et Chrome le peuvent par contre (et Internet Explorer 10 le pourra aussi). Les soi-disant ligatures "courantes" sont par défaut affichées dans toutes tailles de texte par Firefox sur Mac OS X, et à partir de 20 pixels par Firefox sur Windows. Elles varient selon la police, mais comprennent en général fi, fl, fl, ffl et ffi. Pour Safari et Chrome, les ligatures sont désactivées par défaut pour des raisons de performance, ce qui concerne particulièrement les navigateurs WebKit tournant sur des appareils moins puissants comme les smartphones ou certaines tablettes. Pour un texte de plus grande taille, où l'on remarque davantage l'absence de ligatures (et donc les lettres clashent les unes avec les autres), vous pouvez activer les ligatures en utilisant cette règle :

```
001 hi {
002 text-rendering: optimizeLegibility;
003 }
```

Techniquement parlant, text-rendering est une propriété SVG qui n'est définie dans aucun standard CSS. Cependant, les navigateurs Gecko et WebKit vous permettent de l'appliquer au HTML.

L'insertion automatique de ligatures se fait par une technologie pour polices appelée OpenType, laquelle est de nature fondamentalement numérique. Par coïncidence, OpenType a vu le jour en 1996, la même année où le CSS est devenu un standard, mais il a fallu attendre le CSS3 pour que nous puissions utiliser sur

le Web les fonctionnalités OpenType comme les ligatures et bien d'autres encore. La majorité des fonctionnalités OpenType peuvent être contrôlées par le biais de la propriété font-feature-settings, actuellement supportée par Firefox, Chrome/Win et Internet Explorer 10. La syntaxe est un peu ébarbative car elle colle beaucoup à la spécification OpenType. D'autres propriétés, plus faciles à comprendre, ont été spécifiées en CSS3, mais elles ne sont pas encore implémentées dans les navigateurs actuels. Voici comment activer les ligatures en utilisant font-face-settings :

```
001 -moz-font-feature-settings: "liga" 1;
002 -ms-font-feature-settings: "liga" 1;
003 -webkit-font-feature-settings: "liga" 1;
004 font-feature-settings: "liga" 1;
```

Notez la légère différence entre la syntaxe Gecko, plus ancienne (pour Firefox) et les autres navigateurs qui ont la nouvelle syntaxe "standard". Notez que si vous voulez désactiver les ligatures ordinaires, vous pouvez remplacer le 1 par un 0. Vous avez peut-être déjà vu d'autres ligatures, comme le "st à boucle". Ces substitutions moins courantes sont appelées ligatures esthétiques et doivent être utilisées avec parcimonie (uniquement dans les titres, par exemple). Vous pouvez les activer en plus des ligatures courantes ainsi :

```
001 -moz-font-feature-settings: "liga" 1,
dlig" 1;
002 font-feature-settings: "liga" 1, "dlig" 1;
```



Calluna comprend des ligatures esthétiques.

(Nous avons supprimé les autres préfixes de navigateurs pour faire plus court.)

La spécification de ligatures esthétiques tombe dans la catégorie de l'amélioration progressive. Ce n'est pas grave si les utilisateurs ou les navigateurs moins performants ne peuvent pas les voir, mais les navigateurs modernes profiteront d'un plus visuel. Au passage, vous avez également, dans certaines polices, une variante sous forme d'ornement : un caractère ornemental en remplace un normal, souvent à la fin d'un mot. Par exemple :

Spiekermann

Ornement dans Triology Fatface.

```
001 <p>Spiekerman<span class="swsh">nt</span></p>
002 .swsh {
003 -moz-font-feature-settings: "swsh" 1;
004 font-feature-settings: "swsh" 1;
005 }
```

COMMENT CHOISIR LA POLICE ADÉQUATE

L'art du choix des polices à utiliser dans un design peut prendre des années à maîtriser. Il existe aujourd'hui des milliers de polices Web, et se constituer une bibliothèque personnelle de polices que l'on connaît bien prend du temps. C'est aussi une science. Il y a toujours, pour le texte, certaines nécessités objectives. En vous basant sur celles-ci, vous pourrez réduire votre liste de polices. Demandez-vous ce pour quoi le texte sera utilisé, comment et où il le sera, et dans quelles conditions ?

JEU DE CARACTÈRES

Tout d'abord, réfléchissez au jeu de caractères qu'il vous faudra. Les langues de quels pays devrez-vous supporter ? Certaines langues comme le slovène ont des accents que l'on ne trouve pas toujours dans les polices (comme les diacritiques dans slovensčina), alors vérifiez que vos polices contiennent les caractères adéquats. S'il le faut, essayez de copier des accents dans les testeurs de polices disponibles sur tous les bons sites de polices Web.

LES BONNES TAILLES

Choisissez-vous une police exprès pour l'utiliser en très grande ou en très petite taille ? Par exemple pour des titres ou des légendes ? Voyez (et testez) si les polices donneront bien dans ces tailles. Y aura-t-il des contraintes liées à l'espace disponible ? Peut-être devrez-vous mettre un texte accrocheur dans un carrousel, auquel cas vous chercherez plutôt une famille de polices contenant les styles normal et condensé de la même police de caractères.

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin and are the only mammals with this adaptation.

Pris sur Wikipedia

PT Sans est disponible en style mince et légende, pour, respectivement, du texte gros et petit.

GRAISSES ET ITALIQUES MULTIPLES

Il sera peut-être utile de chercher des superfamilles contenant des polices de nombreuses graisses différentes. Si vous devez faire une distinction entre plusieurs niveaux de titres, les superfamilles peuvent vous donner une certaine flexibilité et une cohérence entre les différentes tailles.

OPTIMISATION

Si vous utilisez des versions d'Internet Explorer antérieures à la version 9, il est préférable que vos polices soient optimisées à la main. Ce processus aide Windows à transformer les vecteurs des fichiers de polices en pixels afin qu'elles soient lisibles sur un écran. Les smartphones et les Macs utilisent un autre processus qui ne demande pas d'optimisation.

Optimisation de Siri
Core dans FontLab



L'affichage du texte sur écran, surtout

dans Windows, peut être amélioré grâce à une optimisation. Les vecteurs (contours) sont rasterisés pour s'adapter aux pixels composant un écran. L'optimisation change les pixels utilisés afin d'empêcher que les lignes ne se coupent, ou que les ouvertures ne se ferment. Cette optimisation se fait par lettre et par taille. L'optimisation automatique, c'est parfois bien, mais il sera presque toujours mieux de le faire à la main. Par contre, cela prend du temps et demande des connaissances techniques considérables. Notez que l'optimisation change la forme du dessin des lettres. Mac OS X et la grande majorité des smartphones (dont iOS, Android et Windows Phone 7) et des tablettes ignorent l'optimisation et préfèrent favoriser l'exactitude des formes, et donc aboutissent à un compromis en ayant un rendu plus doux (certains diront même flou).

FONCTIONNALITÉS OPENTYPE

Réfléchissez si vous avez l'intention d'utiliser des fonctionnalités OpenType. Vérifiez que la police a les options que vous voulez, comme les ligatures, les petites capitales, des chiffres à alignement ancien ou tabulaire, etc.

POUR UNE LECTURE PROLONGÉE

Certaines fonctionnalités courantes du design d'une police peuvent indiquer si celle-ci conviendra au corps d'un texte (le texte principal d'une page Web), surtout si cette police sera utilisée sur un écran.

Les écrans affichent mal le texte. Même les meilleurs d'entre eux ont des résolutions qui sont à une fraction de celles qu'on trouve sur la moins chère des LaserJet. Les bonnes polices pour écrans sont conçues en tenant compte de cela.

CONTRASTE

Le contraste du design d'une police peut rendre la lecture plus facile, mais trop de contraste et la police sera mal affichée en petites tailles. Si le contraste est trop faible, la lecture deviendra fatigante.

contrast
contrast

Bodoni à fort contraste. Futura à faible contraste.

SERVICES DE POLICES WEB



• **Fontdeck (fontdeck.com)** Le service indépendant le plus populaire, il propose des polices exclusives.



• **Typekit (typekit.com)** Maintenant possédé par Adobe.



• **Webtype (webtype.com)** Par la fonderie Font Bureau, une collection modeste d'excellentes polices.



• **WebInk (webink.com)** Fait par Extensis, les créateurs de Sultcase Fusion.



• **Typotheque (typotheque.com)** Le premier service dirigé par une fonderie : très bien optimisé.



• **Google Web Fonts (google.com/webfonts)** Polices entièrement gratuites de qualité variable.



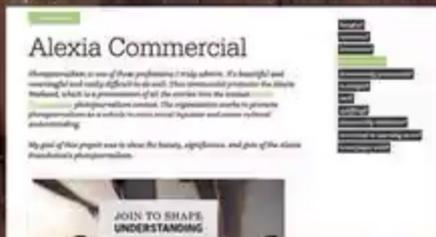
• **Fonts.com (webfonts.fonts.com)** Nous vient de ce géant des polices qu'est Monotype.

GALERIE DE POLICES WEB

Dix sites où figure une excellente typographie se servant des polices Web issues de notre liste "Dix des Meilleures".



1 Do Lectures (dolectures.com) utilise Rooney Web et Proxima Nova.



2 Genevieve Tabios (imgenevieve.com) utilise Ingeborg et URW Egyptienne Narrow.



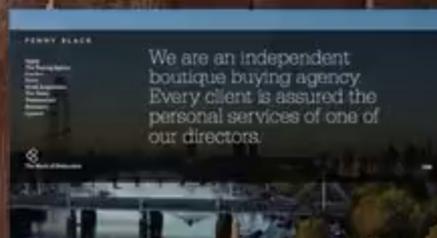
3 Avios (avios.com) utilise FS Joey.



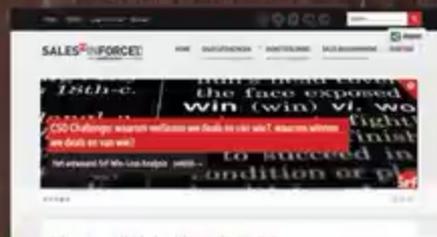
4 Aston Martin (astonmartin.com) utilise Classico.



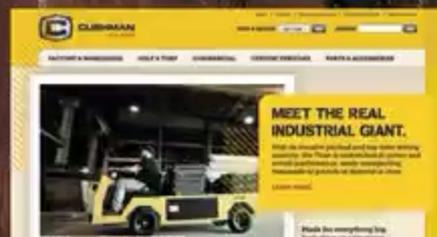
5 Brent Riddell (brentiddell.com) utilise Adso.



6 Penny Black (pennyblackgroup.com) utilise Serifa.



7 Sales Reinforced (salesreinforced.com) utilise Depot Web Condensed.



8 Cusman (cusman.com) utilise Cargo et Museo Slab.



9 Waterleaf Architecture (waterleaf.com) utilise URW Grotesk.



10 Dropbox (dropbox.com) utilise Open Sans.

TAILLES OPTIQUES

Certaines polices de caractères contiennent des fontes conçues pour être utilisées en grande taille (elles ont en général le suffixe "Display", ou "écran"). Une police pour écran a un contraste en général plus élevé qu'une police pour texte, et peut aussi être légèrement plus compressée et avoir des espaces moins larges.

De temps en temps, les fontes présentent de grandes différences, comme Abril. Abril Display est basée sur les formes à haut contraste d'une DiDone, tandis qu'Abriil Text ressemble plutôt à une vieille égyptienne. Pourtant les deux vont très bien ensemble quand elles sont mises à des tailles adéquates.

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin and are the

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin and are the

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin and are

The Pangolin

A pangolin or scaly anteater is a mammal of the order Pholidota. Pangolins have large keratin scales covering their skin and are

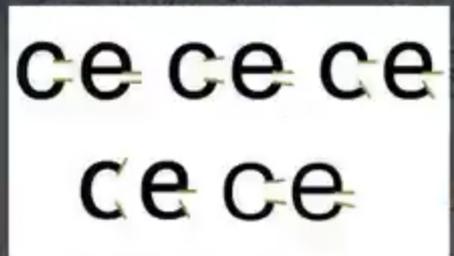
De haut en bas : Din Display et DinText, Abril Display et Abril Texte, Siri et Siri Core. Dans tous les cas, le style Text est disgracieux lorsqu'il est large, et le style Display est trop fin lorsqu'il est petit.

X-HEIGHT

X-height, probablement plus que le reste, fait une grande différence dans la lisibilité d'un écran. X-height fait référence à la proportion du x par rapport aux hampes montantes (des lettres comme f et t). En général, un grand x-height fonctionne mieux sur écran car il donne l'impression que la fonte est plus grosse. Un petit x-height peut quand même aller selon le design de la fonte, mais en ayant un x-height plus grand vous aurez plus de place pour les lettres à trois étages, surtout les a et les s.

OUVERTURES

Ce sont les ouvertures du dessin d'une lettre, comme dans les lettres a, c, e et s. Une police avec de grandes ouvertures rendra le texte plus lisible.



Helvetica a des ouvertures fermées, tandis qu'Arial, LFT Elica, Raïdo et Runda ont de grandes ouvertures.

FORMES

On cite souvent Matthew Carter (designer de Georgia) pour cela : « Une police est un beau groupe de lettres, pas un groupe de belles lettres », mais évidemment la forme des glyphes fait une grosse différence. Des formes naturellement simples comme celles des polices sans empattement géométriques et la nature grossière et industrielle des égyptiennes vont bien pour les écrans. Pour contribuer à la lisibilité et à l'intelligibilité, voyez si le design d'une police fait la différence entre i, l et I, et entre 3 et 8 ou O et 0.



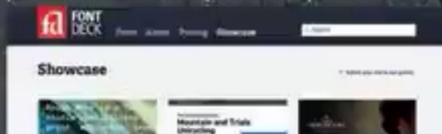
FS Me distingue bien les caractères, tandis qu'Helvetica, non.

Lorsque vous choisissez des fontes pour le corps du texte, cherchez-en qui aient un faible contraste, des variantes de style Display et Text, un grand x-height, de grandes ouvertures, et des formes simples et distinctes.

STYLE GÉNÉRAL

Comme dans tout bon design, le choix d'une police en revient à connaître votre client et son public. Certaines personnes préfèrent des ornements, d'autres des écritures grunge, et d'autres encore préfèrent que ce soit voyant et simple. Pour le corps du texte, il vous faudra freiner sur les ornements et sur le grunge, mais vous trouverez toujours une police qui vous ira.

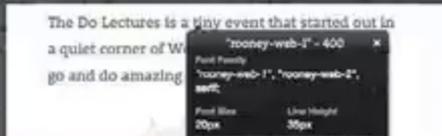
Prenez le temps de parcourir des sites proposant des polices Web. Allez visiter leurs galeries pour voir les polices en action. Utilisez la fonctionnalité de mise en favoris de Fontdeck et de Typekit pour vous constituer une longue liste de polices. Lisez les descriptions des polices, leurs designers ont souvent une utilisation particulière en tête lorsqu'ils les conçoivent.



La galerie de Fontdeck.

Installez également le bookmarklet WhatFont, c'est un excellent outil qui vous servira à trouver quelles polices sont utilisées sur un site (et il très pratique pour le débogage).

Par-dessus tout, assurez-vous que la police ne transmette pas ce que vous ne voulez pas qu'elle



WhatFont en action.

transmette (une police des années 70 dit-elle vraiment ce que vous voulez qu'elle dise ?) N'oubliez pas qu'il n'existe pas de police neutre : une police dégage de la neutralité, et c'est un message en soi.

Examinez les adjectifs de la liste qui suit : choisissez celui qui convient à votre client (pensez à le faire participer à cet exercice). Ensuite, passez votre liste de polices en revue, en tenant compte des termes choisis. Vous pouvez aussi les utiliser comme termes de recherche sur des sites de polices, et lorsque vous parcourez un site par le biais des mots-clés.

accessible	fabriquée à la machine	ouvrière
agréable	féminine	pulissante
angulaire	formelle	pratique
architecturale	forte	professionnelle
carrée	futuriste	propre
charmante	géométrique	résistante
classique	gravée	sensible
commerciale	humaniste	sexy
contemporaine	huppée	simple
cool	industrielle	sympathique
de confiance	jeune	solide
délicate	masculine	sophistiquée
douce	mince	technique
élégante	moderne	traditionnelle
extravagante	officielle	universelle
en vogue	ordinaire	vive

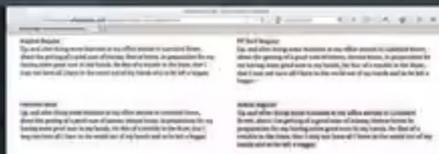
ASSOCIER DES POLICES

Si vous voulez associer des polices, n'oubliez pas : les contrastes s'attirent. Si vos polices se ressemblent trop, cela n'ira, en général, pas. Envisagez d'associer une police flashy et extravertie (de type Display) à une police discrète et intravertie (de type Text).

Si vous souhaitez utiliser plus d'une police, demandez-vous pourquoi. Beaucoup de polices, c'est comme beaucoup de voix : trop, et ça en devient une cacophonie de voix criant toutes les unes plus fort que les autres. Votre contraste peut-il être obtenu grâce à plusieurs graisses et tailles différentes de la même police ? S'il vous faut des titres vraiment grands, dans ce cas vous aurez besoin d'une police plus condensée. Si vous voulez que vos légendes soient petites et discrètes, il vous faudra une simple police sans empattement.

TESTER, TESTER, ENCORE TESTER

Pour le corps du texte, en particulier, créez une page d'exemple où vous pourrez comparer les différentes polices les unes par rapport aux autres et voir comment elles vont les unes avec les autres. Fontdeck a créé un outil qui fait cela automatiquement en fonction de vos préférences de polices (sur bit.ly/JIB.JVP).



Des testeurs automatiques de polices avec et sans empattement, par Fontdeck.

UN AVENIR RADIEUX

Des environnements de lecture en haute résolution et l'évolution rapide des logiciels font que les petits détails typographiques du Webdesign seront plus importants au fur et à mesure que la technologie progressera. Cela veut dire que les designers peuvent, et doivent, proposer différentes recommandations de composition, plus détaillées, dans leurs feuilles de styles. L'avenir de la typographie sur le Web est radieux.

LES 10 MEILLEURES POLICES

AVEC EMPATTEMENT :

- 1 Abril Text (Fontdeck, Typekit & WebINK)
- 2 Adelle (Fontdeck, Typekit & WebINK)
- 3 Adriane Text (Fontdeck)
- 4 Brioni Text (Typotheque)
- 5 Freight Text (Typekit)
- 6 Ingeborg (Fontdeck)
- 7 Magneta (Fontdeck)
- 8 Premiéra (Fontdeck)
- 9 Regime (Fontdeck)
- 10 Rooney Web (Typekit, WebINK)

SANS :

- 1 Akagi (Fontdeck)
- 2 Benton Sans (WebType)
- 3 Depot New Web (Fontdeck, Typekit, WebINK)
- 4 Frank (Fontdeck)
- 5 FS Me (Fontdeck)
- 6 LFT Etica (Fontdeck, Typekit, WebINK)
- 7 Open Sans (Google Web Fonts)
- 8 Runda (Fontdeck, Typekit)
- 9 Siri Core (Fontdeck)
- 10 URW Grotesk (Fontdeck)

POUR ÉCRAN :

- 1 Aperçu (Fontdeck)
- 2 Adso (Fontdeck)
- 3 Classico (Fontdeck)
- 4 Trilogy Fatface (Fontdeck)
- 5 Strangelove Next (Fontdeck)
- 6 Cabernet (Fontdeck)
- 7 Serifa (Fontdeck)
- 8 Iniuk (Fontdeck)
- 9 Cargo (Fontdeck, WebINK)
- 10 FS Joe (Fontdeck)

Idées design

Suivez le cycle de création d'un projet.

Projet | **hardgraft**
Société | **hardgraft (en interne)**
Web | **www.hardgraft.com**

Ce numéro : Ces designers de produits faits sur mesure expliquent pourquoi leur perfectionnisme les a conduits à concevoir et à développer leur boutique Web en interne.

hardgraft®

Historique

Le duo James Teal/Monie.Ka prend les rênes du site Web de Hard Graft et obtient un résultat digne de ses produits sur mesure.

Quand Hard Graft, initialement Working Class Heroes, est née en 2006, ses créateurs, James Teal et Monie.Ka, ne se souciaient pas du lendemain et ne possédaient aucun véritable savoir commercial. Ils avaient cependant un projet clair, celui de créer d'honnêtes produits faits main aux designs originaux et malins à partir de matériaux naturels. Les valeurs de Hard Graft se basent sur le fait que de véritables artisans créent leurs produits dans un atelier en Italie.

Il y a quelques années, Hard Graft a décidé que les accessoires high-tech devaient eux aussi être parés de coton et de cuir. Ils voulaient utiliser des matériaux haut de gamme pour créer des designs uniques, bien pensés, proposant une attention aux détails sans égale et un haut niveau d'artisanat. Son style caractéristique prend vie sous les doigts de deux artisans du cuir italiens pleins de talent qui se servent de leurs propres matériaux. Hard Graft utilise son propre mélange de haute qualité, 100 % feutre de laine et cuir végétal italien tanné. Pour rester dans la lignée du talent évident de Hard Graft, le site a été fait en interne.

James Teal, designer et cofondateur, nous explique : "Nous concevons et créons notre propre site en interne depuis que nous avons changé notre nom en Hard Graft en 2007. Tout a commencé par une simple boutique en ligne à la mise en page classique. Au fil des ans, le site a évolué, tout comme nous, et tout comme nos produits. Le design, pour moi, est après la qualité ce qu'il y a de plus important dans notre travail, et faire le site en interne était la façon la plus facile et la plus honnête de procéder. Je pense que nous aurions rendu une agence externe folle : nous sommes des perfectionnistes."



Monie.Ka,
fondatrice/designer

1 Concept

Hard Graft vend des produits : cette notion était le point de départ du site. Aucune vitrine, juste l'essentiel.

Teal : " Notre première idée quand nous avons fait notre site actuel a été de supprimer tout ce qui était superflu et d'aller à l'essentiel. Comme de nombreuses boutiques en ligne, nous avions une image de présentation, l'équivalent d'une vitrine dans la vraie vie. Nous nous sommes demandé s'il ne serait

pas mieux d'éliminer la barrière que représentait la vitrine. Maintenant, quand vous venez sur Hard Graft, vous atterrissez directement sur la boutique, au milieu de tous nos magnifiques produits faits à la main. Ils ont tellement bien été photographiés qu'on pourrait presque en sentir la texture."

2 Design

Un processus de design simple à base de maquettes faites sous Photoshop a aidé à visualiser le concept du site Hard Graft. C'est en laissant reposer le design quelques jours puis en y revenant par la suite que le bon choix a pu être fait.

Teal : " Le design a été fait de manière relativement simple. Tout d'abord, ma partenaire MonieKa et moi avons dessiné des idées dans notre carnet de notes, puis nous en avons discuté, et enfin nous avons créé des maquettes sous Photoshop. Nous visualisons d'abord chaque page, laissons reposer le tout quelques jours, et si après nous pensions toujours que la mise en page était bien, nous la gardions."



3 Build

Pour que la boutique Web de Hard Graft soit réussie, il était essentiel de lui choisir un back-end adapté ; après pas mal de recherches, c'est Shopify qui a été sélectionné plutôt que leur ancienne plateforme d'e-commerce.

Teal : " Le back-end de la boutique en ligne de notre dernier site était Magento. Nous qui sommes des designers nous n'en aimons pas du tout l'apparence. Il avait l'air vraiment disgracieux, nous avons donc fait pas mal de recherches pour trouver une meilleure plateforme. Beaucoup de choses ont changé depuis la conception et la programmation de notre site en 2007, et maintenant il existe heureusement des plateformes d'e-commerce vraiment bonnes. Nous avons choisi Shopify et y avons implémenté nos nouveaux designs, mais cela n'a pas été facile car Shopify pose certaines limites, comme une taille d'images maximale ou son propre langage. Nous avons dû trouver des solutions ingénieuses afin d'arriver à une mise en page et une fonctionnalité parfaites. Par contre, la gestion des monnaies multiples et la fonctionnalité cross-browser doivent être constamment mises à jour, ce qui nous pose encore quelques difficultés"



La sortie

Teal : " Lancer le site, c'était effrayant. Avec l'ancienne boutique Magento, le site plantait à chaque fois que nous publions une newsletter. Nous voulions donc être sûrs que cette fois il saurait gérer le trafic. À part la newsletter, nous n'avons jamais fait de publicité. Quand nous y repensons, c'était une sortie plutôt réussie, avec seulement quelques erreurs ici et là que nous avons corrigées à la volée. Nos produits et nos designs sont conçus pour le professionnel de la création qui aime la qualité et se délecte de détails et d'individualité ; celui-ci pourra constater que nous avons travaillé dur sur le site Web, et nous aimons à penser qu'il appréciera cet effort. Même si nous sommes des designers de produits, nous avons démontré qu'il faut que le design soit aussi soigné dans l'emballage et la charte graphique que dans le site Web. Tout s'emboîte."



James Teal, fondateur/designer

hard graft

WORKING CLASS HEROES

Originally named Working Class Heroes, the spirit of the hard graft brand was born in 2006 with a simple yet remarkably fresh idea for a New York shoe using the surprising combination of wool felt and leather. This is the trademark style of hard graft.

hard graft

Créer un carrousel e-commerce avec jQuery et XML

Faites défiler un contenu pour mettre en valeur n'importe quelle boutique ou galerie en ligne.

outils | tech | tendances Dreamweaver, jQuery, XML
expert Neil Pearce



01 Au commencement

La première chose à faire est d'ouvrir un nouveau document dans votre éditeur de texte en utilisant le nouveau doctype HTML et d'ajouter les chemins des feuilles de styles. Ici, nous utilisons la police Lobster récupérée via Google Web Fonts, mais vous pouvez utiliser celle que vous voulez.

```
001 <head>
002     <title>Carrousel de contenu en
jQuery et XML</title>
003 <meta charset="UTF-8" />
004
005 <!-- CSS -->
006 <link rel="stylesheet" type="text/css"
href="css/style.css" />
007 <!-- Google fonts -->
008
009 <link href='http://fonts.
googleapis.com/css?family=Lobster'
rel='stylesheet' type='text/css' />
010 </head>
```

02 Conteneur principal

Nous allons maintenant ajouter notre conteneur principal pour centrer le tout. Ensuite, nous insérerons notre titre d'en-tête en utilisant la balise d'en-tête HTML5. Créons maintenant un id conteneur pour ancrer notre jQuery, suivi d'un conteneur et d'un wrapper que nous utiliserons dans CSS.

```
001 <div class="main-container">
002
003     <header class="header">
004         <h1>Carrousel de contenu
005en <span>jQuery & XML</span></h1>
006     </header>
007
008     <section id="container"
009class="container">
010         <div class="wrapper">
011
012
013         </div><!-- Fin wrapper -->
014
015     </section><!-- Fin container -->
```

03 Le contenu de l'élément

Nous devons à présent ajouter le code pour l'élément à l'intérieur de la div wrapper. Comme nous allons créer plusieurs éléments, il faut donner à chacun une classe d'élément ainsi qu'une autre classe, item-1. À l'intérieur, tout est explicite, mais vous remarquerez qu'il y a une div vide avec un nom de classe img. Celle-ci sera utilisée plus tard dans ce tuto avec le CSS qui inclura les images des produits à afficher.

```
001 <div class="item item-1">
002
003     <div class="item-main">
```

Les sites Web d'aujourd'hui sont devenus beaucoup plus que de simples pages statiques qui ne font rien. Nous sommes maintenant habitués à voir sur tous les sites modernes au moins quelques interactions animées avec lesquelles l'utilisateur peut s'amuser.

