



"CREER UN SITE INTERNET AVEC WORDPRESS"

1. Introduction

A. Pourquoi créer un site internet ?

Une très bonne question qui est très souvent posé par les clients démarchés. Pourquoi créer un site et en quoi celui-ci peut-il aider mon entreprise ?



- ☐ un site web ?
- ☐ une page Facebook ?
- ☐ Ni l'un ni l'autre ?

✓ Avoir une démarche marketing

Pour beaucoup d'entrepreneur, **avoir un site internet est perçu comme une dépense plus qu'un investissement**. La mise en place d'un site web doit s'inscrire dans une démarche marketing. Il n'y a effectivement aucun intérêt d'avoir un site juste pour avoir un site !

✓ Se poser les bonnes questions

Commençons donc par un petit exercice... Le but étant d'apporter des pistes de réflexion pour améliorer l'efficacité de notre site et réfléchir à l'arborescence de votre futur site Internet.

Mettez-vous à la place de votre prospect ou client et demandez-vous :

- En tant que client potentiel en quoi votre site peut m'intéresser, me séduire ?
- Que me propose ce professionnel pour me rassurer, me conforter dans mon choix ?
- En quoi se différencie-t-il de ses concurrents ?
- Que me propose ce professionnel lorsque j'arrive sur son site ?

✓ Identifier les objectifs

Vous devez clairement identifier **les objectifs de votre site**. Qu'en attendez-vous ? Comment votre site peut travailler pour vous ? Quels résultats concrets avez-vous définis (objectifs en nombres de demandes de contacts, d'appels entrants, de commandes, de nouveaux clients,...).

Prenons l'exemple de Juliette qui est coiffeuse à Montpellier.

Avoir des visiteurs espagnols, suédois, parisiens ou toulousains ne lui est pas d'un grand intérêt. Ils ne rentrent pas dans sa cible. Ces clients habitent Montpellier, ils habitent dans son quartier.

D'ailleurs Juliette a-t-elle nécessairement besoin d'un site Internet ?

Pour en connaître la réponse, il faut que Juliette se pose les bonnes questions, définisse les bons objectifs.

Et voici quelques objectifs à définir pour **faire en sorte que votre site soit une réussite, un investissement pour vous et non une dépense !**

- **Rassurer mes prospects, mes partenaires, mes fournisseurs.**

Je sais cela paraît bête pourtant aujourd'hui, lorsque vous rencontrez un client potentiel, un partenaire, lui proposer d'aller visiter votre site Internet est un moyen de le rassurer. Cela permet de découvrir votre entreprise sous un angle différent, cela devient le prolongement naturel d'une rencontre commerciale.

Cet objectif est représenté principalement par des sites dits « vitrines », « plaquettes », ou « corporates ».

Ces sites peuvent contribuer à la notoriété de votre entreprise.

- **Fidéliser mes prospects.**

C'est un aspect très méconnu et pourtant essentiel. L'enjeu est de paraître aux yeux de vos prospects « l'expert » dans votre domaine.

Comment pouvez-vous fidéliser vos prospects sur votre site ?

Le point essentiel, indispensable est de proposer à vos prospects du contenu qui les intéresse EUX ! Vous devez apporter de la valeur ajoutée sur votre site si vous souhaitez captiver vos prospects.

Grâce à un contenu riche, des conseils pratiques, réguliers, vous pouvez fidéliser votre auditoire.

Ces personnes ne sont peut-être pas encore clients mais vous lisent, vous regardent, vous écoutent. Pour les fidéliser vous devez leur proposer du contenu nouveau et régulièrement. Cet auditoire fidèle deviendra l'ambassadeur de votre entreprise.

- **Fidéliser votre clientèle.**

Pensez-vous vraiment que vos clients visitent régulièrement votre site Internet ? Non bien sûr ! Tout simplement parce qu'il ne leur est pas destiné !

Quel est l'intérêt pour eux de visiter chaque semaine, chaque mois votre site Internet ?

Plus de 90% des sites d'entreprises n'ont pas un site Internet pour leurs clients. Ils n'ont tout simplement pas intégré la dimension client dans leur stratégie Internet.

Alors que ce média est un outil fabuleux pour fidéliser, valoriser vos clients, trop peu d'entreprises ne l'ont pas intégré dans leur stratégie de fidélisation.

- **Conquérir de nouveaux clients.**

Comment votre site, votre blog va séduire, rassurer vos prospects et les inciter à vous laisser leurs coordonnées, à commander sur votre site ?

Une première réponse pourrait être de demander aux visiteurs de votre site de laisser leurs coordonnées tout simplement !

Cette action vous permettant de créer une base de données prospects ciblée.

B. Avoir un outil de communication performant et moderne.

La création d'un site web est un **puissant outil de communication**.

Un site internet est une façon unique de communiquer avec le monde. Ainsi, que vous ayez choisi de créer un site web pour partager votre passion pour la musique ou les animaux, faire connaître votre entreprise aux clients potentiels, vendre des objets d'artisanat ou autre, il n'y a plus de barrières. Avec un site, une multitude possibilités s'offre à vous.



L'internet est le média idéal pour s'adresser à un large public à peu de frais.

Un site Internet vous donne :

- Une carte de visite de votre entreprise
- Une publicité permanente et détaillée
- Un établissement ouvert 24h/24 et 365 jours par an
- Une compétitivité accrue
- Une meilleure rapidité de réaction
- Une crédibilité augmentée

2. Nom de domaine et hébergement

A. Choisir un nom de domaine et renforcer son identité sur le Net

L'accès à un site Internet se fait par un nom de domaine. Ce domaine possède donc un nom et une extension (.com, .fr, .net, etc.), ce qui donne : `www.nomdomaine.com`. C'est ce qui permettra à n'importe qui possédant un navigateur et une connexion à Internet d'accéder à votre site. Il est donc primordial de bien choisir son nom de domaine.



Choisir un nom de domaine peut paraître simple au premier abord, mais c'est peut-être ce qui va vous demander le plus de temps.

✓ **Gratuit ou payant**

Il existe des noms de domaine gratuits (idéal pour un site personnel). Soit en sous-domaine d'un hébergeur, soit avec une extension gratuite. Dans tous les cas cela ne fait pas "professionnel" et surtout cela peut être risqué si l'hébergeur change ses conditions d'utilisation ou s'il met la clé sous la porte. **Dans tous les cas vous n'êtes jamais propriétaire du nom de domaine.**

✓ **Avoir un sens**

Votre nom de domaine doit avoir du sens, pour vous comme pour le visiteur. **Il doit être cohérent et adapter à votre activité ou votre entreprise.** En général, pour une entreprise, le nom de domaine sera le nom de celle-ci. Pour une activité dite générale, vous pouvez par exemple rajouter un indice géographique. Si l'on reprend l'exemple de Juliette et de son salon de coiffure, ça peut donner `www.coiffeur-montpellier.fr` ou `www.juliette-coiffure.fr`.

✓ **La bonne extension**

Il existe de nombreuses extensions pour un nom de domaine : .fr, .com, .net, .org, .biz, .tv...et depuis 2014, de nouvelles extensions sont sorties. Des extensions génériques (.website, .club, .media, etc...), géographiques (.paris, .bzh, .nyc, etc...) ou relatives à des marques (.ovh, .sony, .ferrari, etc...) ; soit au total plus de 800 nouveaux gTLDs validés par l'ICANN.

Le choix est donc encore plus difficile à faire.

✓ **Légal**

Vérifiez que juridiquement tout soit correct. C'est un aspect à ne surtout pas négliger. Vérifiez que votre nom de domaine n'est pas une marque déposée. Il est également conseillé d'enregistrer son nom de domaine avec différentes orthographes (avec et sans les tirets par exemple). Cela permettra d'éviter le typosquatting et les pannes de mémoires.

✓ **Astuces**

Vérifiez si le nom de domaine existe déjà dans Google et quel contenu de recherche il affiche, vous serez en concurrence direct avec ces personnes. Si Google affiche du contenu grossier votre marque pourrait être assimilée à ces noms.

Cela permet aussi de vérifier si votre nom est utilisé par quelqu'un d'autre, ou s'il a été utilisé auparavant et qu'il avait mauvaise réputation sur le web.

B. Acheter un nom de domaine. Importance d'avoir son propre nom de domaine.

✓ **Vérifier sa disponibilité**

Avant d'acheter un nom de domaine, il faut vérifier que celui que vous avez choisi n'existe pas déjà sur le net. Les différents registrar (revendeurs certifié) proposent des outils en lignes afin de vérifier la disponibilité d'un nom de domaine.

