

éditions

diffusion

achat
en ligne

nouveau

contact



Cliquez **ici**
pour **télécharger**
cet ouvrage
au format
Acrobat.



Un ouvrage de 112 pages
illustré de 150 écrans
en couleurs, format
135 x 190 mm, cahiers
cousus, dos carré, relié,
ISBN 2-910565-18-1 ;
16 euros,

Cliquez **ici** pour
acheter en ligne
cet ouvrage
et **ici** pour télécharger
le **bon de commande.**



Internet, lexique créatif, Thierry Sarfis et Olivier Cabon
Un ouvrage de 112 pages
illustré de 150 écrans
en couleurs, format
135 x 190 mm, cahiers
cousus, dos carré, relié,
ISBN 2-910565-18-1 ;
16 euros, 15 dollars.

Cliquez ici pour
commander ce livre.

Pour télécharger quelques
pages au format Acrobat
cliquez ici.



16 euros



Un site doit avoir une ligne éditoriale, un contenu et une forme; il doit vivre. Des formes d'expressions pertinentes ont vu le jour: internet entrerait-il dans l'âge

de la maturité? Il est en effet temps de considérer les sites comme des supports éditoriaux avec des contraintes propres que les graphistes se doivent de maîtriser, comme ils maîtrisent celles de l'imprimé.

Nous nous proposons d'apporter, sous la forme d'un lexique « créatif », un éclairage théorique et des réponses pratiques.

internet, lexique créatif
Thierry Sarfis et Olivier Cabon

internet,

lexique

créatif

Thierry Sarfis et Olivier Cabon

Thierry Sarfis est graphiste spécialisé dans la communication institutionnelle, a été commissaire de nombreuses expositions et enseigne à Paris et à Besançon.

Olivier Cabon a été responsable de la PAO dans des entreprises publiques et dans des groupes de presse; historien et photographe, il est également formateur chez Pyramyd.

Ensemble, ils ont réalisé une quinzaine de sites internet.

« Notre grand

et glorieux chef-

d'œuvre c'est

de vivre à propos. »

Michel de Montaigne, *Essais*

Un site pour quoi faire ?

par Pierre Briant,
 professeur au Collège
 de France, fondateur
 et directeur du site
 achemenet.com 5

Plus simple, plus efficace

pourquoi faire compliqué
 lorsque l'on peut faire
 simple? 9

Lexique « créatif »

accueil 17
 Acrobat 25
 animation 29
 arborescence 33
 ascenseur 33
 client 34
 communication 34
 couleur 35
 Css 43
 dessin 38

Dreamweaver 70

écran 39

éditorial 42

Excel 70

feuille de style 43

FireWorks 70

Flash 45

format 46

formulaire 48

gabarit 52

gif 56

GoLive 70

graphisme 58

hiérarchisation 60

home page 64

html 65

Illustrator 70

ImageReady 70

À propos de quelques majuscules : certains noms étant devenus communs (gif, html, internet, jpeg...) nous en avons tiré les conséquences typographiques ; en revanche, nous avons gardé l'orthographe anglaise « commerciale » des noms de logiciels.

InDesign	70	Photoshop	70
indexation	69	poids	88
internaute	70	preload	86
JavaScript	98	référencement	91
jpeg	56	repères	92
logiciel	70	roll-over	94
Macintosh	71	rubriques	96
mise en pages	72	scripts	98
moteur de recherche	74	service	99
navigateur	71	standardisation	100
navigation	75	style	102
nom de domaine	91	suivi	103
nouveau	79	texte	104
objectif	80	tableaux	43
outils	81	typographie	106
palette de navigation	84	webmaster	111
Pc	71	Word	70
photographie	86	XPress	70



Les lecteurs s'étonneront sans doute qu'un livre consacré à l'élaboration de sites internet soit préfacé par un professeur au Collège de France, qui plus est spécialiste de l'histoire et de la civilisation du Proche-Orient au temps des Grands rois. Au demeurant, si l'on m'avait dit, il n'y a guère, que l'on m'inviterait à rédiger un tel texte, j'aurais été moi-même pour le moins surpris, voire incrédule, et je reste quelque peu incertain quant au ton que je dois adopter. Le plus simple est probablement de rappeler une rencontre sous la forme de la narration.

C'était à l'automne 1999, je venais d'être élu au Collège de France et je caressais depuis pas mal de temps déjà l'idée de mettre en œuvre un projet scientifique et éditorial ambitieux, celui de rassembler sur un site internet spécialisé un champ scientifique particulièrement éclaté, à savoir l'histoire et la civilisation du Moyen-Orient ancien, entre Indus et Méditerranée, politiquement unifié sous la domination des Grands rois perses, puis conquis par Alexandre.

C'est en 1990 que j'avais découvert internet : lors d'un séjour aux États-Unis, j'avais été fasciné de voir un collègue me démontrer comment on pouvait commander du foie gras du Périgord en appelant Yahoo ! Dix ans plus tard, j'avais appris à interroger internet, et j'avais conçu un projet que je pensais être cohérent, mais je n'avais pas, près de moi, de collaborateur prêt à construire le site dont je rêvais.

J'eus alors la chance qu'un ami commun, Nicolas Grimal, me mît en rapport avec Olivier Cabon. Ancien étudiant en égyptologie, passionné par l'histoire de l'Antiquité et par l'archéologie, il présentait pour moi le rare avantage d'allier qualification technique et goût pour mettre mes idées en pages. D'autant qu'il travaille avec un graphiste, Thierry Sarfis, qui lui aussi s'est lancé dans le projet avec enthousiasme, et qui, très vite, a conçu la page d'entrée « au laboureur », à partir d'un dessin que je lui avais proposé.

Le défi n'était pas mince. Comment organiser un site destiné à recueillir des documentations qui, illustrant un espace-temps historique déterminé, présentent des spécificités fortes les unes par rapport aux autres : aussi bien des documents écrits en de nombreuses langues et écritures, que des monnaies, des stèles, des peintures, des objets, des fouilles archéologiques, sans parler des annonces, des bibliographies et d'articles en ligne ? Et comment organiser une circulation fluide et aisée et imaginer la palette de navigation ? Qui plus est, il convenait d'avoir une vue sur le long terme, car il fallait proposer une organisation éditoriale qui résisterait à l'accroissement exponentiel du nombre de documents disposés sur le site.

Le problème, on le sait bien, n'est pas fondamentalement technique, il s'agit d'une réflexion éditoriale, qui ne peut être abordée que sous une approche conceptuelle, elle-même fruit d'une discussion et d'un échange entre le concepteur du projet de départ et des partenaires soucieux de proposer

des solutions à la fois esthétiques, efficaces et respectueuses du fond. C'est très exactement ce que j'ai trouvé dans cette collaboration.

Lorsque j'ai lu les épreuves du livre qu'ils publient aujourd'hui, j'y ai retrouvé la substance de certaines des très nombreuses discussions que nous avons eues depuis plus de deux ans maintenant. « Plus simple et plus efficace », telle semble être la philosophie d'Olivier Cabon et de Thierry Sarfis. Tels étaient aussi mes objectifs au départ, car un contenu scientifique ne justifie pas une présentation aride et inconfortable.

L'accueil qui a été fait déjà à notre site sonne comme la reconnaissance de la pertinence des choix définis en commun. Je n'évoque pas seulement les réactions nombreuses que j'ai reçues de collègues et d'étudiants de nombreux pays, mais aussi des recensions élogieuses publiées dans diverses revues par des spécialistes des sites web. L'un de ces critiques¹ écrivait des premières pages mises en ligne : « Elles témoignent d'un parti pris trop rare en matière de recherche : l'alliance entre érudition et esthétique. » Je prends cette appréciation pour un bel hommage à la collaboration qui s'est développée au sein du projet www.achemenet.com.

Pierre Briant, professeur au Collège de France, chaire « Histoire et civilisation du monde achéménide et de l'empire d'Alexandre », fondateur et directeur du projet www.achemenet.com, pierre.briant@college-de-france.fr

¹ Michel Deverge, *L'Histoire* 247 (2000), p. 146.

En quelques années, le paysage de l'internet a, à la fois, beaucoup et peu évolué. La « bulle » s'est dégonflée mais, parallèlement, le nombre d'internautes a augmenté et les liaisons à haut débit ont commencé à devenir banales ; les machines ont gagné en puissance ; les logiciels sont devenus sophistiqués. Paradoxalement, ce qui semblait une antienne il y a quatre ans — « en mettre plein la vue » — est moins d'actualité aujourd'hui... alors que (parce que?) la technologie adéquate s'est répandue. Dans le même temps, les responsables se sont aperçus que réaliser un site internet rendait possibles des économies de diffusion mais que cela ne permettait pas de s'affranchir de ce qui fait l'essence du métier : le processus éditorial. Un site doit avoir une ligne éditoriale, un contenu et une forme ; un site doit vivre.

Des formes d'expressions pertinentes ont vu le jour : internet rentrerait-il dans l'âge de la maturité ? Il est en effet temps de considérer les sites internet comme des supports éditoriaux avec, certes, des contraintes propres, mais dont les graphistes maîtrisent depuis longtemps la problématique.

Pour concevoir, il faut d'abord prendre le temps de mener une réflexion préalable approfondie. Quatre principes — rappelés pages 10 à 14 —, transposition directe des règles dirigeant la communication visuelle, devraient ensuite guider le travail : les considérations suivantes peuvent, par certains aspects, sembler évidentes, mais elles sont souvent perdues de vue. Il s'agit de communiquer,

d'échanger et de mettre en commun. Les principes de base de la communication sont souvent oblitérés au profit d'une utilisation abusive des méthodes du marketing qui substituent à un système d'échange un discours à sens unique où la contradiction n'a pas sa place.

« La première qualité du style, c'est la clarté », dit Aristote. Même si les logiciels offrent des possibilités techniques de plus en plus étendues, ces principes ne doivent pas être oubliés : le possible n'est pas forcément souhaitable et seule importe la pertinence. Des outils plus complexes imposent, d'abord, de mener une réflexion élargie sur l'équilibre entre fonctionnalité et beauté — c'est-à-dire sur les rapports entre les choix techniques et l'utilisation de la symbolique des signes et des différents codes de représentation. Ils requièrent, ensuite, des compétences plus étendues.

Manipuler l'outil ne suffit pas ; il faut également comprendre les conséquences de cette utilisation sur les évolutions de l'organisation du travail et du processus de production des images.

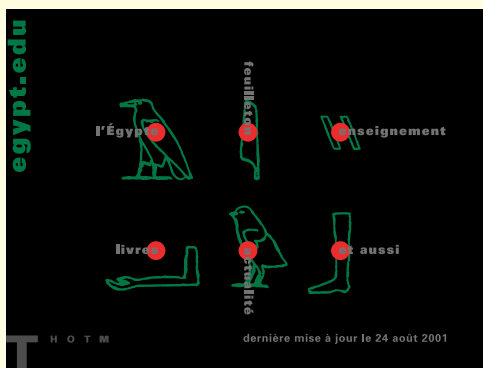
Un site internet est avant tout un support éditorial qui doit vivre, ce n'est pas une plaquette figée. Pour le créer et l'animer, il faut, dès le début de la réflexion, réunir les compétences nécessaires — chef de projet (parfois le client lui-même), rédacteur, correcteur, graphiste, informaticien, infographiste... Tout support éditorial a un objet et s'adresse à un public précisément défini : la réponse aux questions « un site pour quoi faire ? » ; « un site pour quel public ? » est l'objet de la réflexion préalable.

Quel sera l'équipement de l'internaute ? Avant de faire des choix techniques, il faut, bien évidemment, tenir compte des contraintes, qui dépendent pour l'essentiel du « parc machines » des éventuels visiteurs (grand public ; employés de l'administration ou d'une grande entreprise ; public spécialisé et suréquipé...) et de leur type d'accès (modem,

intranet, lignes à haut débit...): le « poids » des écrans devient vite un obstacle à la visite; les fichiers gif ne peuvent, par nature, comporter plus de 256 couleurs (l'usage d'une palette plus restreinte permet de diminuer encore le « poids » des écrans); la qualité des images jpeg diminue au fur et à mesure que l'on allège ces mêmes écrans; le recours à des plug-ins spécialisés (Flash, RealAudio...) peut être rédhibitoire...

Dans le cadre d'un site destiné à des professionnels de la mise en pages équipés de Macintosh récents et disposant d'un accès à haut débit, le recours à Flash, à QuickTime VR et autres RealAudio peut être recommandé. Est-ce le cas pour celui destiné au personnel d'une administration disséminée dans le monde entier et disposant d'un parc de dizaines de milliers de PC tournant sous des versions de Windows allant de la 3.31 à 2000? Pourquoi commencer par priver un site de 90% de ses visiteurs potentiels?

L'écran de choix, qui peut également servir de « home page », est l'expression de la hiérarchisation et de l'organisation de l'information (voir « accueil »...).



1. L'information est organisée et hiérarchisée en rubriques et sous-rubriques. Les dénominations des différentes parties doivent être très suggestives et ne pas prêter à confusion; elles doivent permettre de répondre aux questions simples que se pose l'internaute: « quoi? » « où? » « quand? » « comment? ». Les textes des écrans, courts et lisibles, sont

ensuite conçus pour ce support particulier; les textes longs, introduits par un «écran-résumé», peuvent être proposés sous la forme de fichiers «Acrobat» à télécharger (et à imprimer).

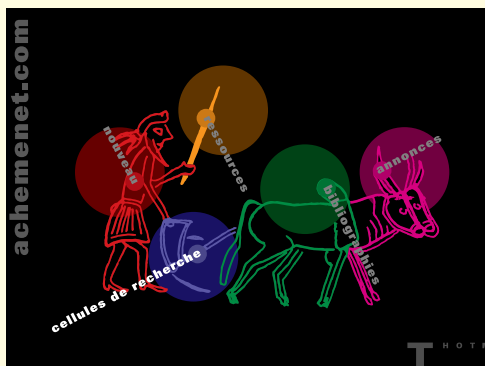


Les formes et les couleurs du logotype de la ville de Saint-Denis ont servi de base pour la création des «signes repères» exprimant le contenu des rubriques.

2. La communication visuelle est associée à la communication écrite. Pour cela, il suffit d'attribuer une «forme» à chaque type d'information, en utilisant les possibilités de l'art de la typographie, la symbolique des signes, la pertinence des codes de représentation (une photo ou un dessin ne disent pas la même chose) et les ressources des couleurs. Ces éléments permettent de créer un langage visuel et des points de repère permanents. Pour que les textes soient lisibles (et «stables») et les formes maîtrisées, il faut dessiner les écrans. Notre choix technique, c'est la mise en forme dans Illustrator; la transformation en images — gif pour les textes, jpeg pour les photographies — dans ImageReady; l'écriture du code html dans Dreamweaver.

3. La navigation fait appel à ces points de repère systématiquement mis en ordre sur chaque écran et qui permettent de toujours savoir où l'on est et où l'on peut aller: pour l'internaute, la navigation est facile et fluide, ce qui lui donne envie de découvrir l'ensemble du site et d'y revenir.

La « barre de navigation » permet de naviguer et de savoir où l'on est : le trop fréquent « plan du site » est inutile... pour peu que l'information ait été correctement hiérarchisée. La barre de navigation reprend les choix de l'écran initial et rend ainsi possible l'accès direct à n'importe quelle partie du site. Lorsqu'une information est répartie sur une suite d'écrans, le bouton « écran suivant », situé à droite de la palette, clignote ; les retours sont indiqués de la même manière par le bouton de gauche. La palette de navigation se développe en fonction du cheminement suivi : l'usage de la couleur permet de visualiser ce déplacement.



plus simple, plus efficace

4. Le service rendu à l'internaute doit motiver son retour régulier : un site ne peut pas être une simple « plaquette », il doit offrir des informations utiles, mises à jour régulièrement et que l'on ne trouve nulle part ailleurs. Un site doit donc comporter une rubrique « nouveau » permettant au visiteur d'accéder directement aux parties mises à jour (un site qui n'évolue pas est rapidement considéré comme « mort » par les internautes).

Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement
GOUV. FRANCE

DIRECTION REGIONALE DE L'ENVIRONNEMENT
Eau : organisation, réglementation

Atlas des plus hautes eaux connues

Annonce des crues Actualites

notice explicative avertissement

liste des bassins versants

atlas numérisés

atlas non numérisés

atlas en partie numérisés
depuis les atlas, vous pouvez demander les cartes papier de votre choix.

- 1 La Seine amont jusqu'à Montereau
- 2 La Seine en région parisienne
- 3 La Seine aval depuis Vernon
- 4 L'Aube
- 5 L'Yverres
- 6A La Marne de la Seine à Chalons
- 6B La Marne en amont de Chalons
- 7A L'Oise
- 7B L'Aisne
- 8 L'Eppe
- 9 Fleuves côtiers de Seine-Maritime
- 10 L'Yonne
- 11 Le Loing
- 12 Cours d'eau de la région parisienne au sud de la Seine
- 13 L'Eure
- 14 La Risle
- 15 Fleuves côtiers de Basse-Normandie

Malgré de fortes contraintes :

choix techniques et
format d'écran imposés,
logotypes obligatoires...

il est possible de rendre
aisé l'accès

à l'information.

Le service rendu est ici

évident : l'internaute

peut, avant de construire

un bâtiment, consulter

l'atlas des plus hautes

eaux connues sans

se déplacer

à la préfecture — et sans

transporter une valise

de documents de sept

kilos (*sic*) — et suivre

en direct la montée

des eaux... ce qui peut

se révéler précieux

en période d'inondation.

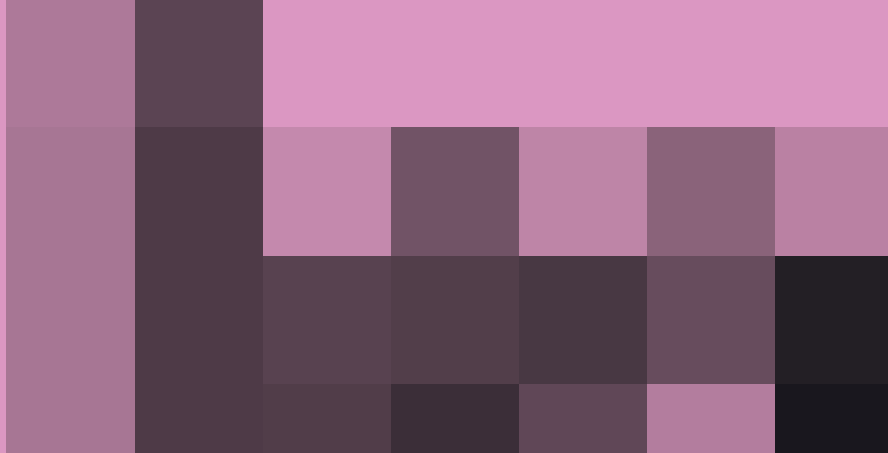
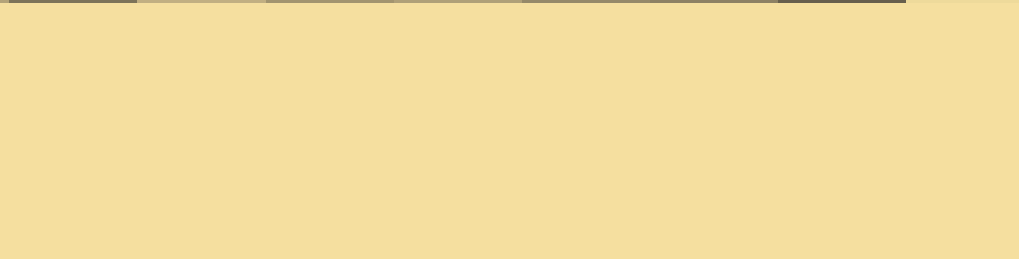
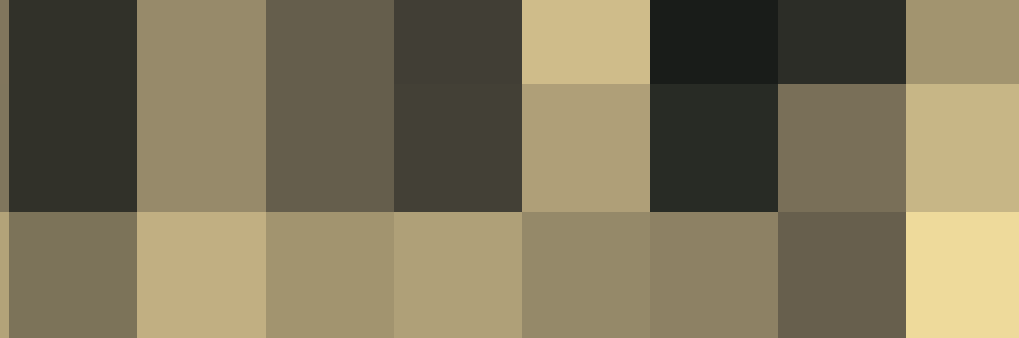
Le parti pris de la simplicité n'empêche pas de faire appel à des outils informatiques sophistiqués : paiement en ligne, bases de données, recherche documentaire et agrandissement d'images jpeg découpées en « tuiles » de manière à optimiser leur chargement, moteurs de recherches sémantiques... peuvent être au rendez-vous.

À chacun son métier : chaque étape de la réalisation fait appel à des compétences particulières. Mélanger les genres aboutit, le plus souvent, à un résultat médiocre. Le chef de projet n'est pas le rédacteur, qui n'est pas le graphiste, qui n'est pas l'ingénieur, qui n'est pas l'infographiste, qui n'est pas le développeur...

Puisque l'on est jamais servi si bien que par soi-même, le lecteur comprendra probablement que nous proposons, à l'appui de notre propos, des exemples tirés de nos propres réalisations. Bien évidemment, nous n'avons pas la prétention d'être les seuls compétents : il s'agit là d'une facilité que l'on nous pardonnera peut-être. De même, celui qui aura la curiosité de visiter les sites présentés ci-dessous — et dont nous donnerons systématiquement les adresses — se rendra probablement compte que l'adage « faites ce que je dis, ne faites pas ce que je fais » est parfois vérifié : l'expérience n'est-elle pas la somme des erreurs ? Après avoir nous-mêmes, tels des Dupont et Dupond, « navigué dans les terres »¹, nous vous souhaitons **bonne navigation** ■

Les versions « originales » des sites que nous avons réalisés sont visibles à l'adresse www.thotm.com/sites.htm

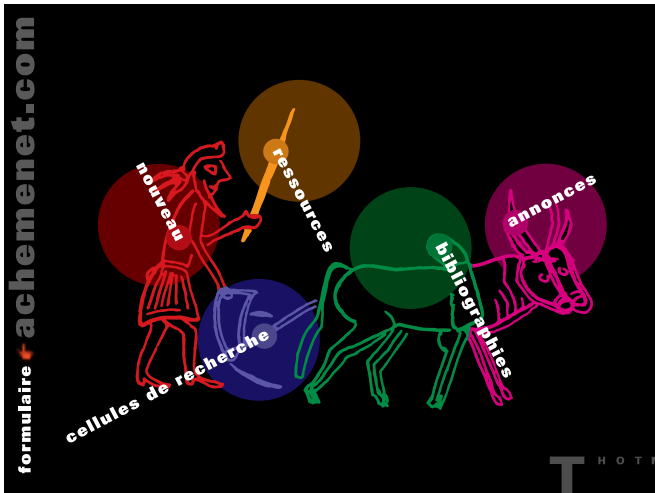
1. « Naviguer dans les terres se dit lorsque la carte maritime se trouvant fausse, le vaisseau navigue dans un espace indiqué sur cette carte comme terre », *Dictionnaire* d'Émile Littré.

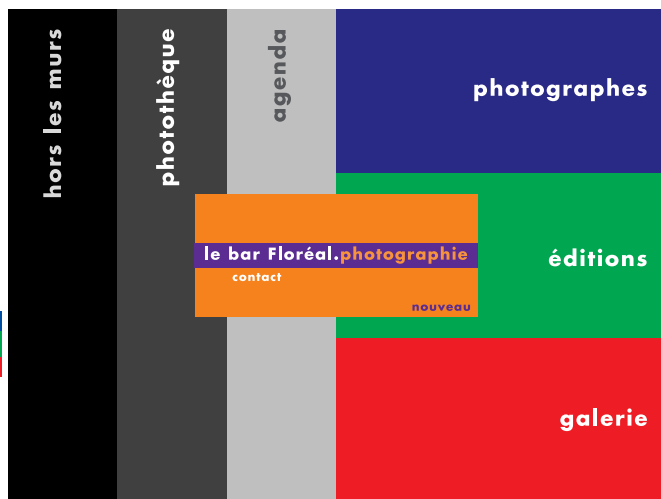


Les pages d'accueil donnent directement accès au contenu. La réflexion éditoriale a permis d'organiser et de hiérarchiser l'information. Les ressources de la symbolique des signes et de la typographie sont alors mises à contribution pour donner une forme à cette hiérarchie : la communication visuelle est associée à la communication écrite.

Pour que la communication soit efficace, mieux vaut éviter d'imposer à l'internaute d'interminables successions d'écrans. Souhaiter « bienvenue sur mon site » ne fait plaisir qu'au « propriétaire » qui, le plus souvent, a alors concentré tous ses efforts sur l'accueil et a négligé l'essentiel : la mise en forme d'un contenu cohérent. Ce principe n'interdit pas, à l'instar de ceux présentés ci-après, de bâtir des écrans d'accueil en gifs animés. Si l'on souhaite que l'internaute revienne, il faut bien évidemment lui ménager un accès direct à l'information ■ voir gif, hiérarchisation, nouveau, rubriques...

Une image parlante aux historiens de la période achéménide sert de support aux cinq entrées principales du site www.achemenet.com. Les cinq entrées principales sont l'expression de la hiérarchisation et de l'organisation de l'information...



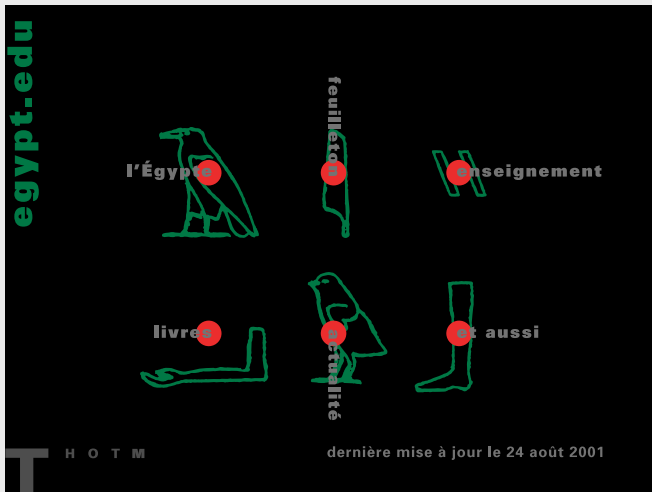


Les couleurs qui, sur la page d'accueil, identifient les diverses rubriques d'un site se retrouveront dans la palette de navigation. Les innombrables possibilités du graphisme et de la typographie permettent de donner un « ton » personnel (ici, deux sites en cours de réalisation).





Tenir compte de l'icongraphie existante et en tirer un parti dynamique permet d'exprimer la structure de l'information : www.eauhumanite.com catalogue en ligne de la banque d'images « l'eau pour l'humanité » et www.egypt.edu dont l'objet semble évident.





Une série d'images emblématiques illustre les parties du site www.egyptologues.net du Collège de France.

L'ancienne version du site de la fondation du Patrimoine: moins de décor, plus d'information que dans la version actuelle. www.fondation-patrimoine.com

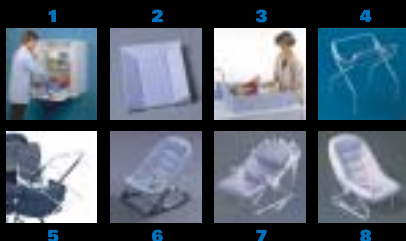


▶ STAND
▶ EVENEMENT
▶ EDITION

Même remarque pour www.fradet-creation.com dont la nouvelle version, composée par « copier-coller » d'éléments, est devenue incohérente car les règles de base du graphisme n'ont pas été respectées.

Cet écran devrait être la page d'accueil. www.baby-creation.com

Fontaine puériculture



télécharger le catalogue



la médiathèque jeunesse de l'Ima

le monde arabe invité

sélection de livres en arabe pour la jeunesse

d'honneur du salon

bibliographies publications

du 28 novembre au 3 décembre
le programme du salon

du Livre de jeunesse

l'Ima au salon

en Seine-Saint-Denis

mosaïques



Sept entrées proposées par l'institut du Monde arabe à l'occasion du salon du Livre de jeunesse. www.imarabe.org


Une animation transformait le logotype qui servait alors de support à l'annonce des quatre parties de l'ancienne version du site. www.ecole-maryse-cloy.com

le chemin de l'école

port ouvert

suivi pédagogique

suivre l'actualité





Les rubriques du site www.ville-saint-denis.fr (en cours de réalisation) montrent qu'il s'agit de rendre service à l'internaute plutôt que de faire de la propagande. «L'argot des typographes» (voir page 73) est en fait le seul service rendu par notre site-plaquette. www.thotm.com





Même si un site « naissant » ne comporte que quelques écrans, il faut avoir une vision de son évolution probable. www.thotm-editions.com
 Composer une phrase avec les noms des rubriques est une solution pour simplifier un contenu complexe. www.cgt.fr/ucr/ucr/choix.htm



Malgré tous nos efforts, un écran (cathodique) sera toujours un écran : il est difficile d'y donner à lire confortablement des dizaines de pages et le support lui-même se prête mal au retour en arrière, au feuilletage, à l'annotation, toutes actions qui soutiennent la réflexion. Par ailleurs, et malgré des apparences parfois trompeuses, un écran est une image perpétuellement renouvelée, ce qui, une fois encore, n'est pas vraiment propice à la réflexion.

C'est pourquoi, lorsqu'un long texte doit être mis en ligne, il est judicieux d'envisager le recours à un fichier Acrobat qui, une fois téléchargé, peut être consulté « hors connexion » et être imprimé : l'exemple de la leçon inaugurale de Nicolas Grimal au Collège de France est, à cet égard, éclairant.

Pour éviter l'affichage du document dans le cadre du navigateur (et le recours au plug-in du même nom, souvent lent et parfois instable), il suffit de faire un « clic-droit » (sur PC) ou un « contrôle-clic » (sur Macintosh) et de demander l'enregistrement du fichier sur le disque dur.

Les fichiers Acrobat permettent également de mettre en ligne un livre dont les chapitres peuvent être « verrouillés » de manière à empêcher, par exemple, la sélection de textes ou d'images, sa modification ou son impression. Quel intérêt ? me demanderez-vous. Des études fort sérieuses menées aux États-Unis montrent que les éditeurs qui proposent ainsi leurs ouvrages en ligne voient leurs ventes augmenter de manière notable : l'internaute — qui n'est pas plus bête que l'utilisateur de la photocopieuse — sait bien qu'imprimer et relier plusieurs dizaines de pages coûte plus cher que d'acheter le livre... et ce pour un résultat moins agréable. Réalisant l'intérêt du livre, il hésite moins à l'acheter.