Les sites e-commerce par exemple ont presque toujours, de par leur nature, besoin de contenir beaucoup de produits, parfois à l'intérieur d'une petite section de la page. Quelle meilleure solution alors que d'avoir un bandeau déroulant ou un carrousel d'images qui permettent à l'utilisateur non seulement de voir le produit, mais également de lire toutes les formations sur celui-ci sans avoir à quitter la page ? Le but de ce tutoriel est de vous permettre de créer des boîtes de contenu que vous pourrez faire défiler indéfiniment (en un mouvement circulaire) et, lorsque le lien "En savoir plus" sera cliqué, l'élément choisi se déplacera vers la gauche et une nouvelle zone de contenu (chargée par XML) s'affichera pour montrer plus d'informations sur le produit. Nous pourrions ensuite naviguer dans le carrousel où chaque étape dévoilera la boîte précédente ou suivante avec son contenu agrandi. Lorsque la croix de fermeture sera cliquée, le contenu agrandi "glissera" et retrouvera sa place et taille originales. Nous allons utiliser un plug-in jQuery qui existe déjà mais nous allons le personnaliser un peu en jouant avec les paramètres et, vers la fin, nous chercherons un moyen simple pour charger des données externes avec XML.

alors que d'avoir un bandeau déroulant ou un carrousel d'images qui permettent à l'utilisateur non seulement de voir le produit, mais également de lire toutes les formations sur celui-ci sans avoir à quitter la page ? Le but de ce tutoriel est de vous permettre de créer des boîtes de contenu que vous pourrez faire défiler indéfiniment (en un mouvement circulaire) et, lorsque le lien "En savoir plus" sera cliqué, l'élément choisi se déplacera vers la gauche et une nouvelle zone de contenu (chargée par XML) s'affichera pour montrer plus d'informations sur le produit. Nous pourrions ensuite naviguer dans le carrousel où chaque étape dévoilera la boîte précédente ou suivante avec son contenu agrandi. Lorsque la croix de fermeture sera cliquée, le contenu agrandi "glissera" et retrouvera sa place et taille originales. Nous allons utiliser un plug-in jQuery qui existe déjà mais nous allons le personnaliser un peu en jouant avec les paramètres et, vers la fin, nous chercherons un moyen simple pour charger des données externes avec XML.

```
<div class="content-wrapper">
<div class="content">
<div class="content">
</div>
</div>
</div>
```

<ci-dessus>
• Le conteneur sera caché tant que le bouton "En savoir plus" n'aura pas été cliqué. Notez que nous avons laissé le contenu vide.

Un carrousel permet à l'utilisateur d'examiner un produit sans avoir à quitter la page.

Carrousel de contenu en jQuery et XML



Apprendre de ses erreurs
29 €
Il n'y a que ceux qui n'essayent jamais qui ne font pas d'erreurs.

<Gauche>
• Une fois que les photos des produits sont ajoutées, de même que les styles, vous pourrez voir le carrousel prendre forme.
<Ci-dessus>
• Ajouter de petites choses comme la typographie vous donnera une bonne idée de ce que cet élément rendra sur la page.

```
004 <div class="img"></div>
005 <h3>L'imagination est puissante
006</h3>
007 <p class="price">19€</p>
008 <h4>
009 <span class="quote">&ldquo;</
010span>
011 <span>L'imagination est plus
012importante que la connaissance.</span>
013 </h4>
014 <a href="#"
015class="more">Plus</a>
016
017 </div><!-- Fin item -->
```

04 Le contenu interne
À présent, nous allons ajouter le code dans notre contenu interne. Lorsque le bouton "En savoir plus" est cliqué, il glisse et s'ouvre pour révéler le contenu qui, dans une étape suivante, sera rempli par XML. Ce code HTML doit être réglé de manière à être

positionné juste en dessous du contenu, et de nouveau, celui-ci contient de nombreuses classes vides que nous utiliserons dans les prochaines étapes pour le CSS.

```
001 <div class="content-wrapper">
002 <div class="content">
003 <h6>L'imagination est la clé de
004l'être</h6>
005 <a href="#" class="close">Fermer</
006a>
007 <div class="content-text">
008 </div><!-- Fin content text -->
009 <ul>
010 <li><a href="#">En savoir plus</a>
011</li>
012 </ul>
013 </div><!-- Fin content -->
014 </div><!-- Fin content-wrapper -->
```

05 Un autre élément
Vous devez à présent dupliquer le code de

l'élément (des étapes 3 et 4) autant de fois que vous le voulez. Dans ce tutoriel, nous avons créé huit éléments, chacun avec un nom de classe particulier : élément-2, élément-3, élément-4, etc. ; tout le reste peut être laissé tel quel.

```
001 <div class="item item-2">
002 <div class="item-main">
003 <div class="img"></div>
004 <h3>Apprendre de ses erreurs</h3>
005 <p class="price">29 €</p>
006 <h4>
007 <span class="quote">&ldquo;</span>
008 <span>Seul ceux qui n'essayent jamais
009 ne font jamais d'erreurs.</span>
010 </h4>
011 <a href="#" class="more">Plus</
012a>
013 </div><!-- Fin item -->
014 <div class="content-wrapper">
015 <div class="content">
016 <h6>Avez-vous fait des erreurs?</
017h6>
018 <a href="#" class="close">Fermer</a>
019 <div class="content-text">
020 </div><!-- Fin content text -->
021 <ul>
022 <li><a href="#">En savoir plus</
023a></li>
024 </ul>
025 </div><!-- Fin content -->
026 </div><!-- Fin content-wrapper -->
```

06 Démarrer le CSS
Dans cette étape, nous allons ajouter notre code CSS. Nous afficherons les éléments HTML5 en blocs de niveau pour terminer le style cohérent et ajouter une image d'arrière-plan. Enfin, nous centrerons le conteneur principal avec une marge supérieure et inférieure de 20 pixels.

```
001 *{
002 Margin: 0;
003 Padding: 0;
004 }
005 section, aside, footer, header {
006 display: block;
007 }
008 body {
009 font: 12px/18px Arial, sans-serif;
010 margin: 0;
011 padding: 0;
012 color: #43200d;
013 background: url('../imgs/bg.png');
014 }
015 .main-container {
016 width: 990px;
017 margin: 20px auto;
018 }
```

07 Les styles de carrousel

Pour la mise en page du carrousel nous allons positionner beaucoup de choses. Lorsque nous positionnons un élément relatif, tout ce qui se trouve dans cet élément peut être positionné en absolu n'importe où à l'intérieur (comme nous l'avons fait avec les boutons de fermeture et "En savoir plus"). Pour terminer, nous ajoutons une touche de CSS3 avec une box-shadow pour lui donner un aspect final plus sophistiqué. Vous trouverez le code complet sur le CD.

```
001 .close{
002   position:absolute;
003   top:10px;
004   right:10px;
005   background:#fff url('../imgs/cross.png')
no-repeat center center;
006   width:27px;
007   height:27px;
008   text-indent:-9000px;
009   outline:none;
010   -moz-box-shadow:1px 1px 2px
rgba(0,0,0,0.2);
011   -webkit-box-shadow:1px 1px 2px
rgba(0,0,0,0.2);
012   box-shadow:1px 1px 2px rgba(0,0,0,0.2);
013   opacity:0.7;
014 }
```

08 Les images des éléments

Ajoutons à présent les images de nos produits en utilisant CSS. Avant tout, nous attribuons au bouton de fermeture un état de survol en utilisant les paramètres d'opacité et notre élément principal qu'est notre arrière-plan (positionné sans rien de caché afin que rien ne déborde). Puis nous incluons l'image que nous voulons en utilisant la classe `img`, avant d'utiliser la même image pour les autres éléments. Là encore, le code complet est sur le CD.

```
001 .close:hover{
002   opacity:1.0;
003 }
004 .item-main{
```

09 Google Web Fonts

Nous devons à présent mettre en forme nos titres avec une typo de Google Web Fonts qui s'appelle Lobster. Allez sur www.google.com/webfonts et recherchez Lobster. Une fois trouvée, vous pouvez inclure le lien dans l'en-tête (fait dans l'étape 1) et intégrer le CSS dans la règle `h1` et `item.h3`. Vous pouvez ensuite leur donner une petite ombre portée afin d'apporter de la cohérence à l'ensemble. Le code complet de l'étape est sur le CD.

```
001 h1 {
002   font-family: 'Lobster', cursive;
003   font-size:30px;
004   color: #333;
```



```
005 text-shadow: 0px 1px 1px #fff;
006 }
```

10 Le style des légendes

Ajoutons à présent du style aux légendes se trouvant sous chaque produit. Ici, nous utilisons la typo Georgia (parce qu'elle est plus lisible) et lui donnons une belle bordure gauche. Nous choisissons pour notre légende une police de taille 80 pixels, d'une couleur aussi discrète que possible. Nous pouvons ensuite définir le style de notre balise prix et le faire un peu ressortir grâce à une marge supérieure négative. Le code complet est sur le CD.

```
001 .item h4{
002   font-family: "Georgia","Times New
Roman", serif;
003   font-style:italic;
004   font-size:12px;
```

11 Le conteneur

Maintenant que nous avons le style général du carrousel, nous devons mettre les choses dans un conteneur en ajoutant des styles à notre contenu qui apparaît lorsqu'on clique sur le bouton "En savoir plus". Nous pouvons donner du style à l'arrière-plan via la `div` `contentwrapper` (conteneur de contenu) et nous assurer que tout ce qui déborde est caché. Donnez au contenu principal une largeur de 660 pixels en utilisant la classe de contenu. Retrouvez le code complet sur le CD.

```
001 .content-wrapper{
002   background:#ddd95;
003   position:absolute;
004   width:0px;
005   height:440px;
006   top:5px;
007   text-align:left;
```

Scripts de bas de page

Garder vos scripts au bas de votre page est plutôt une bonne solution, puisque cela aide la page à se charger plus rapidement.

12 Terminer le contenu

Ajoutons les derniers éléments de style à notre contenu. Ici, le texte est à 14 pixels et nous utilisons aussi Georgia pour que tout soit cohérent avec l'aspect général du carrousel. Nous avons utilisé la police Lobster pour le titre des contenus. Enfin, nous créons une liste non ordonnée (``) qui servira pour les éventuels boutons qui se trouvent sous le texte principal. Le code complet de l'étape est sur le CD.

```
001 .content-text{
002   font-size: 14px;
003   font-style: italic;
004   font-family: "Georgia","Times New
Roman", serif;
005   margin:10px 20px;
```

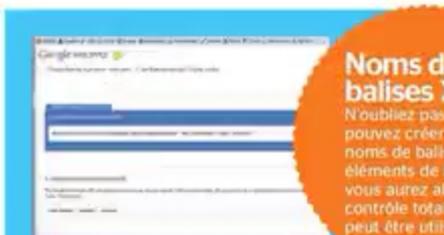
13 Les flèches de navigation

Tout ce que nous avons à faire ici est d'ajouter nos flèches pour faire tourner notre carrousel. Les flèches sont sur le CD, mais vous pouvez créer les vôtres si vous voulez vous entraîner. Nous les positionnons en absolu et appliquons un état de survol avec opacité. Le code complet est sur le CD.

```
001 .nav span{
002   width:25px;
003   height:38px;
004   background:transparent url('../imgs/
arrows.png') no-repeat top left;
005   position:absolute;
```

14 Faites bouger les choses

Sur le CD, vous trouverez le dossier "js" que vous devrez enregistrer dans votre propre répertoire de



Noms de balises XML

N'oubliez pas que vous pouvez créer vos propres noms de balises pour vos éléments de balises XML ; vous aurez alors le contrôle total sur ce qui peut être utilisé.

Google Web Fonts

Comme nous avons utilisé les Google Web Fonts, il est intéressant de voir plus en détail comment les utiliser. Allez sur www.google.com/webfonts, cherchez la police Lobster puis cliquez sur le bouton bleu à droite "Add to collection". Une fois la police ajoutée à votre bibliothèque, vous pouvez cliquer sur le bouton "Use" qui se situe en bas à droite de la page, à côté de "Review". Lorsque celui-ci est sélectionné, vous avez plus loin le choix entre deux options pour personnaliser le style de police. Nous devons à présent copier/coller le lien fourni en en-tête de notre document puis copier/coller la font-family fournie pour notre fichier CSS. Ici, nous avons utilisé la police pour nos balises de titre, mais vous pouvez aussi faire la même chose pour les paragraphes de texte principaux. Comme vous pouvez l'imaginer, utiliser des Web fonts vous permet d'être sûr que toutes les polices de votre site seront visibles par tous les utilisateurs et sur tous les navigateurs.

fichiers. Ajoutez ces lignes de script tout en bas du code HTML, juste avant la balise de fermeture </body>. Nous avons ici intégré la bibliothèque jQuery et les plug-ins jQuery à l'intérieur du fichier js : ces plug-ins vont essentiellement contrôler les dynamiques du carrousel.

```
001 <!-- scripts -->
002 <script type="text/javascript"
src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/
jquery/1.6.2/jquery.min.js"></script>
003 <script type="text/javascript"
src="js/jquery.easing.1.3.js"></script>
```

15 Activer le carrousel

Tout ce qu'il nous faut à présent pour faire fonctionner le carrousel est d'ancrer notre plug-in à l'id #containeur. Si vous ouvrez votre carrousel dans un navigateur, vous devriez le voir en action. De plus, si vous cliquez sur l'option "En savoir plus", le contenu devrait s'ouvrir et révéler son contenu principal. Si c'est bien le cas, celui-ci est actuellement vide, mais nous allons le remplir en utilisant un fichier XML dans les étapes suivantes.

```
001 <script type="text/javascript">
002 $( '#containeur' ).contentcarousel();
003
004 </script>
```

16 Le plug-in

Ouvrez le fichier jquery.contentcarousel.js dans votre éditeur de texte et repérez la variable settings. C'est ici que nous pouvons changer la vitesse du carrousel ainsi que celle de l'animation des éléments lorsque le bouton "En savoir plus" est cliqué. Vous remarquerez également que nous pouvons contrôler comment l'"easing" (la transition) fonctionne avec le carrousel et les animations d'éléments. Le code complet est sur le CD.

```
001 // Vitesse de déplacement
002 sliderSpeed : 500,
003 // Type de transition pour l'animation
004 sliderEasing : 'easeOutExpo',
```

17 Changer la transition

Comme nous l'avons mentionné, nous pouvons faire des modifications à la fois sur l'animation de rotation et sur les animations des éléments. Jouons avec cela et changeons l'easing de l'animation des éléments depuis easeOutExpo jusqu'à easeOutElastic. Puis, pour empêcher qu'il soit trop dynamique, nous pouvons le ralentir en changeant l'item vitesse de 500 à 1000 millisecondes. Regardez sur le CD pour le code complet.

```
001 // Vitesse de déplacement
002 sliderSpeed : 1000,
003 // Type de transition pour l'animation
004 sliderEasing : 'easeOutExpo',
```

18 Introduire le XML

XML est un outil très pratique pour inclure un contenu qui est normalement externe. Par exemple, vous pouvez avoir un fichier XML sur un autre serveur mais qui pourra être lié à votre projet de plusieurs manières. Pour commencer, créons un nouveau fichier "content.xml" qui n'est ni plus ni moins que le squelette du fichier XML.

```
001 <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
002 <channel>
003 <item>
004 <content>
005 </content>
006 </item>
007 </channel>
```

19 Le contenu XML

Maintenant que le code basique XML a été ajouté, incorporons le contenu que nous voulons y mettre, à savoir nos éléments à vendre. Le cas XML pourrait prendre tout un tutoriel à lui tout seul, mais ici, les balises de ce code sont assez simples. XML permet de créer vos propres balises descriptives et celles qui nous intéressent le plus sont les balises <content>. À l'intérieur des balises <content></content>, écrivez le texte de description de votre produit.

```
001 <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
002 <channel>
003 <item>
004 <content>
005 </content>
006 </item>
007 </channel>
```

Il est bien connu que le visiteur sera attiré par un contenu lisible dans la mise en page d'une page. L'intérêt d'utiliser un texte de remplissage comme Lorem Ipsum est qu'il a une distribution des lettres plus ou moins normale et qu'il ne distrait pas l'œil comme "ici contenu ici contenu ici contenu".

20 Inclure le XML

Dans cette étape, nous allons inclure le fichier XML en utilisant jQuery, qui sera placé dans nos balises de script et sous la fonction appelée contentcarousel(). Ici, nous avons appelé la fonction document.ready et utilisé la méthode \$.ajax pour aller chercher le fichier content.xml. Si cela fonctionne, nous appelons la fonction manipulateXml que nous allons créer dans l'étape suivante.

```
001 <!-- XML script -->
002 $(document).ready(function(){
003 $.ajax({
004 type: "GET",
005 url: "content.xml",
006 dataType: "xml",
007 success: manipulateXml
```

21 La fonction manipulateXml

Créons la fonction manipulateXml que nous venons juste d'appeler. Ici, nous avons une boucle each qui parcourt le fichier XML et trouve la balise de contenu. Puis elle stocke les données à l'intérieur de la variable appelée body et nous-mêmes récupérons les données de cette variable et les stockons à l'intérieur d'une autre variable, appelée output. Enfin, nous ajoutons les données à notre classe content-text, qui est ensuite affichée.

```
001 function manipulateXml(data){
002 $(data).find("item").each(function(){
003 var body = $(this).find("content").
text();
004 var output = [
005 "<p>" + body + "</p>",
006 ]
007 $(".content-text").append(output.
join("\n"));
008 });
009 }
```

22 Dernière idée

Charger de cette manière le XML est intéressant pour une description seulement, mais sinon, ce n'est pas idéal. Cependant, lancez-vous comme challenge d'expérimenter le fichier jQuery et XML pour comprendre comment obtenir différents contenus liés à une image ou un produit particulier.

Enrichir WordPress avec Roots

Utilisez le thème Roots pour créer un site clés en main avec HTML5 Boilerplate et Twitter Bootstrap.

outils | tech | tendances Éditeur de texte, PHP, HTML, CSS, jQuery
expert Ben Frain



Il y a une frustration courante lorsqu'on développe avec WordPress : la volonté de se détacher et de modifier le thème par défaut pour faciliter le développement.

Le thème Roots (rootstheme.com) supprime beaucoup d'embêtements. Il utilise HTML5 Boilerplate comme base de code et installe en même temps le fichier .htaccess de HTML5 Boilerplate. Non content de faire tout cela, il inclut également la grille

adaptative par défaut de Twitter Bootstrap pour un prototypage rapide ainsi que d'autres choses qui permettent de gagner du temps : il installe une page d'accueil avec le texte Lorem Ipsum, change la structure des liens permanents, ajoute un menu de navigation primaire ainsi que toutes les pages primaires existantes à la navigation. Il fait aussi du beau travail de nettoyage avec les URL que WordPress utilise par défaut en tant qu'éléments de thème. Par exemple, à la place de `themes/roots/css`, vous aurez `/css` seulement. Enfin, d'autres petits goodies sont installés par défaut, comme un modèle de recherche HTML5 personnalisé et des modèles de boucle pour les archives, les posts, pages et dates de posts étant basés sur le microformat hNews. Bien que chaque configuration soit différente, nous allons commencer par installer la version par défaut de WordPress, ajouter le thème Roots, ajuster l'ensemble et ajouter quelques fichiers JavaScript, personnaliser la boucle et modifier le style par défaut de Twitter Bootstrap.

Le thème Roots inclut également la grille adaptative par défaut de Twitter Bootstrap pour un prototypage rapide.

01 Installer WordPress

La plateforme d'hébergement installe WordPress en un clic (comme avec Fantastico ou Installatron), c'est donc en général l'option la plus simple et la plus rapide. Vous pouvez aussi télécharger les fichiers WordPress manuellement, créer une base de données et suivre l'installation en 5 minutes. Si vous avez un accès en ligne de commande SSH, vous pouvez tout télécharger et dézipper directement pour gagner du temps.

```
001 wget http://WordPress.org/latest.tar.gz
002 tar -xzf latest.tar.gz
```

02 Installer le thème Roots

Le thème Roots n'est pas disponible dans les thèmes WordPress dans l'interface Admin. Il vous faudra donc la télécharger sur rootstheme.com. Téléchargez le thème dans le dossier `wp-content/themes` et actualisez l'écran Themes WordPress sous Admin > Apparence. Cliquez sur Activer sous le thème Roots. Pour un téléchargement plus rapide de Roots si vous utilisez Git, exécutez le code suivant :

```
001 git clone https://github.com/retlehs/roots.git
```

03 Personnaliser l'activation

Par défaut, activer le thème Roots lancera un certain nombre d'opérations : créer une page d'accueil statique, changer la structure du lien permanent, changer le dossier de téléchargement par défaut, créer un menu de navigation et ajouter les pages existantes à ce menu. Pour personnaliser ces choix, modifiez le menu déroulant à votre guise. Ici, nous allons désactiver les éléments du menu.

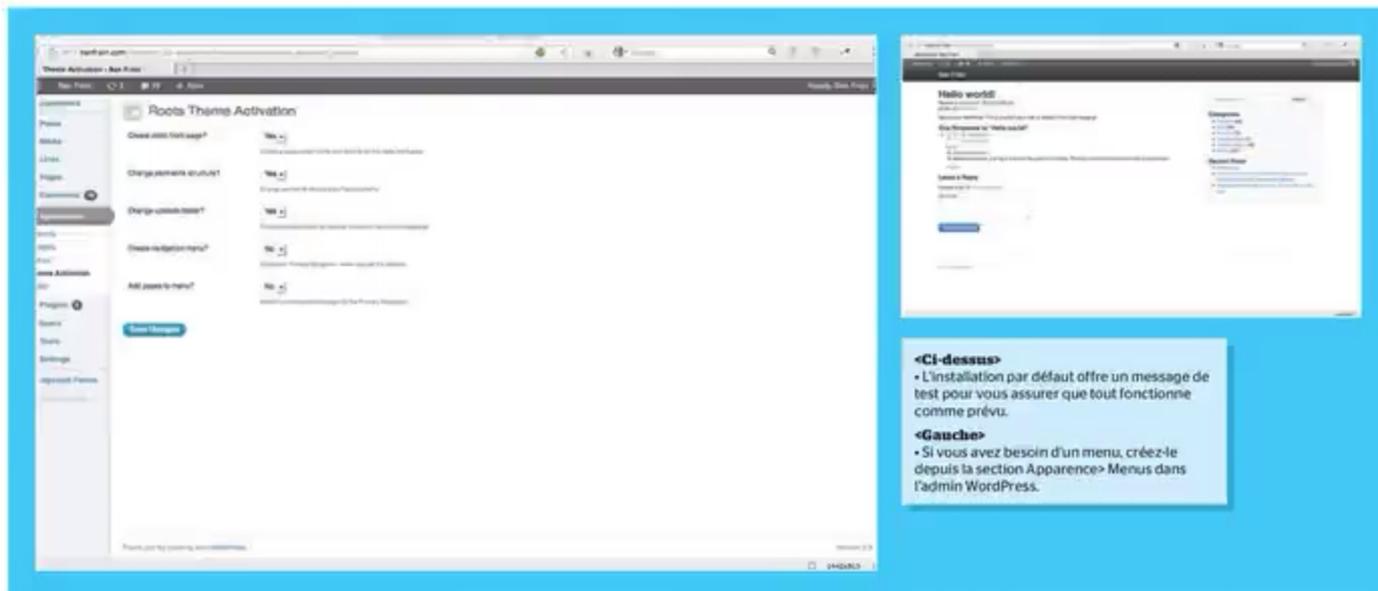
04 Personnaliser les classes par défaut

Par défaut, le thème Roots ajoute des noms de classes aux div basées sur la dénomination conventionnelle de Twitter Bootstrap. Si vous ne voulez pas de ces noms de classes ou si vous voulez les changer, ouvrez le fichier `root-config.php` et modifiez-les comme vous voulez. Par exemple, ici, nous avons changé la valeur des classes principales en `spanMain`.

```
001 <?php
002
003 define('POST_EXCERPT_LENGTH', 40);
004 define('BOOTSTRAP_RESPONSIVE', true);
005 define('WRAP_CLASSES', 'container');
006 define('CONTAINER_CLASSES', 'row');
007 define('MAIN_CLASSES', 'spanMain');
008 define('SIDEBAR_CLASSES', 'span4');
009 define('FULLWIDTH_CLASSES', 'span12');
010 define('GOOGLE_ANALYTICS_ID', '');
```

05 Enlever le JavaScript Bootstrap

Si vous n'avez pas besoin des plug-ins Bootstrap de JavaScript, tooltips (info-bulles), modals et autres,



<Ci-dessus>
 • L'installation par défaut offre un message de test pour vous assurer que tout fonctionne comme prévu.
<Gauche>
 • Si vous avez besoin d'un menu, créez-le depuis la section Apparence > Menus dans l'admin WordPress.

vous pouvez ne pas les charger. Par défaut, le code de ces plug-ins se trouve dans le fichier plugins.js. Vous pouvez soit supprimer ce code, soit empêcher complètement le chargement de plugin.js (qui enlèvera aussi la partie console H5BP) en modifiant le fichier roots-scripts.php

```
001 // wp_register_script('roots_plugins',
get_template_directory_uri() . '/js/plugins.js', false, null, false);
002 wp_register_script('roots_script', get_template_directory_uri() . '/js/script.js', false, null, false);
003 // wp_enqueue_script('roots_plugins');
004 wp_enqueue_script('roots_script');
```

06 Enlever le Bootstrap CSS

Comme le Bootstrap JavaScript, le Bootstrap CSS ne correspondra peut-être pas à vos besoins. Si tel est le cas, pour éviter l'écrasement des styles Bootstrap CSS (les styles H5BP dans le fichier styles.css), enlevez-les complètement en éditant le fichier roots-scripts.php et en commentant les fichiers chargés. Cela évite aussi quelques requêtes http non désirées et favorise une meilleure vitesse de chargement du site :

```
001 <?php
002 function roots_scripts() {
003     wp_enqueue_style('roots_style', get_template_directory_uri() . '/css/style.css', false, null);
004     /* wp_enqueue_style('roots_bootstrap_style', get_template_directory_uri() . '/css/bootstrap.css', array('roots_style'), null);
005     if (BOOTSTRAP_RESPONSIVE) {
006         wp_enqueue_style('roots_bootstrap_
```

```
responsive_style', get_template_directory_uri() . '/css/bootstrap-responsive.css', array('roots_bootstrap_style'), null);
007     }
008     wp_enqueue_style('roots_app_style', get_template_directory_uri() . '/css/app.css', false, null);
009     */
```

07 Ajouter du code Google Analytics

Si vous voulez ajouter un script de suivi Google Analytics à chaque page, contrairement aux versions antérieures du thème Roots, il n'y a pas d'option dans l'admin de WordPress pour ajouter votre code Google Analytics. Ouvrez roots-config.php et entrez plutôt le code manuellement.

```
001 define('GOOGLE_ANALYTICS_ID', 'UA-YOURCODE-HERE-1');
```

08 Ajouter des fonctions personnalisées

Vous pouvez ajouter vos propres fonctions WordPress et PHP directement dans le fichier functions.php dans la racine du thème Roots si vous voulez. Cependant, un fichier vierge pour les fonctions personnalisées PHP est déjà créé sur roots-custom.php. Nous ajoutons un filtre pour enlever les ajouts automatiques de balises <p> dans les pages :

```
001 // ne pas ajouter les balises <p>
002 function get_rid_of_wpautop(){
003     remove_filter('the_content', 'wpautop');
005     remove_filter('the_excerpt', 'wpautop');
```

```
006 }
007 }
008 add_action('template_redirect', 'get_rid_of_wpautop');
```

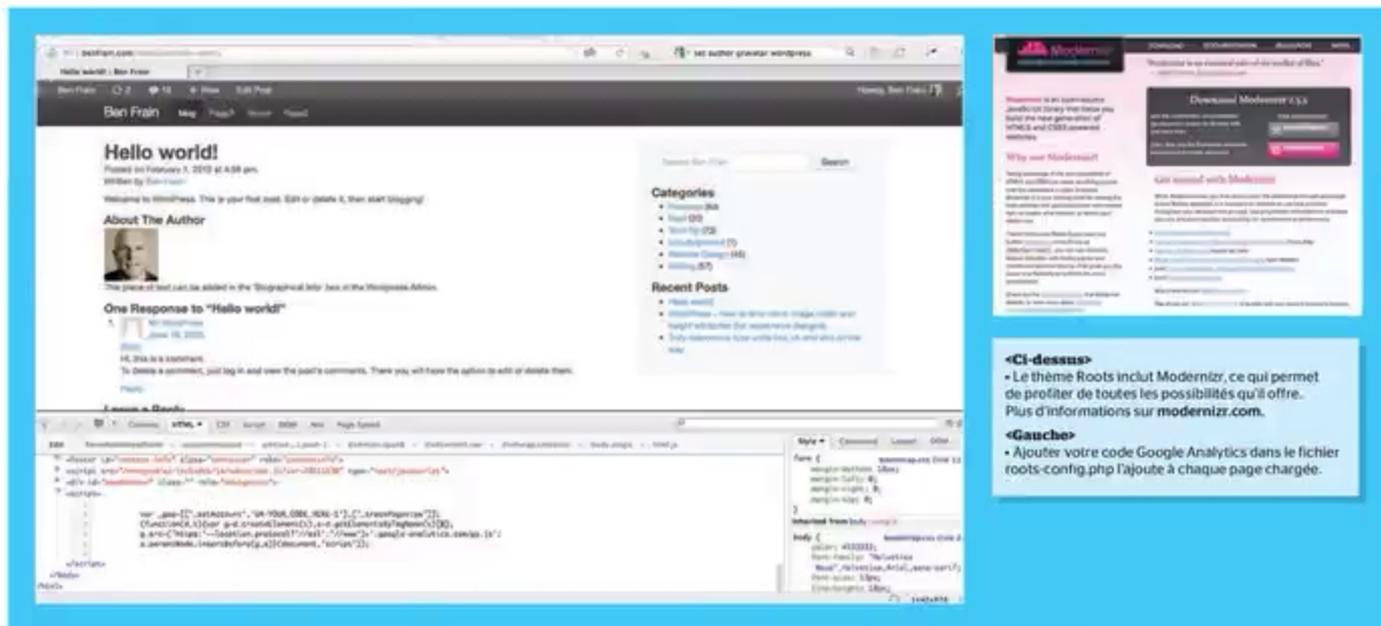
09 Images adaptées

Par défaut, les images ajoutées dans un post ou une page depuis l'admin WordPress ont les attributs de hauteur et largeur prédéfinis dans la balise . Si vous mettez en place un design adaptatif, cela peut empêcher les images de se mettre à la bonne échelle lorsqu'elles sont vues sur différents supports. Ajoutez ceci dans le fichier roots-custom.php pour empêcher que les attributs de hauteur et largeur soient ajoutés automatiquement.

```
001 // Ne pas ajouter les dimensions des images
002 add_filter('post_thumbnail_html', 'remove_thumbnail_dimensions', 10);
003 add_filter('image_send_to_editor', 'remove_thumbnail_dimensions', 10);
004 function remove_thumbnail_dimensions( $html ) {
005     $html = preg_replace( '/(width|height)="\d+\s"/', "", $html );
006     return $html;
007 }
```

10 Ajouter du JavaScript personnalisé

Si vous n'avez pas désactivé plugins (voir étape 5), celui-ci ainsi que le fichier script.js sont alors chargés par défaut dans la section <head>. Si vous avez utilisé HTML5 Boilerplate plus tôt, sachez que script.js est un fichier vierge prêt à intégrer votre JavaScript personnalisé.