✓ **Acheter un nom de domaine**

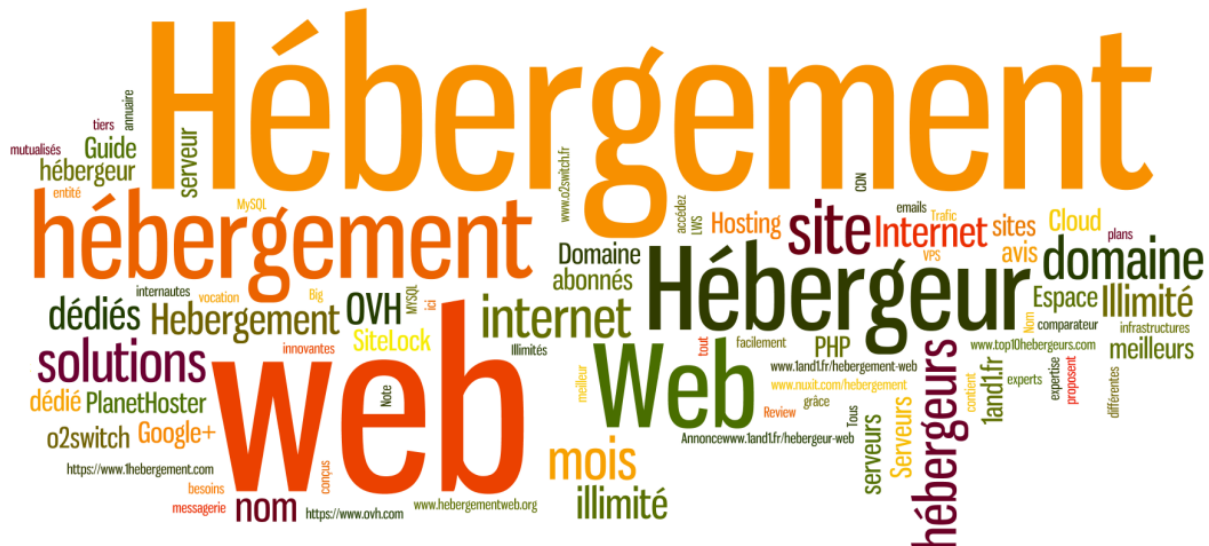
Pour acheter un nom de domaine, il suffit de passer par le site internet d'un registrar, un revendeur agréé pour vendre des noms de domaines avec différentes extensions. Une fois la vérification de disponibilité effectuée, le registrar permet d'enregistrer un nom de domaine afin que vous en soyez propriétaire.

Et c'est là toute l'importance d'acheter un nom de domaine : en être propriétaire et pouvoir en faire ce que l'on veut (héberger un site, avoir des sous-domaines, créer des adresses emails, installer un serveur FTP...).

C. Hébergeur web : Qu'est-ce que c'est ? A quoi ça sert ?

Un site web est constitué de fichiers et de données qui, pour être accessibles par Internet, doivent être placés sur une machine (un ordinateur appelé Serveur) raccordée au réseau. Le service permettant de réaliser cette opération est appelé hébergement web.

L'hébergeur s'occupe d'installer des serveurs dans un environnement adéquat (alimentation électrique, température, etc.), de les tenir à jour, d'éviter les attaques malveillantes et de les réparer en cas de problème. Les besoins croissants en bande passante et le coût d'infogérance des serveurs expliquent pourquoi la majorité des entreprises confient l'hébergement de leur site web à un hébergeur professionnel.



Il existe différent type de service d'hébergement en fonction des ressources demandées par votre site et de la fréquentation de celui-ci.

- ✓ Hébergement web mutualisé

Dans la plupart des cas, héberger un site web ne consomme que peu de ressources sur une machine. Il peut être alors intéressant de partager les ressources d'une même machine entre plusieurs sites web pour diminuer le coût d'hébergement (disque dur, RAM, programmes). C'est le principe de l'hébergement mutualisé.

Dans ce cas, on vous attribue un espace disque où vous pouvez stocker vos fichiers (accessibles le plus souvent via un serveur FTP) ainsi qu'une ou plusieurs base de données MySQL pour stocker les données de sites web dynamiques.

De nombreux prestataires proposent des services d'hébergement mutualisés : 1&1, OVH, Gandi, etc.

Il convient cependant d'être extrêmement vigilant dans le choix de l'hébergeur : en fonction du nombre de clients partageant la même machine et de la qualité de ces dernières, des écarts de performances importants pourront être constatés. Il en va de même pour le référencement naturel, où votre site peut partager son IP avec un site de moindre qualité, voire identifié comme malveillant. Pour des sites web à fort trafic, ou dont les enjeux commerciaux sont importants, on privilégiera un serveur dédié ou un serveur mutualisé chez un prestataire qui maîtrise l'ensemble des sites présents sur sa machine.

La gestion d'un serveur mutualisé requiert des compétences en informatique, mais reste accessible à tous avec un minimum de formation.

Il faut également garder à l'esprit que certains systèmes ne fonctionnent pas avec un hébergement mutualisé : en effet, ces derniers ne proposent pas tous les langages de script et ne permettent pas toujours (rarement) de lancer des commandes en shell UNIX.

✓ **Serveur dédié**

Pour les agences digitales, les grandes entreprises ou les pure player web, il est possible de louer un serveur dans son intégralité. Il faut alors bien souvent en assurer l'administration système, ce qui requiert des compétences pointues en informatique.

L'utilisation d'un serveur dédié est donc réservée aux professionnels du web, mais reste le meilleur moyen d'héberger un site web de classe entreprise.

✓ **Serveur Cloud ou Virtuel**

Les offres dites « Cloud » ou virtuelles (VPS) sont un bon compromis entre les serveurs mutualisés et les serveurs dédiés. Le client bénéficie d'une machine virtuelle qui lui est propre (c'est à dire avec des ressources logicielles dédiées). Il n'a pas à se soucier de l'aspect matériel, qui est géré par le prestataire.

D'un point de vue logiciel, le serveur virtuel ou cloud s'administre de la même manière qu'une machine dédiée, dotée d'une adresse ip qui lui est propre. Certains hébergeurs proposent des packages logiciels pré-installés qui facilitent l'installation et la configuration de la machine virtuelle, ne nécessitant ainsi qu'un minimum de connaissances d'administrateur système pour l'utiliser.

D. Choisir un hébergement web performant et adapté pour son site internet

Avant de choisir un hébergeur, il est bon de bien définir votre besoin immédiat, à moyen et à long terme. C'est votre besoin qui dictera votre choix. Voulez-vous juste vous amuser avec votre blog ? Souhaitez-vous créer le site internet de votre entreprise pour présenter vos produits et services ? Souhaitez-vous créer une entreprise sur internet et vendre vos produits et services ? Selon le besoin les caractéristiques de l'offre d'hébergement seront différentes. Il faudra pousser la réflexion un peu plus loin que le besoin général. Pour une personne ayant besoin de créer une boutique sur internet, il devra définir les éléments dont elle aura besoin à savoir : en plus des accès à la configuration serveur, un trafic illimité, les adresses personnalisées,...il faudra la possibilité d'avoir une connexion https, un module de paiement en ligne, une plateforme sécurisée,...



En fait, les réponses aux différentes questions vous aideront à choisir l'offre d'hébergement la plus adaptée à votre besoin.

✓ **Caractéristiques techniques et options**

Quel système d'exploitation : Windows, Linux ? Je conseille vivement le couple Linux/Apache pour l'abondance de la documentation et des forums sur le sujet. De plus le couple Linux / Apache est plus stable et est le plus utilisé sur les hébergements web.

Quelle quantité de trafic ? Il s'agit de la quantité de données échangées entre le serveur web et les navigateurs web des personnes consultant votre site. Les hébergeurs proposent plusieurs types de trafic. Une fois votre cota de trafic utilisé, votre site internet ne pourra plus être consulté. Je vous conseille de partir vers un choix de trafic le plus haut possible, voir illimité.

Quel espace web ? L'espace disque disponible dans une offre d'hébergement peut s'avérer critique surtout lorsque l'on veut proposer des fichiers comme la musique et la vidéo. Dans ce cas, il faut faire une estimation de la taille totale des vidéos que l'on souhaite proposer et définir ensuite son besoin en espace disque. Généralement, on est tranquille à partir de 10 Go et même là je compte très large.

Base de données, version php et sauvegarde

Certains hébergeurs proposent une ou plusieurs bases avec une taille limitée, si vous avez le choix optez pour une taille illimitée. Sinon une base avec un espace de 500 Mo devra suffire.

Faites attention à la version de php supportée. Si vous souhaitez utiliser les CMS, l'idéal est d'avoir un hébergement avec la dernière version de php supportée (en décembre 2015 version php 5.5 ou 7). Il vous permettra d'éviter des surprises.

Préférez un hébergement qui propose une sauvegarde régulière de votre site. Vous en comprendrez l'importance lorsque votre site aura rencontré un problème ou lors d'une mauvaise manipulation.

Adresse email : Vérifier que vous pouvez avoir des emails avec votre nom de domaine. Cela est très important surtout lorsque vous avez une entreprise. Ainsi vous pourriez avoir des emails personnalisés avec votre nom de domaine. Faites également attention aux services emailing proposés : auto-répondeur, filtres, redirection d'email, anti-spam, un webmail, protocole imap, pop,...

✓ **Support technique et réactivité de l'assistance**

Le support est un élément crucial lors du choix de son hébergement. Lorsque l'on transfère son site ou qu'on le crée directement sur son hébergement, on est souvent confronté des problèmes de configuration. Avoir un support disponible 24h/24 et 7j/7 par mail et chat est l'idéal. Le support technique devrait aussi proposer un numéro de téléphone joignable pendant les heures d'ouverture. De nos jours, une présence de l'hébergeur sur Twitter et Facebook peut toujours s'avérer utile. A quoi servirait un support s'il n'est pas réactif ?