La mise en ligne de fichiers Acrobat permet enfin de mettre à la disposition de l'internaute des bons de commande et tous types de formulaires administratifs ■ voir texte et typographie

Leçon inaugurale

Nicolas Grimal

Collège de France

mardi 24 octobre 2000



la chaire archéologie philologie histoire liens

● historique ● enseignement ● bibliothèque
● autres outils ● renseignements pratiques

egyptologues.net

Nicolas Grimal, leçon inaugurale faite le mardi
24 octobre 2000

— « Can you see anything ? » — « Yes, wonderful things ! »

Monsieur l'administrateur, mes chers collègues,
Ce bref échange fait partie de la légende dorée de notre
discipline. Il eut lieu, il y aura soixante-dix-huit ans dans
un mois, l'après-midi du dimanche 26 novembre 1922 [...]
L'homme, inquiet et attentif, qui questionne, c'est Lord
Carnarvon, le mécène, le protecteur, l'ami ■■■

Cliquez pour télécharger ce fichier au format « Acrobat »

Les premières lignes du texte sont présentées et le téléchargement de ce dernier sous la forme d'un fichier Acrobat est proposé. www.egyptologues.net/chaire/grimalo2.htm

13 Les révolutions mondiales

Dans les années soixante-dix et quatre-vingt, le monde industriel a connu une phase de croissance ralentie qui fut baptisée en France de « crise ». Le temps ayant passé, on a mieux perçu les phénomènes qui, dans une certaine pénombre, prenaient de la force pour se manifester avec éclat dans les années quatre-vingt-dix.

Dans le même temps, les sociétés ont évolué. Ronald Reagan et Margaret Thatcher ont entendu limiter les interventions de l'État. Quant au système soviétique, il devait s'effondrer, entraînant l'éclatement de l'URSS : la décentralisation de la gestion des systèmes hiérarchiques traditionnels ont été contestés. Cependant, l'économie ne sont pas allés sans engendrer des dérives que l'on

13.1 Une révolution technologique

13.2 Des entreprises plus agressives

13.3 Une « nouvelle économie » ?

13.4 Des changements dans la société

13.1 Une révolution technologique

Le temps aidant, les nouvelles technologies de l'informatique et des télécommunications provoqueront sans doute dans l'économie et dans la société des changements aussi importants que l'imprimerie, la machine à vapeur, le moteur à explosion.

Les NTIC intéressent les matériels et les services informatiques et électroniques, les matériels et les services de télécommunication. Mais leurs effets vont bien au-delà de ces domaines d'activité.

La révolution est-elle, pour autant, accomplie ? Un bouleversement radical, brusque et, à certains égards, définitif a-t-il eu lieu comme maints journalistes ou financiers l'ont proclamé ? Si l'on considère la décennie 1990-2001, le cheminement semble avoir été plus complexe. Certains développements, comme celui des téléphones portables ou d'Internet ont bien eu lieu mais on en a déduit, trop vite, que des changements massifs, dans les processus de vente ou la transmission des images par exemple, étaient imminents. Des obstacles ou des résistances se sont manifestés, conduisant à des



L'objet du site www.contrat-social.com (en cours de réalisation) est de proposer, sous la forme de fichiers Acrobat, de nombreux textes de réflexion : les écrans sont de simples accès aux textes.

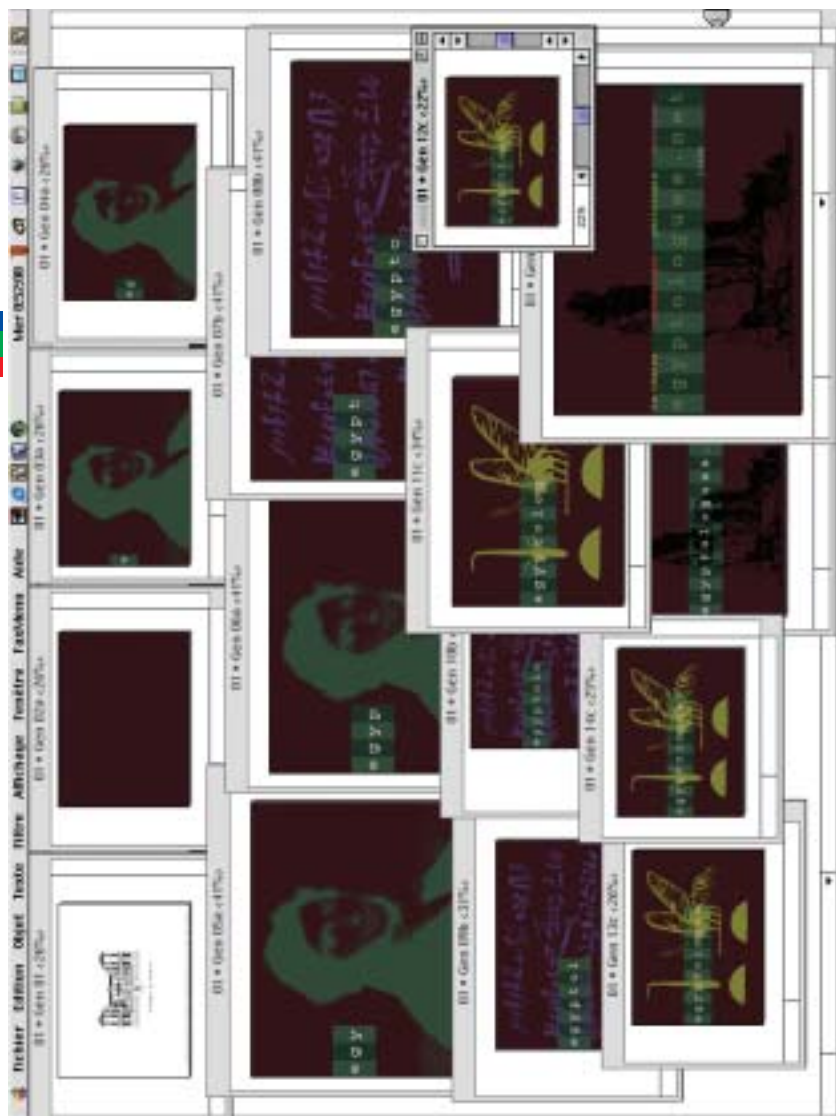
Une animation doit être pertinente, sous peine de voir le site se transformer en arbre de Noël : c'est au graphiste d'y veiller. Deux usages peuvent être envisagés : *primo*, l'animation de la page d'accueil qui se développe à partir d'un signe graphique fort (dans ce cas, l'animation évite de nombreux clics) ; *secundo*, la mise en évidence d'un élément déterminant : zone cliquable, bouton, information importante, signalétique...

Qui dit « animation » dit souvent Flash : est-ce si pertinent ? Êtes-vous certain que tous les internautes à qui vous vous adressez disposent de la configuration nécessaire pour naviguer confortablement ? Le fait que le plug-in de visualisation soit « gratuit » ne règle pas tous les problèmes : qu'en est-il de la puissance de la machine ? de la version du système d'exploitation et du navigateur ? de la quantité de mémoire vive installée ? de la vitesse de connexion ?

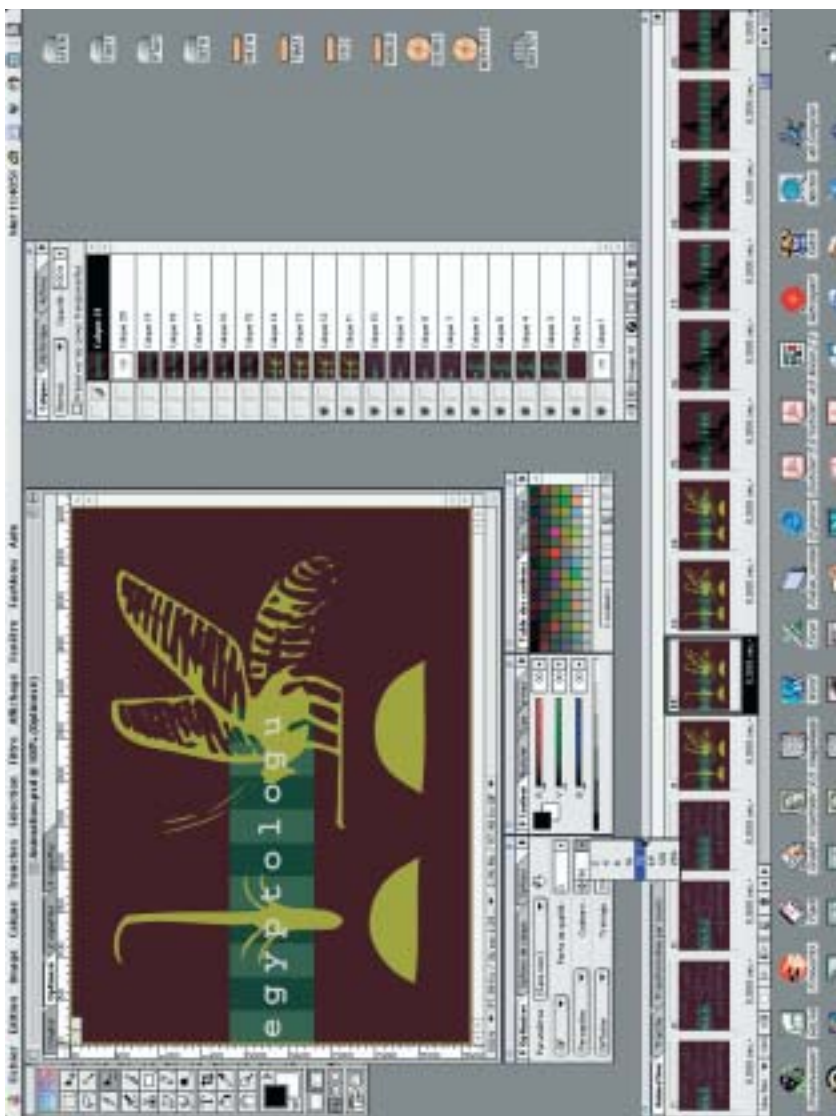
Par ailleurs, *quid* de la mise à jour du site ? Réaliser une superbe animation c'est bien, devoir la mettre à la poubelle au bout de trois mois, ça l'est moins... Cet aspect, trop souvent négligé, doit être pris en compte dès la conception du site et la définition de son contenu.

Si vous tenez à animer un site avec Flash, pensez à découper l'animation en petites séquences autonomes qu'il sera facile de mettre à jour... et à en proposer une version html, à base de gifs animés.

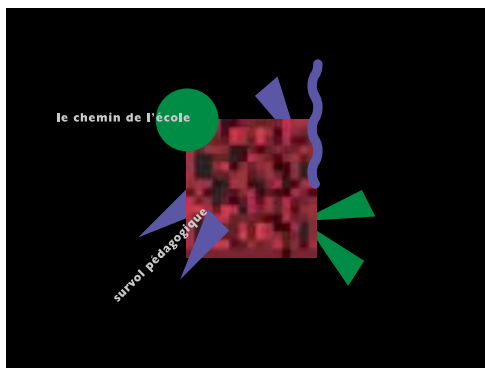
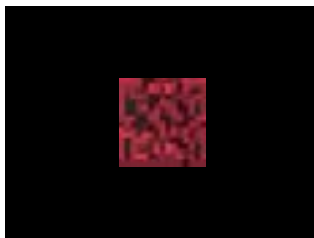
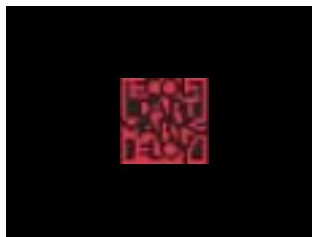
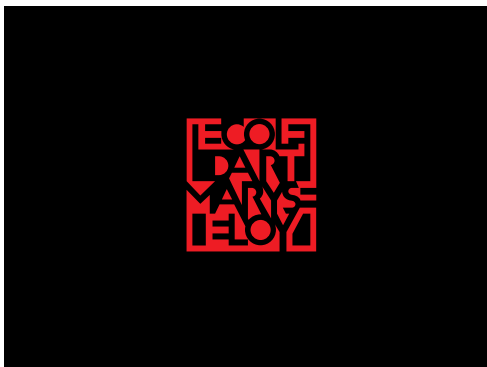
Les différentes étapes des animations — qu'elles se présentent sous la forme d'un gif animé ou d'un fichier Flash — sont traitées comme autant de fichiers Illustrator. Il est beaucoup plus simple de « remonter le temps » en partant de l'image finale et en supprimant, étape par étape, les éléments qui ne doivent plus s'afficher. Les différents états des roll-overs peuvent également être des gifs animés, traités de la même manière ■ voir Flash et gif



Les différentes étapes des animations se présentent comme autant de fichiers Illustrator. Elles sont ensuite traitées,



comme ici, dans ImageReady pour obtenir un gif animé... ou dans Flash. www.egyptologues.net/



L'animation de la page d'accueil se développe à partir d'un signe graphique fort, ici le logotype de l'école d'art Maryse-Éloy est pixellisé, ce qui introduisait le système de navigation et des points de repères graphiques. www.ecole-maryse-eloy.com/

L'arborescence du site doit être le reflet fidèle de la conception éditoriale. Cette organisation est une des spécificités d'internet; la possibilité d'accéder à une information en suivant plusieurs chemins, loin d'être un handicap, peut être cultivée... à condition que l'écran « final » ne soit pas démultiplié, sous peine de rendre quasi impossible la mise à jour du site.

L'organisation des différents dossiers (répertoires) contenant les « pages » reprend fidèlement l'arborescence du site. Les noms des fichiers html et des images gif ou jpeg composant les écrans sont immédiatement compréhensibles et se répondent. Le classement des fichiers Illustrator correspond exactement à celui des pages html ■ voir navigation, palette et suivi

À l'exception des formulaires et des longs tableaux, le recours à l'ascenseur doit être prohibé. Si ce dernier se révèle indispensable, la palette de navigation reste toujours apparente. Il faut donc recourir à des « frames ». L'internaute qui ne peut visualiser d'un seul coup d'œil l'ensemble d'un écran perd une partie des repères et le fil du discours. Les textes doivent donc être courts et conçus, rédigés et découpés en fonction de l'écran ■ voir Acrobat, écran, feuille de style et formulaire

Sans client, ni commande ni moyen de réaliser un projet. Comme le rappelle le grand dictionnaire encyclopédique Larousse : « Le client est une personne ou une collectivité qui reçoit de quelqu'un, contre paiement, des fournitures commerciales ou des services. »

Contrairement au verbiage pédant à la mode dans certains milieux qui croient s'affranchir ainsi d'une sujétion vile, un client n'est pas un commanditaire, car ce dernier — toujours selon le Larousse — est « un associé d'une société en commandite, le bailleur de fonds d'une entreprise par actions ». S'il n'est commanditaire, le client est partenaire : il connaît le sujet et son contexte ; de la qualité du dialogue noué avec lui dépend la pertinence des propositions du graphiste ■ voir graphisme

« **La principale règle** est de plaire et de toucher. Toutes autres ne sont faites que pour parvenir à cette première. Mais toutes ces règles sont d'un long détail, dont je ne leur conseille pas de s'embarrasser. Ils ont des occupations plus importantes. » Racine¹

Pour les longs détails, nous vous conseillons de vous reporter à « Sciences de l'information et de la communication »² : on peut y trouver de « bons auteurs » — de Platon à Wiener en passant par Marx et Freud — et une bibliographie raisonnée ■

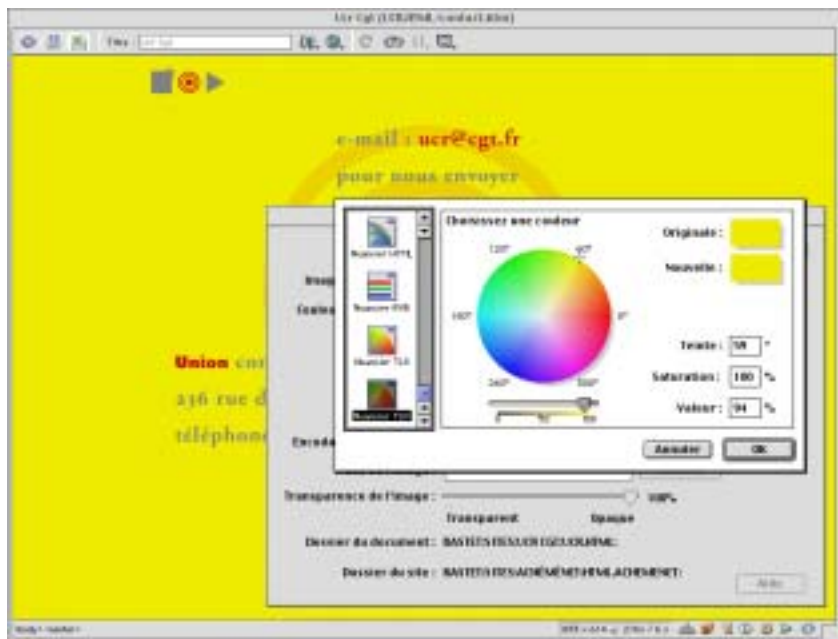
1. Préface à Bérénice, *in* «Théâtre», I, page 379, Garnier-Flammarion.