<Ci-dessus>
 • Le thème Roots inclut Modernizr, ce qui permet de profiter de toutes les possibilités qu'il offre. Plus d'informations sur [modernizr.com](#).
<Gauche>
 • Ajoutez votre code Google Analytics dans le fichier roots-config.php l'ajoute à chaque page chargée.

```
001 $(document).ready(function() {
002 // your code
003 });
```

11 Ajouter des fichiers JavaScript additionnels

La façon la plus propre de charger des fichiers JavaScript en plus est de le faire via le fichier root-scripts.php. Ici, nous allons en charger un du nom d'extra.js. Vous pouvez ajouter autant de conditions que vous voulez étant donné que le fichier les chargera où il faut. Ici, il charge uniquement s'il n'est pas dans la page admin ou dans notre tableau (mais dans une page1, page2 ou page3).

```
001 wp_enqueue_script('roots_script');
002 // Additional section added after the
003 // existing line above
004 if ( !is_admin() && is_page(array('Page1',
005 'Page2', 'Page3')) ) {
006 wp_register_script('roots_extra',
007 // $template_uri.'/js/extra.js', false, null,
008 // false);
009 wp_enqueue_script('roots_extra');
010 }
```

12 Modernizr sorti de la boîte

Le thème Roots contient la dernière bibliothèque Modernizr JavaScript par défaut : vous pouvez donc tirer profit de ses avantages et en faire profiter vos styles CSS. Les classes additionnelles sont ajoutées à la balise html, il est alors facile d'écrire des styles pour prendre en compte les caractéristiques et défauts du navigateur. Par exemple, un logo SVG pour des navigateurs modernes et un PNG pour les autres :

```
001 .logo {
002 background-image: url('../img/logo.
003 svgz');
004 }
005 .no-svg .logo {
006 background-image: url('../img/logo.png');
007 }
```

13 Conditions de chargement des fichiers

Comme Modernizr est chargé par défaut, il est plus facile de charger des fichiers (CSS ou JS) basés sur n'importe quel nombre de tests. Par exemple, vous allez peut-être charger respond.js de Scott Jehl pour ajouter un support des media queries pour les anciennes versions d'IE. Vous pouvez ajouter ce test Modernizr directement dans le fichier script.js et télécharger le fichier respond.min.js dans le dossier JS.

```
001 Modernizr.load([
002 test: Modernizr.mq('only all'),
003 // // Si les medias queries ne sont pas
004 // gérées, charger respond.js.
005 nope: '/js/respond.min.js'
006 ]]);
```

14 Ajouter une biographie d'auteur

Pour modifier la boucle pour les pages des posts, ouvrez loop-single.php. Ici, nous ajoutons une boîte de biographie d'auteur après le contenu du post : cela utilise le texte entré dans la boîte d'infos biographiques dans l'admin WordPress et un gravatar. Cherchez '<?php the_content(); ?>' dans le fichier loop-single.php et entrez le code suivant à la suite :

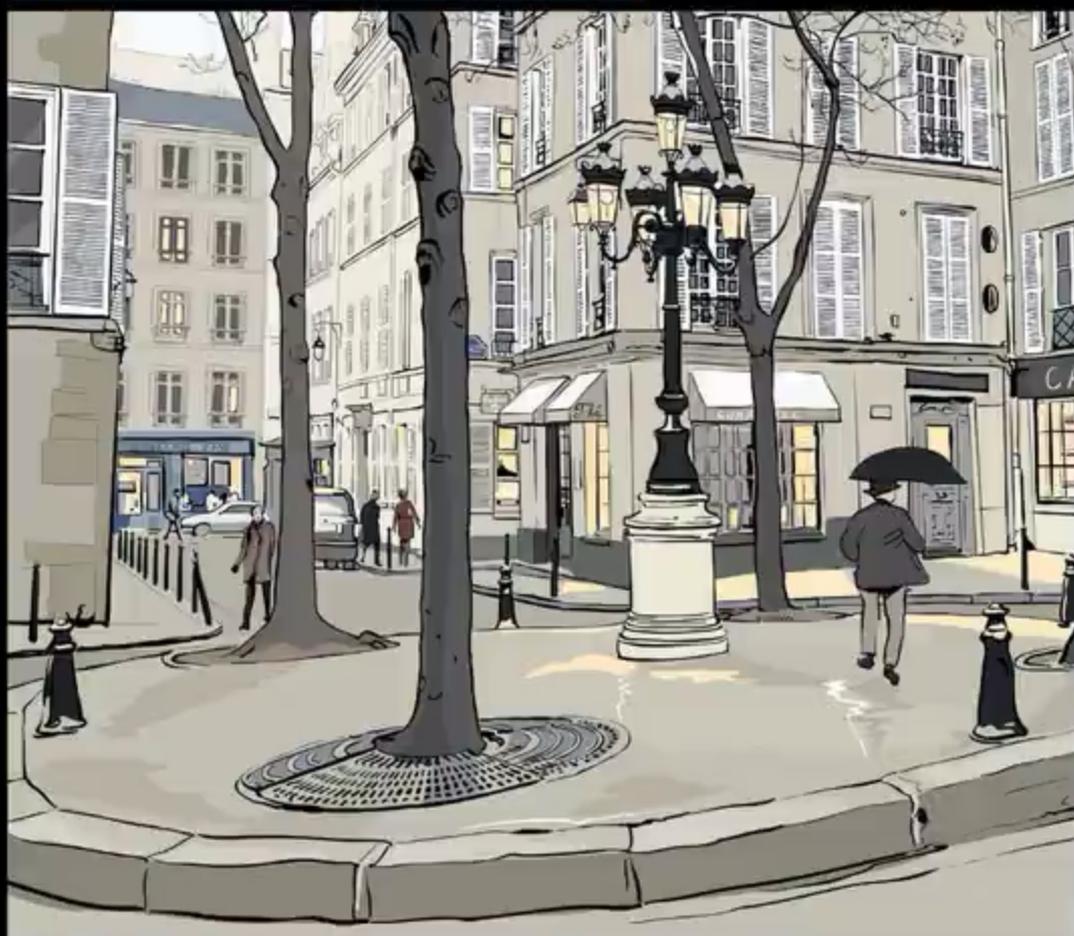
```
001 <div id="author-bio">
002 <h3>About The Author</h3>
003 <div><?php echo get_avatar( get_the_
004 author_email(), '80' ); ?></div>
005 <p><?php the_author_description(); ?></p>
006 </div>
```

15 Prêt pour le développement

Le thème Roots est maintenant installé et permet d'utiliser le meilleur de HTML5 Boilerplate. Nous avons ajouté une fonction personnalisée pour empêcher WordPress d'ajouter des attributs de largeur et hauteur, permettant une implémentation plus facile d'un design personnalisé adaptable. Les informations de posts de blogs sont basées sur le microformat hNews. Vous pouvez facilement modifier et adapter cela en changeant la fonction roots_entry_meta dans fonctions.php.

```
001 // Retourne les données POST et les données
002 META
003 function roots_entry_meta() {
004 echo '<time class="updated" datetime="'.
005 get_the_time('c') .'" pubdate>'. sprintf(
006 ('Posted on %s at %s.', 'roots'), get_the_
007 date(), get_the_time()) . '</time>';
008 echo '<p class="byline author vcard">'.
009 __('Written by', 'roots') . ' <a href="'.
010 get_author_posts_url(get_the_author_meta('id'))
011 .'" rel="author" class="fn">'. get_the_author()
012 . '</a></p>';
013 }
```

“ COMPLÈTEMENT
A LA RUE SUR CE”
PROJET



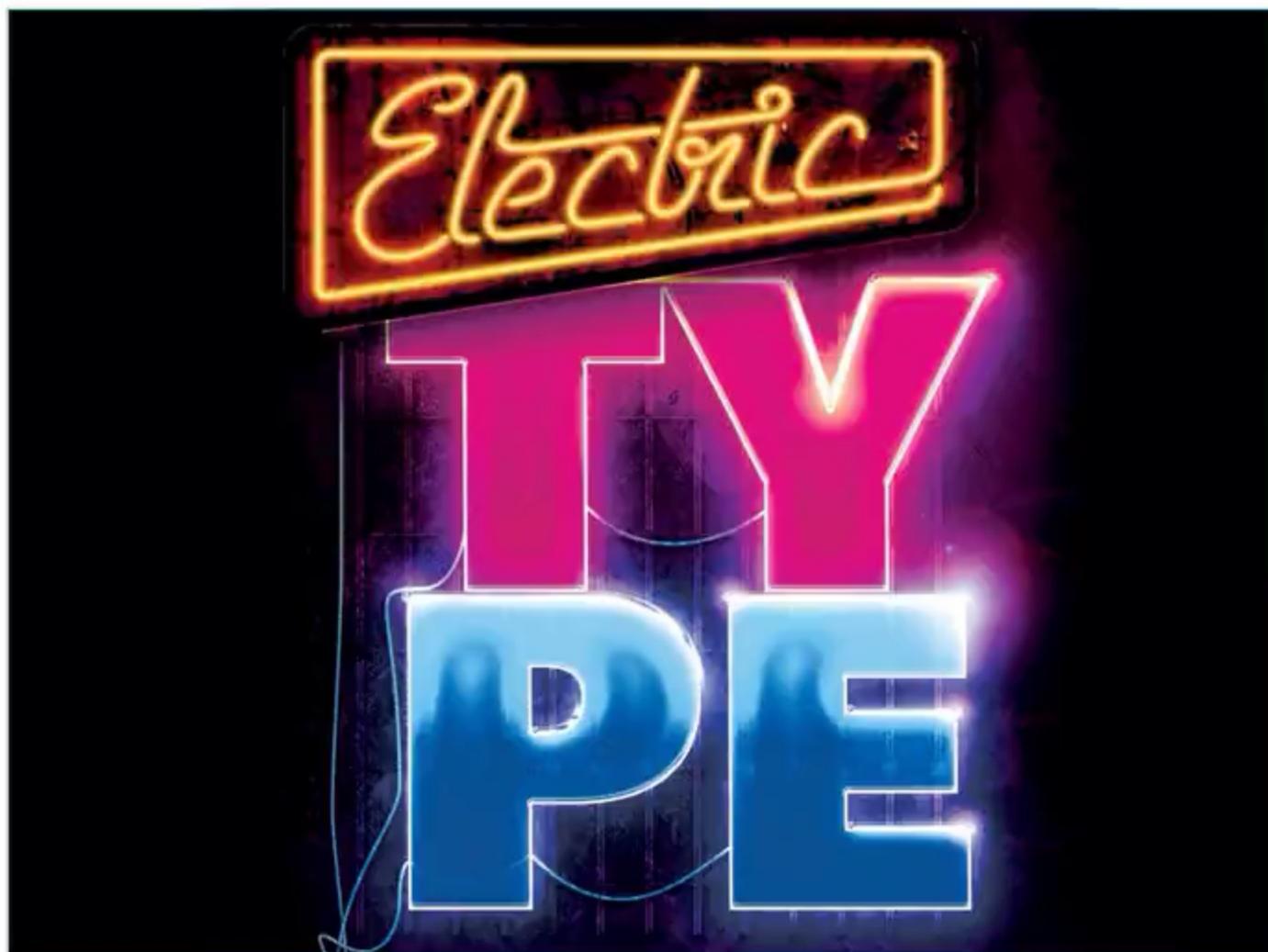
OUI.
MAIS UNE
BELLE RUE.

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

Images, vecteurs, musiques, vidéos.

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





Électrifier la typographie

Voici comment créer simplement et rapidement un effet néon et panneau lumineux sur une police.

outils | tech | tendance Photoshop **expert** Steven Bonner

Ps



Le **tutoriel** a pour objectif de vous montrer comment utiliser des effets simples de Photoshop pour ajouter un rendu de lumière convaincant à votre typo. Nous vous montrerons deux méthodes pour créer dans un premier temps un néon,

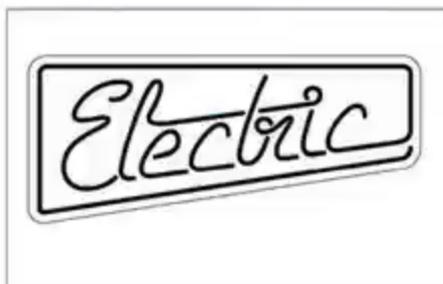
puis nous passerons dans un second temps en revue les techniques pour donner à votre typo l'apparence d'un panneau lumineux en verre ou Perspex comme ceux qu'on peut voir sur certains bâtiments.

Les caractères en eux-mêmes peuvent être aisément réalisés en vecteurs, mais Illustrator ne propose pas d'options pour ajouter facilement les effets montrés ici. Photoshop est donc l'outil idéal pour ce projet grâce à ses options de fusion et la possibilité de créer des lumières réalistes en cumulant différents effets.



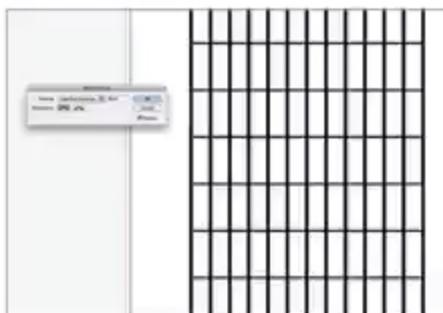
01 Ébauche de la mise en page

Commencez comme toujours par un bon vieux croquis à la main, quelle que soit l'image que vous cherchez à créer. Vous aurez rapidement des idées et arriverez vite à une ébauche de mise en page qui vous permettra de déterminer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas visuellement. Pas besoin d'être un pro en dessin ici pour faire un croquis de base comme celui-ci.



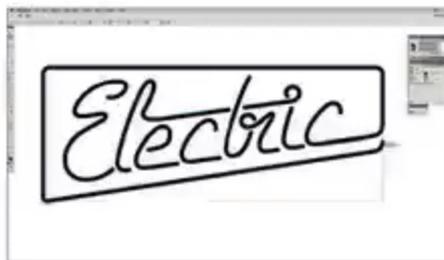
03 Signalisations

Une fois satisfait de vos tracés, épaississez les traits et choisissez un Aspect Extrémité arrondie pour que les lignes aient l'apparence de tubes. Dessinez ensuite une forme qui encapsulera le mot et formera le contour du panneau dans lequel les lettres seront positionnées.



05 Créer un cadre

La dernière chose à dessiner en vecteurs est un cadre sur lequel nous attacherons les lettres. Utilisez simplement l'outil Trait (\\) et tracez une ligne verticale, puis maintenez les touches Maj+Alt enfoncées et déplacez la ligne pour la dupliquer. Sélectionnez maintenant les deux lignes et utilisez l'outil Dégradé de formes (W) pour créer une série de lignes. Répétez la même opération pour dessiner des lignes horizontales, mais faites-les un peu plus fines.



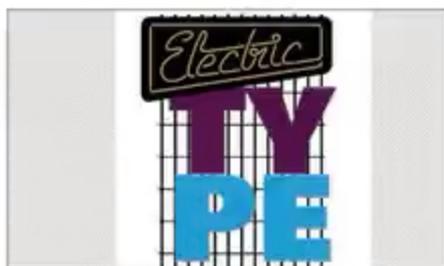
02 Vectoriser vos mots

Quand votre ébauche de mise en page vous plaît, commencez à dessiner la typo. Si vous utilisez Illustrator (ou Photoshop), prenez l'outil Plume pour faire les tracés par-dessus votre croquis, jusqu'à obtenir des courbes qui simulent l'effet recherché. Quand vous dessinez votre typo, n'oubliez pas que les néons ont tendance à avoir beaucoup de raccords, cherchez donc des solutions intéressantes pour lier les lettres entre elles et former un tout plaisant.



04 Caractères pour le panneau lumineux

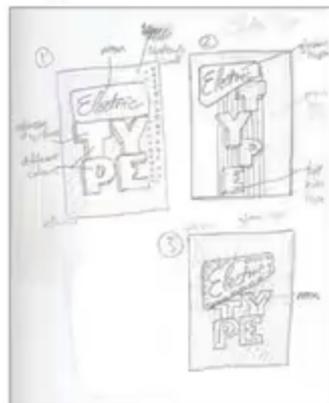
Vous pouvez ensuite dessiner ou utiliser une police pour créer les lettres du panneau en verre/Perspex. Essayez d'utiliser une typo assez épaisse et grosse pour faire un contraste avec les lignes fines utilisées pour les lettres du néon.



06 Organiser dans Photoshop

Une fois tous vos éléments dessinés, copiez/collez-les en tant qu'objets dynamiques dans un nouveau document RVB de 235 x 302 mm dans Photoshop. Positionnez les calques pour que les éléments apparaissent comme sur votre mise en page initiale (nommez-les clairement pour vous y retrouver facilement) et assurez-vous de copier/coler les groupes horizontaux et verticaux du cadre sur différents calques. Groupez les lettres néon, la forme du signe, les lettres du panneau lumineux et le cadre dans des dossiers séparés, puis rajoutez un dossier pour l'arrière-plan.

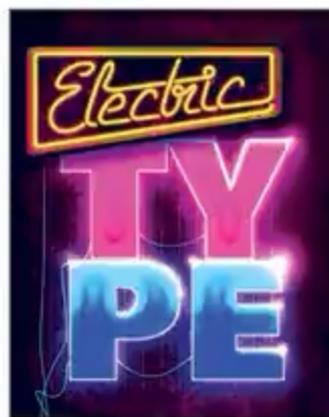
Développement depuis un croquis



01 _____ Faites un croquis de mise en page et de recherche de caractères



02 _____ Créez les éléments vectoriels



03 _____ Appliquez les options de fusion, les textures et les effets



Police de caractères

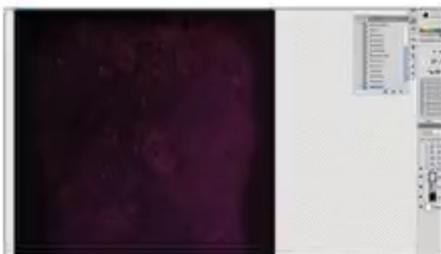
Si vous n'êtes pas déjà un passionné de typographie, essayez d'en apprendre plus sur les différents styles de caractères et amusez-vous à créer votre propre police. Avec le bon style de caractère personnalisé, votre création sortira du lot et montrera votre créativité et votre personnalité. La création de votre police vous donne la chance d'utiliser des connexions inhabituelles entre les lettres (appelées ligatures) que vous ne trouveriez pas dans les typographies toutes faites et vous permet de donner à votre travail un cachet unique.

Astuce rapide

Quand vous dessinez avec l'outil Plume dans Illustrator ou Photoshop, essayez de placer vos points d'ancrage aux extrémités ou le plus proches possible de la fin des lignes pour pouvoir travailler en déplaçant les poignées principalement sur les plans horizontaux et verticaux. Cela vous aidera à créer des courbes plus propres et plus naturelles.

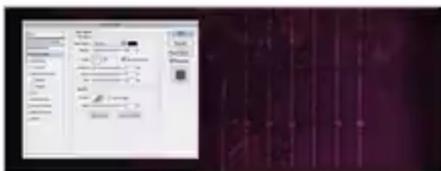
11 Terminer le cadre

Sur un des calques originaux (organisés en haut de la liste), ajoutez les styles suivants : Ombre portée (Produit, Opacité : 75 %, Distance : 30 px, Grossi : 33 px, Taille : 180 px, Bruit : 5 %), Ombre interne (Densité couleur +, Opacité : 75 %, Distance : 0 px, Maigri : 50 px, Taille : 50 px), Lueur interne (Superposition, Opacité : 43 %, Bruit : 6 %, Maigri : 0 px, Taille : 40 px, Contour : Demi-cercle), Biseautage et estampage (Estampage oreiller avec Ciselage marqué, Profondeur : 410 %, Direction : Bas, Taille : 13 px, Flou : 16 px, Angle d'Ombre : -90, Contour brillant : Demi-cercle avec le mode des tons clairs : Lumière tamisée, et la case Contour cochée), Satin (Opacité : 22 %, Angle : 90, Distance : 13 px, Taille : 13 px, Contour : Gaussien), Contour (Taille : 7 px, Position : Intérieur, Opacité : 85 %). Passez ensuite le calque global en mode Produit.



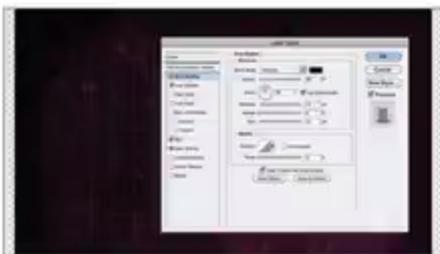
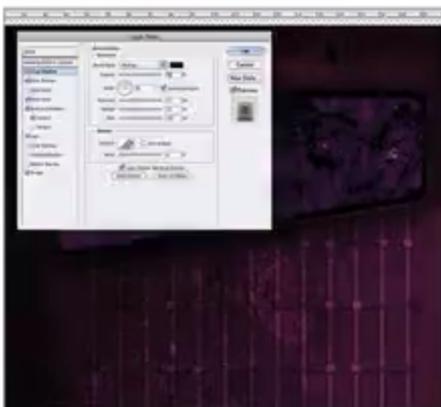
07 Ajouter un arrière-plan

Créez un nouveau calque dans le dossier Arrière-plan, nommez-le "AP" puis utilisez Alt+Suppr pour le remplir de noir. Vous pouvez utiliser la couleur de votre choix ou un dégradé subtil si vous voulez, tant que vous restez dans des tons sombres. Ouvrez le dossier Assets (éléments), déposez l'image "concrete texture" (texture béton) sur votre couleur d'arrière-plan et passez le calque en mode Lumière tamisée. Ajoutez un masque de fusion puis, avec un pinceau doux, peignez par-dessus la texture pour qu'elle s'efface et laisse place à la couleur d'arrière-plan sur les bords.



09 Ajouter des fixations sur le cadre

Passez sur le groupe Cadre et rendez les lettres du panneau lumineux visibles. Utilisez ensuite un pinceau dur carré pour prendre des fixations sur le cadre aux endroits où les lettres couvrent le chevauchement entre les lignes du cadre. Dans le menu Style de calque, ajoutez une Ombre portée (Produit, Opacité : 75 %, Distance : 4 px, Grossi : 0 px, Taille : 10 px), et une Ombre interne (Produit, Distance : 4 px, Maigri : 0 px, Taille : 10 px). Cela ajoutera un peu de réalisme au rendu semi-transparent que nous appliquerons aux lettres. Masquez désormais le calque des lettres du panneau lumineux.



08 Texturer le cadre

Double-cliquez sur le calque des barres verticales et appliquez les styles suivants : Ombre portée (Produit, Opacité : 75 %, Distance : 15 px, Grossi : 0 px, Taille : 27 px), Ombre interne (Produit, Opacité : 75 %, Distance : 4 px, Maigri : 0 px, Taille : 10 px), Satin (Produit, Opacité : 50 %, Distance : 18 px, Taille : 13 px, Contour : Gaussien), Incrustation couleur (blanc). Copiez ensuite les styles de ce calque et appliquez-les au calque des barres horizontales en vous assurant que le calque est placé sous le calque des barres verticales.



10 Créer la boîte pour le néon

Rendez le groupe du néon visible et dupliquez le calque du panneau. Ouvrez le fichier "Scratched Metal" (métal rayé), déposez-le dans votre document et masquez-le dans la copie du calque du panneau, puis passez-le en mode Lumière crue, avec une Opacité à 80 %. Par-dessus tout ça, nous avons ajouté un calque de réglage Teinte/Saturation pour donner à la texture métal une couleur plus bleue et plus sombre.

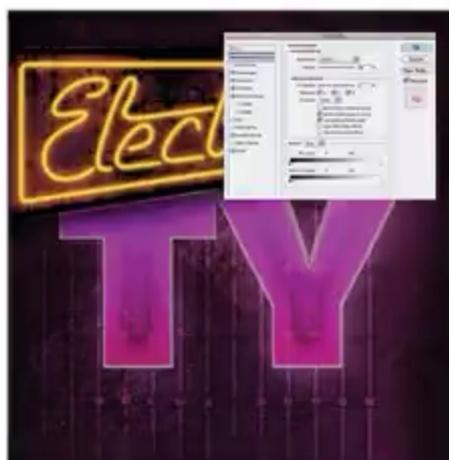


12 Lettres néon

Passez sur le groupe des lettres néon et faites une copie du calque des lettres. Paramétrez le calque du dessus comme suit : Lueur externe (Lumière tamisée, Opacité : 86 % avec Orange comme couleur de la lueur, Grossi : 14 %, Taille : 145 px) et Lueur Interne (Source : Centre, Maigri : 53 %, Taille : 13 px). Sur la copie en dessous, ajoutez une Lueur externe en mode Incrustation avec une Opacité à 60 %, un Grossi à 11 % et une Taille de 30 pixels. Allez dans le menu Filtre et ajoutez un Flou gaussien de 10 pixels.