✓ **Prix**

C'est l'aspect sur lequel se penche le plus de personnes et qui est souvent déterminant dans le choix d'un hébergement. Ce facteur ne devrait pas être le facteur le plus important. Si vous prenez un hébergement de 2 € par mois, ne vous attendez pas à avoir des services d'un hébergement de 15€ par exemple. Regardez les caractéristiques et ensuite les tarifs.

Perso 100 Go	Pro 250 Go	Performance 500 Go
1 nom de domaine offert Idéal pour votre site perso	1 nom de domaine offert La solution professionnelle	1 nom de domaine offert Pensé pour les sites techniques
2,99€ HT/mois	5,99€ HT/mois	À partir de 9,99€ HT/mois
Commander	Commander	Commander
En savoir plus	En savoir plus	En savoir plus

✓ **Réputation et avis clients**

Qui peut mieux vous renseigner sur les services d'une entreprise que ses propres clients. Lisez les forums des avis des utilisateurs afin d'avoir une idée précise des services proposés par l'hébergeur. Effectuez une recherche sur Google sur l'hébergement. Si vous pouvez lisez les FAQs des hébergeurs, les messages sur la page Facebook, les messages sur le compte Twitter de l'entreprise.

✓ **Interface utilisateur**

Est-ce que votre société d'hébergement vous fournit une interface d'administration de votre hébergement. Votre hébergeur propose-t'il une interface cPanel ou Plesk ? Ces interfaces vous faciliteront grandement la tâche. Vous pourriez ainsi installer Wordpress, le configurer en quelques clics. Il est aussi possible de manipuler les fichiers rapidement.

3. Concevoir des pages web

Afin de créer un site internet il faut d'abord aborder certains langages informatiques : **HTML et CSS**. Tous les sites web sont basés sur ces langages, ils sont incontournables et universels aujourd'hui. Ils sont à la base même du Web. Le langage HTML a été inventé par un certain Tim Berners-Lee en 1991...

Tim Berners-Lee suit encore aujourd'hui avec attention l'évolution du Web. Il a créé le World Wide Web Consortium (W3C) qui définit les nouvelles versions des langages liés au Web. Il a par ailleurs créé plus récemment la World Wide Web Foundation qui analyse et suit l'évolution du Web.

Les langages HTML et CSS sont à la base du fonctionnement de tous les sites web. Quand vous consultez un site sur votre ordinateur, le code est interprété par votre navigateur pour savoir ce qu'il doit afficher. Un simple Ctrl+u permet d'afficher le code source d'une page web.



Deux langages pour deux rôles différents :

- **HTML (HyperText Markup Language)** : il a fait son apparition dès 1991 lors du lancement du Web. Son rôle est de gérer et organiser le contenu. C'est donc en HTML que vous écrirez ce qui doit être affiché sur la page : du texte, des liens, des images...
- **CSS (Cascading Style Sheets, aussi appelées Feuilles de style)** : le rôle du CSS est de gérer l'apparence de la page web, le style d'une page (agencement, positionnement, décoration, couleurs, taille du texte...). Ce langage est venu compléter le HTML en 1996.

Le CSS n'est pas obligatoire, mais il permet de rendre le contenu des pages plus jolies. Le HTML définit le contenu (comme vous pouvez le voir, c'est brut de décoffrage !). Le CSS permet, lui, d'arranger le contenu et de définir la présentation : couleurs, image de fond, marges, taille du texte...

Le CSS a besoin du HTML. Nous allons donc d'abord voir le langage HTML avant de s'occuper de la présentation en CSS !

Note : Les différentes versions de HTML et de CSS

- **Les versions de HTML**

HTML 1 : c'est la toute première version créée par Tim Berners-Lee en 1991.

HTML 2 : la deuxième version du HTML apparaît en 1994 et prend fin en 1996 avec l'apparition du HTML 3.0. C'est cette version qui posera en fait les bases des versions suivantes du HTML. Les règles et le fonctionnement de cette version sont donnés par le W3C (tandis que la première version a été créée par un seul homme).

HTML 3 : apparue en 1996, cette nouvelle version du HTML rajoute de nombreuses possibilités au langage comme les tableaux, les applets, les scripts, le positionnement du texte autour des images, etc.

HTML 4 : il s'agit de la version la plus répandue du HTML (plus précisément, il s'agit de HTML 4.01). Elle apparaît pour la première fois en 1998 et propose l'utilisation de frames (qui découpent une page web en plusieurs parties), des tableaux plus complexes, des améliorations sur les formulaires, etc. Mais surtout, cette version permet pour la première fois d'exploiter des feuilles de style, notre fameux CSS !

HTML 5 : c'est LA dernière version. Encore assez peu répandue, elle fait beaucoup parler d'elle car elle apporte de nombreuses améliorations comme la possibilité d'inclure facilement des vidéos, un meilleur agencement du contenu, de nouvelles fonctionnalités pour les formulaires, etc. C'est cette version que nous allons découvrir ensemble.

- **Les versions de CSS**

CSS 1 : dès 1996, on dispose de la première version du CSS. Elle pose les bases de ce langage qui permet de présenter sa page web, comme les couleurs, les marges, les polices de caractères, etc.

CSS 2 : apparue en 1999 puis complétée par CSS 2.1, cette nouvelle version de CSS rajoute de nombreuses options. On peut désormais utiliser des techniques de positionnement très précises, qui nous permettent d'afficher des éléments où on le souhaite sur la page.

CSS 3 : c'est la dernière version, qui apporte des fonctionnalités particulièrement attendues comme les bordures arrondies, les dégradés, les ombres, etc.

a. Editeur de texte

Quel logiciel utiliser pour créer une page HTML ?

Un simple éditeur de texte comme le blocs-notes de Windows suffit. Cependant des logiciels plus puissants aujourd'hui et personne n'utilise vraiment Bloc-Notes. Il existe deux type de logiciels :

- **Les WYSIWYG** (What You See Is What You Get - Ce Que Vous Voyez Est Ce Que Vous Obtenez) : ce sont des programmes qui se veulent très faciles d'emploi, ils permettent de créer des sites web sans apprendre de langage particulier. Parmi les plus connus d'entre eux : Mozilla Composer, Microsoft Expression Web, Dreamweaver... et même Word ! Leur principal défaut est la qualité souvent assez mauvaise du code HTML et CSS qui est automatiquement généré par ces outils. Un bon créateur de site web doit tôt ou tard connaître HTML et CSS, c'est pourquoi je ne recommande pas l'usage de ces outils.

- **Les éditeurs de texte** : ce sont des programmes dédiés à l'écriture de code. On peut en général les utiliser pour de multiples langages, pas seulement HTML et CSS. Ils se révèlent être de puissants alliés pour les créateurs de sites web !

C'est donc ce deuxième type que je vous invite à utiliser... Pour Windows je vous propose d'utiliser [Notepad++](#) ou [NetBeans](#) qui offre une bonne alternative surtout concernant les langages dynamiques comme le php.

b. Les bases du HTML

Prenons un exemple simple. Un texte brut sans rien de plus.

"Bonjour le monde !
Bienvenue sur mon site internet."

Une fois ce texte écrit dans l'éditeur et enregistrer au format HTML (.html) on remarque que l'icône du fichier créé dépend du navigateur installé par défaut sur l'ordinateur. Et un simple double clic sur l'icône permet d'ouvrir le navigateur web qui affiche le texte saisi dans l'éditeur.

Par contre on remarque que l'ensemble du texte est sur une seule ligne alors qu'on le voulait sur deux... En fait, pour créer une page web il ne suffit pas de taper simplement du texte, Il faut aussi écrire des balises, qui vont donner des instructions au navigateur : « *aller à la ligne* », « *afficher une image* », etc.

✓ **Balises et attributs**

Les balises

Les pages HTML sont remplies de ce qu'on appelle des balises. Celles-ci sont invisibles à l'écran pour vos visiteurs, mais elles permettent au navigateur de comprendre ce qu'il doit afficher.

Les balises se repèrent facilement. Elles sont entourées de « chevrons », c'est-à-dire des symboles < et >, comme ceci : *<balise>*

Les balises indiquent la nature du texte qu'elles encadrent. Elles veulent dire par exemple : « Ceci est le titre de la page », « Ceci est une image », « *Ceci est un paragraphe de texte* », etc.

On distingue deux types de balises : les balises en paires et les balises orphelines.

- Les balises en paires

Elles s'ouvrent, contiennent du texte, et se ferment plus loin. Voici à quoi elles ressemblent :

<titre>Ceci est un titre</titre>

On distingue une balise ouvrante (*<titre>*) et une balise fermante (*</titre>*) qui indique que le titre se termine. Cela signifie pour le navigateur que tout ce qui n'est pas entre ces deux balises... n'est pas un titre.

- Les balises orphelines

Ce sont des balises qui servent le plus souvent à insérer un élément à un endroit précis (par exemple une image). Il n'est pas nécessaire de délimiter le début et la fin de l'image, on veut juste dire au navigateur « Insère une image ici ».