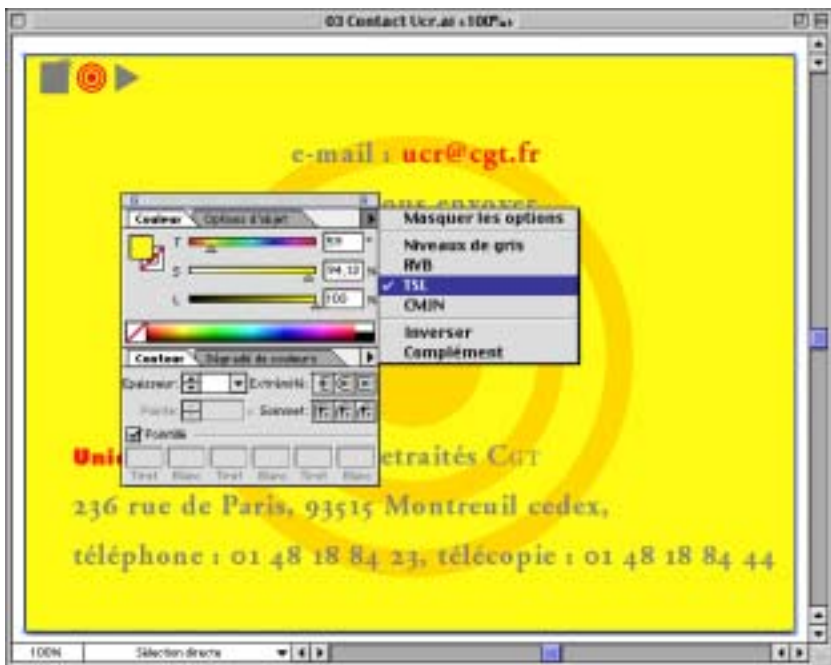
2. Sous la direction de Daniel Bounoux, Larousse, collection Textes essentiels

La couleur est un des outils dont dispose le graphiste pour guider l'internaute et rendre visibles les repères. Lors de la définition d'une couleur, il faut tenir compte des contraintes d'internet : les images gif n'en comportent que 256, les écrans des internautes sont rarement étalonnés et calibrés, une même couleur est souvent rendue différemment par les PC et par les Macintosh. Peu d'entre elles sont donc d'un usage sûr et, en cas de doute, il vaut mieux s'en tenir à la palette « sécurisée » pour le web ■ voir gif, hiérarchisation, jpeg, palette et poids

La couleur permet de voir immédiatement dans quelle partie du site se trouve l'internaute, comment naviguer et quels sont les documents disponibles. www.achemenet.com/recherche/textes/textes.htm

The screenshot shows the website 'achemenet.com' with a dark background. At the top, there is a navigation bar with five colored circular buttons: a red button for 'forum', a blue button for 'cellules de recherche', an orange button for 'annuaires', a green button for 'bibliographies', and a pink button for 'annonces'. Below this, the text 'textes épigraphiques d'Anatolie' is displayed. The main content area features a central image of a stone inscription. To the right of the image is a list of language options: 'introduction', 'grecs', 'araméens', 'lyciens', 'lydiens', 'phrygiens', and 'carliens'. To the right of this list are three columns of colored dots representing different language categories: 'monolingues' (green), 'bilingues' (blue), and 'trilingues' (red). The 'trilingues' column has a red dot next to 'grecs', 'araméens', and 'lyciens'. The 'bilingues' column has blue dots next to 'grecs', 'araméens', and 'lydiens'. The 'monolingues' column has green dots next to 'lydiens', 'phrygiens', and 'carliens'. At the bottom left, there is a caption: 'stèle trilingue de Xanthos, face araméenne'. On the right side of the image, there is a vertical logo that says 'couleur' above a red and blue square containing the number '35'.





Le traitement de certaines couleurs est parfois délicat. Nous voulions être certains que les fonds de la page html et de l'image gif servant de support aux textes seraient identiques. Nous avons commencé par définir la couleur dans Illustrator. Nous avons importé dans Dreamweaver l'image gif obtenue grâce à ImageReady. La « couleur html » prélevée *via* la pipette de Dreamweaver a été transformée en « TSV », dont l'équivalent, dans Illustrator, est le mode « TSL » (attention, le « Tls » de Dreamweaver est un « faux ami »).

Il ne restait plus qu'à corriger la couleur dans Illustrator.

www.egt.fr/ucr/contact.htm

Pour traiter un écran comme une image, il faut que ses éléments — y compris les textes — puissent être facilement manipulés, déplacés ou modifiés et restent indépendants les uns des autres: il faut donc travailler dans un programme de dessin vectoriel, et le standard c'est Illustrator.

Ce programme très fiable est maîtrisé par un grand nombre d'opérateurs PAO et d'infographistes: c'est le genre de détail qui prend toute son importance lorsque l'on doit renforcer une équipe pour achever un projet dans les délais... ou pallier la maladie ou le départ du dessinateur habituel. Autre avantage: le passage éventuel vers Flash... ou vers l'imprimé est extrêmement simple ■

Quand le dessin se révèle le plus efficace ou le plus approprié, Illustrator permet de venir à bout d'écrans qui, sans lui, seraient quasi irréalisables. www.fradet-creation.com/francais/evenement/ref/montmart.htm



617 x 465 pixels est la taille de « nos » écrans. C'est un format un peu plus « carré » que le traditionnel rapport 3 par 2. Cela permet de ménager plus de place en hauteur. Les navigateurs ajouteront leur interface autour de cette fenêtre : la surface totale occupée par Internet Explorer, toutes « barres » (des boutons, des adresses, des favoris...) affichées est alors de 654 x 603 : c'est un peu plus grand que le 640 x 480, « minimum syndical » de fait. En masquant ces barres, la surface occupée devient 652 x 504 : seuls les internautes munis de tout petits écrans seront alors très légèrement handicapés. Dans Illustrator, un écran de 617 x 465 pixels correspond à un document de 217,77 mm x 163,33 mm.

La taille des fichiers Illustrator dépend, bien évidemment, de celle fixée pour les écrans. Pour notre part, nous considérons comme primordial que l'internaute appréhende d'un seul coup d'œil tout le contenu d'un écran et nous excluons donc — sauf cas particulier des formulaires — l'usage des ascenseurs ■ voir dessin, formulaire, html, internaute, logiciels et mise en pages

Les écrans étant dessinés dans Illustrator, tous les éléments peuvent être modifiés. www.egypt.edu/egypte/egypte.htm



Oui,

un site internet est un support dont les critères et les contraintes sont, *mutatis mutandis*, les mêmes que ceux de l'imprimé. Il faut en tirer toutes les conséquences sur l'organisation du travail : définir un objectif précis, en dialogue avec le client ; réunir les spécialistes nécessaires — citons dans le désordre : responsable de projet, rédacteur en chef, rédacteur, journaliste, secrétaire d'édition, graphiste, infographiste, ingénieur, webmaster, documentaliste, iconographe... — ; organiser la planification de toutes les étapes du travail ; mettre en place la « chaîne de validation » : client, chef de projet, correcteur...

Faire l'économie d'une étape ou se passer d'une compétence, c'est prendre le risque de désorganiser le processus de production et d'aboutir à un site bancal et inexploitable ■ voir client, hiérarchisation, suivi et webmaster

Il est peu de sites internet qui ne recourent, un jour ou l'autre, à des tableaux. Quelques recettes faciles à mettre en œuvre permettent d'obtenir rapidement le résultat présenté page suivante :

Primo, les tableaux sont généralement longs et il ne faut pas que l'usage de l'ascenseur entraîne la disparition de la palette de navigation. Il est donc indispensable de recourir à un montage comprenant trois fichiers html : le fichier « maître » qui sera appelé est une simple « enveloppe » comportant deux « panneaux » (frames) dans lesquels seront affichés le fichier de la palette de navigation et le tableau proprement dit.

Secundo, il faut que le tableau soit le plus simple et le plus « léger » possible. La meilleure solution — qui garantit des résultats équivalents sur PC et sur Macintosh — est d'indiquer la largeur du tableau en pourcentage de celle de l'écran (une valeur comprise entre 80 et 96 % permet de ménager de l'espace de part et d'autre du tableau) et de ne surtout pas spécifier de largeur pour les cellules : il vaut mieux laisser le navigateur se débrouiller.

Le recours aux feuilles de style en cascade (Cascading style sheet, Css) permet de gagner un poids précieux, dans la mesure où les différentes couleurs et les divers types de caractères utilisés ne sont pas indiqués à chaque changement de style graphique mais sont définis une fois pour toutes dans la « feuille de style » correspondante, appelée dans l'en-tête du fichier. Avantage supplémentaire et non négligeable : si vous décidez de procéder à des ajustements, une simple modification de la feuille de style se répercutera sur tous les documents qui l'utilisent. Veiller à la cohérence graphique d'un grand nombre de tableaux devient alors un jeu d'enfant.

Une remarque au passage : les tableaux générés automatiquement par Word et par Excel ne sont ni « propres » ni « légers ». Trois solutions s'offrent à vous, qui, en tout état de cause, impliquent que vous maîtrisiez l'html ou que vous fassiez appel à un spécialiste. Soit vous définissez vos tableaux dans un éditeur de texte, soit vous les préparez dans Dreamweaver ou dans GoLive et vous les peaufinez à l'huile de coude, soit vous recourez à une « moulinette » développée dans 4D ou dans FileMaker. Cette dernière solution implique, certes, un peu de programmation, mais les résultats sont garantis et rapidement reproductibles ■ voir ascenseur, html, navigation et palette

```

titreColonne { font-family: Verdana, Arial, Helvetica, sans-serif; font-size: 20px; color: #35287F;
line-height: 40px; vertical-align: text-top; font-weight: bold}
.lien { font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; font-size: 13px; line-height: 26px; vertical-align: text-
top; color: #999999}
.texte { font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; font-size: 13px; line-height: 26px; vertical-align:
text-top; }
.liengris { font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; font-size: 13px; line-height: 26px; vertical-align:
text-top; background-color: #222222; color: #999999}
.textegris { font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; font-size: 13px; line-height: 26px; vertical-
align: text-top; background-color: #222222;}

```



La palette de navigation doit toujours rester apparente. Les « Css » facilitent grandement le développement et la maintenance.

www.achemenet.com/recherche/textes/babyloniens/nabu/nabu.htm

Les animations développées en Flash sont légères et fluides, au point que ce programme a parfois été considéré comme le futur standard de développement des sites spectaculaires. Deux écueils sont à éviter : il faut que l'équipement de l'internaute soit adapté et la mise à jour d'un site implique parfois de tout reprendre à zéro, à moins que cette mise à jour n'ait été sérieusement étudiée.

La réalisation des écrans dans Illustrator permet d'entrée de jeu le passage éventuel en Flash de tout ou partie d'un site ■ voir animation et internaute

Lorsqu'un site est animé en Flash, il faut penser aux internautes dont le matériel ne « suivra pas » et leur proposer la version html-gif animé.
En raison de la complexité de la mise à jour, ce site a désormais renoncé à Flash. www.baby-creation.com/

Fontaine babycreation



Html

Flash

Un des handicaps du couple html-images gif ou jpeg sur Flash est que le contenu des écrans ne peut pas être redimensionné. Il faut donc en prévoir la taille en fonction de l'équipement « standard » du public.

L'écran doit être centré et son fond html doit être conçu de manière à ne pas perturber l'internaute disposant d'un grand moniteur ■ voir couleur, écran, internaute

D'un petit à un très grand moniteur, il peut y avoir de la marge :
les écrans doivent être conçus de manière à ne gêner personne.
www.thotm-editions.com/qanats.htm



Les formulaires sont à traiter avec le plus grand soin. Ils doivent être proprement introduits et soigneusement mis en écrans. Ils sont souvent longs : tous les principes énoncés page 43 pour les tableaux — y compris le recours à un spécialiste — s'appliquent également. Pour que l'internaute n'envoie pas un formulaire à moitié rempli, il faut placer le bouton de validation « en pied ».

La méthode de traitement dépend de la quantité de formulaires qui vous parviendra : si vous n'en recevez qu'un ou deux par jour, il est inutile de mettre en place l'infrastructure lourde et onéreuse des bases de données en ligne. Dans ce cas, le formulaire est « posté » et son contenu vous sera adressé par courrier électronique. Les protections mises en place par de nombreux hébergeurs et la méthode de traitement particulier d'AOL rendent cette méthode aléatoire.

L'astuce consiste alors à « déporter » le traitement sur un autre site : un script « Common Gateway Interface » (CGI, standard proposé par tous les hébergeurs) est appelé dans le lien menant au formulaire ; un script « php3 » est également mis en place sur le site de traitement.

Cette méthode permet de tester la validité des champs obligatoires. Un de ses autres avantages est qu'elle permet d'appeler un écran de confirmation de l'envoi des données — pour peu que le fichier idoine soit au même niveau que le formulaire. Ce dernier écran peut, alors, demander le réaffichage de celui d'où a été appelé le formulaire.

L'exploitation des données peut se faire dans une petite base 4D ou FileMaker et leur transfert peut avoir lieu par simple copier-coller, une « moulinette » étant alors chargée de découper le texte et de transférer les informations vers les différents champs.

Si vous voulez mettre en place un système de paiement en ligne, il faut qu'il soit sécurisé. D'où, pensez-vous, mise en place d'une infrastructure très lourde et très coûteuse et recours obligatoire à des spécialistes... mais vous pouvez également faire appel à Kagi.