13 Effets de panneau lumineux en verre/Perspex

Passer vos premières lettres en mode visible (dans notre cas, TY). Allez dans Style de calque et dans Fusion avancée, réduisez l'Opacité du fond à 0 % puis ajoutez une Ombre interne (mode Normal, de couleur blanche, Distance : 24 px, Malign : 0 %, Taille : 60 px, Bruit : 5 %), une Lueur externe (Lumière tamisée, de couleur violet/rose vif, Opacité : 100 %, Grossi : 25 %, Taille : 250 px), une Lueur interne (Incrustation, de couleur blanche, Opacité : 55 %, Malign : 30 %, Taille : 250 px, Qualité du Contour sur Cône inversé), un Biseautage et estampage (Estampage oreiller, Lisse, Profondeur : 430 %, Direction : Bas, Taille : 45 px, Contour brillant : Double rouleau, Mode des tons foncés violet), et une Incrustation en dégradé (Lumière crue avec un dégradé allant du violet au magenta, avec une Echelle de 80 %). Enfin, ajoutez un Contour de 10 pixels, positionné en Intérieur, en mode Produit et avec une Opacité à 65 %. Cela formera la base pour vos lettres en verre.



Astuce rapide

N'ayez pas peur d'en faire un peu trop dans ce projet, car l'hyperréalisme est parfois plus intéressant qu'un réalisme trop parfait. Si certains éléments sont un peu trop exagérés ici et là, cela peut donner plus de caractère à votre œuvre, alors expérimentez un peu pour voir ce que ça donne!

14 Dupliquer les effets

Nous voulons désormais appliquer le même effet aux autres lettres. Pour ce faire, copiez le style de calque et copiez-le sur le calque des lettres 'PE'. Pour modifier la couleur, retournez dans la fenêtre Style de calque, changez la couleur du Mode des tons foncés dans Biseautage et estampage, ainsi que la couleur de l'Incrustation en dégradé pour un ton bleu vif. Cela devrait donner un effet de verre fort et réaliste, mais peut-être un peu terne. Dupliquez donc les deux calques TY et PE pour booster les couleurs et la vibrance afin d'obtenir un rendu hyperréaliste. Enfin, copiez et fusionnez les deux parties du mot 'type' et passez le calque résultant de cette fusion en mode Lumière tamisée avant de lui appliquer un filtre Emballage plastique. À vous de jouer ici avec les réglages pour obtenir un résultat qui fonctionnera bien avec votre image.



15 Tons clairs

Créez maintenant un nouveau calque et appelez-le 'Tons clairs'. Passez le calque en mode Superposition et, avec un pinceau doux, peignez quelques zones claires de façon aléatoire. Utilisez différentes tailles de pinceau et concentrez-vous sur les bords et les coins pour faire en sorte que certains soient plus clairs que d'autres. Ne soyez pas trop discipliné pour cette étape, il s'agit ici d'obtenir une apparence inégale pour que le rendu soit plus réaliste.



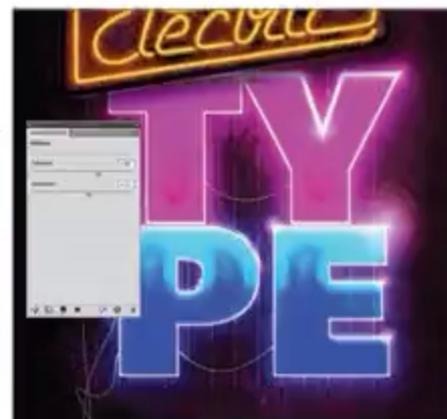
16 Ajouter une source électrique

Pour encore un peu plus de réalisme, il nous faut désormais ajouter des câbles d'alimentation passant entre nos différents panneaux. Pour cela, dessinez des câbles avec l'outil Plume et appliquez-leur un contour de 10 pixels, puis ajoutez les effets suivants : une Ombre portée (Opacité : 75 %, Distance : 20 px, Taille : 21 px), une Ombre interne (Taille : 7 px, Bruit : 10 %), un Biseautage et estampage (Estampage oreiller, Direction : Haut, Taille : 4 px, Flou : 5 px), une Incrustation couleur grise et un Contour de 1 pixel en Position Extérieure et d'une Opacité de 70 %. Pour que le câble paraisse plus sale, vous pouvez également ajouter une texture dans l'effet Biseautage et estampage en utilisant le motif standard Buites, avec une échelle de 50 % et un relief d'environ 750 %. Ajoutez plus de câbles en faisant bien attention de dessiner de façon réaliste la manière dont ils pendent entre les fixations.



17 Ajouter un Halo

L'effet Halo est souvent dénié malgré son utilité, et dans une illustration hyperréaliste comme celle-ci, il est parfait. Créez un nouveau calque et appelez-le 'Halo'. Remplissez-le de noir et passez-le en mode Superposition, en réduisant son Opacité à 60 %. Allez dans Filtre > Rendu > Halo et sélectionnez l'option 50-300 mm (zoom). Positionnez ensuite le halo à l'endroit qui vous semble le plus adéquat.



18 Apporter la touche finale

Pour finir, ajoutez un calque de réglage Vibrance et boostez les couleurs et le niveau de vibrance jusqu'à ce que vous soyez satisfait. Il est toujours bon d'expérimenter, donc n'hésitez pas à essayer d'autres calques de réglage et d'autres modifications jusqu'à ce que vous obteniez un résultat qui vous plaise.

Créer un jeu HTML5 avec EaselJS, seconde partie



Ajoutez les parties essentielles du moteur de jeu : la gravité, la détection de collision et le mouvement.

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



Le mois dernier, nous avons créé tous les éléments nécessaires pour notre jeu : l'arrière-plan, le personnage et les caisses en tant qu'objets de code réutilisables en JavaScript dans le cadre d'EaselJS. Ce mois-ci nous nous lançons dans la partie la plus excitante de notre aventure et assemblons tous ces éléments pour faire un jeu jouable. Nous utiliserons deux types de détection

de collision : la détection de collision rectangulaire (plus connue sous le nom de Bounding box) et la détection de collision circulaire. Nous intégrerons également la gravité et ferons sauter notre personnage de plateforme en plateforme en utilisant la barre d'espace pour le lancer dans les airs et les flèches pour contrôler son mouvement. Beaucoup de choses peuvent arriver en un mois ! Depuis que nous avons commencé à travailler sur le jeu, EaselJS a connu plusieurs développements. Tout d'abord, il fait désormais partie d'une suite plus importante de bibliothèques open source JavaScript appelée CreateJS qui comprend un moteur d'interpolation (tweening), un lecteur audio et une fonction de préchargement, et qui est donc à suivre de près ! La nouvelle la plus importante est qu'il y aura bientôt un panneau d'extension disponible pour Adobe Flash CS6 qui vous permettra d'exporter toutes vos animations et vos éléments directement dans le canvas HTML5, et qui utilisera EaselJS pour gérer la liste d'affichage.

01 Reprendre la suite du numéro précédent

Ouvrez le document du mois dernier, où copiez le dossier Début Projet sur votre ordinateur depuis le CD de couverture. Nous allons ajouter tout le code listé dans les étapes consécutivement, en commençant sous la fonction handleImageLoad que nous avons ajoutée le mois dernier. Ce premier code ajoute l'image d'arrière-plan, la porte et le héros à notre élément Canvas

```
001 function start(){
002   var bg = new Bitmap(bgimg);
003   stage.addChild(bg);
004   door = new Bitmap(dimg);
005   door.x = 131;
006   door.y = 384;
007   stage.addChild(door);
008   hero = new Hero(img);
009   hero.x = 80;
010   hero.y = 450;
011   stage.addChild(hero);
```

02 Éloignons-nous de la plate-forme

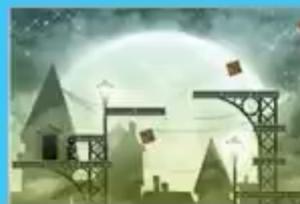
Nous allons désormais paramétrer un nouveau tableau pour contenir toutes les caisses qui tombent et les plateformes. Nous commençons une boucle for et ajoutons de nouvelles plateformes sur la scène en utilisant les tableaux platformW, platformX et platformY que nous avons mis en place la dernière fois pour positionner chaque élément sur la scène. Les plateformes sont insérées dans un tableau que nous utiliserons plus tard pour la détection de collision.

```
001 crates = new Array();
002 platforms = new Array();
003 for(i=0; i < platformW.length; i++){
004   var platform = new
Platform(platformW[i],20);
005   platforms.push(platform);
006   stage.addChild(platform);
007   platform.x = platformX[i];
008   platform.y = platformY[i];
009 }
```

03 Installer les caisses

Nous allons utiliser une autre boucle for pour ajouter cinq caisses dans la scène et les positionner sur le haut en utilisant la fonction resetCrates que nous créerons plus tard. Nous allons également ajouter la clé, qui devra être récupérée par le joueur pour terminer le niveau.

```
001 for(j=0; j < 5; j++){
002   var crate = new Crate();
003   crates.push(crate);
004   stage.addChild(crate);
005   resetCrates(crate);
006 }
007 key = new Bitmap(kimg);
```



<À Gauche>

• En utilisant une boucle for, nous faisons défiler toutes les caisses à l'écran et les déplaçons vers le bas en les faisant tourner sur elles-mêmes.

<Ci-dessus, de haut en bas>

• Nous vérifions si le joueur est prêt à toucher la clé, et si c'est le cas, nous faisons disparaître la clé et la porte.

• Si la clé a été ramassée et que le joueur est prêt à toucher la porte, nous signalons que ce niveau est terminé.

```
008 key.x = 900;
009 key.y = 490;
010 stage.addChild(key);
```

04 Paramétrer le ticker

Le ticker va appeler la fonction "tick" à chaque frame. Ici, nous paramétrons le ticker pour qu'il tourne à 30 images/seconde et qu'il mette à jour l'affichage de la scène. La vraie fonction tick, que nous créerons dans l'étape suivante, contiendra une large quantité de code pour faire vraiment fonctionner notre jeu.

```
001 Ticker.setFPS(30);
002 Ticker.addListener(window);
003 stage.update();
004 }
```

05 Tick Tac

Nous allons désormais mettre en place la fonction tick dont nous avons parlé dans l'étape précédente. Paramétrons le heroCenter sur l'axe Y pour permettre la détection de mouvement autour de notre petit personnage. Nous allons aussi utiliser un argument if pour vérifier que le jeu est réellement joué, et si c'est le cas nous appliquons la gravité. Cela veut dire que si le personnage est dans les airs, nous appliquons la gravité pour le faire redescendre au sol. Nous allons la limiter à 15 pour que l'action ne soit pas trop rapide et paraisse naturelle.

```
001 function tick() {
002     heroCenter = hero.y-40;
003     if (play){
004         vy+=gravity;
005         if (inAir){
006             hero.y+=vy;
007         }
008         if (vy>15){
009             vy=15;
010         }
011     }
```

06 Détection de collision rectangulaire

Paramétrons une boucle pour vérifier chaque plateforme avec un argument if. Cela va déterminer si la position X et Y du joueur est sur une des plateformes de l'écran en fonction de la largeur et de la hauteur de chaque plateforme. C'est une solution assez simple pour obtenir une détection de collision rectangulaire.

```
001 for(i=0; i < platforms.length; i++){
002     if (hero.y >= platforms[i].y && hero.y<=
(platforms[i].y+platforms[i].height) && hero.x
> platforms[i].x && hero.x<(platforms[i].
x+platforms[i].width));{
```

07 Arrêter le mouvement

Si le joueur touche une plateforme, nous

Modifier les objets

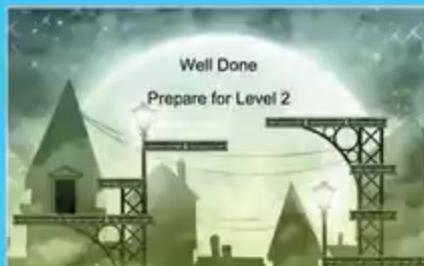
Tout comme l'ActionScript de Flash, EaselJS utilise une terminologie très simple pour ajouter et enlever des éléments sur la scène. De simples addChild et removeChild feront l'affaire !

paramétrons alors sa position Y par rapport à celle de la plate-forme. Nous arrêtons alors toute vélocité sur l'axe Y et paramétrons nos variables jumping et inAir sur false. Notez que nous cassons la boucle ici pour éviter d'autres tests de collision. Si le joueur ne touche aucune plate-forme, vous remarquerez que la variable inAir est alors true.

```
001     hero.y=platforms[i].y;
002     vy=0;
003     jumping = false;
004     inAir = false;
005     break;
006 }else{
007     inAir = true;
008 }
009 }
```

08 Déplacer les caisses

Nous allons ici paramétrer une boucle qui fera



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

- Nous utilisons la fonction `end` pour vider l'écran de tous les objets comme le personnage et les caisses afin de pouvoir afficher des messages texte de défaite ou de passage au niveau suivant.
- Si le joueur arrive à traverser l'écran pour ramasser la clé et revient à la porte, ce message est affiché, même si nous n'avons pas encore développé le niveau suivant.
- Le message de défaite est affiché si le joueur tombe en bas de l'écran ou s'il est percute par une caisse. Nous proposons également au joueur de cliquer pour rejouer.

défiler toutes les caisses à l'écran. Chaque caisse se déplace à une vitesse aléatoire vers le bas de l'écran et tourne sur elle-même. Si elle arrive en bas de l'écran, la fonction `resetCrates` est appelée pour la repositionner en haut de nouveau. Si la caisse percute le personnage, nous appelons alors la fonction `gameOver`.

```
001 for(j=0; j < crates.length; j++){
002   var ct = crates[j];
003   ct.y+=ct.spéd;
004   ct.rotation+=3;
005   if (ct.y>650){
006     resetCrates(ct);
007   }
008   if (collisionHero (ct.x, ct.y, 20)){
009     gameOver();
010   }
011 }
```

09 Autres collisions du joueur

Nous devons déterminer si le joueur touche les plateformes ou les caisses, de même pour la clé. Si c'est le cas, la clé et la porte deviennent invisibles. Si le joueur touche la porte et que la clé est invisible, alors nous appelons la fonction `nextLevel`, mais nous n'avons pas encore créé le niveau suivant. Les deux dernières lignes déplacent le joueur à gauche et à droite.

```
001 if (collisionHero (key.x+20, key.y+20,
002 20)){
003   key.visible=false;
004   door.visible=false;
005 }
006 if (collisionHero (door.x+20, door.y+40,
007 20) && key.visible==false){nextLevel();}
008 if (lHeld){vx = -5;}
009 if (rHeld){vx = 5;}
```

10 Jouer la bonne animation

Nous allons ici nous assurer que le cycle de marche joué quand le personnage se déplace est correct. Si le joueur appuie sur la flèche de gauche, il enclenche juste le déplacement, donc le personnage est toujours au sol. Nous commençons le cycle de marche gauche, qui est le cycle normal inversé horizontalement. La variable `KeyDn` est passée à `true` pour que le cycle de marche ne boucle pas en permanence sur la première frame.

```
001 if(lHeld && keyDn==false && inAir==false){
002   hero.gotoAndPlay("walk_h");
003   keyDn=true;
004 }
005 if(rHeld && keyDn==false && inAir==false)
006 {
007   hero.gotoAndPlay("walk");
008   keyDn=true;
009 }
```

11 Personnage immobile

Pour trouver la bonne posture du personnage quand il est immobile, il faut faire pas mal de tests. Ici, nous déterminons la direction dans laquelle il allait, ou s'il est au sol et qu'il n'appuie sur aucune touche. Ensuite, nous attribuons la frame immobile correspondante.

```
001 if (dir=="left" && keyDn==false &&
002 inAir==false){
003   hero.gotoAndStop("idle_h");
004 }
005 if (dir=="right" && keyDn==false &&
006 inAir==false){
007   hero.gotoAndStop("idle");
008 }
```

Positions sur l'écran

Tout comme dans Flash, la position du canvas de l'écran est mesurée à partir du coin supérieur gauche. Ainsi, les nombres négatifs appliqués à l'axe Y feront bouger un objet vers le haut et les nombres positifs vers le bas.

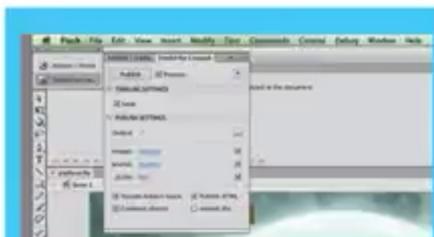
12 Déplacement du joueur

Nous voulons que le joueur se déplace de la gauche vers la droite, nous appliquons donc la variable `vx` (velocity x) sur l'axe X. Nous appliquons un peu d'inertie sur cette variable pour que le joueur s'arrête quand une touche est relâchée. Si le héros tombe en bas de l'écran, la fonction `gameOver` est appelée. Enfin, à chaque appel de tick, nous mettons la scène à jour

```
001 hero.x+=vx;
002 vx=vx*0.5;
003 if (hero.y>610){
004   gameOver();
005 }
006 }
007 stage.update();
008 }
```

13 Quand le jeu est fini

Nous allons avec ce code définir une fonction qui nettoie l'écran quand le jeu se termine. Elle enlève toutes les caisses en bouclant sur le tableau des caisses. Le personnage devient invisible pour que le joueur réalise que le jeu est fini. Sans la dernière ligne, on ne verrait aucun de ces changements.



Flash CS6 exporte du contenu vers EaselJS

Adobe sponsorise désormais EaselJS, qui est écrit par un gourou de Flash, Grant Skinner. Il a beaucoup travaillé sur le lecteur audio, car il peut être très compliqué d'avoir des sons fonctionnant sur différentes plateformes dans HTML5. Il a aussi écrit un système de préchargement qui charge tous vos éléments pour que le visiteur ait une expérience complète plutôt qu'un chargement haché des éléments. Cette nouvelle suite d'outils s'appelle CreateJS et a une nouvelle résidence (www.createjs.com) qui renvoie à la documentation. Si vous voulez voir un aperçu du fonctionnement avec Flash CS6, regardez cette vidéo adobe.ly/zcbTUk. Cela vous donnera une longueur d'avance sur l'afflux d'utilisateurs qui vont utiliser EaselJS pour publier des Canvas HTML5 dans le cadre de Flash CS6.

```
001 function end(){
002   play=false;
003   var l = crates.length;
004   for (var i=0; i<l; i++) {
005     var c = crates[i];
006     resetCrates(c);
007   }
008   hero.visible=false;
009   stage.update();
010 }
```

14 Fin de niveau

Si le joueur réussit à attraper la clé et à ressortir par la porte, un message est affiché et est positionné au centre de l'écran et la fonction end est appelée pour vider la scène des objets du jeu. Vous remarquerez que \n indique une nouvelle ligne.

```
001 function nextLevel(){
002   gameTxt = new Text("Well Done\n\n",
003     "36px Arial", "#000");
004   gameTxt.text += "Prepare for Level 2";
005   gameTxt.textAlign = "center";
006   gameTxt.x = canvas.width / 2;
007   gameTxt.y = canvas.height / 4;
008   stage.addChild(gameTxt);
009   end();
010 }
```

15 En cas de défaite

La fonction gameOver est similaire à celle de

l'étape précédente car nous plaçons un texte sur la scène, dans une police et une taille particulières. Le texte est placé au centre du canvas en alignant le texte au centre et en le positionnant sur l'axe X au milieu de la largeur du canvas.

```
001 function gameOver(){
002   gameTxt = new Text("Game Over\n\n",
003     "36px Arial", "#000");
004   gameTxt.text += "Click to play again.";
005   gameTxt.textAlign = "center";
006   gameTxt.x = canvas.width / 2;
007 }
```

16 Ajout du clic

Le texte est placé dans le quart inférieur de l'écran en divisant la hauteur du canvas par 4. La fonction end est encore appelée pour vider l'écran de ses éléments. Le dernier ajout à la fonction gameOver est une fonction clic pour que la souris soit utilisée pour relancer le jeu.

```
001 gameTxt.y = canvas.height / 4;
002 stage.addChild(gameTxt);
003 end();
004 canvas.onclick = handleClick;
005 }
```

17 Gestion du clic

Quand le joueur clique pour relancer le jeu, la fonction suivante est appelée. On réinitialise la visibilité et la position du héros à l'écran pour que le joueur puisse rejouer. Vous remarquerez qu'il est aussi simple de positionner l'objet que de définir ses coordonnées X et Y. Nous aurons fait exactement pareil dans Flash.

```
001 function handleClick() {
002   canvas.onclick = null;
003   hero.visible=true;
004   hero.x = 80;
005   hero.y = 450;
006 }
```

18 Ajouter les objets du jeu

Nous rendons la clé et la porte visibles, juste au cas où le joueur aurait collecté la clé puis serait mort. Le texte est enlevé de la scène et la variable play définie comme true, ce qui provoque la chute des caisses, le fonctionnement de la gravité et la détection de collision.

```
001 door.visible=true;
002 key.visible=true;
003 stage.removeChild(gameTxt);
004 play=true;
005 }
```

19 Détection de collision radiale

Cette fonction est appelée pour tester la collision avec les caisses, la clé et la porte. Elle utilise le théorème de Pythagore pour générer un cercle autour des objets et tester la distance les séparant. S'ils se percutent, alors la fonction redevient true et nous savons qu'une collision a eu lieu.

```
001 function collisionHero (xPos, yPos,
002   Radius){
003   var distX = xPos - hero.x;
004   var distY = yPos - hero.y;
005   var distR = Radius + 20;
006   if (distX * distX + distY * distY <=
007     distR * distR){
008     return true;
009   }
010 }
```

20 Faire le grand saut

Nous allons désormais ajouter la fonction jump, qui s'assure tout d'abord que notre joueur n'est pas déjà en train de sauter ou de tomber car, après tout, il ne pourrait pas sauter si c'était le cas. Selon la façon dont est orienté le personnage, nous envoyons l'animation qui sera affichée pour notre action de saut.

```
001 function jump(){
002   if (jumping == false && inAir ==
003     false){
004     if (dir=="right"){
005       hero.gotoAndStop("jump");
006     }else{
007       hero.gotoAndStop("jump_h");
008     }
009   }
010 }
```

21 Un peu plus haut

Une fois que nous avons lancé la bonne animation, nous devons pousser le personnage dans les airs. Nous allons le faire en lui donnant un lancer initial de -20 pixels vers le haut puis en définissant la vitesse vers le bas avec un nombre négatif, ce qui enverra le joueur vers le haut. On reviendra à un nombre positif car nous ajoutons constamment la variable gravité dans l'étape 5.

```
001 hero.y -= 20;
002 vy = -25;
003 jumping = true;
004 keyDn=false;
005 }
006 }
```

22 Positionner les caisses

La dernière étape consiste à placer les caisses à des positions aléatoires sur les axes X et Y, en leur appliquant également une vitesse aléatoire. Sauvegardez maintenant le projet et testez-le dans un navigateur. Vous pourrez diriger votre personnage vers la clé en utilisant la barre espace pour sauter de plateforme en plateforme, puis retourner à la porte.

```
001 function resetCrates(crt) {
002   crt.x = canvas.width * Math.
003     random();
004   crt.y = 0 - Math.random()*500;
005   crt.speed = (Math.random()*5)+8;
006 }
```

web workshop

Scrapbooks numériques pour sites Web

inspiration www.arminmorbach.com



Les effets réalistes connaissent actuellement un grand succès sur le Web. Ces styles sont souvent utilisés sur les sites commerçants, quand les clients cherchent à se rapprocher de leurs visiteurs. Mais au-delà de ça, ils sont également utilisés par les créatifs dans le but d'améliorer un portfolio ou la gestion de l'espace d'une page pour la rendre plus harmonieuse artistiquement parlant.

Pour arriver à ce résultat, on peut ajouter des éléments d'illustration ou faire appel à des techniques mix-media, qui peuvent rajouter de la valeur si elles sont utilisées de manière sophistiquée. Pour exprimer votre créativité, mélangez des images trouvées avec des effets adéquats, comme des textures de papier froissé avec des typos manuscrites.

À ce titre, le site d'Armin Morbach (www.studiomorbach.com) est un bel exemple. Cela dit, le secret de ce site ne tient pas seulement à l'aspect visuel, il est aussi amplifié par des sons et des interactions en temps réel (par exemple l'interface flottante), ce qui reflète la sensibilité de la marque, sa présence sur le Web entraînant dans une autre dimension, au royaume du multimédia. Dans ce workshop, nous

nous concentrerons sur les techniques graphiques et les effets adoptés par ce site pour vous permettre de recréer un scrapbook similaire.

Effets 3D en 2D

Un effet de collage en 3D peut sembler contre nature, mais il permet de profiler au maximum des animations sur l'interface utilisateur. Vous trouverez ci-dessous d'autres effets qui fonctionnent bien dans ce format...

1 TECHNIQUE

Effets d'ombres portées



01 Une autre dimension

L'application du style de calque Ombre portée est un art subtil, mais qui peut empêcher votre design de paraître tout plat et en 2D. Appliquez-la toujours avec un mode de Fusion de la seconde section du menu, comme Produit, Densité couleur + ou Couleur plus foncée. Paramétrez la taille pour que votre ombre soit proche de l'objet, et choisissez une valeur de Grossi qui conserve un bord visible.

02 Éclairage prédéfini

L'option Ombre portée est une bonne manière d'ajouter une lumière unie. En sauvegardant vos réglages dans un Nouveau style, ils seront conservés comme prédéfinis, ce qui vous permettra de les réutiliser pour d'autres éléments depuis Style de calque > Styles. Si vous voulez modifier manuellement les effets, allez dans Calque > Style de calque > Créer un calque, ce qui isole votre ombre dans un calque à part.



Des styles de police décontractés

Un mélange de polices et de typographie augmente le rendu scrapbook en offrant une attitude décontractée envers le design. Mais la cohérence de style est assurée avec une juxtaposition de tailles, de graisses et de couleurs.

Illusion de profondeur

Différents degrés de profondeur permettent de créer un intérêt visuel, construit avec des couches d'éléments flottants. Le tout est combiné avec des ombres portées, et certains éléments sont cachés pour apporter une touche mystérieuse au site, ainsi qu'un rendu collage.

Bords déchirés

L'effet bords déchirés est ce qui ajoute le plus d'authenticité au style global. La méthode de collage n'est pas simplement créative, elle crée aussi des liens entre la typo expressive et la mise en page.

2 TECHNIQUE

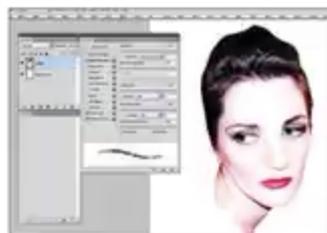
Créer facilement un effet déchiré numérique

Rien de tel qu'un rendu authentique pour montrer le « monde réel » dans vos projets numériques. Les éléments réalistes sont toujours un bonus dans une arène créative qui réagit négativement aux styles artificiels. Un effet bords déchirés peut matérialiser cette réalité tout en vous permettant de conserver vos belles photos et un graphisme propre. Ce style est facile à reproduire dans Photoshop avec les outils de sélection, le pinceau et les styles de calque.



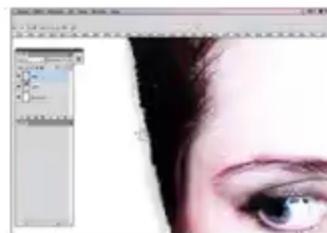
01 Découper le modèle

Commencez par séparer le modèle du fond, grossièrement ou en finesse. Pour un détourage parfait, utilisez l'outil Plume, ou choisissez le Lasso pour quelque chose de plus immédiat.



02 Styles de pinceau

Ouvrez le panneau des Formes prédéfinies, sélectionnez le style Spatter 14 px depuis le menu Forme de la pointe. Dans Dynamique de la forme, choisissez un contrôle par Pression de la plume, et 100 % pour tous les contrôles, sauf pour la variation de l'arrondi que vous paramétrez à 1%.

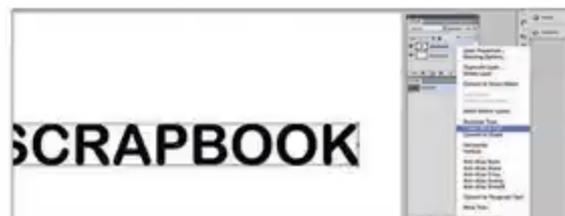


03 Peindre votre effet

Faites Ctrl/Cmd+clic sur la vignette du calque de votre modèle, créez un nouveau calque puis peignez votre effet avec un pinceau gris clair. Inversez (Ctrl/Cmd+Maj+I) et peignez les bords extérieurs du sujet. Utilisez à la fois des tons clairs et des tons sombres pour un effet tacheté.