Une balise orpheline s'écrit comme ceci : `<image />`

Les attributs

Les attributs sont un peu les options des balises. Ils viennent les compléter pour donner des informations supplémentaires. L'attribut se place après le nom de la balise ouvrante et a le plus souvent une valeur, comme ceci :

`<balise attribut="valeur">`

Prenons la balise `<image />` que nous venons de voir. Seule, elle ne sert pas à grand-chose. On pourrait rajouter un attribut qui indique le nom de l'image à afficher :

`<image nom="photo.jpg" />`

L'ordinateur comprend alors qu'il doit afficher l'image contenue dans le fichier photo.jpg.

Dans le cas d'une balise fonctionnant « par paire », on ne met les attributs que dans la balise ouvrante et pas dans la balise fermante. Par exemple, ce code indique que la citation est de Neil Armstrong et qu'elle date du 21 Juillet 1969 :

`<citation auteur="Neil Armstrong" date="21/07/1969">C'est un petit pas pour L'homme, mais un bond de géant pour L'humanité.</citation>`

✓ Structure d'une page en HTML5

Voici la structure de base d'une page en HTML5 :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>Titre</title>
  </head>

  <body>

  </body>
</html>
```

Vous noterez que les balises s'ouvrent et se ferment dans un ordre précis. Par exemple, la balise `<html>` est la première que l'on ouvre et c'est aussi la dernière que l'on ferme (tout à la fin du code, avec `</html>`). Les balises doivent être fermées dans le sens inverse de leur ouverture.

Un exemple :

- `<html><body></body></html>` : **correct**.
Une balise qui est ouverte à l'intérieur d'une autre doit aussi être fermée à l'intérieur.
- `<html><body></html></body>` : **incorrect**, les balises s'entremêlent.

Le doctype

```
<!DOCTYPE html>
```

La toute première ligne s'appelle le doctype. Elle est indispensable car c'est elle qui indique qu'il s'agit bien d'une page web HTML.

Ce n'est pas vraiment une balise comme les autres (elle commence par un point d'exclamation), vous pouvez considérer que c'est un peu l'exception qui confirme la règle.

Cette balise indique l'encodage utilisé dans votre fichier .html.

La balise `</html>`

```
<html>  
  
</html>
```

C'est la balise principale du code. Elle englobe tout le contenu de votre page. Comme vous pouvez le voir, la balise fermante `</html>` se trouve tout à la fin du code !

L'en-tête `<head>` et le corps `<body>`

Une page web est constituée de deux parties :

- **L'en-tête `<head>`** : cette section donne quelques informations générales sur la page comme son titre, l'encodage (pour la gestion des caractères spéciaux), etc. Cette section est généralement assez courte. Les informations que contient l'en-tête ne sont pas affichées sur la page, ce sont simplement des informations générales à destination du navigateur. Elles sont cependant très importantes !
- **Le corps `<body>`** : c'est là que se trouve la partie principale de la page. Tout ce que nous écrirons ici sera affiché à l'écran. C'est à l'intérieur du corps que nous écrirons la majeure partie de notre code.

Pour le moment, le corps est vide (nous y reviendrons plus loin). Intéressons-nous par contre aux deux balises contenues dans l'en-tête...

L'encodage (charset)

Cette balise indique l'encodage utilisé dans votre fichier .html.

Sans rentrer dans les détails, l'encodage indique la façon dont le fichier est enregistré. C'est lui qui détermine comment les caractères spéciaux vont s'afficher (accents, idéogrammes chinois et japonais, caractères arabes, etc.).

Il y a plusieurs techniques d'encodage portant des noms bizarres et utilisées en fonction des langues : ISO-8859-1, OEM 775, Windows-1253... Une seule cependant devrait être utilisée aujourd'hui autant que possible : UTF-8. Cette méthode d'encodage permet d'afficher sans aucun problème pratiquement tous les symboles de toutes les langues de notre planète ! C'est pour cela que j'ai indiqué utf-8 dans cette balise.

Il faut aussi que votre fichier soit bien enregistré en UTF-8. C'est le cas le plus souvent sous Linux par défaut mais, sous Windows, il faut généralement le dire au logiciel.

Le titre principal de la page

`<title>`

C'est le titre de votre page, probablement l'élément le plus important ! Toute page doit avoir un titre qui décrit ce qu'elle contient.

Il est conseillé de garder le titre assez court (moins de 100 caractères en général).

Le titre ne s'affiche pas dans votre page mais en haut de celle-ci (souvent dans l'onglet du navigateur).

Il faut savoir que le titre apparaît aussi dans les résultats de recherche, comme sur Google. Il est donc très important pour le référencement du site. Autant vous dire que bien choisir son titre est primordial !

✓ Commentaires

En HTML, un commentaire est un texte qui sert simplement de mémo, de note pour le code. Il n'est pas affiché, il n'est pas interprété par le navigateur, cela ne change rien à l'affichage de la page.

Comme dans tout type de programmation informatique, les commentaires sont très importants, ils servent à vous et aux personnes qui liront le code source de votre page. Vous pouvez utiliser les commentaires pour laisser des indications sur le fonctionnement de votre page. Cela vous permettra de vous rappeler comment fonctionne votre page si vous revenez sur votre code source après un long moment d'absence. Ou si une autre personne doit reprendre votre code.

Un commentaire est une balise HTML avec une forme bien spéciale :

`<!-- Ceci est un commentaire -->`

Vous pouvez le mettre où vous voulez au sein de votre code source : il n'a aucun impact sur votre page, mais vous pouvez vous en servir pour vous aider à vous repérer dans votre code source (surtout s'il est long).

REMARQUE IMPORTANTE

Terminons par une remarque importante : tout le monde peut voir le code HTML de votre page une fois celle-ci mise en ligne sur le Web. Il suffit de faire un clic droit sur la page et de sélectionner « *Afficher le code source de la page* » ou un **Ctrl+u**.

Par conséquent, ne mettez pas d'informations sensibles comme des mots de passe dans les commentaires...

c. Organiser son texte

Voici quelques balises pour organiser son texte en HTML.

✓ **Les paragraphes**

Pour écrire du texte dans une page web, on le fait à l'intérieur de paragraphe. En HTML on utilise la balise `<p>`.

Exemple : `<p>Bonjour et bienvenue sur mon site !</p>`

✓ **Les sauts de ligne**

En HTML, si vous appuyez sur la touche Entrée, cela ne crée pas une nouvelle ligne comme vous en avez l'habitude. Tout le texte s'affiche sur la même ligne alors qu'on est bien allé à la ligne dans le code ! En fait, si vous voulez écrire un deuxième paragraphe, il vous suffit d'utiliser une deuxième balise `<p>`.

Votre code HTML devrait donc être au final rempli de balises de paragraphe !

Et si vous ne voulez pas créer un nouveau paragraphe mais seulement « Aller à la ligne », il faut utiliser une balise orpheline qui permet d'indiquer au navigateur qu'il faut faire un simple saut de ligne : `
`. Vous devez obligatoirement la mettre à l'intérieur d'un paragraphe.

✓ **Les titres**

Lorsque le contenu de votre page va s'étoffer avec de nombreux paragraphes, il va devenir difficile pour vos visiteurs de se repérer. C'est là que les titres deviennent utiles.

En HTML, on peut définir six niveaux de titres différents. Je veux dire par là qu'on peut dire « Ceci est un titre très important », « Ceci est un titre un peu moins important », « Ceci est un titre encore moins important », etc. On a donc six balises de titres différentes :

`<h1>` `</h1>` : signifie « titre très important ». En général, on s'en sert pour afficher le titre de la page au début de celle-ci.

`<h2>` `</h2>` : signifie « titre important ».

`<h3>` `</h3>` : pareil, c'est un titre un peu moins important (on peut dire un « sous-titre » si vous voulez).

✓ **Pour mettre en valeur un texte**

Dans un paragraphe, il est parfois important de mettre en valeur certains mots ou expressions. Pour se faire, le HTML propose différentes balises.

Pour mettre un peu en valeur votre texte, vous devez utiliser la balise `` ``

Pour mettre un texte bien en valeur, on utilise la balise `` ``

N'oubliez pas : HTML pour le fond (contenu, logique des éléments), CSS pour la forme (apparence). Même si certaines de ces balises offrent un rendu sur la forme (gras, italique, taille du texte), ce n'est pas leurs rôles... elles servent à indiquer le sens du texte.

✓ Les listes

Les listes nous permettent souvent de mieux structurer notre texte et d'ordonner nos informations. Nous allons découvrir ici deux types de listes : les listes non ordonnées ou listes à puces et les listes ordonnées ou listes numérotées.

Liste non ordonnée

C'est un système qui nous permet de créer une liste d'éléments sans notion d'ordre (il n'y a pas de « premier » ni de « dernier »). Créer une liste non ordonnée est très simple. Il suffit d'utiliser la balise `` que l'on referme un peu plus loin avec ``.

On écrit ensuite chacun des éléments de la liste entre deux balises ``. Chacune de ces balises doit se trouver entre `` et ``. Comme ceci :

```
<ul>
  <li>Fraises</li>
  <li>Framboises</li>
  <li>Cerises</li>
  <li>Pommes</li>
</ul>
```

Liste ordonnée

Une liste ordonnée fonctionne de la même façon, seule une balise change : il faut remplacer `` par ``.

À l'intérieur de la liste, on ne change rien : on utilise toujours des balises `` pour délimiter les éléments. Exemple :