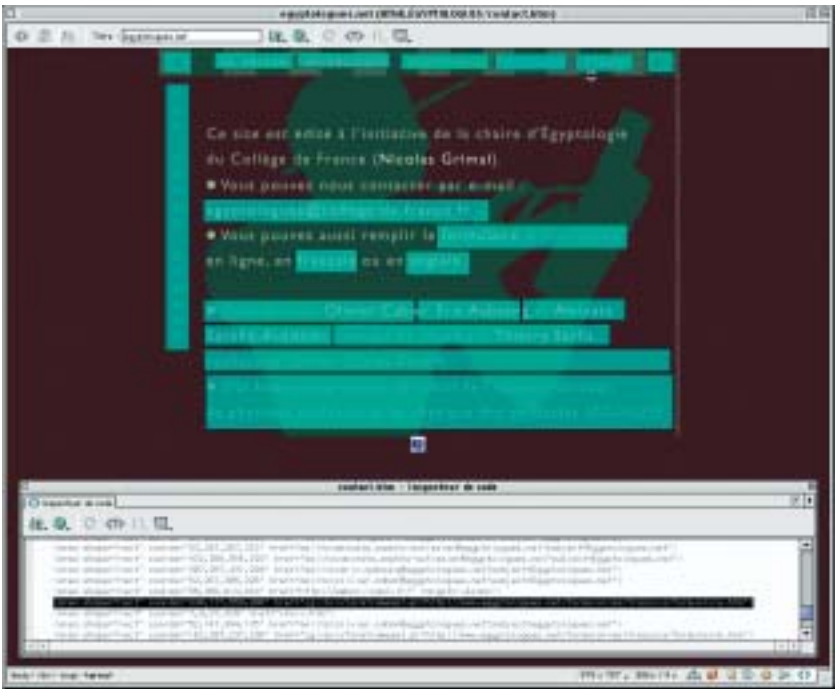
Dans ce cas, il n'y a pratiquement pas de mise de fonds initiale et les frais sont fonction de la valeur des biens vendus : logiciels et biens immatériels, certes, mais aussi tout ce que vous pouvez expédier par la poste. Il y a, toutefois, trois



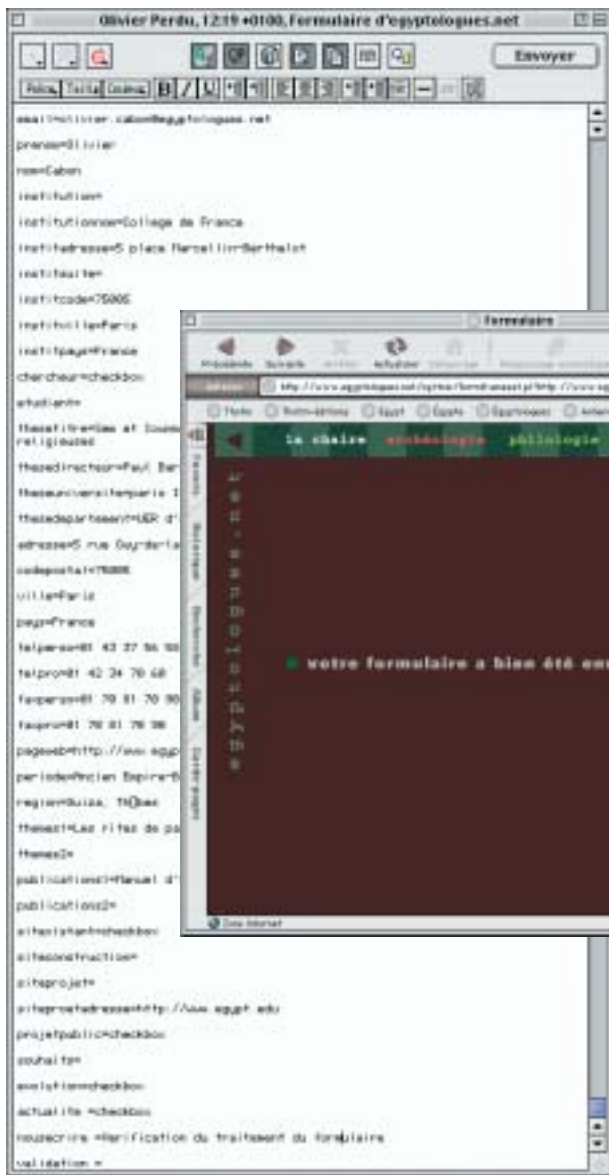
La palette de navigation devrait toujours rester apparente: ce n'est pas le cas ici. Le bouton de validation est placé en pied du formulaire, ce qui évite à l'internaute d'oublier de remplir une rubrique. L'adresse <http://www.egyptologues.net/cgi-bin/formframeset.pl? http://www.egyptologues.net/formulaires/francais/formulaire.htm> est la marque de la méthode de traitement.

contraintes : *primo*, maîtriser un minimum l'html ; *secundo*, accepter (pour l'instant) que les paiements ne s'effectuent qu'en dollars américains (l'euro et d'autres monnaies devraient arriver incessamment sous peu) ; *tertio*, tolérer l'interface un peu « présente » de Kagi. Le code html, même s'il n'est pas totalement standard, se maîtrise assez facilement... à condition d'être patient et d'en tester fréquemment le résultat ■ voir Acrobat et feuille de style

50
formulaire



Un traitement simple et peu onéreux mais efficace. Le formulaire est appelé *via* un script « CGI » qui « déporte » son traitement sur un autre site et appelle l'écran de confirmation d'envoi puis ramène l'internaute au point de départ. Il parvient au destinataire sous la forme d'un courrier électronique. www.egyptologues.net/contact.htm



formulaire

51

C'est dans **Illustrator** qu'est créé le premier gabarit, découpé dans ImageReady en fonction des zones au contenu fixe (*id est*, essentiellement, la palette de navigation) et au contenu variable. Ce second gabarit est également précieux.

Cette manière de faire évite de charger la palette lors du passage d'un écran à l'autre et permet ainsi d'économiser le temps de l'internaute, dont on sait combien il est précieux. Elle permet également de préparer les roll-overs de la palette de navigation.

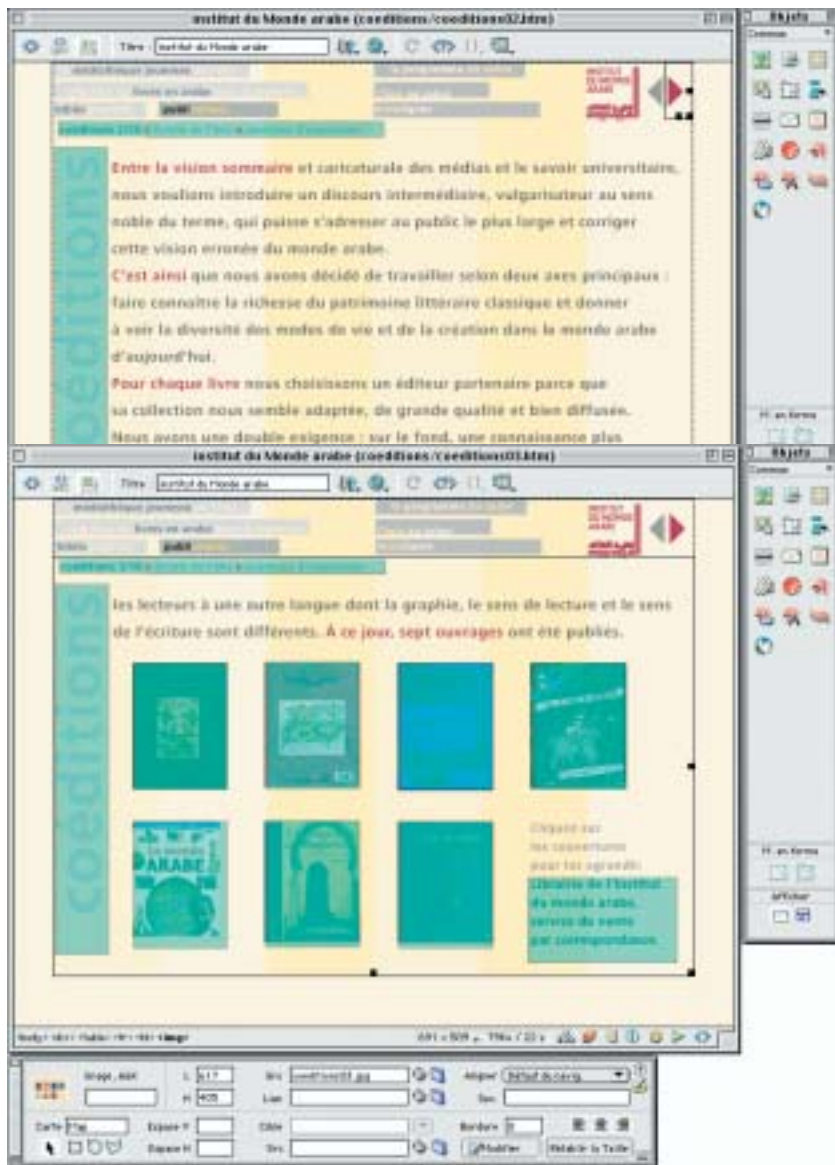
C'est aussi ImageReady qui génère le premier fichier html qui sert de base au troisième gabarit, finalisé dans Dreamweaver. L'écriture du code gérant les roll-overs de la palette est grandement facilité par ce dernier logiciel ■ voir html, navigation, palette, roll-over et standardisation,

Le premier (ci-dessous) et le deuxième (ci-contre) gabarit : d'Illustrator à ImageReady.



Du deuxième (ci-dessous) au troisième (ci-contre) gabarit : ImageReady génère un code html qui est peaufiné dans Dreamweaver. Il ne reste plus qu'à adapter les éléments variables : nom de l'image principale, liens « page précédente » et « page suivante », zones cliquables...





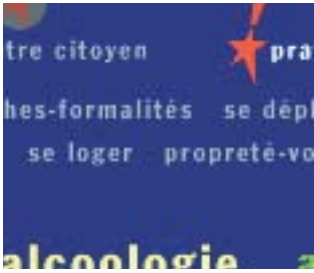
Gif ou jpeg ? Il ne s'agit pas d'une affaire de goût mais d'un raisonnement purement technique. Au gif, les animations, les textes traités comme des images et les documents au trait ou comportant peu de couleurs. Au jpeg, les photographies.

Les paramètres sont à définir précisément : nombre de couleurs pour le gif ou taux de compression pour le jpeg. Il ne faut pas changer le nombre de couleurs d'un écran à l'autre d'une même série gif — sous peine de fluctuations visibles. Il ne faut pas non plus trop compresser les images jpeg, sinon une pixellisation très visible apparaît.

Un mauvais choix se paie toujours comptant : soit par des temps de téléchargement allongés, soit par une qualité d'image dégradée ■ voir animation et

56
gif, jpeg
poids





À ma gauche, le gif, à ma droite, le jpeg : à poids égal (28 kO dans les deux cas), la comparaison se passe de commentaire.



gif, jpeg

« S'il fallait un jour définir ce qu'est l'art graphique, ce choix serait "hamletesque". À mon modeste avis, il commence par les "piéroglyphes" de l'Asie centrale et finit par les signes d'Henryk Tomaszewski... » déclare Roman Cieslewicz¹.

Le geste graphique tient sa force et sa complexité de son adéquation à un message, à ce qu'un être humain a voulu dire à un autre pour engager la conversation. La difficulté principale vient du fait qu'il faut respecter le message du client tout en affirmant son style, ses sentiments, ses positions... pour émouvoir, c'est-à-dire, au sens premier, avoir de l'impact. Cette confrontation entre vérité, prise de position et dialogue sert de base à toute communication qui veut dépasser les abus de la propagande, qu'elle soit politique ou commerciale. Engager sans *a priori* le dialogue, tolérer que l'interlocuteur ne soit pas d'accord, est à l'opposé des objectifs du marketing.

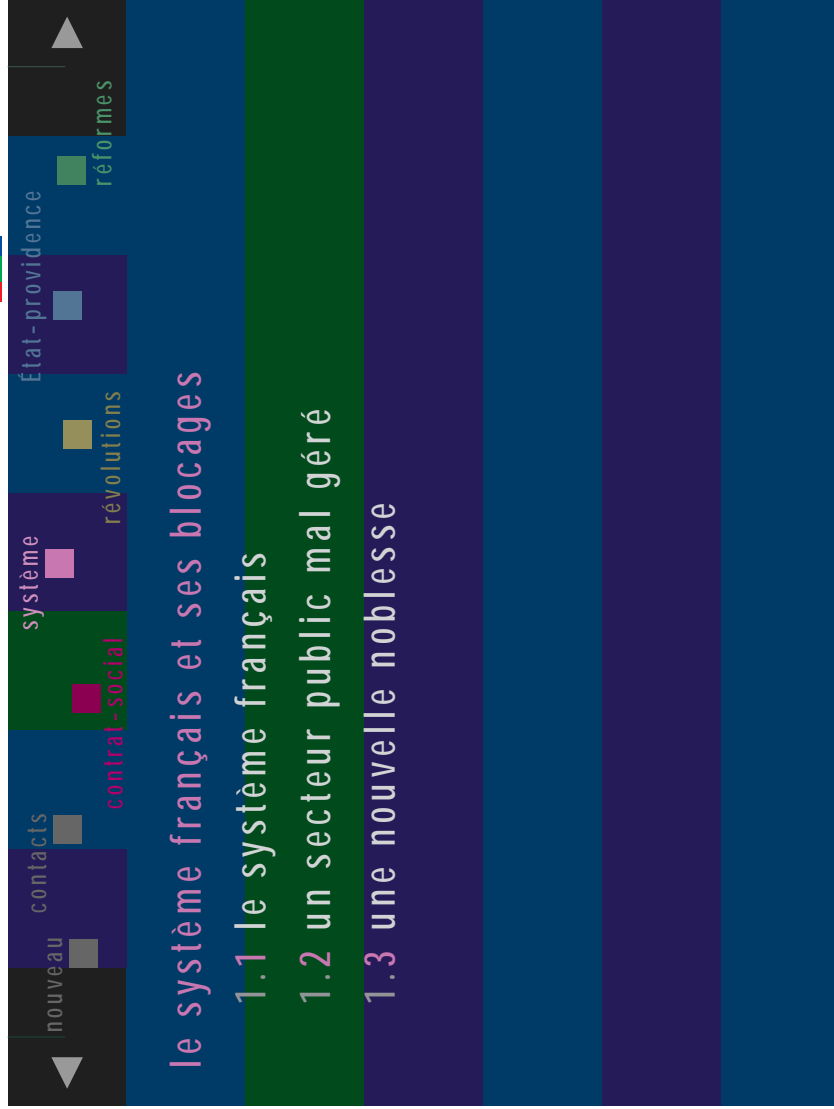
Dans le cadre d'une commande, le travail du graphiste est d'abord d'analyser le contexte et ses contraintes techniques. Les apports des sciences sociales sont féconds ; les connaissances générales sont mises à contribution. Il s'agit, ensuite, de trouver une dynamique entre symbolique des signes, choix des codes de représentation et adéquation de ces derniers au support éditorial.. Le résultat de ce travail est affiche, livre, plaquette, exposition, signalétique... Les sites internet sont un terrain nouveau — mais non radicalement différent — d'exercice du métier ■ voir client, éditorial, hiérarchisation et style

Du papier à l'écran, la démarche du graphiste reste la même : du contexte, de la structure de l'information et des contraintes techniques dépend la mise en forme. Ci-contre, le déroulant d'une brochure et la structure d'un site.