3 TECHNIQUE

Typo en pointillés



01 Convertir la typo

Commencez par sélectionner la police que vous voulez utiliser et écrivez votre mot. Nous avons utilisé Arial Rounded MT Bold pour ses bords doux. Faites ensuite un Ctrl+clic/clic droit sur le calque et sélectionnez Créer un tracé de travail, ce qui va générer un tracé de travail dans votre panneau Tracés. Ensuite, supprimez le calque Texte et créez un nouveau calque vide en conservant votre tracé de travail.



02 Optimiser les réglages des formes

Sélectionnez un pinceau dur, réglez la Taille et le Pas pour créer des pointillés. Faites Alt/Option+clic sur le Tracé de travail puis Ctrl+clic/clic droit dessus pour sélectionner l'option Contour du tracé. Enfin, incrustez votre calque de typo en pointillés sur une texture papier importée, et travaillez les bords avec l'outil Plume ou Lasso.



Solution à long terme

Certains Webdesigners considèrent sans doute un scanner comme un surplus, qui de plus est coûteux, mais il n'y a rien de tel que de pouvoir contrôler sa bibliothèque de contenu. À long terme, avoir un scanner peut revenir moins cher que d'acheter constamment des images premium de banques d'images.

4 RESSOURCES

Scanners et banques d'images

Si vous voulez éviter les effets artificiels et utiliser de vrais collages et coupures de journaux, vous voudrez peut-être investir dans un scanner. Regardez spécifiquement les scanners photo, de préférence ceux en haute résolution pour les projets numériques détaillés. Le Canon CanoScan 9000F est une bonne option. Grâce à sa résolution optique de 9600 x 9600 dpi, il rivalise sans peine avec la plupart de ses concurrents. L'appareil permet aussi de scanner des films (douze vues de film 24 x 36 et quatre diapositives montées, inversibles ou négatifs), et les fonctions Auto Photo II et Auto Document Fix optimisent la qualité des images finales. Au prix d'environ 200 euros, il ne vous ruinera pas. Si vous ne souhaitez pas investir mais que vous voulez quand même des photos authentiques, alors foncez sur le site naldzgraphics.net. Dans la section Freebies, vous trouverez des tonnes de ressources. L'équipe Naldz a compilé pour vous plus de deux cents textures de papier de qualité, y compris des typos déchirées et déformées. Notez cependant que pour des utilisations commerciales, il vous faudra peut-être obtenir des autorisations.

Astuce technique

Courbes de Bézier

L'assemblage d'images est évidemment primordial dans un collage, et si vous recherchez la meilleure précision en termes de sélection, l'outil Plume de Photoshop est votre meilleur allié. Les autres outils tels que le Rectangle de sélection ou le Lasso sont nettement moins bien. L'outil Plume permet une maîtrise parfaite des bords grâce aux courbes de Bézier et aux points d'ancrage éditables. Entraînez-vous à dessiner des points d'ancrage très espacés et expérimentez la formation de courbes en ajustant la longueur et les angles des lignes directrices.



web workshop

La grande aventure d'un scrolling

inspiration www.intacto10years.com

1 INSPIRATION

Fusion entre le concept et le contenu

Nous avons récemment vu des tonnes de sites qui intègrent leur contenu autour du défilement. Heureusement, celui-ci sort du lot avec son style unique. Au chargement de la page, la navigation est positionnée en bas de la page (ce qui est logique quand on connaît le concept du site). Avoir une fusée comme guide rend le défilement naturel et paraît logique avec l'action du décollage puis du vol. Si vous voulez utiliser des effets de défilement, assurez-vous d'avoir une bonne raison, et faites en sorte que le contenu aille avec le concept.

P

our célébrer ses dix ans, l'agence InFacto a construit un site qui retrace son parcours sur la décennie. Le concept qu'ils ont trouvé est de montrer le décollage d'une fusée qui s'envole dans l'espace et qui se pose dix ans plus tard. Pendant que le navigateur fini de charger la page, la navigation est placée en bas de la page plutôt qu'en haut. Quand l'utilisateur défille vers le haut

à travers le contenu, il peut voir différentes animations, comme des nuages, des satellites ou encore des portes qui s'ouvrent. Le contenu en lui-même montre l'évolution des technologies au cours des dix années passées, en finissant sur la navigation Web multiécran et multiappareil qui est désormais monnaie courante.

Utiliser des idées artistiques originales

Le style unique d'illustration fait du tout une expérience unique. Le style est vectoriel et propre, mais on note aussi l'utilisation de textures très subtiles qui permet que le rendu ne soit pas trop propre. Tous les éléments sont illustrés avec le même style pour un look très original.



Dates-clés

Le voyage sert à fêter les dix ans d'InFacto, et pour cela on trouve sur le côté gauche des dates-clés, surlignées au fil de la progression dans le site.

Décollage

Quand vous commencez le défilement, les portes s'ouvrent et la fusée s'envole. Sa position est fixe, c'est le contenu qui bouge autour d'elle.

Innovation

Au cours du voyage, vous pouvez voir les changements technologiques majeurs qui ont affecté l'entreprise, comme la sortie de différents navigateurs, et bien sûr l'arrivée des smartphones.

Depuis le bas

Pendant le chargement du site, la navigation est positionnée en bas du document plutôt qu'en haut. Ainsi, le vaisseau peut décoller et voler au milieu du contenu.

Automatique

Vous pouvez choisir de faire défiler vous-même la page ou cliquer sur le gros bouton Start qui la fera défiler automatiquement, vous emportant dans un voyage dans l'espace.

Textures

Les textures donnent à la page un look unique que le site n'aurait pas s'il n'était composé que de formes vectorielles, et les illustrations sont magnifiques tout du long.



Dix ans d'InTacto

"En décembre dernier, nous avons créé une e-card mélangeant nos vœux de bonne année avec notre anniversaire. Nous avons été inspirés par des sites utilisant la parallaxe et avons utilisé la vue verticale pour raconter l'histoire d'un voyage métaphorique dans l'espace numérique et retracer notre histoire et celle d'Internet sur les dix dernières années."

Alejandro Lazos, directeur créatif et cofondateur

commentaire
Ce que notre expert pense du site

2

TECHNIQUE Recréer le décollage de la fusée

01 Ajouter le jQuery

Dans votre document HTML, faites un lien vers le code source jQuery dans la section head, puis ajoutez le script suivant. Il permet d'attendre que le corps soit chargé puis défile vers le bas du document. Il positionne la balise div de la fusée au centre de l'écran horizontalement et la fixe sur place.

```
001 <script src="http://code.jquery.com/jquery-latest.js"></script>
002 <script>
003 $(document).ready(function () {
004     window.scrollTo(0,3600);
005     var middle = ($(window).width()/2);
006     $('#rocket').css({"marginLeft": middle + "px"});
007     $('#rocket').addClass('fixed');
008 });
009 </script>
```

02 Paramétrer le document

Maintenant, nous ajoutons le CSS au document pour que la hauteur soit de 3600 pixels (vous pouvez utiliser la valeur que vous voulez). Appliquez ensuite un dégradé de bleu clair à bleu foncé sur l'arrière-plan. Dans un souci de brièveté, nous n'avons ajouté le préfixe -webkit que sur cette partie.

```
001 <style type="text/css">
002 body{
003     margin: 0;
004     height: 3600px;
005     min-height: 3600px;
006     padding: 0;
007     background-image: -webkit-linear-gradient(bottom, rgb(105,221,250) 0%, rgb(43,119,201) 44%, rgb(16,9,66) 100%);
008 }
```

03 CSS pour la fusée

Ajoutons maintenant le CSS pour la balise div de la fusée. Nous la positionnons en absolu sur l'écran pour qu'elle soit à 500 pixels du haut, le padding, la largeur et la hauteur, sont définis. Enfin, nous appliquons une couleur d'arrière-plan pour qu'il soit visible à l'écran.

```
001 #rocket {
002     position: absolute;
003     top: 500px;
004     padding: 5px;
005     width: 100px;
006     height: 200px;
007     background-color: #FC0;
008 }
```

04 Fixer la fusée

Ici, nous ajoutons le code qui fixe la position de la fusée à 500 pixels du haut, et ce indépendamment de la position depuis laquelle le document est défilé. C'est la key CSS qui maintient la fusée à la même position. Vous pouvez également utiliser ce code pour verrouiller des menus à l'écran.

```
001 #rocket.fixed {
002     position: fixed;
003     top: 500px;
004 }
005 </style>
```

05 Ajouter la div rocket

Dans la section body du code, ajoutez la balise div pour la fusée. Vous pouvez ajouter une image de fusée ici si vous le voulez. Sauvegardez maintenant le document et testez dans votre navigateur pour voir si la fusée est maintenue en position fixe alors que le dégradé de l'arrière-plan change pendant le défilement.

```
001 <div id="rocket">
002     Mettre une image de fusée ici !
003 </div>
```



Mouvement

Avec jQuery et CSS, il est facile de bloquer la position de la fusée pendant le défilement alors que le contenu en arrière-plan change. Vous pouvez aussi ajouter une option de défilement automatique, comme InTacto.

3

TECHNIQUE

Recréer le style graphique

Rien de tel qu'un style graphique unique pour améliorer un site Web. Le site InTacto utilise des vecteurs combinés à des textures pour salir les formes trop propres et créer ce look particulier. Nous vous expliquons ici comment le reproduire.



01 Utiliser Photoshop

Quand vous avez créé votre objet en vecteurs dans un logiciel comme Illustrator, ouvrez l'image dans Photoshop. Vous pourrez y ajouter des textures pour donner au graphisme un style unique.



02 Trouver la texture

Recherchez "texture" sur Internet et choisissez quelque chose qui puisse donner un bon résultat. Déposez l'image depuis le navigateur Web directement sur votre image dans Photoshop et elle apparaîtra sur un nouveau calque sous la fusée.



03 Changer les modes de fusion

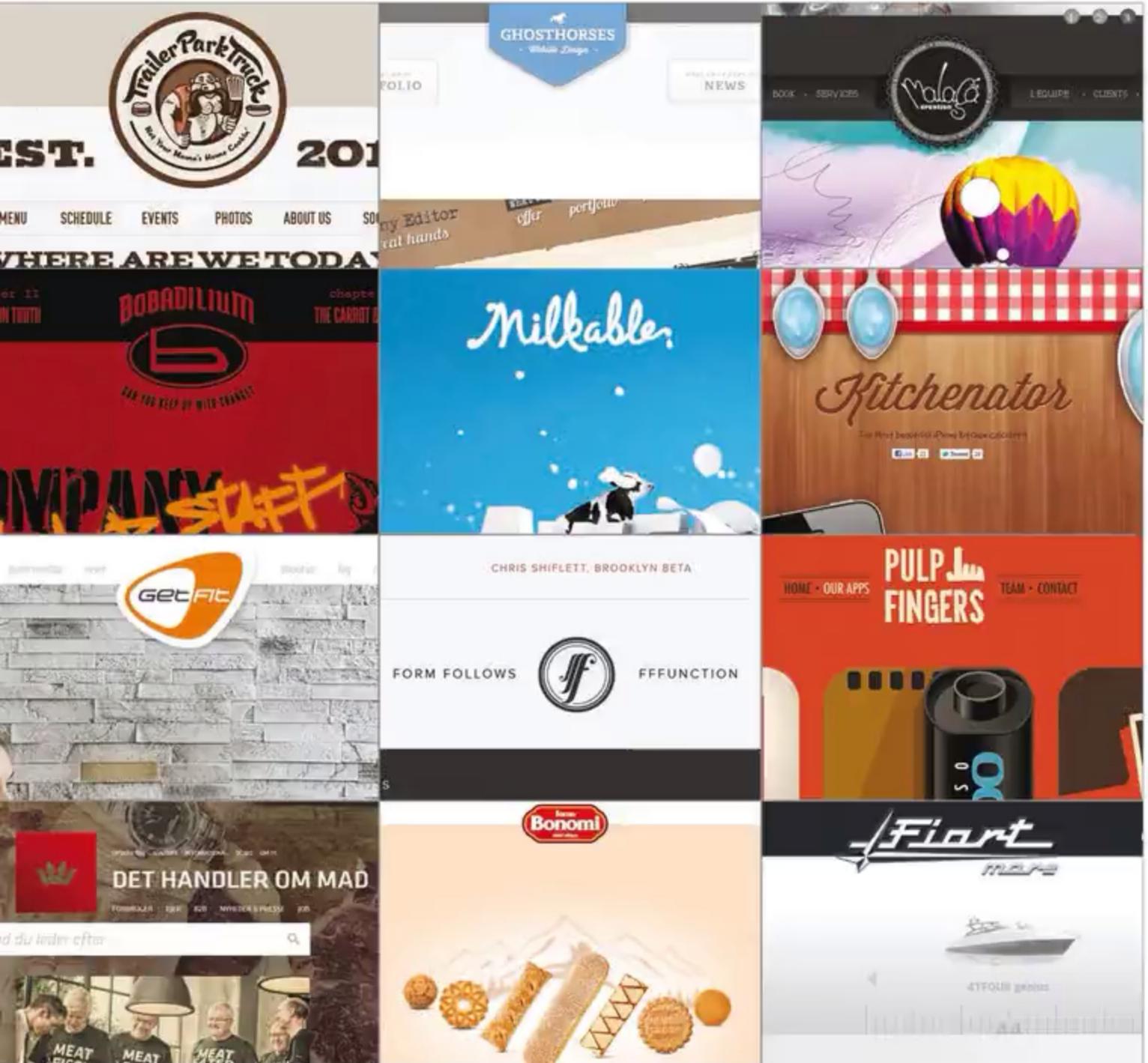
Regardez maintenant dans le panneau Calques et passez le mode de fusion du calque texture sur Densité couleur. Vous pouvez aussi masquer la visibilité du calque d'arrière-plan et exporter votre travail en tant qu'image PNG transparente.



Envoyez votre site, ou suggérez un thème
Tweetez votre URL ou votre sujet  @webdesignmag

24 logos de sites

Un logo bien fait reste en mémoire
et a un impact immédiat.
En voici vingt-quatre de la sorte.



NOUVEAU

HTML5 • CSS3 • JQUERY RESPONSIVE DESIGN



EN VENTE
CHEZ VOTRE
MARCHAND DE
JOURNAUX

RESPONSIVE DESIGN
Adaptez vos contenus
aux écrans

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

SHOP.ORACOM.FR

web développement ;

Consacré au côté code lourd
de la conception en ligne moderne

Créez des modèles avec Mustache.js

Construisez des modèles HTML en JavaScript en utilisant Mustache.js, un modèle logique sans JavaScript qui offre la réutilisation, la modularité et la maintenabilité du code. **Page 76**

NOUVELLE
section de
16 pages

Montez un serveur Web avec Node.js

Construisez des serveurs Web personnalisés, légers, efficaces et évolutifs en utilisant la plateforme Node.js. **Page 80**

Sass

Boostez votre CSS avec Sass

Découvrez comment ajouter plus de puissance, d'élégance et de maniabilité aux feuilles de styles avec l'extension CSS3 Sass. **Page 70**



Boostez votre CSS avec Sass

Fatigué de fouiller dans une feuille de styles encombrée et gigantesque ?
Donnez à votre CSS une certaine allure avec
Syntactically Awesome Stylesheets.

En tant que concepteurs et développeurs Web, nous aimons CSS. Vraiment. C'est juste que, de temps en temps, il peut nous taper sur les nerfs. Nous sommes tous passés par là : ce moment où nous ouvrons une feuille de styles pour ajouter une nouvelle règle simple, et où nous finissons par passer trois minutes à faire défiler des milliers de lignes afin de déterminer où la mettre, et encore deux minutes pour repérer la couleur bleu clair utilisée auparavant, puis un peu plus pour essayer de refactoriser la déclaration réalisée lors de la copie d'une douzaine de lignes d'un bloc quasi identique ailleurs.

Dans des moments comme celui-là, un développeur pourrait à juste titre lever les yeux vers le ciel en murmurant doucement : « Il devrait sûrement y avoir une meilleure façon de faire ?

La meilleure façon

Dès 2007, certains développeurs très intelligents ont décidé de prendre les choses en mains et de donner à notre vieil ami CSS un nouveau visage. La bibliothèque qui en résulte est connue sous le nom de Sass (Syntactically Awesome Stylesheets).

Bien entendu, il était impossible de simplement réécrire les règles de CSS, mais la nouvelle syntaxe n'aurait pas été supportée par les navigateurs plus anciens, et personne n'aurait pu l'utiliser. Au lieu de cela, les développeurs de Sass ont décidé de faire un langage qui serait compilé en CSS. Ce qui veut dire que vous écrivez vos styles dans Sass, les exécutez à travers un petit morceau de logiciel, et bam ! Il en ressort du bon vieux CSS. Ceci semble représenter beaucoup de travail juste pour générer un fichier CSS. Qu'obtenez-vous pour tout le mal que vous vous êtes donné ? Pas mal de choses, en réalité. Mais avant de plonger à l'intérieur et

de jeter un coup d'œil à tout ce que Sass a à offrir, nous devons d'abord l'installer et apprendre à l'utiliser pour créer des fichiers CSS.

Installer Sass

Pour pouvoir utiliser Sass, vous devez d'abord installer le script qui va compiler vos feuilles de style en CSS. Sass est écrit en Ruby, vous aurez donc besoin de Ruby pour l'exécuter. Dans l'OS X d'Apple, Ruby est installé par défaut, de sorte que vous n'avez pas besoin de faire quoi que ce soit. Sous Windows, il y a plusieurs façons d'installer Ruby, mais le plus simple est d'utiliser RubyInstaller, disponible à l'adresse rubyinstaller.org.

Une fois que vous avez Ruby, il est temps d'installer Sass. Sass est un gem, un paquet ou une bibliothèque autonome dans le vocabulaire Ruby, nous utilisons donc la commande "gem" pour l'installer. Ouvrez votre terminal (cmd.exe sous Windows, Terminal.app sous OS X), et tapez :

```
001 gem install Sass
```

Appuyez sur Entrée/Retour chariot, vous serez confrontés à quelque chose de semblable à ce qui suit :

```
001 Successfully installed Sass-3.1.15
002 1 gem installed
003 Installing ri documentation for Sass-
```

“ À certains moments, les développeurs pourraient à juste titre lever les yeux vers le ciel en murmurant : “Il devrait sûrement y avoir une meilleure façon ?” ”



C'est un jeu d'enfant de créer un thème de couleur pour un site Web en utilisant les différentes fonctions de couleur disponibles dans Sass.

“ Une fonctionnalité qui facilite l'utilisation de Sass dans des projets existants est sa syntaxe, qui est un surensemble de CSS. ”

3.1.15...

```
004 Installing RDoc documentation for Sass-  
3.1.15...
```

Maintenant que Sass est installé, vous pourrez y accéder via la ligne de commande. Pour recevoir un aperçu des options disponibles, tapez :

```
001 Sass --help
```

Appuyez sur entrée. Le résultat obtenu peut paraître plutôt intimidant, mais ne vous inquiétez pas. En ce qui nous concerne, la partie la plus importante est le code situé en haut de tout ce que vous voyez :

```
001 Usage: Sass [options] [INPUT] [OUTPUT]
```

INPUT est le nom du fichier Sass que vous voulez compiler et OUTPUT celui du fichier CSS que vous voulez générer. Faisons en sorte d'utiliser ceci et de compiler notre première feuille de styles Sass.

Votre premier fichier Sass

Une grande chose au sujet de Sass est que la syntaxe Sass est un surensemble de CSS. Cette fonctionnalité facilite incroyablement son utilisation dans des projets existants. En d'autres termes, cela signifie que toute syntaxe CSS est

contenue à l'intérieur de Sass, et donc que n'importe quel fichier CSS valide est également un fichier Sass valide.

Ainsi, pour écrire votre premier fichier Sass, il vous suffit d'écrire un fichier CSS. Faisons en sorte que la feuille de styles soit le plus simple possible :

```
001 h1 {  
002   color: rgb(0, 200, 100, 1);  
003 }
```

Sauvegardez le tout dans un fichier, par exemple "green.scss". L'extension SCSS indique un fichier Sass.

Maintenant, à partir de la ligne de commande, exécutez la commande suivante dans le répertoire où se trouve votre fichier CSS :

```
001 Sass style.scss style.css
```

Cela indique simplement à Sass de lire votre fichier SCSS et de produire, en sortie, un fichier CSS dans le même répertoire. Ouvrez ce fichier et laissez le charme (pas si magique) agir : Sass a copié votre règle de titre verte du fichier SCSS dans le fichier CSS.

Variables

Jusqu'à présent, Sass n'a strictement rien fait pour nous faciliter la vie. En réalité, si la feuille de styles de votre projet est vraiment aussi simple que celle ci-dessus, vous n'avez

aucune raison d'utiliser Sass. Cependant, comme vous le savez bien, les feuilles de styles peuvent être beaucoup plus compliquées dans la vie réelle.

Mettons que, après quelques heures de travail sur votre projet, vous ayez utilisé la même couleur verte à plusieurs endroits différents :

```
001 h1 {  
002   color: rgb(0, 200, 100, 1);  
003 }  
004  
005 aside li {  
006   color: rgb(0, 200, 100, 1);  
007 }  
008  
009 footer {  
010   background-color: rgb(0, 200, 100, 1);  
011 }
```

Maintenant, chaque fois que vous souhaitez utiliser cette couleur, vous devez vous rappeler exactement ce que c'était, et si jamais vous voulez en changer, vous auriez besoin de parcourir vos fichiers pour balayer tous les endroits où vous l'avez utilisée.

Sass vient à la rescousse avec des variables. Tout comme dans JavaScript ou d'autres langages de programmation, les variables dans Sass stockent des valeurs simples pour une réutilisation ultérieure. Ne vous inquiétez pas si vous n'avez jamais fait de programmation, les variables Sass sont particulièrement simples à utiliser.

Au lieu de répéter cette couleur tout au long du fichier CSS, nous allons simplement la déclarer dans la partie supérieure, dans une variable :

```
001 $heading-color: rgb(0, 200, 100, 1);  
002  
003 h1 {  
004   color: $heading-color;  
005 }  
006  
007 aside li {  
008   color: $heading-color;  
009 }  
010  
011 footer {  
012   background-color: $heading-color;  
013 }
```

Les variables dans Sass commencent par le signe dollar (\$) et peuvent être utilisées n'importe où dans vos fichiers. Dans la première ligne de l'exemple ci-dessus, nous assignons une valeur à la variable. Ici, c'est une couleur, mais cela pourrait tout aussi bien être une valeur numérique (comme 10 pixels ou 100 %) ou toute autre valeur que vous pourriez utiliser pour une propriété CSS (comme rouge, à gauche ou inline).

Partout où vous vous référez à la variable dans votre fichier Sass, sa valeur sera remplacée lorsque vous compilerez la feuille de styles. Pour le prouver, exécutez Sass sur cette nouvelle feuille de styles et jetez

“ Les fonctions vous permettent de manipuler le contenu de vos variables sans avoir à en créer de nouvelles. ”

un coup d'œil au fichier CSS de sortie. Comme prévu, à chacune des règles a été assigné le code hexadécimal correspondant à notre couleur verte.

Fonctions

L'utilisation de variables dans Sass peut certainement aider à faciliter la maintenance de feuilles de styles de grande taille : si maintenant nous décidons d'une teinte légèrement différente de vert, nous aurions seulement besoin de la modifier en un seul endroit au début du fichier.

Toutefois, les variables deviennent vraiment utiles (et amusantes) lorsque nous les utilisons dans les fonctions. Celles-ci vous permettent de manipuler le contenu de vos variables sans avoir à en créer de nouvelles.

Mettons que vous vouliez que vos sous-titres soient dans une nuance légèrement plus foncée de vert. Au lieu de définir une nouvelle valeur de couleur, vous pouvez simplement écrire :

```
001 h2, h3 {
002   color: darken($heading-color, 10%);
003 }
```

La fonction `darken()` prend une couleur et la fonce par le pourcentage prévu. Dans le cas présent, Sass nous donnera un vert qui est 10 % plus sombre que `$heading-color` (ceci s'avère être #00954B).

Bien sûr, vous n'avez pas à vous arrêter à l'assombrissement de vos couleurs : Sass fournit également les fonctions `lighten()` (éclaircir), `saturate()` (saturer), `desaturate()` (désaturer), `complement()` (assigner une couleur complémentaire), et un certain nombre d'autres fonctions pour travailler avec les couleurs. Pour la programmation avancée, il y a aussi des fonctions pour travailler avec des nombres, des chaînes et des listes. Vous pouvez obtenir une liste complète des fonctions disponibles sur le site Sass à l'adresse bit.ly/6QC0SS. Si vous avez des variables numériques, vous pouvez aussi les manipuler mathématiquement. Par exemple, de nombreux designers aiment conserver les proportions des éléments d'une page en les basant sur une mesure de référence - disons, pour la commodité du raisonnement, 16 pixels :

```
001 p {
002   font-size: 16px;
003   margin-bottom: 16px;
004 }
005
006 h1 {
007   font-size: 48px;
```

```
008   margin-bottom: 48px;
009 }
010
011 h2, h3 {
012   font-size: 32px;
013   margin-bottom: 32px;
014 }
```

Avec Sass, vous pouvez simplifier beaucoup les choses en faisant un peu de mathématiques :

```
001 $font-size: 16px
002
003 p {
004   font-size: $font-size;
005   margin-bottom: $font-size;
006 }
007
008 h1 {
009   font-size: $font-size * 3;
010   margin-bottom: $font-size * 3;
011 }
012
013 h2, h3 {
014   font-size: $font-size * 2;
015   margin-bottom: $font-size * 2;
016 }
```

N'importe quelle opération mathématique (+, -, %, ou *) peut être effectuée sur n'importe quelle valeur numérique dans votre CSS, que ce soit en px, %, em ou quoi que ce soit d'autre.

Imbrication

Jusqu'à présent, Sass nous a permis d'écrire des feuilles de styles plus expressives en utilisant une syntaxe plus claire et plus naturelle. Un autre domaine où Sass brille vraiment est celui de rendre les feuilles de styles beaucoup plus compactes et plus lisibles. Il accomplit cette mission en vous permettant d'imbriquer les blocs les uns dans les autres, et doric en vous évitant de nombreuses duplications. Par exemple, regardez ce bloc CSS d'aspect plutôt commun pour un menu latéral de navigation :

```
001 #sidebar {
002   float: right;
003   margin-left: 15px;
004   padding: 10px 20px;
005   width: 250px;
006   background: #f4f39e;
007 }
008
```

Pas exactement le même

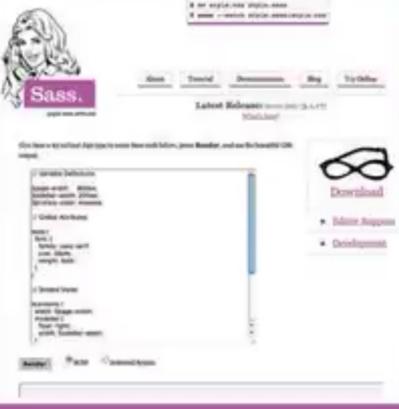
Les lecteurs attentifs auront remarqué que le fichier CSS résultant n'est pas tout à fait identique au fichier Sass avec lequel nous avons débuté. La valeur de la couleur `rgba(0, 0, 0, 0.000864)` que nous avons déclarée a été traduite en son équivalent en code hexadécimal (#000864). Sass a un peu travaillé pour nous ici, en nous permettant d'utiliser l'espace de couleurs RGB (RVB) plus facile-pour-le-cerveau (ou même LGV) et en le traduisant en un code hexadécimal. Bien sûr, ceci ne serait pas arrivé si nous avions déclaré une valeur d'opacité autre que 1, car il n'y a aucun moyen de traduire cela en hexadécimal.

Add-On Sass pour Firefox

FireSass est une extension qui permet à Firebug d'afficher les noms de fichiers et les numéros de ligne Sass de styles CSS générés via Sass plutôt que ceux du CSS généré lui-même.