```
<ol>
  <li>Je me lève.</li>
  <li>Je mange et je bois.</li>
  <li>Je vais me doucher.</li>
  <li>Je m'habille.</li>
</ol>
```

Pour ceux qui ont besoin de faire des listes complexes, sachez que vous pouvez imbriquer des listes. Si vous voulez faire ça, ouvrez une seconde balise `` ou `` à l'intérieur d'un élément ``.

d. Créer des liens

Maintenant que l'on sait créer des pages web, il va falloir pouvoir aller d'une page à une autre. Pour cela, le HTML propose une balise pour créer des liens. Cela peut être des liens d'une page d'un site vers une autre page du même site mais on peut aussi faire un lien vers un autre site.

Il est facile de reconnaître les liens sur une page : ils sont écrits d'une façon différente (par défaut, en bleu et soulignés) et un curseur en forme de main apparaît lorsqu'on pointe dessus.

Lien vers un autre site

Pour faire un lien, la balise que nous allons utiliser est très simple à retenir : `<a>`. Il faut cependant lui ajouter un attribut, `href`, pour indiquer vers quelle page le lien doit conduire. Exemple avec le site <http://www.seguy.fr> :

```
<a href="http://www.seguy.fr">Site de Nicolas SEGUY</a>
```

Lien vers une autre page de son site

Pour faire un lien vers une page de son site, le principe est le même. On utilise la même balise. Mais si l'on n'a pas encore d'adresse web, il faut ajouter le nom de la page à l'attribut `href` ainsi que l'arborescence (dossier) par rapport à la page source.

Lien vers une ancre

Il est aussi possible de créer des liens dans une même page afin d'atteindre rapidement une partie de cette page (en haut, en bas) lorsqu'elle est très longue.

Dans ce cas-là, on utilise une ancre.

Pour créer une ancre, il suffit de rajouter l'attribut `id` à une balise qui va alors servir de repère. Ce peut être n'importe quelle balise, un titre par exemple.

Utilisez l'attribut `id` pour donner un nom à l'ancre. Cela nous servira ensuite pour faire un lien vers cette ancre. Par exemple :

```
<h2 id="mon_ancre">Titre</h2>
```

Ensuite, il suffit de créer un lien comme d'habitude, mais cette fois l'attribut `href` contiendra un dièse (#) suivi du nom de l'ancre. Exemple :

```
<a href="#mon_ancre">Aller vers l'ancre</a>
```

Il est aussi possible de faire un lien vers une ancre située sur une autre page.

L'idée, c'est de faire un lien qui ouvre une autre page ET qui amène directement à une ancre située plus bas sur cette page.

En pratique c'est assez simple à faire : il suffit de taper le nom de la page, suivi d'un dièse (#), suivi du nom de l'ancre.

Par exemple : ``

e. Les images

Pour insérer une image sur une page HTML, il n'y a rien de bien compliqué. Encore faut-il avoir une image « ***faites pour le web*** » !

✓ Les formats d'images

Il existe une multitude de formats d'images (bitmap, jpeg, gif, png, tiff...) qui sont plus adaptés selon l'image (photo, dessin, image animée...). Et bien évidemment, certains formats sont à utiliser sur le web. A noter que la plus part des images utilisées sur le net sont compressées afin d'être moins lourdes et donc plus rapide à charger.

Le JPEG

Les images au format JPEG (Joint Photographic Expert Group) sont très répandues sur le Web. Ce format est conçu pour réduire le poids des photos, qui peuvent comporter plus de 16 millions de couleurs différentes.

Les images JPEG sont enregistrées avec l'extension .jpg ou .jpeg.

Le JPEG est le format à utiliser pour les photos.

Le PNG

Le format PNG (Portable Network Graphics) est le plus récent de tous. Ce format est adapté à la plupart des graphiques (je serais tenté de dire « *à tout ce qui n'est pas une photo* »). Le PNG a deux gros avantages : il peut être rendu transparent et il n'altère pas la qualité de l'image.

Il existe 2 versions de PNG : le 8 bits (256 couleurs) et le 24 bits (16 millions de couleurs).

Le GIF

C'est un format assez vieux, qui a été néanmoins très utilisé (et qui reste très utilisé par habitude). Aujourd'hui, le PNG est globalement bien meilleur que le GIF : les images sont généralement plus légères et la transparence est de meilleure qualité. Je vous recommande donc d'utiliser le PNG autant que possible.

Le format GIF est limité à 256 couleurs (alors que le PNG peut aller jusqu'à plusieurs millions de couleurs).

Néanmoins, le GIF conserve un certain avantage que le PNG n'a pas : il peut être animé.

ATTENTION ERREURS A EVITER

Ne pas utiliser d'autres format (comme le bmp), ils ne sont pas adaptés au web.

Prenez l'habitude d'enregistrer vos fichiers photos de façon "*propre*" afin d'éviter les problèmes, avec des noms en minuscules, sans espace ni accent, par exemple. Utilisez aussi un nom de fichier qui permette de décrire la photo (renommer les noms de photos automatisés par les APN).

Exemple : portrait-charlie-chaplin.jpg

✓ Insérer une image

Maintenant que nous avons une image dans le bon format, voici le code HTML pour la placer dans une page web.

Il faut utiliser la balise orpheline `` accompagnée de deux attribut obligatoires, qui sont :

- **src** : il permet d'indiquer où se trouve l'image que l'on veut insérer. Vous pouvez soit mettre un chemin absolu (ex. : `http://www.site.com/images/neige.jpg`), soit mettre le chemin en relatif (ce qu'on fait le plus souvent). Ainsi, si votre image est dans un sous-dossier images, vous devrez taper :
`src="images/neige.jpg"`
- **alt** : cela signifie « *texte alternatif* ». On doit toujours indiquer un texte alternatif à l'image, c'est-à-dire un court texte qui décrit ce que contient l'image. Ce texte sera affiché à la place de l'image si celle-ci ne peut pas être téléchargée (cela arrive), ou dans les navigateurs de personnes handicapées (non-voyants) qui ne peuvent malheureusement pas « voir » l'image. Cela aide aussi les robots des moteurs de recherche pour les recherches d'images. Pour la neige, on mettrait par exemple :
`alt="Flocon de neige".`

Exemple : ``

Truc et astuce : Il est aussi possible d'ajouter une info bulle à l'image grâce à l'attribut « title ». Le texte apparaîtra en survolant la photo avec la souris.

```

```

Truc et astuce bis : Si votre image est très grosse, il est conseillé d'en afficher la miniature sur votre site. Ajoutez ensuite un lien sur cette miniature pour que vos visiteurs puissent afficher l'image en taille originale.

Je les place toutes les deux dans un dossier appelé par exemple images. J'affiche la version *neige_mini.jpg* sur ma page et je fais un lien vers *neige.jpg* pour que l'image agrandie s'affiche lorsqu'on clique sur la miniature.

Voici le code HTML que je vais utiliser pour cela :

```
<a href="images/montagne.jpg"></a>
```

f. Les feuilles de style (CSS)

✓ Où écrire le CSS ?

Le CSS n'est pas plus compliqué que le HTML. Il vient le compléter pour vous aider à mettre en forme votre page web. Le CSS (Cascading Style Sheets), est un autre langage qui vient compléter le HTML. Il gère la mise en forme du site (couleurs, polices de caractères, taille du texte, bordures, fonds...). Il permet aussi de faire la mise en page du site : je veux que mon menu soit à gauche et occupe telle largeur, que l'en-tête de mon site soit calé en haut et qu'il soit toujours visible, etc.

Le langage CSS peut être écrit à 3 endroits différents :

- dans un fichier .css (méthode la plus recommandée) ;
- dans l'en-tête <head> du fichier HTML ;
- directement dans les balises du fichier HTML via un attribut style (méthode moins recommandée).

Dans un fichier .css (recommandé)

On utilise un fichier spécial avec l'extension .css qui comprendra l'ensemble du code CSS. C'est la méthode la plus pratique et la plus souple. Cela nous évite de tout mélanger dans un même fichier.

Concrètement, il faut indiquer au fichier HTML qu'il est associé à une feuille de style (style.css). Pour cela on utilise la balise orpheline <link> avec des attributs que l'on va placer dans la partie <head> du code : <link rel="stylesheet" href="style.css" />

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <link rel="stylesheet" href="style.css" />
    <title>Premiers tests du CSS</title>
  </head>

  <body>
    <h1>Mon super site</h1>
    <p>Bonjour et bienvenue sur mon site !</p>
    <p>Pour le moment, mon site est un peu <em>vide</em>. Patientez
encore un peu !</p>
  </body>
</html>
```

Ensuite il suffit de créer un nouveau fichier avec l'éditeur de texte avec le code suivant et de l'enregistrer avec l'extension .css (style.css) et de le placer au même niveau que la page HTML.

```
p
{
  color: blue;
}
```

Dans l'en-tête <head> du fichier HTML

Il existe une autre méthode pour utiliser du CSS dans ses fichiers HTML : cela consiste à insérer le code CSS directement dans une balise <style> à l'intérieur de l'en-tête <head>.