1. In « Henryk Tomaszewski, graphismes et pédagogie », éditions Somogy.

hiérarchisation

60



Hiérarchiser, c'est organiser l'information et en tirer les conséquences sur le plan visuel :

cela implique de faire des choix avec le client et d'utiliser les ressources de la couleur

On en parle

achemenet.com

- nouveau
- cellules de recherche
- annuaires
- bibliographies
- annonces

dernières mises à jour 1/2

14 décembre 2001

- Textes babyloniens datés de Cambyse (Francis Joannès)
- Notes Nabu « premier millénaire »
- Nouvelles publications : novembre 2001

8 novembre 2001

- jasr 2001.3, Geoffrey D. Summers, Near Eastern Archaeology on the World Wide Web: Who Wants What ?
- documents égyptiens
- textes babyloniens, nouvelle présentation, version revue des textes de Francis Joannès
- cours et séminaires de l'année 2001-2002, Collège de France et école pratique des Hautes études

hiérarchisation



et l'art de la typographie pour rendre visible et lisible cette hiérarchisation de

vos partenaires internationaux

▶ STAN D ▶ EVENEMENT ▶ EDITION

FRADET
ISO 9001

nos clients

Algerie
Foire d'Alger, Alger

Allemagne
Anuga, Cologne
Drupa, Dusseldorf
Euromodal, Hambourg
Fespa, Munich
Interhospital, Hanovre
Interjeans, Cologne
Intermodal, Berlin
Inprinta, Dusseldorf

Interpack,
Marichem, Cologne
Medica, Dusseldorf-Hanovre
People Soft Annual
Conference, Hamburg
Prosign, Francfort
Photokina, Cologne
SNCF, Stuttgart
Scantech, Cologne
T'97, Munich



CGT
recherche

histoire organisation action actualité presse loisirs santé

1554-1918 1919-1944 1945-1968 1969-1981 1982-2000

1935 Durant les prémices du Front populaire, les congrès d'Issy-les-Moulineaux et de Toulouse, consacrent la réunification syndicale.

1936 Grèves et accords Matignon sur les 40 heures et les premiers congés payés de deux semaines.

1938 Le CJP (Centre des jeunes patrons) voit le jour.



La page d'accueil d'un site doit rendre compte de son objet et de son organisation. Il ne peut s'agir de produire un exercice de style isolé mais, au contraire, de réaliser l'introduction au site. La « home page » doit s'afficher très rapidement, donner immédiatement accès aux différentes parties du site et être compatible avec toutes les configurations : inutile de jeter à la porte, d'entrée de jeu, la plupart des visiteurs ■ voir accueil, arborescence, Flash, graphisme et typographie

Le html (Hypertext markup language) est le langage compréhensible par l'ensemble des navigateurs internet (Internet Explorer, Netscape...). Chaque élément d'une page peut être associé à un lien. L'utilisateur, en cliquant sur ces liens, fait s'afficher une autre page dans son navigateur. Le html permet de positionner des éléments graphiques ou multimédia à des endroits précis et de définir des styles pour formater rapidement les différents textes d'une page.

Il existe plusieurs versions du langage html : il faut en tenir compte et s'assurer que les pages composées apparaîtront bien sous la même forme, quel que soit le navigateur utilisé.

Les éditeurs actuels facilitent grandement le développement, pour peu que le travail ait été correctement préparé : liens, roll-overs, préchargement des images et gestion de l'arborescence sont parmi les fonctions les plus utilisées... sans compter, bien entendu, les tableaux prédéfinis par ImageReady et dont les cases contiennent les différentes images composant l'écran.

Il faut commencer par définir la « carte » du site, sinon la gestion de l'arborescence et la vérification des liens ne pourront être effectuées. Les caractéristiques du « premier » écran sont alors modifiées : titre, couleur du fond, marges et centrage. Au tour, ensuite, de la palette de navigation et à ses roll-overs. Pensez, également, à définir — en français et en anglais — les « tags » qui seront exploités par les moteurs de recherche : liste des mots clefs (`<meta name="keywords" content="mes mots clefs">`) et description en une phrase (`<meta name="description" content="ma description">`).

Un des grands avantages du html, c'est que les fichiers sont des fichiers « texte » : ils peuvent être ouverts dans tout éditeur ou traitement de texte. Il est alors possible de chercher toutes les occurrences d'un terme (nom d'une image, liens...) et de les remplacer par un autre : cette méthode se révèle vite très précieuse lorsqu'il s'agit de faire vivre rapidement les pages « actualité » d'un site ■ ■ ■



Une fois définies les caractéristiques générales de la page qui servira de gabarit, il est possible de réaliser le roll-over de la palette de navigation. Pour insérer une « image survolée », le plus simple est de supprimer l'image fixe et de réimporter les deux images qui la composent.





Dreamweaver génère automatiquement le code JavaScript de gestion du roll-over. Une seule contrainte: il faut — sous peine de message d'erreur — penser à donner à l'image un nom qui soit différent de celui des fichiers appelés.

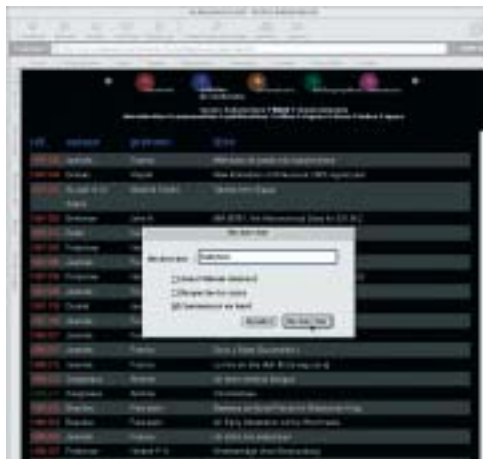
On nous rebat les oreilles sur l'avantage qu'il y aurait à transformer, d'un clic de souris et sans effort, un fichier InDesign ou XPress en écrans html. Parce qu'à supports différents, fonctions, contenus et formes différents, cette démarche ne nous semble pas très intéressante. En revanche, la complémentarité entre le papier et l'écran peut parfois prendre un aspect inattendu, entraîner une augmentation de la fréquentation d'un site... et engendrer des économies d'impression substantielles. Pour preuve, le livre ci-dessus dont les planches, imprimées en « une couleur », sont présentées en couleurs sur le site de l'éditeur. Sur ce site, il est également possible d'agrandir les planches ■ voir gabarit

Quid d'une recherche interne au site ? Deux cas de figure sont à envisager : cette recherche porte sur quelques informations textuelles et très structurées ou sur une grande quantité d'informations comportant des textes et des images.

Dans le premier cas, un tableau html correctement placé dans l'arborescence du site doit suffire, dans la mesure où tous les navigateurs permettent de rechercher une chaîne de caractères à l'intérieur d'un écran.

Dans le second, le recours à une base de données est quasi obligatoire. Qui dit base de données dit compétences pointues pour développer le programme et le mettre en ligne. Il faut, d'entrée de jeu, se préoccuper du type de logiciels que l'hébergeur propose et du surcoût qu'entraînerait la mise à disposition d'un ordinateur exclusivement réservé à cette base de données (très rares et inconscients sont ceux qui acceptent de faire tourner sur leurs serveurs et au péril de leur hébergement des programmes exogènes). Une fois les compétences trouvées et le cadre du développement défini, il reste à travailler en symbiose avec le développeur et à lui proposer une interface de consultation « propre ».

Des moteurs tournant sur un autre site et indexant le contenu de votre existant. Un des plus aboutis et des plus performants est fondé sur « Intuition » (www.sinequa.com/) : Sinequa Free Index, destiné aux sites personnels, est gratuit ; Sinequa Pro Index est, comme son nom l'indique, destiné aux professionnels et payant. Détail à ne pas négliger : Intuition sait indexer toutes sortes de fichiers, y compris les documents Acrobat ■ voir moteur de recherche



La vie est mal faite : il faut non seulement exaucer les souhaits, désirs et exigences des clients, mais aussi répondre par avance aux questions que l'internaute se posera et anticiper ses habitudes et ses manies ■ voir accueil, graphisme, navigation, service et suivi

70

internaute, logiciel

Ce n'est pas au logiciel d'imposer ses volontés au graphiste ou au webmaster. Plus que les perfectionnements de tel ou tel programme, ce qui compte, c'est l'adéquation entre un propos et les outils mis à contribution.

Nous utilisons, par ordre d'apparition à l'écran, Illustrator pour dessiner, Photoshop pour retoucher les photographies, ImageReady pour générer les images gif ou jpeg et le code « brut de fonderie » du gabarit html, Dreamweaver pour gérer l'arborescence du site et finaliser les écrans, GoLive pour en vérifier le code... mais aussi Word et TexEdit pour en éditer le texte, XPress, PageMaker ou InDesign pour mettre en pages les textes transformés en fichiers Acrobat grâce aux logiciels du même nom, Excel pour préparer les tableaux et 4D pour les « mouliner », sans oublier FireWorks en complément d'ImageReady... et tous les outils de gestion des serveurs web et de téléchargement des fichiers ■ voir outils

Internet médium universel ?

Paradoxalement, une même page n'apparaît jamais de la même manière selon que l'on utilise un Macintosh ou un PC, selon le type de navigateur (*id est* Internet Explorer ou Netscape Navigator pour ne citer que les deux poids lourds) et, même, selon la version dudit navigateur! C'est une des raisons pour lesquelles nous avons choisi de traiter nos écrans comme des images gif. Cette méthode offre une grande liberté graphique et typographique. Elle assure qu'une page sera toujours affichée de la même manière, quel que soit l'équipement de l'internaute. Les gifs obtenus sont légers (de 10 à 15 kO pour des écrans de texte simple, moins de 35 kO en tout état de cause). Pour améliorer la fluidité de la navigation, il est possible, grâce à quelques lignes de JavaScript parfaitement écrites par Dreamweaver ou GoLive, de précharger les écrans. Pour assurer la même cohésion aux tableaux, le recours aux feuilles de styles (Css) s'impose ■ voir feuille de style, html et scripts

Qu'il s'agisse d'écran ou de papier, les principes généraux de mise en pages restent les mêmes... mais les problèmes de lisibilité sont différents. Si le fond de l'écran est clair, sa luminosité rend pénible la lecture suivie. La taille des pixels empêche de descendre le « corps » du texte courant en dessous de 10 ou 12 points. La synthèse « additive » (rouge-vert-bleu) modifie le rendu des couleurs.

Les limitations du html et de ses dérivées (xml...) n'empêchent pas de mettre en pages... les écrans ■ voir hiérarchisation, logiciels, service et typographie

Tout est permis, à condition de rester pertinent et lisible.

L'eau pour l'humanité (ci-dessous) : www.atelier-corbin.com/eau/catalogue/catalogue.htm.

Le site de la ville de Saint-Denis (en cours de réalisation, ci-contre,

en haut) et celui de Thotm (ci-contre, en bas) : www.thotm.com/etaussi/argot/argoto1.htm



Saint Denis *neuveau* être citoyen pratique agenda mon quartier *cont@ct*

Saint-Denis se présente deux mille ans d'histoire des monuments prestigieux **une situation favorable**
 une économie dynamique une population entreprenante une communauté d'agglomération de grands événements

moyens d'accès

N1
A1
Roissy-Charles-De-Gaulle
A86
Paris
canal de Saint-Denis
fret SnCF

mise en pages

et aussi

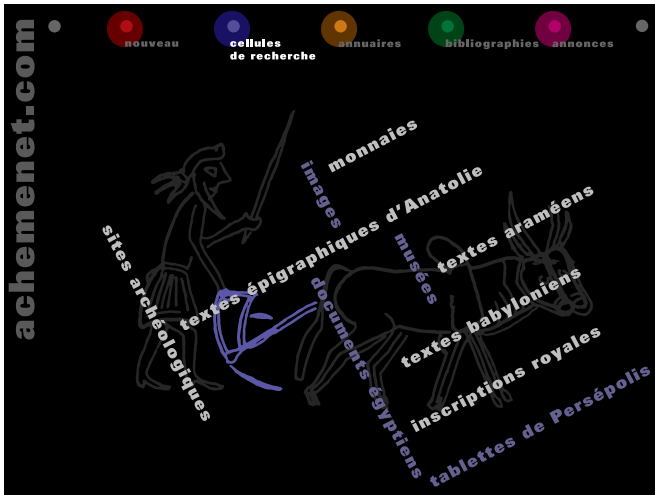
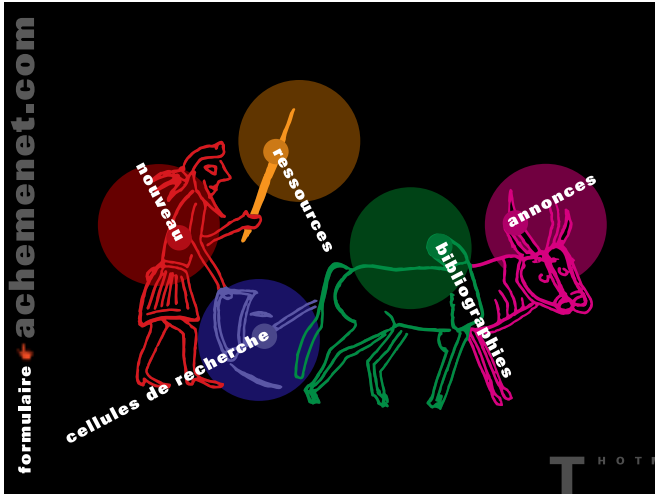
Dictionnaire de l'argot des typographes
 Eugène Boutmy
 1874
 d'après la réédition de l'imprimerie
 Marchand
 Paris 1979

ARGOT

abcdefghijklmnopqrstu
 coquilles célèbres ou curieuses

T H O T M

Pour offrir à l'internaute une navigation agréable et claire, toutes les ressources de la conception éditoriale et du graphisme peuvent être utilisées. De la page d'accueil www.achemenet.com/choix.htm, l'internaute accède aux cellules de recherche...



... après avoir fait son choix parmi les multiples offres (les titres sombres - correspondent à des parties en travaux), il arrive www.achemenet.com/recherche/monnaies/grandroi.htm à l'étude détaillée des monnaies des Grands rois...