FireSass pour Firebug 0.0.9

bit.ly/LbBq6W



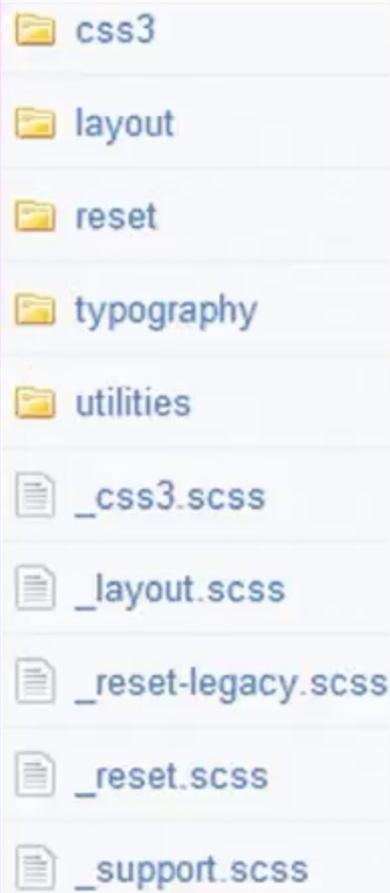
Essayez Sass en ligne à l'adresse sass-lang.com/try.html avant de télécharger la dernière version

Garder un œil sur nos fichiers Sass

En utilisant Sass, vous allez inévitablement trébucher en oubliant de recompilier le CSS entre les différents changements. Cela peut être source de confusion, quand vous faites des va-et-vient entre votre éditeur et votre navigateur en vous demandant pourquoi vos modifications ne sont pas prises en compte. Heureusement, il y a un moyen plus facile : vous pouvez dire à Sass de surveiller vos fichiers et de régénérer le CSS de sortie chaque fois que vous faites un changement :

```
001 Sass --watch style.scss:style.css
```

Laissez cette commande en exécution dans votre terminal pendant que vous travaillez, et vous pouvez oublier tout le reste et vous concentrer sur l'écriture de vos styles.



Cette liste de quelques fichiers du cadre (framework) Compass (construit avec Sass) illustre comment rendre du CSS complexe plus facilement gérable en le séparant en plusieurs fichiers.

```
009 #sidebar ul {
010   list-style-type: none;
011   padding-left: 10px;
012 }
013
014 #sidebar ul li {
015   font-weight: bold;
016 }
017 #sidebar ul li a {
018   color: #333;
019   text-decoration: none;
020 }
```

Vous avez probablement déjà écrit quelque chose comme ça si vous travaillez avec CSS depuis quelque temps. Peut-être êtes-vous devenu si insensibilisé au point de ne pas remarquer à quel point ce que vous avez écrit est redondant. Pensez-y : vous avez écrit "#sidebar" quatre fois, juste pour appliquer des styles de base à des éléments de base dans une partie de la page. Avec Sass, vous pouvez écrire à la place :

```
001 #sidebar {
002   float: right;
003   margin-left: 15px;
004   padding: 10px 20px;
005   width: 250px;
006   background: #f4f39e;
007 }
008 ul {
```

“ Nous savons que les styles de présentation sont mauvais, aussi n'est-il pas question de créer une classe `rounded-box` pour ajouter des éléments dans votre code HTML. ”

```
009   list-style-type: none;
010   padding-left: 10px;
011 }
012 li {
013   font-weight: bold;
014   a {
015     color: #333;
016     text-decoration: none;
017   }
018 }
019 }
020 }
```

Ce que ceci fait devrait être assez évident : un bloc de CSS imbriqué dans un autre bloc sera appliqué en combinant les sélecteurs des deux blocs. Non seulement ce code est un peu plus concis, en évitant toutes ces répétitions de sélecteurs, mais il est aussi plus facile de voir en un coup d'œil ce qui se passe, et les relations entre les styles.

Mixins

Les mixins sont probablement la fonctionnalité la plus populaire de Sass.

Là où les variables permettent la réutilisation de valeurs uniques tout au long de vos feuilles de styles, les mixins permettent la réutilisation de pans entiers de code avec une seule ligne rapide.

Mettons que vous ayez un ensemble de styles qui vont souvent de pair, comme les `border-radius`, `background` (arrière-plan) et `box-shadow` (ombre portée) appliqués à ces éléments `div` :

```
001 div.sidebar-box {
002   border-radius: 5px;
003   box-shadow: 2px 2px 2px #CCC;
004   background-color: #F4F39E;
005   padding: 10px;
006   margin: 10px;
007   ...
008 }
009
010 div.author-details {
011   border-radius: 5px;
012   box-shadow: 2px 2px 2px #CCC;
013   background-color: #F4F39E;
014   padding: 5px;
015   margin: 10px 0;
016   ...
017 }
```

Nous savons tous que les styles de présentation sont mauvais, aussi n'est-il pas question de créer une classe `rounded-box` pour ajouter divers éléments dans votre code HTML. Et quelque chose de générique comme `info-box` finira par encombrer votre balisage avec des tonnes de classes supplémentaires si vous appliquez plusieurs fois la même stratégie.

Aussi, lorsque des boîtes plus arrondies sont ajoutées, vous copiez/collez ces lignes de code encore et encore jusqu'à ce qu'elles soient dispersées partout dans votre code.

Avec les mixins Sass, ce problème est facile à résoudre : il s'agit d'un cas simple d'ajout de ce qui suit :

```
001 @mixin rounded-box {
002   border-radius: 5px;
003   box-shadow: 2px 2px 2px #CCC;
004   background-color: #F4F39E;
005 }
006
007 div.sidebar-box {
```

```

008 @include rounded-box;
009 padding: 10px;
010 margin: 10px;
011 ...
012 }
013
014 div.author-details {
015 @include rounded-box;
016 padding: 5px;
017 margin: 10px 0;
018 ...
019 }

```

Import

La dernière fonctionnalité de Sass que nous allons présenter est extrêmement utile lorsque votre projet se développe au-delà d'une certaine taille et que votre CSS, autrefois propre et bien rangé, est devenu difficile à manier. Traditionnellement, les concepteurs Web ont toujours un petit dilemme quand il s'agit d'organiser le CSS en plusieurs fichiers.

D'une part, chaque fichier CSS qui doit être téléchargé à partir du serveur ralentit votre site pour vos visiteurs, il est donc préférable d'avoir le moins de fichiers possible. D'autre part, l'organisation de votre code quand il est tout entassé dans un fichier super-long peut prendre beaucoup de temps au mieux et, au pire, être agaçante.

Sass vous offre le meilleur des deux mondes : garder vos fichiers séparés à des fins de développement, mais les compiler tous en un seul fichier quand il est temps de mettre votre site en ligne. Dans Sass, ceci se fait avec la directive `@import`. Tous les autres fichiers référencés par `@import` dans vos fichiers Sass seront

automatiquement inclus par le compilateur. Vous n'avez pas besoin de préciser l'extension des fichiers, de sorte qu'ils peuvent être soit d'autres fichiers Sass, soit des fichiers CSS :

```

001 @import "footer";
002 @import "profile";

```

Ces deux lignes de code vont importer tous les différents styles, variables et mixins à partir des fichiers de bas de page et de profil dans votre fichier actuel.

Les développeurs Sass recommandent que, lorsque vous devez nommer des sous-feuilles de styles, vous commenciez par un underscore (par exemple, `footer.scss` et `_profile.scss`) pour les distinguer des feuilles de styles "maîtres" qui sont destinés à être compilés et inclus dans une page. Sass comprend cette ligne, et importera le fichier si s'appelle `footer.css`, `footer.scss`, `_footer.css`, ou `_footer.scss`.

Il est temps d'adopter Sass

Cet article n'est qu'un bref aperçu des fonctionnalités de Sass. Le langage possède de nombreuses fonctionnalités que nous n'avons pas eu le temps de présenter ici, et le meilleur endroit pour en apprendre plus est sur le site Web Sass à l'adresse sass-lang.com.

Toutefois, après avoir lu cet article, vous en savez maintenant assez pour commencer à expérimenter Sass et à jouer avec dans certains de vos projets existants.

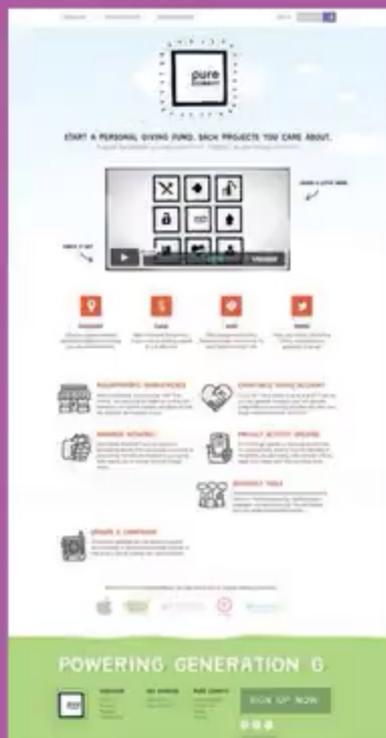
Peut-être est-ce l'occasion parfaite pour ranger cette feuille de styles monstrueuse que vous avez sans cesse fait croître pendant trois ans ?

Qui utilise Sass ?

Syntactically Awesome Stylesheets (Sass) est une extension de CSS3 et utilise une syntaxe élégante pour créer des sites Web superbes et pleinement opérationnels. Nous jetons un coup d'œil sur deux sites qui ont relevé le défi Sass.

Pure Charity

www.purecharity.com



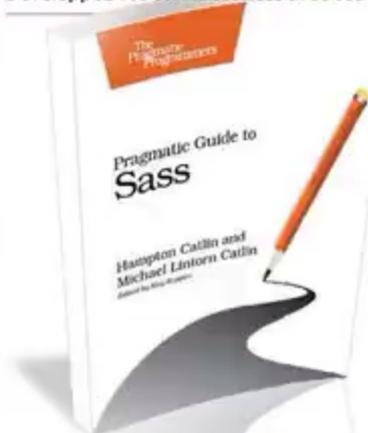
Jumpstart Lab

jumpstartlab.com



Pour en savoir plus

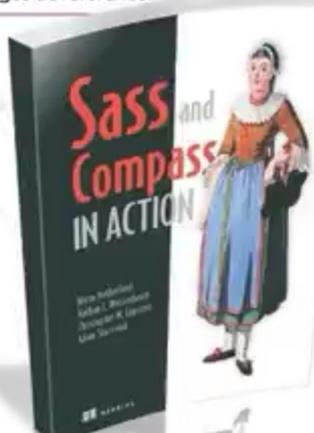
Développez vos connaissances avec ces ouvrages de référence.



Pragmatic guide to Sass

Env. 20 €

pragprog.com/book/pg_Sass/
pragmatic-guide-to-Sass



Sass and Compass in Action

Env. 37 €

www.manning.com/netherland

Créer des templates avec Mustache.js



Si vous avez déjà écrit des applications HTML qui font usage de JavaScript afin de manipuler, lire et écrire le contenu du DOM, vous avez sans doute remarqué que vous écrivez beaucoup de code fragmenté du point de vue du programme. Que vous concaténiez des variables en des chaînes HTML, remplacez les chaînes ou insérez

le code généré dans les balises, vous courez le risque de semer le désordre rapidement. Cela rend votre code plus difficile à écrire et à maintenir. Nous voulons également, supprimer les éventuels problèmes de couplage trop important entre l'interface utilisateur et les données fournies. Nous pouvons résoudre ce problème en découplant le balisage HTML et les données avec Mustache.js, un modèle logique sans JavaScript qui ne repose pas sur les déclarations de procédure. Dans ce tutoriel, nous allons jeter un coup d'œil sur les bases fondamentales de l'utilisation de Mustache.js dans notre application pour aider à la réutilisation, la modularité et la maintenabilité du code. Nous allons créer un simple widget qui appelle l'API de recherche Twitter pour renvoyer une structure JSON que nous pouvons utiliser pour remplir nos modèles et sortir facilement les données.

Construisez du HTML dans du JavaScript en utilisant du HTML !

outils | tech | tendances Mustache.js, éditeur de code expert Matt Gifford

01 Obtenir votre mustache

Avant de commencer la création de nos modèles, nous avons besoin d'obtenir une copie de la bibliothèque JavaScript Mustache. Téléchargez la dernière version à partir de l'URL ci-dessous et extrayez le fichier "mustache.js" dans le répertoire assets/js à l'emplacement de votre projet. Incluez la référence avant la balise de fermeture body dans le fichier "index.html" inclus dans le projet.

```
001 github.com/janl/mustache.js
```

02 Ajouter jQuery

Nous allons également utiliser la bibliothèque jQuery pour effectuer une requête AJAX et référencer certains éléments du DOM au sein de notre page. Assurez-vous d'inclure une référence à la bibliothèque jQuery hébergée au-dessus du fichier mustache.js dans la fenêtre de l'éditeur de code. Vous pouvez également utiliser une copie locale si vous préférez.

```
001 <script src="http://code.jquery.com/jquery.min.js"
type="text/javascript"></script>
```

03 Obtenir la réponse

Nous allons faire usage de l'API de Twitter pour obtenir un fil JSON, que nous allons utiliser pour alimenter notre modèle avec des informations à rendre. Créez une nouvelle balise bloc de script et créez un appel à la méthode getJSON en y collant l'URL de recherche Twitter. Nous demanderons de renvoyer cinq enregistrements pour le paramètre de requête fourni.

```
001 <script type="text/javascript">
002 $(document).ready(function() {
003   $.getJSON("http://search.twitter.com/search.json?callback=?
&q=coldfufonkeh&rpp=5", function(data) {
004     });
```

```
005 });
006 </script>
```

04 Affiner les données

La réponse JSON renvoyée contient beaucoup d'informations, mais nous sommes intéressés par un accès direct au tableau des résultats. Créez un nouvel objet JavaScript appelé "twitResp", positionnez le noeud d'affichage à true (vrai) et les noeuds de requête et de résultats à lire le contenu de l'objet de données renvoyé.

```
001 var twitResp = {
002   display: true,
003   query: data.query,
004   results: data.results
005 }
```

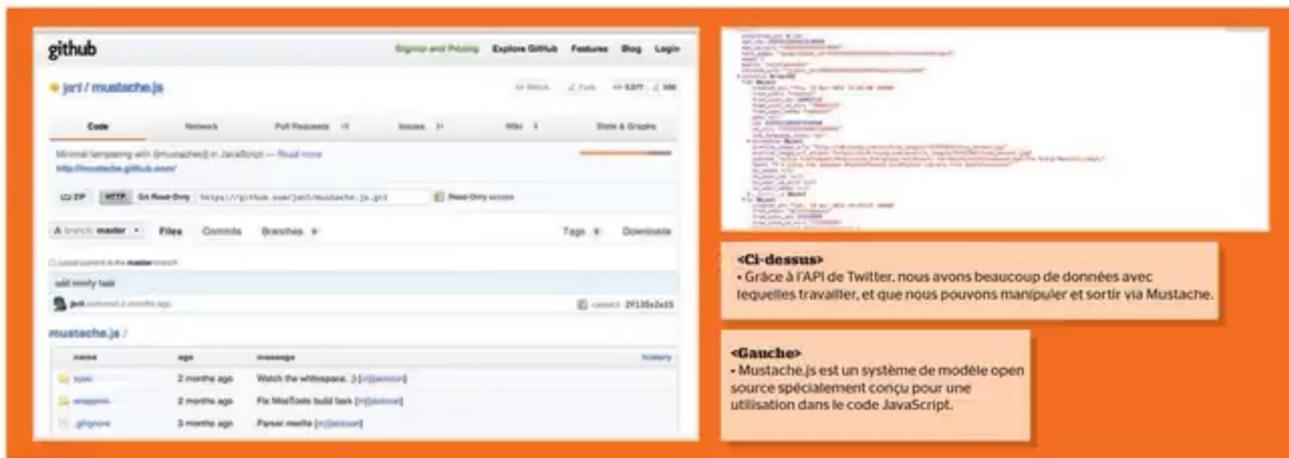
05 Gestion de l'absence d'enregistrement

En dessous de la déclaration de la variable twitResp, nous allons ajouter le code suivant pour vérifier l'existence des résultats de la recherche. S'il n'y a pas les enregistrements renvoyés dans le fil, nous ne voulons pas tenter de sortir notre liste. Nous allons positionner la valeur d'affichage booléen à false (faux) si nous rencontrons ce cas.

```
001 if(twitResp.results.length < 1) {
002   twitResp.display = false;
003 }
004 }
```

06 Partiellement vôtre

Les modèles Mustache peuvent gérer les partiels (partials), qui sont une superbe façon de séparer les sections réutilisables ou les sections-clés de mise en page du modèle lui-même. Créez une nouvelle variable JavaScript appelée partials, qui contiendra les différents partiels (partials) que nous voulons utiliser - dans le cas présent l'en-tête et le pied de page pour notre widget.



```
001 var partials = {
002   header: '<div id="header">Twitter Feeds My Mustache</div><div class="recent_tweets">',
003   footer: '</div>',
004 };
```

07 Créer le modèle

Commençons à créer notre modèle de base Mustache. Nous pourrions l'écrire comme une variable JavaScript ; dans cet exemple, nous allons utiliser un bloc modèle distinct défini. Créez une nouvelle balise bloc de script avec l'attribut id positionné à template (modèle) et l'attribut type positionné à text/template (texte/modèle). Incluez la première variable Mustache pour présenter la valeur de la requête à partir des données.

```
001 <script id="template" type="text/template">
002
003 {{query}}
004
005 </script>
```

08 Rendu dans HTML

Nous voulons envoyer nos données dans le modèle pour le rendu et l'affichage dans la page. Premièrement, nous allons référencer le modèle lui-même pour obtenir le contenu. Nous allons envoyer le modèle, les données et les partiels dans Mustache via sa méthode to_html(), que nous allons définir comme le contenu d'un élément div appelé contentArea.

```
001 var template = $('#template').html();
002 var html = Mustache.to_html(template, twitResp, partials);
003 $('#contentArea').html(html);
```

09 Définir le conteneur

Nous avons défini où nous voulons placer notre modèle peuplé, nous allons donc ajouter l'élément div requis dans notre page. Placez le code entre les balises body dans le document HTML, faites en sorte que l'attribut id corresponde à celui spécifié dans le précédent code JavaScript.

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

10 Ajouter les partiels

Modifions notre modèle afin d'inclure les partiels (partials) d'en-tête

et de pied de page. Les partiels (partials) sont clairement identifiables et différent des variables standard Mustache du fait qu'elles sont référencées à l'aide d'un signe >. Incluez nos partiels (partials) dans le modèle ci-dessus et en dessous de l'espace réservé aux requêtes. Les partiels (partials) sont rendus à l'exécution afin que nous puissions faire des choses étranges et merveilleuses avec.

```
001 <script id="template" type="text/template">
002 {{>header}}
003
004 {{query}}
005
006 {{>footer}}
007 </script>
```

11 Boucle sur les résultats

Modifiez le modèle pour y inclure le code suivant, qui permet d'afficher une liste de tweets retournés. Ici, nous pouvons utiliser une section pour faire une boucle et créer les éléments de la liste si nous avons des résultats à lire. Les dièses et les résiduels définissent une section, semblable aux balises blocs d'ouverture et de fermeture.

```
001 <div id="recent_tweets">
002 <ul class="twitter">
003 {{#results}}
004 <li class="tweet"><li>
005 {{/results}}
006 </ul>
007 </div>
```

12 Les fonctions modèles

Nous pouvons modifier notre structure de données pour y inclure des fonctions, que nous pouvons alors appeler comme des espaces réservés Mustache. Créez un nouveau nœud appelé userImg qui, en tant que fonction, permettra de créer et de retourner une balise d'image et appliquera l'URL de l'image du profil de l'utilisateur et le nom d'utilisateur comme texte alt.

```
001 results: data.results,
002 userImg: function() {
003   return '';
005 }
```



<De haut en bas et de gauche à droite>

- En passant le texte à travers notre fonction personnalisée, nous pouvons remplacer toutes les instances de noms d'utilisateurs et de hashtags par des liens.
- En l'absence de résultats à afficher, notre modèle va afficher le partiel (partiel) choisi comme demandé.
- Notre widget Twitter complet, conçu et rendu à l'aide de modèles Mustache.

13 Arguments de fonction

Nous sommes également en mesure de créer des fonctions qui acceptent des paramètres dans le modèle Mustache lui-même. Insérez un nouveau nœud dans la structure de données appelée "userLink". Celui-ci acceptera une valeur user_id comme argument, et le second paramètre est une fonction de rendu spéciale qui utilise la vue actuelle comme argument vue.

```
001 userLink: function() {
002   return function(user_id, render) {
003     return '<a href="http://www.twitter.com/' +
render(user_id) + '" target="_blank">' + render(user_id) + '</a>';
004   }
005 }
```

14 Ajouter le texte du tweet

Ajoutez le codé suivant entre les balises d'éléments de liste que nous avons précédemment ajoutées au modèle. Vous pouvez voir ici que nous appelons la fonction userLink et passons le paramètre id de l'utilisateur entre les sections. L'espace réservé userimg diffère des autres car il est enveloppé entre trois parenthèses plutôt qu'entre seulement deux. Si nous n'en avions utilisé que deux, il afficherait la chaîne réelle retournée et ne rendrait pas le code HTML.

```
001 <p><span class="user">{{{userimg}}}</span>{{#userLink}}
{{from_user}}</userLink}} {{text}}</p>
```

15 Analyser le texte

Bien que le texte du tweet soit correctement affiché, nous allons changer le modèle afin de nous assurer que tous les noms d'utilisateurs et hashtags sont convertis en liens que les utilisateurs vont suivre. Dans notre structure de données, créez un nouveau nœud appelé parsedText qui sera une fonction de re-rendu du texte fourni et de sortie avec les modifications nécessaires.

```
001 parsedText: function() {
002   var tweetText = this.text;
003   var parsedText;
004
005   return parsedText;
006 }
```

16 Remplacer les noms

Tout d'abord, nous voulons remplacer toutes les occurrences de noms d'utilisateurs Twitter avec le lien correspondant au profil Twitter de l'utilisateur. Nous allons utiliser une expression régulière pour trouver chaque instance d'un nom d'utilisateur et le convertir en un lien HTML. Placez ceci dans la fonction parsedText que nous venons de créer.

```
001 parsedText = tweetText.replace(/(^|\s)@(\w+)/g, function(u) {
002   u = u.trim();
003   var username = u.replace("@", "");
004   var newLink = ' <a href="http://www.twitter.com/' + username + '" target="_blank">' + username + '</a>';
005   return newLink;
006 });
```

17 Remplacer les hashtags

Nous allons maintenant gérer toutes les occurrences de hashtags dans le tweet retourné. Une fois de plus, nous allons utiliser une expression régulière pour tous les trouver et les remplacer par un lien afin de permettre à l'utilisateur de rechercher Twitter pour plus d'instances. Placez ceci en dessous du code de remplacement de nom dans la méthode parsedText.

```
001 parsedText = parsedText.replace(/(^|\s)#(\w+)/g, function(h) {
002   h = h.trim();
003   var hashtag = h.replace("#", "");
004   var newLink = ' <a href="http://search.twitter.com/search?q=' + hashtag + '" target="_blank">' + h + '</a>';
005   return newLink;
006 });
```

18 Modifier le texte

Maintenant que nous avons la capacité de modifier notre texte avant de le sortir, nous devons modifier le modèle afin d'utiliser la fonction au lieu de la valeur du texte retourné directement à partir du fil de données. Remplacez {{texte}} par {{{parsedText}}} et notez que nous avons une fois de plus utilisé les parenthèses triples pour rendre la sortie au format HTML, car elle peut inclure des balises.

```
001 <p><span class="user">{{{userimg}}}</span>{{#userLink}}
{{from_user}}</userLink}} {{{parsedText}}}</p>
```

19 Affichage positif

Comme nous l'avons vu, les sections s'affichent si la clé existe et si la valeur n'est pas nulle (null), non définie (undefined) ou fautive (false). Nous pouvons utiliser la valeur d'affichage que nous avons positionnée plus tôt pour faire en sorte que notre liste ne soit rendue que si nous avons des documents à montrer. Enveloppez le bloc de code dans le modèle dans une section qui sera lue à partir de la valeur d'affichage.

```
001 {{#display}}
002 <div id="recent_tweets">
003
004 </div>
005 {{/display}}
```

20 Sections inversées

Nous pouvons faire usage de sections inversées dans Mustache pour gérer le cas où nous n'avons pas d'enregistrements à afficher. Une section inversée commence par un signe ^, et ce qui est à l'intérieur de ces balises ne sera rendu que si la valeur de la balise de cette section est nulle (null), non définie (undefined) ou fautive (false).

```
001 {{^display}}
002
003 {{/display}}
```

21 Rien à déclarer

Nous voulons présenter quelque chose à l'utilisateur afin de l'informer que nous n'avons pas d'enregistrements ou de données à lui montrer. Nous pourrions simplement inclure du code HTML ici, mais comme nous faisons usage d'un système de modèles, nous allons utiliser un partiel (partial), identifié par le signe >. Incluez-le entre les balises de section inversées.

```
001 {{>noconversations}}
```

22 Partiel final

Avec la section inversée écrite et le partiel (partial) noconversations inclus, il nous faut maintenant écrire le contenu du partiel (partial) et l'inclure dans l'objet partiels JavaScript. Comme les partiels (partials) sont rendus à l'exécution, nous pouvons inclure des références à des nœuds de la structure de données pour l'inclusion, comme nous le faisons ici avec la valeur de requête (query).

```
001 var partials = {
002   header: '<div id="header">Twitter Feeds My Mustache</div><div class="recent_tweets">',
003   footer: '</div>',
004   noconversations: '<p>Sorry, there are no conversations to show you for {{query}}.</p>',
005 };
```

Bibliothèque de code

En détail

Examinons d'un peu plus près quelques-unes des méthodes disponibles au sein de Mustache pour la présentation des données.