Voici comment on peut obtenir exactement le même résultat avec un seul fichier .html qui contient le code CSS :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <style>
      p
      {
        color: blue;
      }
    </style>
    <title>Premiers tests du CSS</title>
  </head>

  <body>
    <h1>Mon super site</h1>
    <p>Bonjour et bienvenue sur mon site !</p>
    <p>Pour le moment, mon site est un peu <em>vide</em>. Patientez encore un
    peu !</p>
  </body>
</html>
```

Directement dans les balises (non recommandé)

Dernière méthode, à manipuler avec précaution : vous pouvez ajouter un attribut style à n'importe quelle balise. Vous insérerez votre code CSS directement dans cet attribut :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <link rel="stylesheet" href="style.css" />
    <title>Premiers tests du CSS</title>
  </head>

  <body>
    <h1>Mon super site</h1>
    <p style="color: blue;">Bonjour et bienvenue sur mon site !</p>
    <p>Pour le moment, mon site est un peu <em>vide</em>. Patientez encore un
    peu !</p>
  </body>
</html>
```

Je vous conseille de prendre l'habitude de travailler avec la première méthode. Ainsi vous alléger votre code et vos pages et surtout si lorsque vous aurez plusieurs pages, elles feront toutes appel à la même feuille de style (facile à mettre en place et facile à modifier pour l'ensemble du site).

✓ Appliquer un style via une balise

Dans un code CSS comme celui-ci, on trouve trois éléments différents :

- Des noms de balises : on écrit les noms des balises dont on veut modifier l'apparence. Par exemple, si je veux modifier l'apparence de tous les paragraphes <p>, je dois écrire p.
- Des propriétés CSS : les « effets de style » de la page sont rangés dans des propriétés. Il y a par exemple la propriété color qui permet d'indiquer la couleur du texte, font-size qui permet d'indiquer la taille du texte, etc. Il y a beaucoup de propriétés CSS et, comme je vous l'ai dit, je ne vous obligerai pas à les connaître toutes par cœur.
- Les valeurs : pour chaque propriété CSS, on doit indiquer une valeur. Par exemple, pour la propriété color, il faut indiquer le nom de la couleur. Pour font-size, il faut indiquer quelle taille on veut, etc.

```
balise1
{
    propriete1: valeur1;
    propriete2: valeur2;
    propriete3: valeur3;
}
```

Qui donne :

```
p
{
    color: blue;
}
```

Si deux balises doivent avoir le même style, on peut faire:

```
h1, p
{
    color: blue;
}
```

Placer des commentaires dans du CSS

Comme en HTML, il est très important de commenter son code afin de s'y retrouver.

Les commentaires CSS sont délimités par les sigles /* et */.

```
/* Ceci est un commentaire */
```

✓ Appliquer un style via une class ou un id

Appliquer un style à une balise implique que cette balise possède la même présentation partout. Si on prend notre balise `<p>`, comment faire pour que seulement certains paragraphes soient écrit d'une manière différente ?

Pour cela nous pouvons utiliser deux attributs spéciaux qui fonctionnent sur toutes les balises :

- l'attribut `class` ;
- l'attribut `id`.

Les attributs `class` et `id` sont quasiment identiques.

Attribut class

C'est un attribut que l'on peut mettre sur n'importe quelle balise, aussi bien titre que paragraphe, image, etc.

```
<h1 class=""> </h1>
<p class=""> </p>
<img class="" />
```

Il faut ensuite renseigner cette attribut `class` avec une valeur qui sert à identifier la balise.

Exemple :

```
<p class="introduction">Bonjour et bienvenue sur mon site !</p>
```

Le paragraphe est identifié. Il a un nom : `introduction`. On peut réutiliser ce nom dans le fichier CSS pour dire : « Je veux que seules les balises qui ont comme nom 'introduction' soient affichées en bleu ».

Pour faire cela en CSS, indiquez le nom de votre classe en commençant par un point, comme ci-dessous :

```
.introduction
{
    color: blue;
}
```

Attribut id

Il fonctionne exactement de la même manière que `class`, à un détail près : il ne peut être utilisé qu'une fois dans le code.

Quel intérêt ? Il y en a assez peu pour tout vous dire, cela vous sera utile si vous faites du JavaScript plus tard pour reconnaître certaines balises. D'ailleurs, nous avons déjà vu l'attribut `id` dans le chapitre sur les liens (pour réaliser des ancres). En pratique, nous ne mettrons des `id` que sur des éléments qui sont uniques dans la page, comme par exemple le logo :

```

```

Si vous utilisez des `id`, lorsque vous définirez leurs propriétés dans le fichier CSS, il faudra faire précéder le nom de l'`id` par un dièse (`#`) :

```
#logo
{
    /* Indiquez les propriétés CSS ici */
}
```

Les balises universelles

Il arrivera parfois que vous ayez besoin d'appliquer une class (ou un id) à certains mots qui, à l'origine, ne sont pas entourés par des balises.

En effet, le problème de class, c'est qu'il s'agit d'un attribut. Vous ne pouvez donc en mettre que sur une balise.

Il existe deux balises dites universelles, qui n'ont aucune signification particulière (elles n'indiquent pas que le mot est important, par exemple). Il y a une différence minime (mais significative !) entre ces deux balises :

- ** ** : c'est une balise de type inline, c'est-à-dire une balise que l'on place au sein d'un paragraphe de texte, pour sélectionner certains mots uniquement. Les balises **** et **** sont de la même famille. Cette balise s'utilise donc au milieu d'un paragraphe et c'est celle dont nous allons nous servir pour colorer « bienvenue ».
- **<div> </div>** : c'est une balise de type block, qui entoure un bloc de texte. Les balises **<p>**, **<h1>**, etc. sont de la même famille. Ces balises ont quelque chose en commun : elles créent un nouveau « bloc » dans la page et provoquent donc obligatoirement un retour à la ligne. **<div>** est une balise fréquemment utilisée dans la construction d'un design, comme nous le verrons plus tard.

Pour le moment donc, nous allons utiliser plutôt la balise ****. On la met autour de « bienvenue », on lui ajoute une classe (du nom qu'on veut), on crée le CSS.

```
<p>Bonjour et <span class="salutations">bienvenue</span> sur mon site !</p>
```

```
.salutations
{
    color: blue;
}
```

Sélecteur avancés

En CSS, le plus difficile est de savoir cibler le texte dont on veut changer la forme. Pour cibler (on dit « sélectionner ») les éléments de la page à modifier, on utilise ce qu'on appelle des sélecteurs.

On connaît déjà :

```
p
{
}
```

```
h1, em
{
}

.class
{
}

#id
{
}
```

Il existe aussi des sélecteurs avancés comme :

```
*
```

```
{
}
```

Sélecteur universel, qui sélectionne toutes les balises sans exception. On l'appelle le sélecteur universel.

```
h3 em
{
}
```

Sélectionne toutes les balises situées à l'intérieur d'une balise <h3>. Notez qu'il n'y a pas de virgule entre les deux noms de balises.

```
h3 + p
{
}
```

Sélectionne la première balise <p> située après un titre <h3>.

```
a[title]
{
}
```

Sélectionne tous les liens <a> qui possèdent un attribut title.

```
a[title="Cliquez ici"]
{
}
```

Idem, mais l'attribut doit en plus avoir exactement pour valeur « Cliquez ici ».

✓ Modifier l'apparence du texte

Avec certaines propriétés CSS il est possible de modifier entièrement l'apparence d'un texte lié à une balise HTML.

Modifier la taille du texte

On utilise la propriété CSS font-size.

Exemple :

```
p
{
    font-size: 14px; /* Paragraphes de 14 pixels */
}
h1
{
    font-size: 40px; /* Titres de 40 pixels */
}
```

Modifier la police de caractère

Attention il se pose un problème : pour qu'une police s'affiche correctement, il faut que tous les internautes l'aient. Si un internaute n'a pas la même police que vous, son navigateur prendra une police par défaut (une police standard) qui n'aura peut-être rien à voir avec ce à quoi vous vous attendiez.

La bonne nouvelle, c'est que depuis CSS 3, il est possible de faire télécharger automatiquement une police au navigateur.

La propriété CSS qui permet d'indiquer la police à utiliser est font-family. Exemple :

```
p
{
    font-family: Impact, "Arial Black", Arial, Verdana, sans-serif;
}
```

Cela signifie : « Mets la police Impact ou, si elle n'y est pas, Arial Black, ou sinon Arial, ou sinon Verdana, ou si rien n'a marché, mets une police standard (sans-serif) ».

Il est aussi possible d'utiliser une police personnalisée avec @font-face mais attention car le navigateur doit télécharger la police, la plupart des polices sont soumises au droit d'auteur et il existe différents formats de fichiers de police qui ne fonctionnent pas sur tous les navigateurs.

Italique, gras

En CSS, pour mettre en italique, on utilise font-style. Exemple :

```
h2
{
    font-style: italic;
}
```

Et pour mettre en gras est font-weight. Exemple :

```
h1
{
    font-weight: bold;
}
```

La valeur normale permet d'écrire le texte normalement. Cela vous permet d'annuler une mise en italique ou en gras.