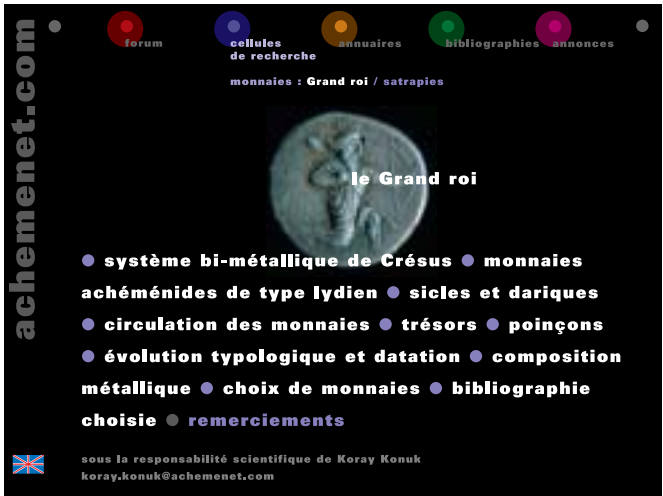


forum cellules de recherche annuaires bibliographies annonces

monnaies

Le Grand roi

les satrapies occidentales




forum cellules de recherche annuaires bibliographies annonces

monnaies : Grand roi / satrapies

Le Grand roi

- système bi-métallique de Crésus
- monnaies achéménides de type lydien
- sicles et dariques
- circulation des monnaies
- trésors
- poinçons
- évolution typologique et datation
- composition métallique
- choix de monnaies
- bibliographie choisie
- remerciements

 sous la responsabilité scientifique de Koray Konuk
koray.konuk@achemenet.com

... puis à un choix raisonné www.achemenet.com/recherche/monnaies/grandroi/choix/21.htm. Un retour à l'écran de choix des monnaies permet d'admirer les poinçons www.achemenet.com/recherche/monnaies/grandroi/choix/21.htm...

achemenet.com

forum cellules de recherche annuaires bibliographies annonces

monnaies : Grand roi / monnaies 21/33

FG 64



Empire achéménide, AV darique, type IIIb, c. 490-400 (8,29 g, 15 mm)
 Dr. Héros royal courant à d., tenant un arc de la main g.
 et une lance de l'autre
 Rv. Rectangle creux
 BNF, fonds général 64

achemenet.com

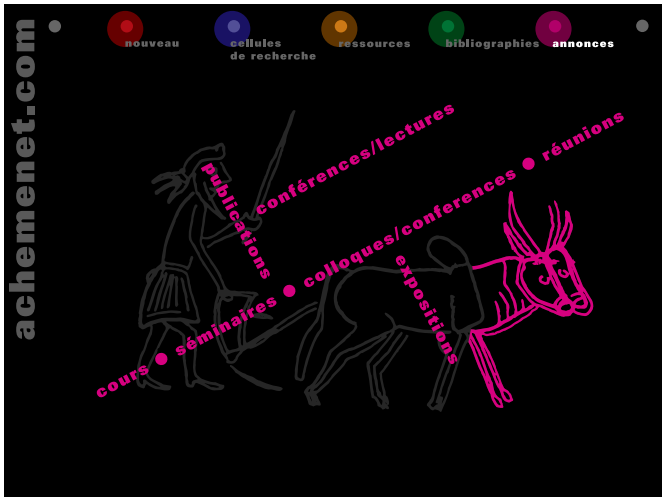
forum cellules de recherche annuaires bibliographies annonces

MHI, 1919, p. 126. monnaies : Grand roi / les poinçons 3/35

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	Leake 65	66	67	68	69	70	71	72

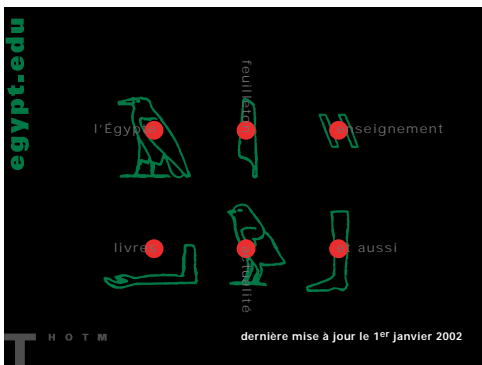
... après avoir vérifié la forme d'un poinçon www.achemenet.com/recherche/monnaies/grandroi/poincons/18.htm, l'amateur, d'un clic, arrive à l'écran des annonces www.achemenet.com/annonces.htm ■ voir éditorial, hiérarchisation et palette

78
navigation



Plus un site comporte d'écrans, plus il est mis à jour régulièrement, plus il est impératif qu'il y ait une entrée « nouveau »... sinon, l'internaute erre à la recherche des nouveautés, se décourage et ne revient pas ■ voir accueil, suivi et webmaster

www.egypt.edu/et www.egyptologues.net/nouveau.htm



nouveau

79

« **But, cible** que quelque chose doit atteindre, résultat vers lequel tend l'action de quelqu'un, d'un groupe. »¹

La définition, avec le client, de l'objectif permet de déterminer les moyens à utiliser pour l'atteindre. Cette définition précise et simple est un garde-fou pour tout processus de communication.

« Pour déterminer un objectif, il faut mettre en œuvre une procédure de choix, inspirée par l'exigence démocratique d'un accord partagé ou d'un consensus peut-être assez désordonné pour inspirer de l'horreur aux technocrates et les inciter à rêver d'une formule magique [...]. Bien entendu, aucune formule magique n'est disponible [...]. » Amartya Sen, prix Nobel d'Économie 1999² ■

1. Grand dictionnaire encyclopédique Larousse.

2. *in* « Un nouveau modèle économique, développement, justice, liberté », éditions Odile Jacob.

La réflexion menée par le graphiste et son client pour définir le projet éditorial et le contenu du site permet de choisir les outils à utiliser : mode de création des écrans, type de programmation, langages complémentaires mis en œuvre (scripts, bases de données...), nature de l'hébergement ■■■ voir couleur, éditorial, graphisme, logiciels, typographie

« Ce qui se conçoit clairement s'énonce aisément et les mots pour le dire viennent simplement » dit l'adage : en d'autres termes, lorsque le graphiste sait ce qu'il doit faire, le réalisateur trouve facilement les bons outils et les étapes de la production s'enchaînent simplement.

Dessin dans Illustrator, transformation en gif et découpe dans ImageReady, écriture du code html dans Dreamweaver, contrôle dans GoLive et surf dans Internet Explorer :

www.ecole-maryse-ely.com/pages_html/cadres.htm (dans un état précédant sa modification).

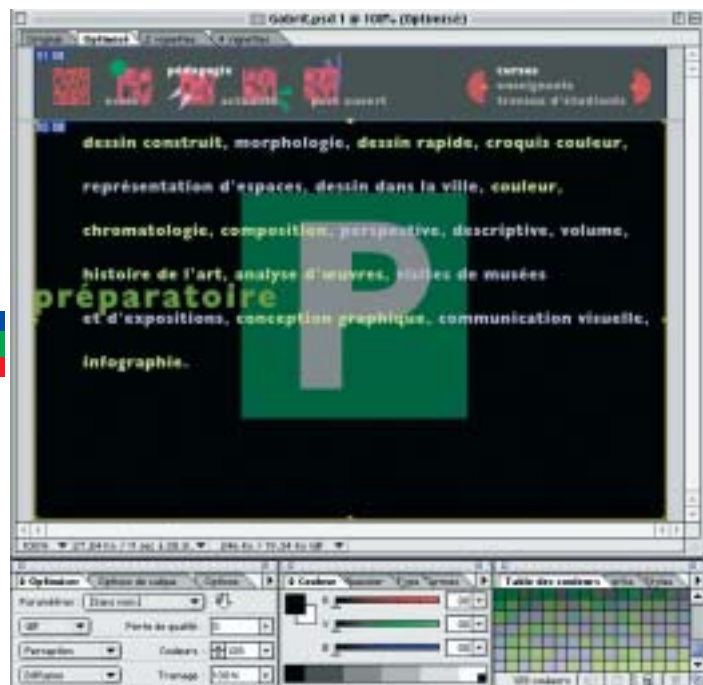
Ecole Maryse Eloy

école pédagogie actualité port ouvert

cursus
enseignants
travaux d'étudiants

dessin construit, morphologie, dessin rapide, croquis couleur,
représentation d'espaces, dessin dans la ville, couleur,
chromatologie, composition, perspective, descriptive, volume,
histoire de l'art, analyse d'œuvres, visites de musées
préparatoire
et d'expositions, conception graphique, communication visuelle,
infographie.

outils
81





palette de navigation 84

 **com**



forum



cellules
de recherche



annuaires



bibliographies annonces



monnaies : Grand roi / monnaies 21/33



cyr
retravails



histoire organisation action actualité presse loisirs santé



1554-1918 1919-1944 1945-1968 1969-1981 1982-2000

 .edu



feuilleton



enseignement
livres



actualité



et aussi



école



pédagogie



actualité



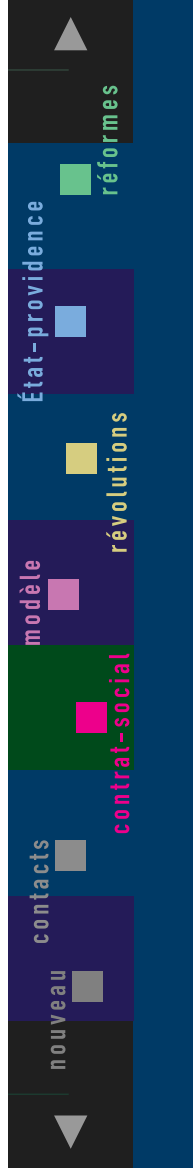
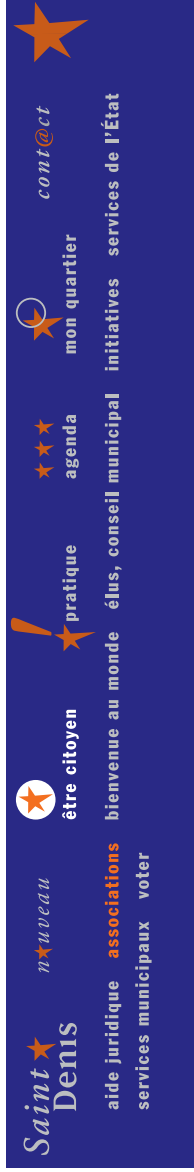
port ouvert

cursum

enseignants
travaux d'étudiants



dessin construit, morphologie, dessin rapide, croquis couleur,



Le **reflet de l'organisation de l'information** et de la conception éditoriale est la palette de navigation. Bien conçue, elle remplace fort avantageusement les innombrables « plans du site » dont on peut se demander à quoi ils servent ■ voir arborescence, hiérarchisation et navigation

L'ennemi, c'est la **photographie** et plus précisément le poids des images. L'internaute qui attend plus d'une dizaine de secondes l'affichage d'un écran — et *a fortiori* celui de l'écran d'accueil — est un internaute mécontent, qui peut zapper et est alors perdu.

Trois options techniques permettent de remédier à ce problème : *primo*, bien paramétrer le taux de la compression jpeg — le cas échéant, un écran comportant du texte et une grande image sera découpé en zones gif et jpeg ; *secundo*, ne pas infliger d'office l'affichage d'une image de grande taille mais en proposer une vignette — l'internaute qui a cliqué pour agrandir l'image sait qu'il doit être plus patient ; *tertio*, « précharger » les images ■ voir gif, jpeg, poids et scripts

Les deux images peuvent être agrandies en cliquant sur les vignettes.

Le premier écran, gif, « pèse » 20 kO ; les deux suivants 52 et 13 kO :

www.achemet.net/recherche/sites/aynmanawir/temple01.htm

achemet.com

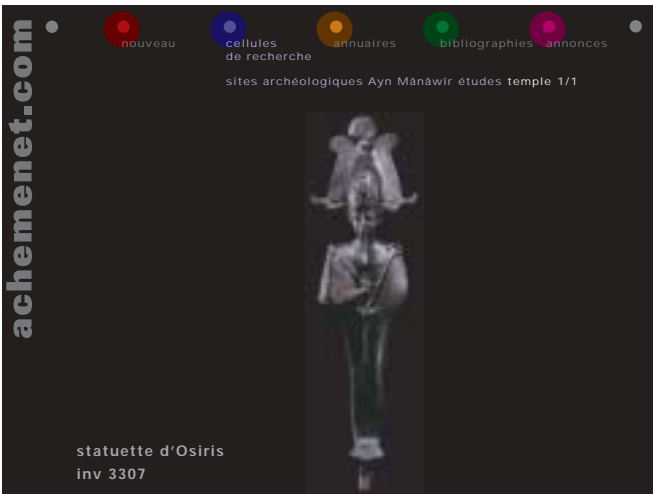
nouveau cellules de recherche annuaires bibliographies annonces

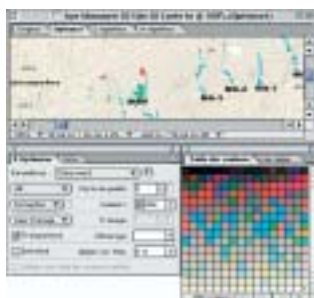
sites archéologiques Ayn Manawir études temple 1/1

Le temple construit en brique crue sur un plan axial est long de 35m et large de 18m. Une cour précède une façade — pylône derrière laquelle se trouve un vestibule. Au centre une salle hypostyle voûtée donne accès à trois chapelles.

Les enduits de l'encadrement de la porte de la chapelle axiale étaient décorés. La chapelle nord, construite sur une crypte, avait conservé son mobilier culturel lors de l'abandon définitif du monument.

Partie remarquable de ce mobilier, environ 360 statuettes en bronze, essentiellement des figurations d'Osiris.







Le gif est idéal pour les textes et le jpeg pour les photographies. Il ne faut donc pas hésiter à découper l'écran. Sept cellules contiennent les gif de la palette de navigation et trois les deux textes gif qui encadrent une image jpeg. www.thom-editions.com/diffusion/hieroglyphes.htm

Comme aurait pu le dire Jacques de Chabannes, maréchal de France et marquis de La Palice, rien ne sert d'avoir un superbe site internet si personne n'y vient... et s'il n'était pas mort, votre site ferait encore envie.

Pour générer du trafic, il faut, tout d'abord, un bon nom de domaine. Il est devenu quasi impossible d'obtenir un nom « générique » — même *merde.com* est réservé par une entreprise de San Francisco ! — et il faut désormais faire preuve d'imagination.

Deux méthodes renforcent l'impact du nom de domaine : *primo*, on peut établir avec des sites traitant de sujets voisins des liens réciproques ; *secundo*, il faut obtenir un bon référencement dans les moteurs de recherche (*id est* Yahoo, Lycos...).

À vous de jouer des balises « meta » et à définir — en français et en anglais — les « tags » qui seront exploités par les moteurs de recherche : liste des mots clefs (`<meta name="keywords" content="mes mots clefs">`) et description en une phrase (`<meta name="description" content="ma description">`).

Si les textes sont traités comme des images, il faudra créer des pages « satellites » contenant, au format html, l'intégralité de ces textes et appelées par des liens discrets. Les webmasters les plus pointus définissent des pages adaptées à chaque moteur de recherche.

Une fois les « tags » définis et les pages satellites en ligne, il reste à déclarer le site auprès des moteurs de recherche. Toute cette procédure est relativement complexe et il peut être souhaitable de faire appel à un spécialiste ■ voir html et nom de domaine

Les points de repères visuels, comme pour tout type de support de communication, sont indispensables à la cohérence globale et permettent à l'internaute de savoir dans quelle partie du site il se trouve. Tous les outils du graphisme peuvent être mis à contribution : formes, symboles, couleur, lettres, chiffres ■■■ voir accueil, couleur, navigation, palette et typographie

Ciseaux, main, point d'exclamation, rouge, noir, blanc...

sont les points de repères qui se retrouvent d'un écran à l'autre.

www.eauhumanite.com ; www.atelier-corbin.com/eau/

association/association.htm et www.atelier-corbin.com/eau/

catalogue/catalogue.htm





Pour mettre en évidence un point de repère, le roll-over se révèle très efficace. Monter un roll-over prend du temps et son usage peut être réservé aux éléments fixes de l'écran, *id est* à la palette de navigation.

Les différents états des roll-overs — qui peuvent être des gifs animés — sont autant de fichiers Illustrator... découpés dans ImageReady et montés dans Dreamweaver ■ voir accueil, animation, repères et html

94
roll-over

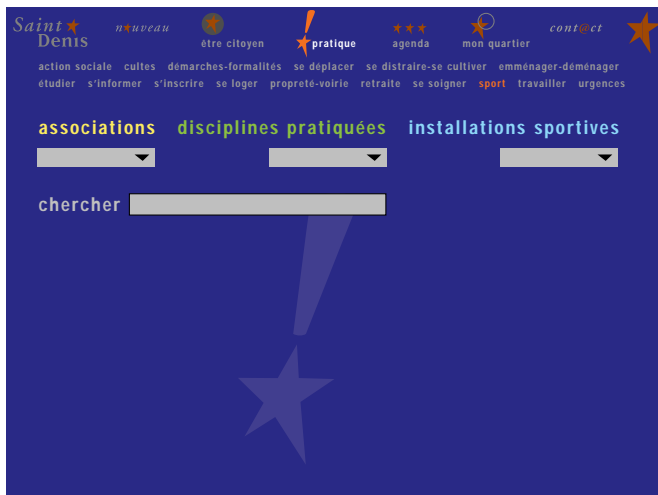
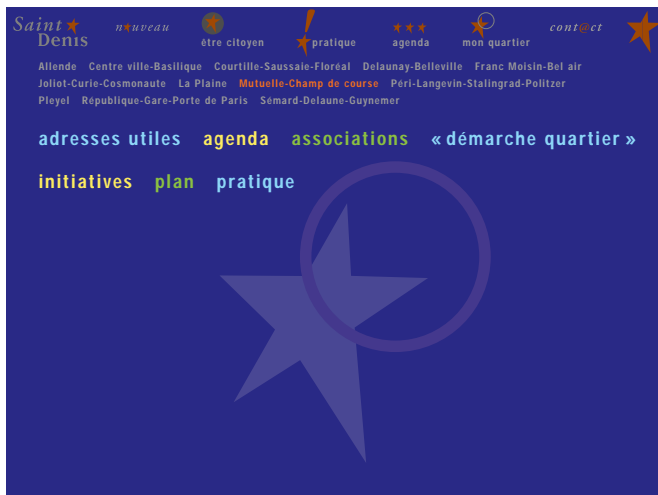


Structurer le site et donner aux rubriques et aux sous-rubriques des noms explicites qui répondent aux questions « quoi? » « où? » « quand? » « comment? » est un des aspects essentiels de la démarche éditoriale. La mise en forme graphique est un des outils



qui permet de répondre à ces questions ■ voir accueil, éditorial, hiérarchisation, palette de navigation, repères et style

le système de rubriques du site de la ville de Saint-Denis, en cours de réalisation.