Pour construire notre structure de données personnalisée, nous devons d'abord obtenir les résultats réels de la réponse retournée reçue.

```
001 var tweetResp = {
002   display: true,
003   query: data.query,
004   results: data.results,
```

Nos fonctions Mustache personnalisées sont définies comme faisant partie de la structure de données pour accéder à des valeurs individuelles contenues dans la réponse.

```
001   userLink: function() {
002     return function(user_id, render) {
003       return '<a href="http://www.twitter.com/' + render(user_id) + '" target="_blank">' + render(user_id) + '</a>';
004     };
005   },
006   userImg: function() {
007     return '';
008   },
```

En bouclant sur le tableau, nous pouvons référencer les valeurs à insérer dans la base de données par le numéro d'index du tableau.

```
001   parsedText: function() {
002     var tweetText = this.text;
003     var parsedText;
004     parsedText = tweetText.replace(/
005       (^|s)(\w+)/g, function(u) {
006       var username = u.replace("@", "");
007       var newLink = '<a href="http://www.twitter.com/' + username + '" target="_blank">' + username + '</a>';
008       return newLink;
009     });
010
011     parsedText = parsedText.replace(/
012       (^|s)#(\w+)/g, function(h) {
013       h = h.trim();
014       var hashtag = h.replace("#", "");
015       var newLink = '<a href="http://search.twitter.com/search?q='+hashtag+' target="_blank">' + h + '</a>';
016       return newLink;
017     });
018     return parsedText;
019   }
020 };
```

🗨️ L'insertion du code généré dans le balisage fait courir le risque de semer le désordre très rapidement. 🗨️

Monter un serveur Web avec Node.js

Parfois, un serveur Web gigantesque est un peu trop surdimensionné. Voici comment développer le vôtre avec Node.js

outils | tech | tendances Node.js (nodejs.org), cadre (framework) applicatif Express (expressjs.com), Éditeur de texte **expert** Simon Bisson



Les serveurs Web n'ont pas besoin d'être de grandes applications à usage général. Au fil des ans, ils sont devenus plus complexes, délivrant toutes sortes de contenus à votre navigateur. Mais que faire si vous avez besoin de quelque chose de pointu ? Internet Information Server et Apache sont exagérés, et même les serveurs de nouvelle génération comme nginx ont besoin de ressources importantes. C'est là que Node.js entre en jeu. Au lieu de prendre un serveur Web existant et de vous laisser caser votre application autour de ses fonctionnalités et API, Node.js adopte une approche très différente. Vous n'avez pas un serveur, mais juste un kit de pièces que vous pouvez assembler pour constituer votre propre serveur Web sur mesure qui gère les entrées et les sorties que vous avez conçues. C'est en fait un routeur qui prend les entrées et donne des résultats en sortie, un outil de type "si ceci, alors cela" pour vos applications Web. Autre avantage, au lieu d'apprendre C++ pour construire des extensions pour Apache, vous écrivez un serveur dans le langage de programmation du Web lui-même : JavaScript.

node.js

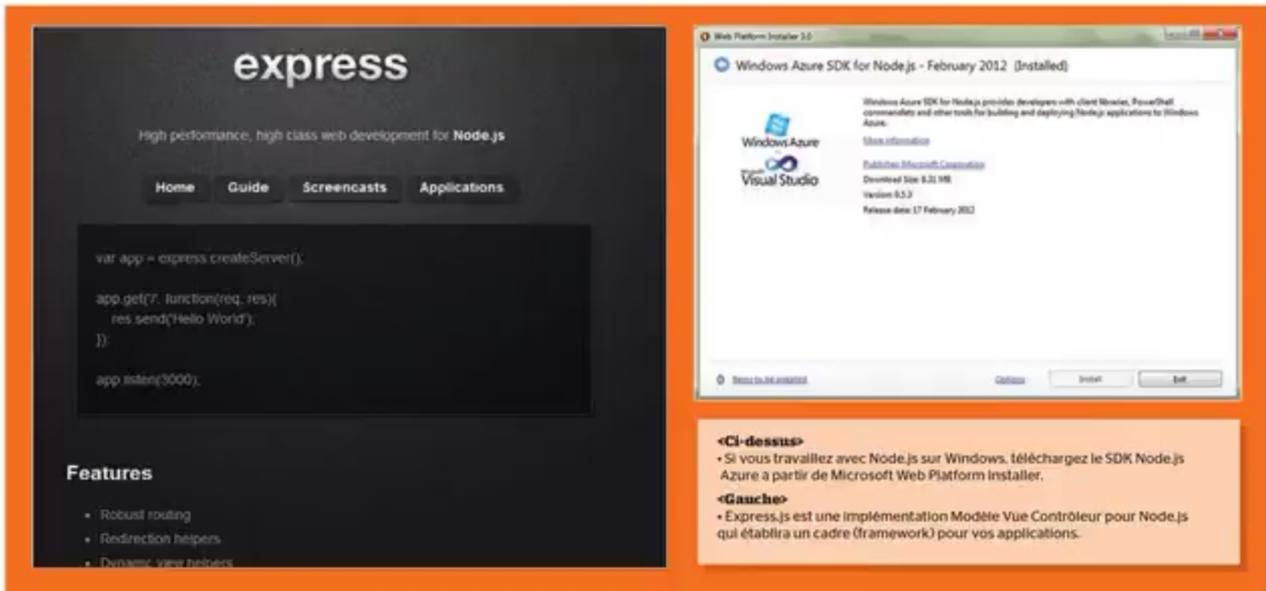
Node.js is a platform built on [Chrome's JavaScript runtime](#) for easily building fast, scalable network applications. Node.js uses an event-driven, non-blocking I/O model that makes it lightweight and efficient, perfect for data-intensive real-time applications that run across distributed devices.

[DOWNLOAD](#) [DOCS](#)

v0.6.15

NODE.JS IN THE INDUSTRY

<p>Node.js is the execution core of Manhattan. Allowing developers to build one code base using one language – that is the nirvana for developers.</p> <p>Renaud Waldura Sr. Product Manager, Cocktail</p>	<p>Node has allowed us to build a global, real-time logistics system without having to think twice about locking or concurrency issues.</p> <p>Curtis Chambers Engineering Manager</p>	<p>On the server side, our entire mobile software stack is completely built in Node. One reason was scale. The second is Node showed us huge performance gains.</p> <p>Kiran Prasad Director of Engineering, Mobile</p>	<p>Node gives Azure users the first end-to-end JavaScript experience for the development of a whole new class of real-time applications.</p> <p>Claudio Caldato Principal Program Manager, Interoperability Strategy</p>
--	--	---	--



01 Accéder à Node

Une fois installé, Node.js a besoin de code pour fonctionner.

Contrairement aux serveurs Web habituels, vous devrez écrire en JavaScript pour traiter les requêtes, en construisant votre propre serveur à partir du cadre (framework) Node.js. Commencez par créer un fichier appelé "server.js". Ceci est le cœur d'une application Node.js, aussi configurez un protocole et un port.

```
001 var http = require('http');
002 var port = process.env.port || 8888;
```

02 Créer un serveur

Nos deux premières lignes de code déclarent deux variables-clés : le protocole pour lequel notre serveur est à l'écoute, et le port sur lequel il écoute. Nous pouvons maintenant commencer à ajouter du code pour traiter les requêtes et apporter une réponse. Nous pouvons le faire en une seule ligne, avec une fonction imbriquée dans un objet createServer.

```
001 http.createServer(function (request, response) {
002     response.writeHead(200, {'Content-Type': 'text/plain'});
003     response.end('Hello Web Designer\n');
004 }).listen(port);
```

03 Monter un serveur

Le code que nous venons d'ajouter implémente une réponse HTTP de base et délivre un extrait de contenu à une page. Vous aurez besoin d'implémenter un code pour toutes les réponses HTTP que vous souhaitez ajouter à un serveur, ce qui signifie que vous aurez besoin de plus qu'un seul morceau de code. Enregistrez le code sous "server.js" et exécutez-le.

```
001 node server.js
```

04 Commutation

Une bonne façon de penser Node.js est d'imaginer un commutateur. Votre code prend les entrées à partir d'un port et renvoie les résultats au demandeur sur le Web. Il est déclenché par un événement : sinon, rien ne se passe, les actions étant gérées par des fonctions. Nous pouvons rendre notre code un peu plus clair via une fonction pour le gestionnaire de requêtes.

“ Contrairement aux serveurs Web habituels, vous aurez besoin d'écrire en JavaScript pour traiter les requêtes, en construisant votre propre serveur. ”

```
001 var http = require('http');
002 var port = process.env.port || 8888;
003 function httpRequest(request, response) {
004     response.writeHead(200, {'Content-Type': 'text/plain'});
005     response.write('Hello Web Designer\n');
006     response.end();
007 }
008 http.createServer(httpRequest).listen(port);
```

05 Simplifier les choses

Travailler avec Node.js à l'état brut est, pour être vraiment honnête, assez complexe. Vous devez comprendre comment un serveur Web fonctionne pour traiter toutes les réponses que votre service aura besoin de donner, et la manière de structurer le contenu HTTP qui est retourné. Une autre option consiste à utiliser Express, un ensemble de bibliothèques qui rendent le processus de construction d'un serveur à partir de zéro beaucoup plus facile. Commencez par installer Express à l'aide du gestionnaire de paquets intégré dans Node.js.

```
001 $npm install-g express
```

06 Réécriture avec Express

Utiliser Express peut simplifier beaucoup le code Node.js. Au lieu d'avoir à écrire toutes les réponses HTTP pour un serveur, Express le fait pour vous. Vous avez juste besoin de définir le serveur et son contenu. Il y a beaucoup moins de code à écrire, et encore moins besoin de garder une trace. Notre application simple devient :

Windows Azure Developer Center

Windows Azure SDK for Node.js
It's easy, everything in one simple install!

Windows Azure PowerShell for Node.js
Node.js for Windows

install

Watch the video

Create your first application

Node.js Web Application

Deploying a Windows Azure App from Cloud9

<Ci-dessus>

- Une fois que vous avez installé Node.js, utilisez l'installateur de paquet NPM pour télécharger et installer Express, ainsi que plusieurs éléments-ci.
- **<Gauche>** Vous trouverez des sites comme la documentation Azure pour développeurs Node.js des outils utiles pour un démarrage rapide, quelle que soit la plateforme que vous utilisez.

“ Jade s'avère être un outil très important pour la création d'applications MVC dans Express et Node.js. ”

```
001 var app = require('express').createServer();
002 app.get('/', function(request, response){
003     response.send('Hello Web Designer');
004 }
005 app.listen(8888);
```

07 Express pour MVC

Express est bien plus qu'une forme de raccourci pour la création d'applications Node.js, c'est un cadre (framework) Modèle Vue Contrôleur complet, comme l'outil open source Ruby on Rails ou le MVC ASP.NET de Microsoft. Vous pouvez l'utiliser pour générer automatiquement le cadre (framework) d'une application, que vous pouvez ensuite personnaliser et utiliser comme base pour votre code. Commencez par créer une application et installer les dépendances nécessaires.

```
001 $express /webdesigner && cd /webdesigner
002 $npm install-d
```

08 Personnaliser Express

Maintenant que nous avons construit notre cadre (framework) d'application Express, nous pouvons commencer à le personnaliser. Nous aurons besoin de modifier la vue qui est utilisée par Express pour afficher la page d'index, et qui est gérée par Jade, le moteur de création de modèles de Node.js - qui sépare le code et le design. Dans le répertoire des vues, ouvrez indexjade dans un éditeur de texte.

```
001 h1= title
002 p Welcome to #{title}
```

09 Un coup d'œil rapide sur Jade

Jade s'avère être un outil très important pour la construction d'applications MVC dans Express et Node.js. C'est un simple outil de création de modèles qui affiche le contenu de notre code. Dans le dossier des routes créé par Express, ouvrez index.js. Vous verrez une variable titre, actuellement fixée à Express, qui est utilisée dans le modèle de Jade. Modifiez-la comme suit :

```
001 exports.index = function(req, res){
002     res.render('index', { title: 'Web Designer' })
003 };
```

10 Ajouter une nouvelle route (1)

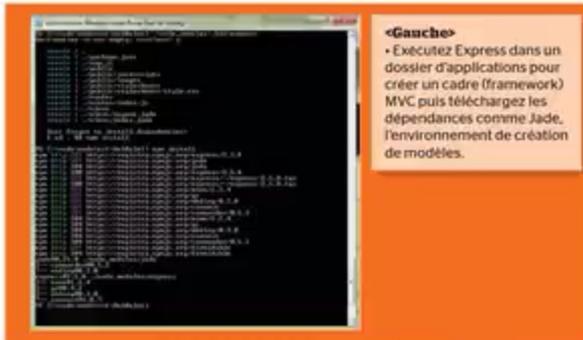
Node.js fonctionne comme un moteur de commutation, prenant une URL en entrée et la restituant à la sortie appropriée. Chaque paire d'entrée/sortie, appelée une route, doit être intégrée à votre code applicatif. Comme nous utilisons Express, nous avons d'abord besoin de modifier notre code pour le serveur afin d'y ajouter le code de commutation dont nous avons besoin. Modifiez la section Routes comme suit :

```
001 // Routes
002
003 app.get('/', routes.index);
004 app.get('/web', web.web);
```

11 Ajouter une nouvelle route (2)

Nous pouvons maintenant ajouter une nouvelle section de code dans le répertoire des routes. Il est toujours judicieux de garder les sections d'une application MVC dans des dossiers spécifiques, ce qui les rend plus faciles à gérer, et facilite grandement votre travail. Vous noterez que nous appelons routes.web dans le code du serveur principal, nous avons donc besoin de créer le fichier web.js correspondant.

```
001 exports.web = function(req, res){
002     res.render('web', { title: 'A second page' })
003 };
```



Utilisation de Node.js dans Windows

Node.js, qui a été porté sur Windows par Microsoft et Joyent, s'exécute sur la plateforme dans les usages Azure de Microsoft. Le SDK Node.js Azure peut faire d'un PC sous Windows une plateforme de développement Node.js idéale, avec un serveur local et des scripts pour aider à gérer les serveurs. Il y a même le support de NGP pour l'installation des modules Node.js, et le tout est en téléchargement gratuit à partir du Microsoft Web Platform Installer.

12 Ajouter une nouvelle route (3)

Vous pourriez penser que tout a été fait pour avoir une nouvelle route opérationnelle, mais il y a encore d'autres choses à faire. Dans notre serveur principal, nous allons avoir besoin d'ajouter un peu plus de code pour déclarer une variable pour notre nouveau fichier de routes. Ajoutez une ligne require pour /routes/web comme suit.

```
001 var express = require('express')
002   , routes = require('./routes')
003   , web = require('./routes/web');
```

13 Ajouter une nouvelle route (4)

Nous sommes maintenant prêts à ajouter un modèle supplémentaire dans le répertoire des vues (views) pour notre nouvelle page Web. Nous pouvons utiliser le fichier index.jade existant comme base pour le nouveau modèle. Il n'a pas besoin d'être particulièrement compliqué, juste un titre et un corps de texte. Créez "web.jade" et ajoutez le contenu suivant.

```
001 h1= title
002 p Welcome to page 2
```

14 Styliser les pages

Express utilise le moteur de style Jade de Node.js pour gérer la disposition du modèle. Nous avons créé des modèles de base Jade pour nos pages, nous devons maintenant examiner le fichier maître layout.jade créé par Express. C'est là que nous pouvons mettre les informations de style à l'échelle du site ou de la section, y compris les fonctionnalités CSS ou autres HTML5. Ajoutez le formatage HTML en fonction des besoins.

```
001 !!!
002 html
003 head
004   title= title
005   link(rel='stylesheet', href='/stylesheets/style.css')
006 body!= body
```

15 Structurer Jade

Si vous regardez de près un modèle Jade et le code correspondant, vous pouvez commencer à voir comment les deux vont ensemble. Les valeurs transmises vers et à partir d'une fonction Node.js sont rendues dans des pages, et les éléments précédés par un # sont traités comme des div pour une utilisation avec une feuille de styles. Si nous voulons rendre deux morceaux de texte avec une div appropriée :

```
001 #tag #(title) #(message);
```

Qui s'affiche comme

```
001 <div id="tag">[content of title] [content of message]</div>
```

16 Passer des valeurs (1)

Maintenant que nous avons la structure de base de notre serveur, nous pouvons commencer à le transformer en une application. Nous allons écrire une fonction de serveur simple qui effectue une recherche DNS pour un nom de serveur à envoyer dans le cadre d'une URL. Commencez par définir une nouvelle route pour notre fonction DNS.

```
001 var express = require('express')
002   , routes = require('./routes')
003   , lookup = require('./routes/lookup);
```

17 Passer des valeurs (2)

Ajoutez du code pour envoyer une valeur vers un nouveau fichier "lookup.js" que nous allons ajouter au dossier des routes, un peu comme nous avons fait pour le fichier pour la deuxième page. Cependant, cette fois-ci, nous envoyons plus qu'un simple appel à une URL, nous envoyons également une valeur à analyser et faisant partie de l'URL que nous utilisons pour appeler le serveur.

```
001 app.get('/', routes.index);
002 app.get('/web', web.web);
003 app.get('/lookup/:value', lookup.lookup);
```

18 Passer des valeurs (3)

Nous pouvons maintenant commencer à créer notre nouvelle route. Vous remarquerez que nous avons utilisé jusqu'ici app.get pour toutes nos routes. C'est parce que Node.js met en œuvre les fonctions http post et get. Nous utilisons get car nous ne travaillons pas avec les formes, afin de pouvoir utiliser une chaîne de requête pour transmettre des valeurs à notre code à partir du navigateur. Créez un fichier lookup.js dans le dossier des routes.

```
001 exports.lookup = function(req, res){
002   var dnsname = req.query['dnslookup'];
003   res.render('lookup', {title: 'DNS lookup', dns:
004     dnsname});
005   };
005
```

19 Passer des valeurs (4)

La partie la plus importante du code dans notre fichier lookup.js est la déclaration req.query. C'est là que nous extrayons la valeur de la chaîne de requête dnslookup à partir de l'URL appelante et la convertissons en une chaîne, appelée chaîne dnsname, que nous pouvons ensuite utiliser dans notre application, dans un premier temps en l'affichant simplement dans un modèle jade.

```
001 var dnsname = req.query['dnslookup'];
```

20 Passer des valeurs (5)

Maintenant que nous avons extrait nos données à partir de notre URL (ex : `http://localhost:81/lookup?dnslookup=www.bbc.co.uk`), nous sommes en mesure de l'afficher. Nous avons déjà écrit nous-mêmes une déclaration `res.render` qui délivre un titre et une nouvelle variable, `dns`, définie comme la chaîne `dnsname` pour un modèle `lookup.jade`. Nous pouvons maintenant écrire un modèle simple pour traiter l'appel. Notez la déclaration `#{dns}`. Elle rendra le contenu de la variable `dns`, affichant l'URL que nous voulons voir, et qui est `www.bbc.co.uk`.

```
001 h1= title
002 #{dns}
003
```

21 Résolution d'une valeur dns

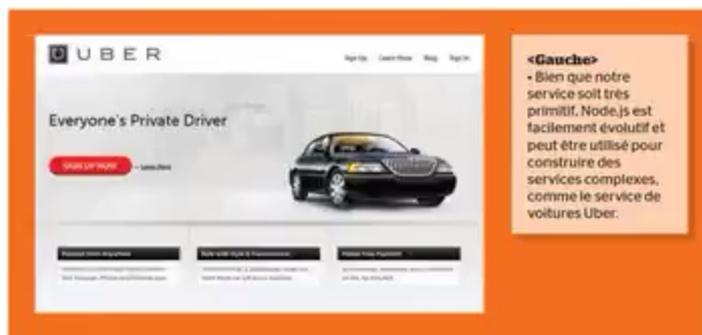
Node.js contient un large éventail de fonctions que nous pouvons utiliser dans nos applications, des fonctions qui sont nécessaires pour un serveur. Un jeu gère les requêtes DNS, à la fois les résolutions et les résolutions inverses. Comme nous extrayons un nom de domaine à partir de notre chaîne de requête, nous pouvons faire une résolution inverse pour afficher l'adresse IP du domaine. Réécrivez `lookup.js` pour ajouter le code suivant :

```
001 exports.lookup = function(req, res){
002   var dns = require('dns');
003   var dnsname = req.query['dnslookup'];
004   dns.lookup(dnsname, function(err, address) {
005     if(err) {
006       console.log(err.toString());
007       return;
008     }
009     dnsvalue = address;
010   });
011   res.render('lookup', {title: 'DNS lookup',
012     dnstxt: dnsname, dnsnum: dnsvalue});
012 };
```

22 Affichage du résultat

Nous avons maintenant besoin de modifier notre modèle `lookup.jade` afin d'afficher les résultats. Nous avons déjà mis en place une structure avec notre appel à `res.render`, l'ajout d'une variable `dnsnum` qui est positionnée à la chaîne `dnsvalue` et délivrée par la fonction `dns.lookup`. À partir de là, les choses sont relativement simples et il suffit juste d'ajouter une nouvelle ligne au modèle existant :

```
001 h1= title
002 #{dnstxt}
003 #{dnsnum}
```



<Gauche>
- Bien que notre service soit très primitif, Node.js est facilement évolutif et peut être utilisé pour construire des services complexes, comme le service de voitures Uber.

Bibliothèque de code Au cœur de Node.js

Le fichier `server.js` est le cœur d'une application Node.js. C'est là que vous définissez la structure de votre application et où vous commencez à assembler les routes qui transforment des URL en des appels à des fonctions.

```
001 // Modules
002
003 var express = require('express')
004   , routes = require('./routes')
005   , web = require('./routes/web')
006   , lookup = require('./routes/lookup');
007 var app = module.exports = express.
008   createServer();
009 // Configuration
010
011 app.configure(function(){
012   app.set('views', __dirname + '/views');
013   app.set('view engine', 'jade');
014   app.use(express.bodyParser());
015   app.use(express.methodOverride());
016   app.use(app.router);
017   app.use(express.static(__dirname + '/'
018     public));
019 });
020 app.configure('development', function(){
021   app.use(express.errorHandler({
022     dumpExceptions: true, showStack: true }));
023 });
024 app.configure('production', function(){
025   app.use(express.errorHandler());
026 });
027
028 // Routes
029
030 app.get('/', routes.index);
031 app.get('/web', web.web);
032 app.get('/lookup', lookup.lookup);
033
034 app.listen(process.env.port);
```

La section Modules d'une application Node.js est l'endroit où vous définissez les différents modules du code que vous utilisez dans votre application, qu'il s'agisse de code que vous écrivez ou provenant de tierces parties.

Vous utiliserez la section Configuration pour définir la façon dont votre application fonctionnera, y compris les moteurs de création de modèles utilisés. Un outil comme Express le fera pour vous.

Enfin, la section Routes gère les URL que les utilisateurs utiliseront pour interagir avec votre application. Notre échantillon a trois URL, qui sont toutes gérées par les modules que nous avons définis précédemment.

DÉCOUVREZ LE NOUVEAU MENSUEL DES UTILISATEURS ET DÉVELOPPEURS GNU/LINUX



Linux Inside est le nouveau mensuel français destiné aux utilisateurs et développeurs GNU/Linux. DVD bootable offert avec chaque numéro !

**EN VENTE
CHEZ VOTRE
MARCHAND DE
JOURNAUX**



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

Los Angeles

Les arts numériques dans la Cité des Anges



Aujourd'hui, on appelle Los Angeles la capitale créative mondiale.

Lumière, moteur, action ! Le monde du spectacle et les médias numériques sont aujourd'hui le cœur et l'âme de la culture de LA, ce qui en fait une des premières destinations pour les designers, quels que soient leur domaine et leur parcours.

La ville de Los Angeles a de nombreux atouts : une météo au beau fixe toute l'année, des plages longeant toute la côte sud de la Californie, et la diversité sans égale de sa culture. C'est toutefois Hollywood, capitale mondiale de l'industrie du spectacle, qui en est le cœur et de loin sa destination la plus célèbre. Considérée dans le monde entier comme le cœur de la production cinématographique, télévisée et musicale, Hollywood a tellement d'influence dans le monde du spectacle que le nom "Hollywood" est souvent utilisé comme expression synonyme de l'industrie du cinéma de manière générale.

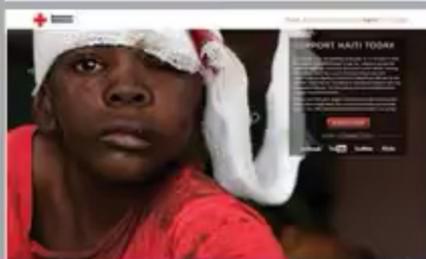
La célèbre enseigne d'Hollywood est depuis longtemps un symbole emblématique pour les acteurs, scénaristes, metteurs en scène, musiciens et autres créateurs enthousiastes. Aujourd'hui, Los Angeles s'est développée au-delà du cinéma et de la musique. On l'appelle de façon générale la "capitale créative mondiale" car un habitant sur six travaille dans une (ou plusieurs) de ses nombreuses industries créatives. L'émergence des nouvelles industries numériques dans la Cité des Anges a permis l'apparition d'une nouvelle sorte de talents.

La nouvelle génération des étoiles montantes d'Hollywood est désormais composée d'animateurs, de créateurs d'effets numériques et de graphismes animés, et de Webdesigners.

Un des nouveaux moyens d'expression numériques à la mode porte le nom de "divertissement vidéo" ; les sociétés de production vidéo et les experts en marketing travaillent avec des Webdesigners pour tirer parti de nombreux types de médias sociaux et pour mettre des contenus numériques comme l'advertainment, les séries Web virales et les chaînes YouTube à disposition d'un public plus large, étendant ainsi la présence en ligne d'un grand nombre d'entreprises. Los Angeles est l'environnement parfait pour que prospère une industrie à l'essor si impressionnant, engendré grâce à son unique association de créativité historique, de ressources pour le divertissement et d'un désir d'innovation insatiable.

STARMEN®

Making Brands Work™



1

STARMEN Design Group, Inc

www.starmenusa.com

STARMEN Design Group a démarré comme société de design et d'image de marque, mais avec l'émergence du numérique et du marketing en ligne, elle a élargi ses horizons. Agence créative intégrée. STARMEN se sert des nombreux aspects de la communication et de la technologie numériques pour engendrer une croissance sensible des marques et obtenir des résultats. Elle a pour but de faire des campagnes numériques à fort impact et de créer des sites intéressants, inspirants et divertissants.

2

BLITZwww.blitzagency.com

Une agence intégrée au but unique : développer des relations durables avec ses clients et leurs consommateurs. En créant des campagnes, des applications et des plateformes intéressantes et extrêmement originales, l'agence BLITZ aide les marques à intégrer la vie quotidienne de leurs clients. L'agence BLITZ conçoit et construit un dérivé commercial de l'amour.



3

Threshold Interactivewww.thresholdinteractive.com

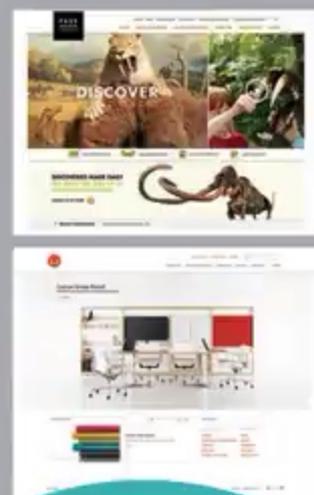
Threshold Interactive est une agence globale qui travaille avec ses clients pour transformer des idées et des stratégies audacieuses en résultat original grâce à son équipe de designers très talentueux. Voilà ce qui pousse Threshold Interactive à être unique.



4

Hello Designwww.hellodesign.com

Hello est une agence de création numérique qui crée des systèmes intelligents et vivants, et qui croit en l'élaboration de systèmes utiles, utilisables et attractifs. Que ce soit en faisant des chartes graphiques, des sites immersifs ou des bornes interactives, Hello est constamment en quête d'innovation.



5

Hugewww.hugeinc.com

Huge s'occupe la stratégie numérique, du marketing et de l'implémentation pour certaines des plus grandes sociétés et marques au monde. Cette société a acquis une méthodologie et une culture qui combinent les aspects les plus efficaces de la recherche, du design centré sur l'utilisateur, de la technologie et du marketing pour répondre aux objectifs des clients.

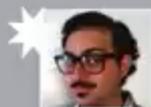


L'enseigne Hollywood, symbole mondial de l'industrie du divertissement, servait à l'origine à promouvoir un programme immobilier appelé Hollywoodland.

Sites recommandés

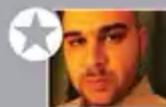
Armen David,
directeur général
Café Solar de Cahuenga
<http://solardecahuenga.com>

Voici un excellent endroit où boire un café, profiter d'une connexion gratuite à Internet ou manger de la bonne nourriture. C'est le lieu idéal quand on en a assez du bureau, vous pourrez y rester des heures et déguster une de ses fameuses crêpes.



Diran Yanikian,
développeur supérieur
Wurstküche
www.wurstkueche.com

Après une longue journée de travail, je vais parfois me détendre et boire une bonne bière belge au Wurstküche, situé à Downtown, le quartier des arts de LA. Je vis ma vie une ligne de code à la fois, c'est tout.



John Terceman,
chef de l'UX
Amoeba Music
www.amoeba.com

La plus grande partie de la journée, je suis en train d'essayer de rendre le monde meilleur grâce à mes interfaces. Durant mon temps libre, je vais dans un lieu incontournable d'Hollywood, Amoeba Records, et je parcours sa vaste collection de musique vintage.



01 www.danilogiagnoli.com



02 www.opentecheng.com

Danilo Giagnoli

web www.danilogiagnoli.com



Emploi actuel Graphiste/Webdesigner chez Opentech ENG
Parcours Diplôme en Image et Communication à l'université de l'Aquila ; Webdesigner autodidacte
Spécialités HTML5, XHTML, CSS, JavaScript, jQuery, jQTouch, Dreamweaver, Edge, Fireworks, Photoshop, Inkscape, design de chartes graphiques
Clients UniCredit, ING Direct, La Repubblica, Webank
Twitter @DGagnoli

Danilo Giagnoli est un Webdesigner originaire de Rome, la capitale italienne. Il a commencé à créer des sites en freelance il y a neuf ans. Son savoir découle d'une passion et d'un amour pour le design. Son site personnel a déjà été plusieurs fois récompensé et consacré, notamment en paraissant dans un magazine italien de Webdesign et en recevant plusieurs CSS Design Awards.

Actuellement, Giagnoli travaille chez Opentech ENG, une grande société œuvrant dans le secteur mobile. Quand il développe ses sites, il prend soin de chaque aspect : architecture de l'information, création de prototypes, de concepts, design d'interactivité, absolument tout jusqu'à l'implémentation.