Alignement du texte

Le langage CSS nous permet de faire tous les alignements connus : à gauche, centré, à droite et justifié. On utilise la propriété text-align et on indique l'alignement désiré :

- left : le texte sera aligné à gauche (c'est le réglage par défaut).
- center : le texte sera centré.
- right : le texte sera aligné à droite.
- justify : le texte sera « justifié ».

Exemples d'alignement de texte :

```
h1
{
    text-align: center;
}

p
{
    text-align: justify;
}

.signature
{
    text-align: right;
}
```

Les flottants

Le CSS, via la propriété **float**, nous permet de faire flotter un élément autour du texte. On dit aussi qu'on fait un « habillage ». Cette propriété peut prendre deux valeurs :

- left : l'élément flottera à gauche.
- right : l'élément flottera à droite

Code pour faire flotter une image.

```
<p>
Ceci est un texte normal de paragraphe, écrit à la suite de l'image et qui
l'habillera car l'image est flottante.</p>
```

```
.imageflottante
{
    float: left;
}
```

Il existe aussi une propriété qui permet de stopper un flottant. C'est la propriété `clear` utilisé avec la valeur `both`.

```
<p></p>
<p>Ce texte est écrit à côté de l'image flottante.</p>
<p class="dessous">Ce texte est écrit sous l'image flottante.</p>

.imageflottante
{
    float: left;
}
.dessous
{
    clear: both;
}
```

✓ La couleur et le fond

La couleur

Pour indiquer une couleur il suffit de taper son nom en anglais. Mais seul 16 couleurs sont disponibles avec cette méthode. Ce sont les couleurs standards : aqua, black, blue, fuchsia, gray, green, lime, brown, navy, olive, purple, red, silver, teal, white, et yellow.

La notation hexadécimale propose une palette beaucoup plus importante de couleur. Elle s'écrit de la forme suivante : `#FF5A28`. Pour faire simple, c'est une combinaison de lettres et de chiffres qui indiquent une couleur. On doit toujours commencer par écrire un dièse (`#`), suivi de six lettres ou chiffres allant de 0 à 9 et de A à F.

Ces lettres ou chiffres fonctionnent deux par deux. Les deux premiers indiquent une quantité de rouge, les deux suivants une quantité de vert et les deux derniers une quantité de bleu. En mélangeant ces quantités (qui sont les composantes Rouge-Vert-Bleu de la couleur) on peut obtenir la couleur qu'on veut.

Ainsi, `#000000` correspond à la couleur noire et `#FFFFFF` à la couleur blanche.

Couleur de texte

Pour modifier la couleur du texte, on utilise la propriété CSS `color`.

Exemple pour mettre les paragraphes en blanc :

```
p
{
    color: #FFFFFF;
}
```

Couleur de fond

Pour indiquer une couleur de fond, on utilise la propriété CSS background-color.

Exemple sur toute la page avec la balise body :

```
body
{
    background-color: black; /* Le fond de la page sera noir */
    color: white; /* Le texte de la page sera blanc */
}
```

Image de fond

La propriété permettant d'indiquer une image de fond est background-image. Comme valeur, on doit renseigner url("nom_de_l_image.png"). Par exemple :

```
body
{
    background-image: url("neige.png");
}
```

Il est possible d'ajouter des options pour l'image de fond avec d'autres propriétés afin de changer le comportement de l'image.

La propriété CSS **background-attachment** permet de « fixer » le fond. L'effet obtenu est intéressant car on voit alors le texte « glisser » par-dessus le fond. Deux valeurs sont disponibles :

- fixed : l'image de fond reste fixe ;
- scroll : l'image de fond défile avec le texte (par défaut).

```
body
{
    background-image: url("neige.png");
    background-attachment: fixed; /* Le fond restera fixe */
}
```

Par défaut, l'image de fond est répétée en mosaïque. Vous pouvez changer cela avec la propriété background-repeat :

- no-repeat : le fond ne sera pas répété. L'image sera donc unique sur la page.
- repeat-x : le fond sera répété uniquement sur la première ligne, horizontalement.
- repeat-y : le fond sera répété uniquement sur la première colonne, verticalement.
- repeat : le fond sera répété en mosaïque (par défaut).

```
body
{
    background-image: url("soleil.png");
    background-repeat: no-repeat;
}
```

On peut indiquer où doit se trouver l'image de fond avec `background-position`. Cette propriété n'est intéressante que si elle est combinée avec `background-repeat: no-repeat`; (un fond qui ne se répète pas).

Vous devez donner à `background-position` deux valeurs en pixels pour indiquer la position du fond par rapport au coin supérieur gauche de la page (ou du paragraphe, si vous appliquez le fond à un paragraphe). Ainsi, si vous tapez :

```
background-position: 30px 50px;
```

... votre fond sera placé à 30 pixels de la gauche et à 50 pixels du haut. Il est aussi possible d'utiliser ces valeurs en anglais :

- top : en haut ;
- bottom : en bas ;
- left : à gauche ;
- center : centré ;
- right : à droite.

Il est possible de combiner ces mots. Par exemple, pour aligner une image en haut à droite, vous taperez :

```
background-position: top right;
```

Ainsi, si je veux afficher un soleil en image de fond (figure suivante), en un unique exemplaire (`no-repeat`), toujours visible (`fixed`) et positionné en haut à droite (`top right`), je vais écrire ceci :

```
body
{
    background-image: url("soleil.png");
    background-attachment: fixed; /* Le fond restera fixe */
    background-repeat: no-repeat; /* Le fond ne sera pas répété */
    background-position: top right; /* Le fond sera placé en haut à droite
*/
}
```

Trucs et astuces

Si vous utilisez beaucoup de propriétés en rapport avec le fond (comme c'est le cas sur ce dernier exemple), vous pouvez les combiner en utilisant une sorte de « super-propriété » appelée `background` dont la valeur peut combiner plusieurs des propriétés vues précédemment : `background-image`, `background-repeat`, `background-attachment` et `background-position`.

```
body
{
    background: url("soleil.png") fixed no-repeat top right;
}
```

- L'ordre des valeurs n'a pas d'importance. Vous pouvez combiner les valeurs dans n'importe quel ordre.

- Vous n'êtes pas obligés de mettre toutes les valeurs. Ainsi, si vous ne voulez pas écrire `fixed`, vous pouvez l'enlever sans problème.

Trucs e astuces bis

Depuis CSS3, il est possible de donner plusieurs images de fond à un élément. Pour cela, il suffit de séparer les déclarations par une virgule, comme ceci :

```
body
{
    background: url("soleil.png") fixed no-repeat top right,
    url("neige.png") fixed;
}
```

La première image de cette liste sera placée par-dessus les autres (figure suivante). Attention donc, l'ordre de déclaration des images a son importance : si vous inversez le soleil et la neige dans le code CSS précédent, vous ne verrez plus le soleil !

✓ Les bordures et les ombres

Les bordures

Le CSS vous offre un large choix de bordures pour décorer votre page. De nombreuses propriétés CSS vous permettent de modifier l'apparence de vos bordures : `border-width`, `border-color`, `border-style`...

Pour aller à l'essentiel, je vous propose ici d'utiliser directement la super-propriété `border` qui regroupe l'ensemble de ces propriétés. Vous vous souvenez de la super-propriété `background` ? Cela fonctionne sur le même principe : on va pouvoir combiner plusieurs valeurs.

Pour `border` on peut utiliser jusqu'à trois valeurs pour modifier l'apparence de la bordure :

- La largeur : indiquez la largeur de votre bordure. Mettez une valeur en pixels (comme 2px).
- La couleur : c'est la couleur de votre bordure. Utilisez, comme on l'a appris, soit un nom de couleur (black, red,...), soit une valeur hexadécimale (#FF0000), soit une valeur RGB (rgb(198, 212, 37)).
- Le type de bordure : là, vous avez le choix. Votre bordure peut être un simple trait, ou des pointillés, ou encore des tirets, etc. Voici les différentes valeurs disponibles :

- none : pas de bordure (par défaut) ;
- solid : un trait simple ;
- dotted : pointillés ;
- dashed : tirets ;
- double : bordure double ;
- groove : en relief ;
- ridge : autre effet relief ;
- inset : effet 3D global enfoncé ;
- outset : effet 3D global surélevé.

Ainsi, pour avoir une bordure bleue, en tirets, épaisse de 3 pixels autour de mes titres, je vais écrire :

```
h1
{
    border: 3px blue dashed;
}
```

Il existe aussi des super-propriétés, elles fonctionnent comme border mais ne s'appliquent donc qu'à un seul côté.

- border-top : bordure du haut ;
- border-bottom : bordure du bas ;
- border-left : bordure de gauche ;
- border-right : bordure de droite.

Pour ajouter une bordure uniquement à gauche et à droite des paragraphes, on écrira donc :

```
p
{
    border-left: 2px solid black;
    border-right: 2px solid black;
}
```

Depuis CCS3 il est même possible de faire des bordures arrondie. La propriété border-radius va nous permettre d'arrondir facilement les angles de n'importe quel élément. Il suffit d'indiquer la taille (« l'importance ») de l'arrondi en pixels :

```
p
{
    border-radius: 10px;
}
```

On peut aussi préciser la forme de l'arrondi pour chaque coin. Dans ce cas, indiquez quatre valeurs :

```
p
{
    border-radius: 10px 5px 10px 5px;
}
```

Les ombres

Les ombres font partie des nouveautés récentes proposées par CSS3. Aujourd'hui, il suffit d'une seule ligne de CSS pour ajouter des ombres dans une page !