Un langage de programmation interne permet à la plupart des navigateurs de rendre les pages html plus interactives ou plus dynamiques. Le plus répandu de ces langages est JavaScript — dont il existe plusieurs versions — qui permet d'accéder individuellement (mais sous certaines conditions) à chacun des éléments d'une page et donne aux programmeurs la possibilité d'agir en réponse à certaines actions de l'utilisateur. Ces actions sont, le plus souvent, des mouvements ou des clics de souris ou la saisie de texte dans des formulaires.

JavaScript permet, par exemple, de substituer très simplement une image à une autre au moment où la souris la survole : c'est un roll-over. On peut agir de la même façon sur du texte et en changer la couleur au moment où la souris passe au-dessus.

JavaScript ne se limite pas à la gestion de quelques jolies animations dans les pages : il peut aussi vérifier la validité des champs d'un formulaire (par exemple d'un code postal) avant que celui-ci ne soit envoyé au serveur pour enregistrement. C'est lui qui précharge (« preload ») les images.

On confond parfois Java et JavaScript. Même si ces deux langages se ressemblent, ils sont différents et ne sont pas exécutés de la même façon dans le navigateur. Alors que du code JavaScript tourne directement dans le navigateur, un programme Java a besoin qu'une « machine Java » soit associée à ce navigateur et va s'exécuter dans une « applet ». Un programme Java et un code JavaScript peuvent cohabiter dans une même page et s'échanger des informations.

Les deux navigateurs les plus populaires — Internet Explorer et Netscape — ont chacun leur propre version, qui sont largement incompatibles, de JavaScript ■ voir html, roll-over

Pour que l'internaute revienne régulièrement sur un site « grand public », il faut lui rendre un service. Certains sites — les moteurs de recherche (www.google.fr; <http://fr.altavista.com>; www.lycos.fr/...), les encyclopédies en ligne (www.universalis-edu.com; www.eb.com...), les sites d'actualité (www.liberation.fr; www.lefigaro.fr...) ou techniques (www.macgeneration.com; www.macplus.net...) —, par leur seul contenu, rendent ce service.

Les sites d'achat en ligne, pour peu qu'ils soient correctement conçus et disposent d'un moteur de recherche d'autant plus performant que leur contenu est abondant (www.picard.fr; www.laredoute.fr; www.chapitre.com; www.fnac.com...), peuvent aussi rentrer dans cette catégorie.

En général, les concepteurs des sites évoqués ci-dessus ne considèrent toutefois pas que la qualité éditoriale et le graphisme font partie des services à rendre à leurs clients.

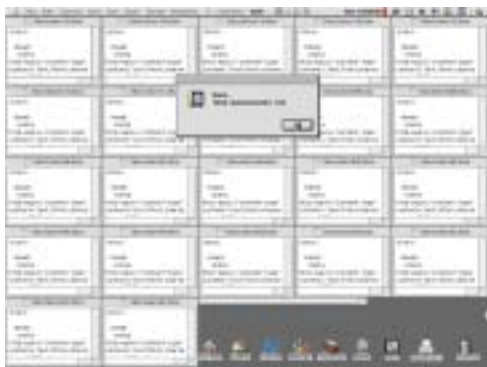
Les sites « autopromotionnels », qui sont souvent de simples « plaquettes » publicitaires doivent, en revanche, faire des efforts particuliers en proposant une structure éditoriale claire et une mise en forme soignée. Ils doivent, en outre, proposer à l'internaute des services ou des informations liés à leur métier, que l'on ne trouvera que chez eux et qui justifient le retour des visiteurs.

Certains accumulent les atouts. *Le Monde*, par exemple, non seulement met l'actualité en ligne mais propose des services tels que la traduction du et vers le français, l'anglais, l'allemand et l'espagnol (outils > traducteur) et la réponse aux questions de français (outils > questions de français)... avec la possibilité d'interroger directement le chef correcteur du journal ■

Associée à des normes graphiques établies, la standardisation du processus de fabrication permet de mettre en mouvement une dynamique entre les contraintes techniques et la conception graphique. Une fois les différents gabarits créés, la réalisation des pages suivantes est alors d'une simplicité confondante : aucun texte html n'est à mettre en forme et le dessin des écrans, régi par la norme graphique, ne présente aucune difficulté particulière. Si la taille des diverses images composant les écrans est bien fixe, tous les autres éléments resteront en place : il n'y a qu'à modifier le nom de l'image correspondant aux éléments « variables », à modifier les liens « image précédente » et « image suivante » et, éventuellement, la disposition des zones et les liens correspondant aux imagettes sur lesquelles il faut cliquer pour obtenir l'image « plein écran ».

Html, c'est du « texte seul ». Sa paresse rend l'homme intelligent, qui lui fait trouver des astuces techniques pour économiser son énergie. N'hésitez pas à donner aux images les mêmes noms (à l'extension. gifou. jpg près) qu'aux fichiers html. Utilisez les fonctions « rechercher-remplacer » des traitements de texte. Faites appel à des utilitaires comme « FileBuddy » pour renommer une série de fichiers... Réutiliser (au même niveau d'arborescence, gestion des liens oblige) les nombreux écrans contenus dans un dossier est alors un jeu d'enfant ■ voir arborescence, écran, feuille de style, gabarit, html et palette de navigation





La partie « actualité » du site www.egypt.edu est mise à jour régulièrement et rapidement . Les textes sont mis en place dans le gabarit Illustrator et leur partie « variable » découpée dans le gabarit ImageReady. On recherche ensuite si une des actualités précédentes comporte le même nombre d'écrans. Le dossier concerné est alors dupliqué. Ses fichiers html sont rebaptisés (via la fonction idoine de FileBuddy). Les liens sont globalement modifiés (par chercher-remplacer dans TexEdit). Il ne reste plus qu'à créer les éventuels liens particuliers (« imagerettes » cliquables, renvoi vers les pages des partenaires, lien avec l'actualité précédente...).

« Le style est la façon particulière dont chacun exprime sa pensée, ses émotions, ses sentiments. » Pour illustrer cette définition du grand dictionnaire encyclopédique Larousse, nous vous proposons quelques citations : « Le style, c'est l'homme même. » Buffon¹ ; « Le style n'est pas une danse, c'est une démarche. » Jean Cocteau ; « Le style est comme les ongles : il est plus facile de l'avoir brillant que propre. » Pablo Picasso ; « Sitôt que l'on souhaite faire partager un état d'âme à autrui, on est obligé de se servir de la notion de style. » Jacob Paludan. Affirmer son style, c'est affirmer sa liberté car « on ne combat pas pour être libre, mais parce qu'on l'est déjà. » Jean Cavailles ■ voir client, graphisme

1. Discours de réception à l'Académie.

Les deux spécificités d'internet sont l'organisation de l'information en arborescence et un rapport très particulier au rythme des activités humaines, au temps social : autant un support imprimé (livre, revue, plaquette, journal...) a un « achevé d'imprimer », une limite physique (taille et nombre de pages) et un contenu fini (éventuelles rééditions mises à part), autant un site devrait évoluer régulièrement et ne devrait avoir ni limite physique ni contenu figé. L'organisation de la vie d'un site doit être prévue dès sa conception.

Le suivi d'un site internet est peut-être l'opération la plus compliquée : toutes les compétences ont été mobilisées pour créer, souvent dans l'urgence, un site (voire une page d'accueil) sans que sa vie future ait été envisagée : l'accès direct aux nouvelles pages n'est pas ménagé... et les compétences indispensables (chef de projet, graphiste, infographiste, webmaster) ont été démobilisées ■ voir nouveau et webmaster

Dès que le nombre d'écrans atteint la centaine — et *a fortiori* lorsqu'il dépasse le millier — se pose le problème de la gestion du texte. Il faut trouver un système assurant un rendu identique (quels que soient la machine, son système d'exploitation et le navigateur) et un processus de création standardisé et rapide.

Les feuilles de style (CSS) permettent de définir à peu près le corps et l'interlignage. Elles imposent des ajustements écrans par écrans. Elles n'assurent pas que les textes s'afficheront dans la bonne police et dans la justification précisément souhaitées. Lorsque le texte à mettre en ligne est vraiment long et qu'il s'affichera sur plus de dix écrans, la question d'Acrobat est à poser ■ voir Acrobat, ascenseur, écran feuille de style et typographie

Internet et gestion rigoureuse des textes ne sont pas incompatibles.

<http://perso.wanadoo.fr/babycare/html/gb/price.htm>

www.achemenet.com/recherche/sites/aynmanawir/occupation01.htm

www.cgt.fr/ucr/ucr/sante/invalidite04.htm

Fontaine puériculture
baby care

1 2 3 4 5 6 7 8 price list

reference	item	prices in FF	prices in euros	
22 000	Changing cupboard	799.00 F	121.80 €	1
20 031	Changing mat, blue stripes	94.00 F	14.33 €	2
20 000	Changing mat, white colour	89.00 F	13.57 €	
21 331	Safety changing mat, blue stripes	148.00 F	22.56 €	3
14 000	Moses stand	185.00 F	28.20 €	4
52 700	Sitmatic	252.00 F	38.42 €	5
33 000	Swing cradle	310.00 F	47.26 €	6
31 000	Reclining cradle	199.00 F	30.34 €	7
32 000	Siesta cradle	255.00 F	38.87 €	8

Prices VAT included, valid for EEC. Sales outside France: payment only with credit card.
If total amount under 600 francs (91.47 €) add 50 francs (7.62 €) for transport cost.
Switzerland : VAT 20.6% to be deducted. Other destinations : contact us.

[Click here to contact us by e-mail](#)

download of the order form : Pc or Macintosh



nouveau



cellules
de recherche



annuaires



bibliographies



annonces

sites archéologiques Ayn Mânâwir le site occupation 1/6

L'homme revient à 'Ayn Mânâwir vers le milieu du V^e siècle av. J.-C., avec de nouveaux moyens techniques. La capacité à exploiter les ressources en eau présentes sous le sol est la condition *sine qua non* pour tout établissement sur l'un quelconque des sites de cette région aride.

Avant même que nos recherches ne nous aient donné les moyens de dater les ouvrages hydrauliques creusés et aménagés lors de ce retour, les **qanâts**, il fallait donc imaginer qu'une partie au moins du vaste réseau — dont les déblais alignés à la surface de la colline sont observables par tout visiteur — en fût contemporaine.



histoire organisation action actualité presse loisirs santé

VNP maladie-chirurgie Safir rente invalidité Capital décès

Quand adhérer? Plus tôt vous souscrivez, plus bas sera le tarif, c'est-à-dire à partir de 50 ans et ce jusqu'à 75 ans inclus.

Vous répondrez aux questions simples posées sur le bulletin jusqu'à 70 ans inclus et à des formalités médicales complémentaires dès 71 ans. Si vous adhérez en couple vous bénéficiez chacun de 6 mois d'adhésion gratuite.

Exclusion : n'est pas garanti l'assuré qui à la date d'adhésion ne remplissait pas les cinq conditions d'admission figurant sur la demande d'adhésion.



contactez-nous

« La typographie est l'art d'utiliser l'espace que représente le

format d'un ouvrage, en choisissant les caractères les mieux appropriés, en appliquant des règles issues des habitudes de lecture, du respect de la langue, pour le plus grand confort du lecteur. » Grand dictionnaire encyclopédique

Larousse ■ voir couleur, graphisme, hiérarchisation, style et texte



école

pédagogie

actualité

port ouvert

où ?
quoi ?
comment ?

communication visuelle

exposition-porte ouverte
les 17 et 18 mars 2001

rendez-vous

admission

admission d'admission

sur entretien

sur entretien et du 1er mars

pour l'année

sur dossier pour au 30 juin

préparatoire,

la spécialisation

exposition des diplômés
de la promotion 2001
le vendredi 15 juin
de 14 heures à 19 heures
le samedi 16 juin
de 11 heures à 19 heures

demande
de renseignements
tél +33 (0)1 42 78 53 50
e-mail secretariat@ecole-maryse-eloy.com

Quelques exemples d'un traitement de la typographie qui n'aurait pas été concevable en html « pur et dur ».
www.ecole-maryse-eloy.com/pages_html/cadres.htm



histoire organisation **action** actualité **presse**
organigramme direction statuts



loisirs santé

L'UCR rassemble des adhérents venus de tous les horizons, qui se regroupent



portraits de militants

- historique ● enseignement ● bibliothèque
- autres outils ● renseignements pratiques

Gaston Maspero

J e a n L e c l a n t

égyptologie, 1979-1990

leçon inaugurale

Cliquez pour télécharger les fichiers « Acrobat »

annonces

bibliographies

ressources

cellules
de recherche

nouveau





Le **webmaster** est celui sur qui repose la vie du site. Une fois

passée l'euphorie du lancement, c'est à lui de coordonner

la mise en ligne des nouveaux écrans (et l'archivage

de ceux devenus obsolètes). Il connaît parfaitement

les tenants et les aboutissants du site (sa ligne éditoriale)

et en maîtrise les subtilités techniques : il est donc nommé

dès le début de la réflexion et associé à toutes les étapes

de la réalisation. Il est le contact des prestataires

extérieurs ■ voir client, service et suivi

Pyramyd NTCV et **Thotm éditions** 2002,
tous droits réservés; Bloc notes publishing est
édité par Pyramyd NTCV, 15 rue de Turbigo 75002
Paris, téléphone 33 (0)1 40 26 00 99 télécopie 33 (0)1 40 26 07 03

112

e-mail artdesign@pyramyd.fr; **Thotm éditions** 5 rue Guy-
de-la-Brosse 75005 Paris, téléphone 33 (0)1 43 37 56 58 télécopie
33 (0)1 70 81 70 90 e-mail livres@thotm-editions.com; dépôt légal

mars 2002; ISBN : 2-910565-18-1; achevé d'imprimer sur les
presses de l'imprimerie Autographe, 10 bis rue Bisson,
75020 Paris, téléphone 01 43 58 26 26. Conception Thierry Sarfis, réalisa-

tion Olivier Cabon / Thotm. Merci à tous les clients qui nous ont fait confiance et à Aminata

Sackho-Autissier, Sophie-Charlotte Barrière, Éric Aubourg, Christophe Barthe, Thierry

Buanic, Nicolas Chaumely, Emmanuel Gérard et José Paumard pour leur aide précieuse. Merci

également à l'équipe de Pyramyd et particulièrement à Michel et Patrick, Fleur, Isabelle, Marie-

José et Nathalie, Bruno, Fabrice, Laurent et Loïc.