Pour trouver l'inspiration, il se sert souvent de galeries de sites en CSS (comme CSS Remix), de magazines, de publicités, d'emballages de

produits et de livres sur l'architecture.

Giagnoli croit aux standards du Web et au langage sémantique, il est persuadé que notre époque est passionnante et pleine de création. Le HTML5, le CSS3, le responsive Webdesign, le mobile et les polices Web nous donnent l'occasion de créer des solutions qui, il y a quelques années, n'auraient pas pu voir le jour. Pour se tenir au courant, il suit des sites utiles comme <http://stuffandnonsense.co.uk/blog>, <http://css-tricks.com>, <http://webdesignerwall.com> et Twitter. Il aime aussi mettre régulièrement son blog à jour (www.danilogiagnoli.com/blog).

« J'aime communiquer par mon blog car les lecteurs intéressés par ce que j'écris peuvent laisser des commentaires sur les sujets que j'ai créés », déclare Giagnoli. Il aime aussi faire du VTT, regarder des films et passer du temps avec Alessia, sa chérie.



03 www.mayaprogettazioni.com



04 <https://m.ingdirect.it/mobilewebapp>

01

Giagnoli rajoute sans cesse ses meilleures créations Web, graphiques et illustratives sur son site personnel. La mise en page du portfolio est verticale afin de pouvoir profiter d'un aperçu rapide de ses créations.

02

Giagnoli s'est occupé du concept graphique, de l'expérience utilisateur et de l'implémentation du HTML et du CSS du site d'Opentech ENG. Une fois terminé, ce site a été optimisé pour les appareils mobiles.

03

Maya est une jeune société de construction. La mise en page de son site Web est caractérisée par un style très minimaliste et très épuré. HTML, CSS et jQuery ont servi à le créer.

04

ING Direct est une célèbre banque dont les bureaux et les clients sont répartis dans le monde entier. Giagnoli s'est occupé de l'implémentation du HTML, et du CSS du site mobile de ce gros client, ainsi que de quelques optimisations pour tablettes.

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





Amit Das

web www.kriainteractive.com

Emploi actuel Designer et développeur de Kria Interactive
Parcours Ingénieur en informatique
Spécialités Adobe Illustrator et Adobe Fireworks, Dreamweaver, Coda, HTML, CSS, WordPress, JavaScript et plus encore
Clients Subway India, Minority Review, Hard Candy Fashion
Twitter @Godgeez

Amit Das, Webdesigner et développeur, a notamment travaillé dans le design visuel et dans l'expérience utilisateur et fait du développement front-end ainsi que back-end. Après avoir été employé chez une grande agence de design à Mumbai, il a décidé de lancer sa propre firme de Webdesign (Kria Interactive) en 2010, à Pune, en Inde centrale. Das a eu la chance de pouvoir travailler avec certaines des plus grandes marques en Inde dans les secteurs de la mode, de l'immobilier, de l'e-commerce et des start-ups créatives. Il était le plus souvent chargé de faire la totalité du site Web de ces projets, des premiers concepts jusqu'à la sortie. Il a toujours aimé communiquer des idées à la fois informatives et visuellement intéressantes. Il voit le Web comme une plateforme facile d'accès où mettre ses idées et où elles pourront

servir. Faire du Webdesign lui permet de découvrir sans cesse de nouvelles technologies, grâce à un processus de création intéressant qui transforme une simple esquisse en un site dynamique et fonctionnel. Dernièrement, il a beaucoup aimé le concept génial d'Ethan Marcotte sur le responsive Webdesign, qui est un concept révolutionnaire servant à adapter des mises en page Web pour n'importe quel appareil de bureau ou appareil mobile. Il suit A List Apart et le blog WDMag pour rester au courant des dernières tendances du Webdesign. A part créer des sites, Das aime lire des blogs sur le design, des livres sur le Webdesign, dessiner des monstres dans son carnet, écrire des articles instructifs sur son blog (<http://godgeez.com>) et jouer au baby-foot. Il vit actuellement à Pune et dirige son petit studio depuis chez lui.

05 www.kriainteractive.com/v2

01 www.minority-review.com

02 www.hchk.net

03 www.vidya-india.org

04 www.holyghostdhm.com

01

Minority Review est un site lourd en contenu conçu pour que l'accès aux critiques, aux articles et aux mises à jour soit facile.

02

La page d'accueil de Hard Candy a une mise en page à moitié fluide. Elle affiche des miniatures des catégories de vêtements, et permet de changer de langue.

03

Sur ce site, on trouve des tons ocre et plein d'art Warh. Comme il s'agit ici d'une ONG, il fallait que les fonctionnalités permettant de donner de l'argent et de se porter volontaire soient mises en avant.

04

Holy Ghost DHM, avec son académie de football, est fait pour fournir aux visiteurs des informations sur le ministère et sur l'académie, ainsi que des vidéos. L'emploi du temps de l'église, et bien plus encore.

05

Fireworks, HTML et CSS se mélangent pour produire une interface infographique. Les icônes et les formes servent à ce que le contenu reste léger et interactif.

Airton Groba

web www.estudionav.com.br



Emploi actuel Directeur de la création et fondateur du studio
Parcours Licence en informatique
Spécialités Photoshop, Illustrator, InDesign, papier et stylo
Clients Fischer+Fala, Young & Rubicam, Rapp Collins, Lew Lara TBWA
Twitter @estudionav

Airton Groba, né à Sao Paulo, au Brésil, a commencé sa carrière en tant que directeur artistique et a travaillé pour de nombreuses agences parmi lesquelles Euro RSCG 4D, Y & R Garage Interactive, et Energy. Il a aussi travaillé avec des marques bien connues comme Skol, Kaiser, Toyota, LG, Colgate, Heineken, TIM, Nokia, Microsoft, Intel, Danone et Goodyear. Quelques années plus tard, en 2011, Airton a réalisé son rêve de longue date et créé Studio Nav. Ce studio fait du design et de l'illustration, et travaille sur une grande diversité de projets dans les domaines du Webdesign, de la création d'identité visuelle, de l'illustration, de la 3D et de la 2D. Le studio tend à créer des plateformes différentes les unes des autres, que ce soit en ligne ou hors ligne, avec comme objectif constant de fournir

la meilleure solution visuelle qui soit à son client. Le côté multidisciplinaire du studio concerne la création, nous dit Groba : « Nous ne sommes pas des artistes, nous aimons donc passer d'un style d'illustration à un autre sans que notre créativité ne soit entravée par aucune barrière. » Studio Nav est constamment à la recherche de nouvelles techniques d'illustration à intégrer ou de nouvelles manières d'agencer la mise en page d'un site, car pour eux, il n'y a jamais rien de mal à ce que cela soit plaisant à voir. Aujourd'hui, en 2012, la grande tâche du studio est d'étoffer son portfolio. La créativité du studio n'est pas restreinte, et celui-ci ne se contente pas d'un seul style. Studio Nav prévoit à l'avenir de faire davantage de séances photo, d'animations, et de se servir encore plus de la 3D.



01 Campaign artwork

01

Illustrations créées pour la sortie du smartphone Optimus 3D de LG : bonne utilisation de texte en 3D afin de donner de la profondeur et rajouter de l'imagination.

02

Une belle illustration qui montre l'impact et l'effet visuels de ce smartphone unique à écran 3D, que ne possède pas sa concurrence.

03

Glamour est une boutique en ligne qui vend de la mode. Studio Nav a créé le système de traitement de données et le logo de la société.

04

La page d'accueil de Nav Studio se sert d'arrière-plans en plein écran et d'une navigation à défilement latéral pour présenter son travail de manière avantageuse.

05

Les textures de briques et les néons recréent la façade typique d'un bar, donnant ainsi une sensation de familiarité et faisant en sorte que les visiteurs sachent que ce site traite de la bière.



02 Illustration for Mac+ magazine



03 bit.ly/LJMEvq



04 www.estudionav.com.br



05 bit.ly/HHr1hb

Shopping social : Fancy

Consolidez votre panel d'outils promotionnels.

Par *Thibaut Hofer*

Peu connu encore, Fancy présente pourtant des avantages qui n'ont rien à envier à son concurrent direct, Pinterest. Bien au contraire. Créé en 2011, le site a d'abord emprunté consciencieusement la piste défrichée par le désormais célèbre Pinterest avant de s'orienter exclusivement vers le social shopping : mode, design, voyages...

Fancy ne fait pas de cadeaux. En se réservant une cible de leaders d'opinion en la matière, Fancy a donc délibérément fait l'impasse sur un positionnement de type réseau social pour se concentrer sur la mise en relation de créateurs et consommateurs, en favorisant le partage entre les utilisateurs.

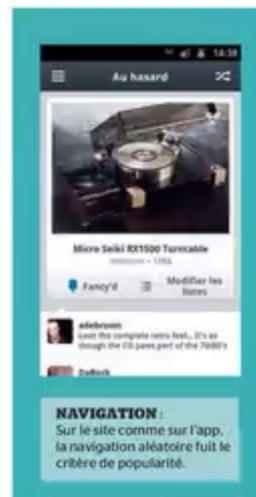
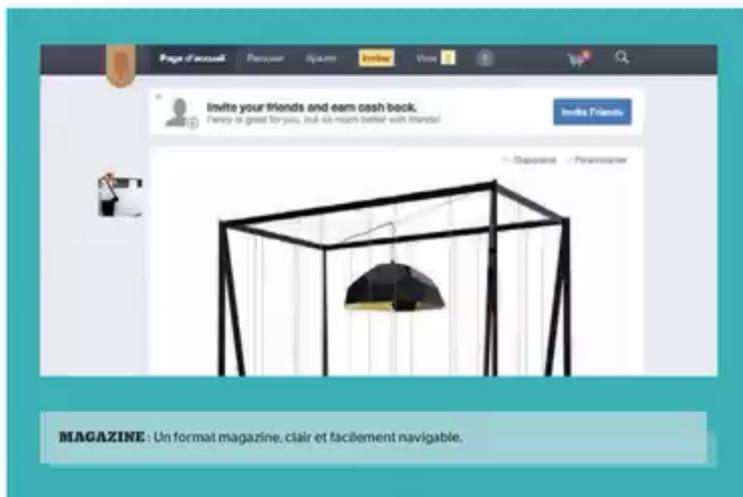
Contrairement à Pinterest, Fancy ne donne pas la possibilité de faire des cadeaux. L'acte d'achat se veut individuel, du moins pour le moment, et surtout réfléchi, car le site met en avant un design de type magazine, avec une excellente mise en valeur des produits, tant dans les dimensions des photos que dans leur qualité.

Ce positionnement ajoute de la valeur à une navigation soignée, qui ne met pas l'accent sur le nombre d'appréciations ou de commentaires mais sur le produit lui-même, quelle que soit la popularité du contributeur ou de la marque.

Fancy aime les petits commerçants

Se dégageant de l'influence de son aîné, Fancy n'est pas tombé dans l'écueil consistant à proposer les produits les plus populaires. Au contraire, grâce à un système de navigation aléatoire, il permet de vagabonder entre les offres. Avec un léger défaut toutefois, puisqu'il est possible de tomber plusieurs fois sur un même produit.

En outre, et pour l'heure, aucune marque n'y est affiliée, permettant au site de se vanter d'un contenu véritablement guidé par les choix des contributeurs et de rester éloigné des considérations mercantiles les plus sauvages. Pour l'instant.



“ Le site met en avant un design de type magazine, avec une excellente mise en valeur des produits. ”

Une cible masculine

Si Pinterest peut se prévaloir d'une cible à 80 % féminine, ce qui explique aussi son succès croissant dans le secteur du shopping virtuel, Fancy rassemble davantage les hommes. À hauteur de 60 % d'après une infographie réalisée par Startup Smackdown : <http://tinyurl.com/startup-smackdown>. Ce qui signifie que si d'un côté le média social est porteur pour le sexe masculin, une niche peut aisément être créée, qui aura pour cible les femmes.

Acheter mobile

L'achat compulsif nous guette tous. Quel que soit le moment de la journée. Le format magazine et la navigation aléatoire de Fancy rehausent l'intérêt de disposer de l'application mobile qui accompagne le site. L'app est ergonomique, très simple d'utilisation, et on peut même y ajouter directement ses produits, soit via le catalogue, soit en prenant une photo avec son smartphone.



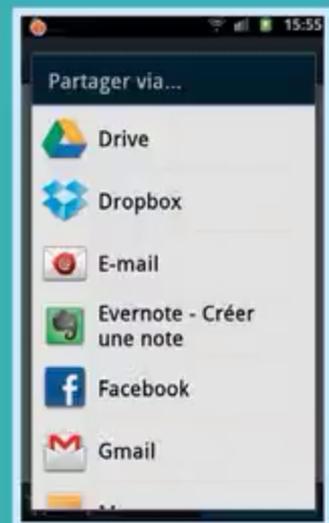
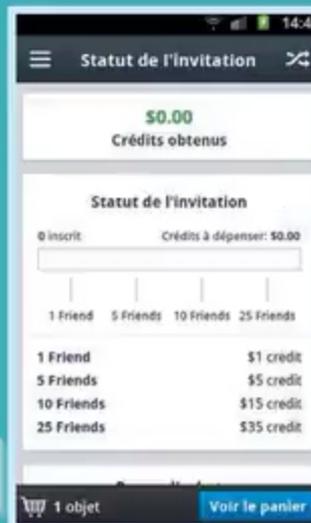
“ Pinterest peut se prévaloir d'une cible à 80 % féminine. ”

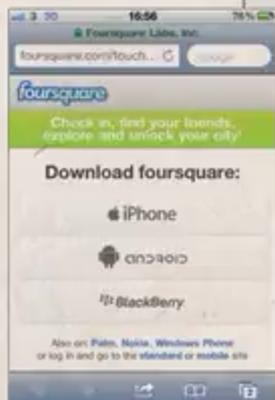


Outil social

Comme tous les médias sociaux, Fancy s'est concentré sur les fonctionnalités de partage : connexion via le compte Facebook, nombreux partages possibles, et surtout possibilité d'obtenir des réductions en invitant des amis à rejoindre les membres. Autant d'options qui font de Fancy un support de communication pertinent à investir.

SOCIAL MEDIA
Invitations, partages, tout est bon pour la communication sur un produit.





MOBILE
flash
back
design

Temps de
chargement!

Taille de page : 198 Ko



01 seconde avec une
connexion de 2 Mbit/s



2011
flash
back
design

Header en PNG

L'image d'en-tête est au format PNG pour pouvoir contenir de la transparence, ce qui lui permet de se fondre avec n'importe quelle couleur ou image d'arrière-plan se trouvant à proximité.

Colonne centrale

La colonne centrale sert à ce que le contenu de la page soit le mieux présenté possible dans les résolutions de type bureau. Grâce aux marges automatiques à gauche et à droite, cette colonne reste bien centrée en permanence.

Pied de page

La version 2011 de foursquare ressemble beaucoup à celle de 2009. La plus grosse différence est le pied de page retravaillé. Avec son texte bleu ciel sur fond sombre, il était plus lisible et plus frappant.



foursquare www.foursquare.com

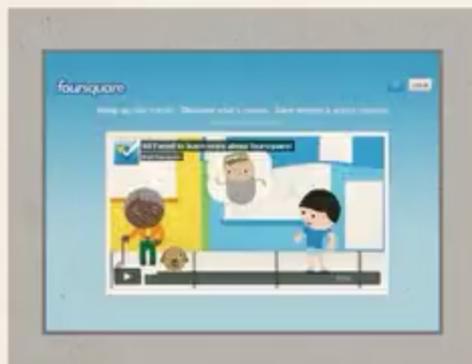
Ce service à base de géolocalisation est une "relique de style" un peu plus récente. On n'y trouve ni tableaux, ni cadres, ni styles "inline" ; le site original montre son âge de façon plus subtile.

Foursquare n'existe que depuis 2009, mais il ne manque pas d'utilisateurs : quinze millions de personnes s'y connectent à travers le monde.

Comme il est relativement récent, son passé ne comporte pas de design préhistorique. La version bureau du site n'a subi que quelques refontes, et conserve encore certains éléments datant de sa

version 2009. Le premier design se servait d'une colonne simple et centrée, composée d'un large header et des sections "Activité récente" et "S'inscrire". Lors de la refonte de 2011, la partie "S'inscrire" et le header se sont étoffés, puis en 2012 le site est passé à un diaporama d'images, moderne et à la mode.

Comme foursquare est relativement récent, son passé ne comporte pas de design préhistorique.





l'école des métiers numériques



Web
Graphisme
Conduite de projet **Vidéo**
Stratégie digitale...
**Une passion,
un métier**

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

info@iesamultimedia.com
www.iesamultimedia.com

Objectif 3D formation continue & enseignement supérieur

Formez-vous aux
métiers
du **WEB**

études
formations longues
ou modules
personnalisés

infographiste

webdesigner

webmaster

webdeveloper

Objectif 3D : CS 74607 | 34397 Montpellier Cedex 5 - tél. : 04 67 150 166

www.objectif3d.com

SERVICE CLIENT / ABONNEMENT

Pour tout renseignement, visitez notre boutique en ligne : shop.oracom.fr
Pour les demandes d'abonnement et d'anciens numéros, règlement 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 Lebellet

Directrice de production : Gaël Le Guen

Directeur artistique : Rob Sullivan

Rédacteur graphiste : Estela Pires

Révision : www.prosélite.com

Traducteurs & collaborateurs :

Gaëlle Droppa, Thibaut Hofer, Jessica Monnin, Juliette Mouquod, Teruki Ramo

PUBLICITÉ

Directeur de la publicité : Pascal Leproust - pascal.leproust@oracom.fr

Directrice de clientèle : Diana Massa - Tél : 01 44 78 98 40,

d.massa@oracom.fr

Chargée de marketing commercial (contact annonceurs) :

Christelle Simon - Tél : 01 44 78 98 30, christelle.simon@oracom.fr

L'éditeur s'autorise à refuser toute insertion qui semblerait contraire

aux intérêts moraux ou matériels de la publication.

DIFFUSION

Messageries Lyonnaises de Presse

Directeur des ventes et de la diffusion : Jean-Philippe Piron

Responsable titres, dépositaires, réassort :
Virginie Rainhaime - Tél : 01 77 45 35 73

Responsable de gestion/analyses :

Gaël Robert - Tél : 01 77 45 35 70

Promoteur des ventes :

Emmanuel Cambon - emmanuel.cambon@oracom.fr

BOUTIQUE EN LIGNE / PROMOTION DES VENTES

Responsable : Virginie Labrusse - service-client@oracom.fr,

assistée de Camille Brugnon et de Vincent Béles

INTERNET

Directeur des activités Internet : Alexandre Habian

alexandre.habian@oracom.fr

Web Design / Web Marketing / Développement :

Morgane Hivet, Hery Rasolongoatovo, Frédéric Reboulet

ADMINISTRATION

Comptabilité, gestion : Ève Rabenoro (eve.rabenoro@oracom.fr),

Daphné Lebrun

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ

Nathalie Cohen

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Jean-Philippe Péroul

WEB DESIGN est édité par ORACOM, SA au capital de 112 969,45 €

RCS Paris B 397 522 657

Siège social : 168 bis-170 rue Raymond Losserand - 75014 Paris

Dépôt légal à parution, ISSN 1773-6455

Commission paritaire : 1114 K 90016

Impression

Montremina - Area Empresarial Andalucía - C/ Cabo de Gata, 1-3 Sector 2

28320 Pinto (Madrid) - Espagne



Ce magazine est publié sous licence d'Imagine Publishing Limited.

Tous droits sur les contenus sous licence appartenant à Imagine Publishing Limited et ne peuvent être réimprimés, en partie ou entier, sans le consentement préalable d'Imagine Publishing Limited.

© 2012 Imagine Publishing Limited sous licence d'Imagine Publishing Limited

CD-Rom offert avec le magazine collé en page 99.

Malgré le soin apporté par la rédaction pour assurer l'exactitude des informations publiées, ces informations peuvent de nature très diverses, ni l'éditeur, ni l'imprimeur ne pourront être tenus responsables d'erreurs ou omissions. Sauf accord explicite, les manuscrits, textes et photos envoyés à la rédaction ne sont jamais restitués. La cession de marques, noms de firmes, etc.

est faite sans aucun but publicitaire. Extrait du Code de la propriété intellectuelle, Art. L. 122-4 :

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque, Art. L. 335-3 :

Est également illicite de copier, de reproduire, de représenter ou de diffuser, 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'ouvrages publiés en France ou à l'étranger est punie (n° 94-102 du 5 février 1994, art. 1er) de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende.

Certaines photos et copyrights : tous droits réservés.

BÂTISSEZ AVEC HTML5 LES SITES DU FUTUR

Le mois prochain

HTML5

Bâissez dès aujourd'hui les sites

Web du futur avec HTML



AUSSI



**GOOGLE MAPS
PERSONNALISEZ
L'API GOOGLE POUR
PROPULSER VOTRE
MARQUE**



**PROFIL
AIRLOCK, SPÉCIALISTE
WEB DES GRANDES
MARQUES**



**TUTORIELS
6 EXERCICES POUR
RENFORCER VOS
COMPÉTENCES**

Web Design n° 44 sera en kiosque fin octobre

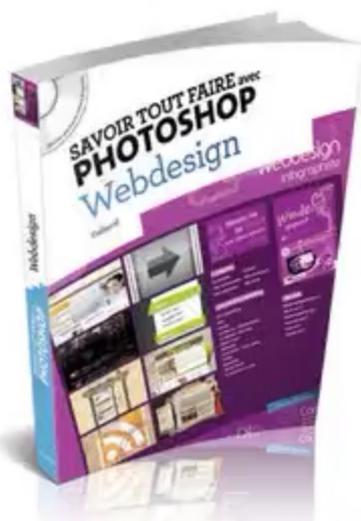
OFFRE SPÉCIALE

ABONNEZ-VOUS !

CADEAU*
1 LIVRE



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.

- Oui, je m'abonne à Web Design pour 24 numéros. Je joins mon règlement de 145 €.
- Je choisis le livre SAVOIR TOUT FAIRE avec PHOTOSHOP - Webdesign.

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
250€

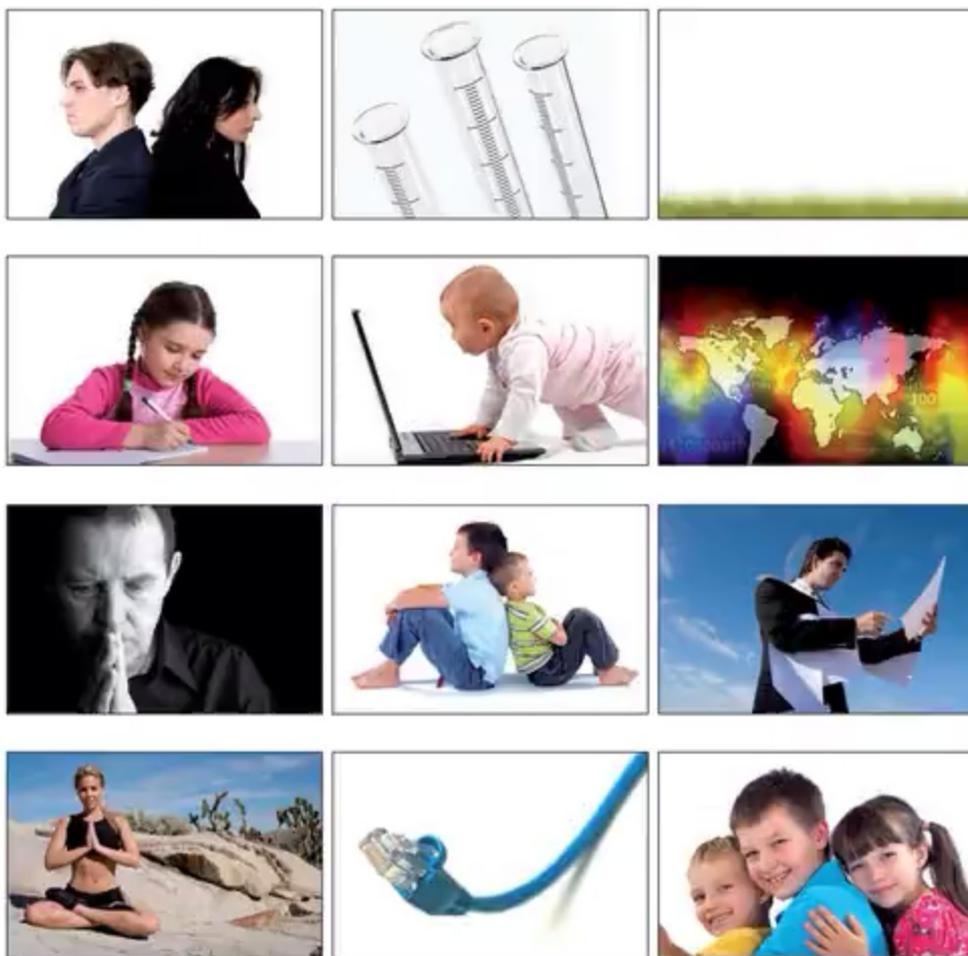
Sur votre CD offert

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>.



2

Chapitres échantillons

Lisez quelque 80 pages de HTML5 Programming, dont "Making your HTML5 location aware".

50

effets audio

La bibliothèque en ligne Soundsnap vous propose une sélection éclectique de boucles musicales et d'effets spéciaux.

Gabarit HTML Angelo

Source : <http://theforest.net>

Angelo est un gabarit HTML5 et CSS3 unique, classique et extrêmement élégant inspiré par la célèbre peinture La Création d'Adam de Michel-Ange. Ce gabarit est idéal comme base de blog ou pour n'importe quel type de portfolio. Huit pages HTML sont incluses : accueil, article de blog, présentation, portfolio (versions une, deux ou trois colonnes), articles de portfolio et contact.





Packs de vêtements pour hommes et femmes

Source : <http://stockgraphicdesigns.com>

Découvrez une sélection de gabarits simples de vêtements pour hommes et femmes. Vous y trouverez des T-shirts à manches longues et des sweats à capuche pour les deux sexes. Ces gabarits sont fournis en différents formats, dont EPS, PSD et JPEG. Ils sont parfaits pour créer des designs et pour les sites d'e-commerce.



Thème WordPress Centolis Magazine

Source : www.simplewpthemes.com
Le thème Centolis Magazine, parfait pour un blog ou un site perso, propose tout un tas d'options indispensables, comme un diaporama de contenu, des espaces pour de la pub, l'intégration des médias sociaux et cinq colonnes latérales. Centolis est facile à personnaliser, donc parfait pour les designers !

Police Octin Prison

Typodermic Fonts vous offre un échantillon de sa typo Octin Prison qui existe dans différentes graisses : light, book, regular, semi-bold, heavy et black. Cette police classique orientée sport fonctionne bien avec de nombreuses thématiques.



web design N° 43

- 20 photos Fotolia
- Des goodies
- Des vidéos de formation
- HTML5, CSS3, jQuery et Flash
- Les fichiers d'exercice

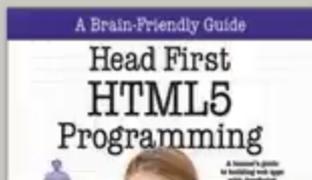
Banque d'images de 20 photos

Une collection de photos en haute résolution idéale pour créer des arrière-plans de sites. Redimensionnez-les et ajustez-les pour obtenir exactement la photo que vous voulez.



Plus de 70

minutes de vidéos ActionScript et 80 pages de conseils HTML5



Deux chapitres gratuits

Deux chapitres extraits de Head First : HTML5 Programming ("Getting To know HTML5" et "Making your HTML5 location aware"), écrit par Eric Freeman et Elisabeth Robson, collaborateurs de Web Designer magazine.



Menus AS3

La troisième partie sur cinq de cette formation se penche sur la programmation de menus clic droit, l'ajout d'effets audio en rollover et la création de menus de type toile d'araignée.

Source : www.cartoonsmart.com

DU 10 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE 2012
GRAND JEU CONCOURS TEN BY  fotolia



Challengez l'un des 10 meilleurs artistes numériques sur son thème !



Gagnez votre campagne de pub internationale (valeur 150 000 €),
une suite Adobe Master Collection, des tablettes graphiques Wacom et bien d'autres lots !

Pour connaître les modalités et le règlement du concours, rendez-vous dès maintenant sur www.fotolia.fr/ten