La propriété box-shadow s'applique à tout le bloc et prend quatre valeurs dans l'ordre suivant :

- le décalage horizontal de l'ombre ;
- le décalage vertical de l'ombre ;
- l'adoucissement du dégradé ;
- la couleur de l'ombre.

Par exemple, pour une ombre noire de 6 pixels, sans adoucissement, on écrira :

```
p
{
    box-shadow: 6px 6px 0px black;
}
```

Avec text-shadow, vous pouvez ajouter une ombre directement sur les lettres de votre texte ! Les valeurs fonctionnent exactement de la même façon que box-shadow : décalage, adoucissement et couleur.

```
p
{
    text-shadow: 2px 2px 4px black;
}
```

✓ Création d'apparences dynamiques

L'une des forces du CSS est de pouvoir modifier l'apparence des éléments de façon dynamique, c'est-à-dire que des éléments peuvent changer de forme une fois que la page a été chargée. Nous allons faire appel à une fonctionnalité puissante du CSS : **les pseudo-formats**.

On peut par exemple changer l'apparence au survol, lors d'un clic, lors du focus (élément sélectionné) ou lorsqu'un lien a été consulté.

Au survol

Nous allons découvrir dans ce chapitre plusieurs pseudo-formats CSS. Le premier que je vais vous montrer s'appelle :hover. Comme tous les autres pseudo-formats que nous allons voir, c'est une information que l'on rajoute après le nom de la balise (ou de la classe) dans le CSS, comme ceci :

```
a:hover
{
}
```

:hover signifie « survoler ». a:hover peut donc se traduire par : « Quand la souris est sur le lien » (quand on pointe dessus).

À partir de là, c'est à vous de définir l'apparence que doivent avoir les liens lorsqu'on pointe dessus. Laissez libre cours à votre imagination, il n'y a pas de limite.

Voici un exemple de présentation des liens, mais n'hésitez pas à inventer le vôtre :

```
a /* Liens par défaut (non survolés) */
{
    text-decoration: none;
    color: red;
    font-style: italic;
}

a:hover /* Apparence au survol des liens */
{
```

```
text-decoration: underline;
color: green;
}
```

Lorsque le lien a déjà été consulté

Il est possible d'appliquer un style à un lien vers une page qui a déjà été vue. Par défaut, le navigateur colore le lien en un violet.

Vous pouvez changer cette apparence avec `:visited` (qui signifie « visité »). En pratique, sur les liens consultés, on ne peut pas changer beaucoup de choses à part la couleur.

```
a:visited /* Quand le visiteur a déjà vu la page concernée */
{
    color: #AAA; /* Appliquer une couleur grise */
}
```

g. Structurer les différentes pages d'un site internet

En général, une page web est constituée d'un en-tête (tout en haut), de menus de navigation (en haut ou sur les côtés), de différentes sections au centre... et d'un pied de page (tout en bas).

Dans ce chapitre, nous allons nous intéresser aux nouvelles balises HTML dédiées à la structuration du site. Ces balises ont été introduites par HTML5 (elles n'existaient pas avant) et vont nous permettre de dire : « Ceci est mon en-tête », « Ceci est mon menu de navigation », etc.

✓ Les balises structurantes du HTML5

Balise pour l'en-tête : `<header>`

La plupart des sites web possèdent en général un en-tête, appelé header en anglais. On y trouve le plus souvent un logo, une bannière, le slogan, le panier de votre site...

Vous devrez placer ces informations à l'intérieur de la balise `<header>` :

```
<header>
  <!-- Placez ici le contenu de l'en-tête de votre page -->
</header>
```

Balise pour le pied de page : `<footer>`

À l'inverse de l'en-tête, le pied de page se trouve en général tout en bas du document. On y trouve des informations comme des liens de contact, le nom de l'auteur, les mentions légales, etc.

```
<footer>
  <!-- Placez ici le contenu du pied de page -->
</footer>
```

Balise pour les principaux liens de navigation

La balise `<nav>` doit regrouper tous les principaux liens de navigation du site. Vous y placerez par exemple le menu principal de votre site.

Généralement, le menu est réalisé sous forme de liste à puces à l'intérieur de la balise `<nav>` :

```
<nav>
  <ul>
    <li><a href="index.html">Accueil</a></li>
    <li><a href="forum.html">Forum</a></li>
    <li><a href="contact.html">Contact</a></li>
  </ul>
</nav>
```

Balise pour une section de page

La balise `<section>` sert à regrouper des contenus en fonction de leur thématique. Elle englobe généralement une portion du contenu au centre de la page.

```
<section>
  <h1>Ma section de page</h1>
  <p>Bla bla bla bla</p>
</section>
```

Balise pour les informations complémentaires

La balise `<aside>` est conçue pour contenir des informations complémentaires au document que l'on visualise. Ces informations sont généralement placées sur le côté (bien que ce ne soit pas une obligation).

```
<aside>
  <!-- Placez ici des informations complémentaires -->
</aside>
```

Il peut y avoir plusieurs blocs `<aside>` dans la page.

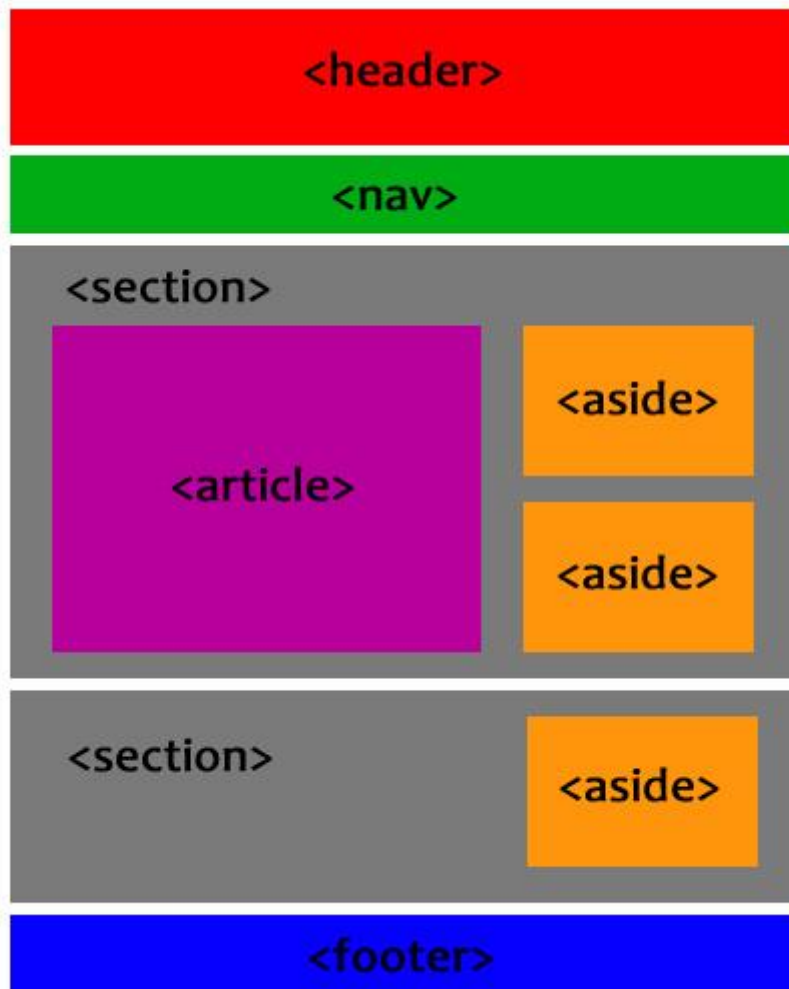
Balise pour les articles indépendants

La balise `<article>` sert à englober une portion généralement autonome de la page. C'est une partie de la page qui pourrait ainsi être reprise sur un autre site. C'est le cas par exemple des actualités (articles de journaux ou de blogs).

```
<article>
  <h1>Mon article</h1>
  <p>Bla bla bla bla</p>
</article>
```

Conclusion

Voici à quoi peut ressembler une page comportant les différentes balises de structures HTML5.



Exemple de code structuré en HTML5

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>Zozor - Le Site Web</title>
  </head>
  <body>
    <header>
      <h1>Zozor</h1>
      <h2>Carnets de voyage</h2>
    </header>
    <nav>
      <ul>
        <li><a href="#">Accueil</a></li>
      </ul>
    </nav>
  </body>
</html>
```

```
        <li><a href="#">Blog</a></li>
        <li><a href="#">CV</a></li>
    </ul>
</nav>

<section>
    <aside>
        <h1>À propos de l'auteur</h1>
        <p>C'est moi, Zozor ! Je suis né un 23 novembre 2005.</p>
    </aside>
    <article>
        <h1>Je suis un grand voyageur</h1>
        <p>Bla bla bla bla (texte de l'article)</p>
    </article>
</section>

<footer>
    <p>Copyright Zozor - Tous droits réservés<br />
    <a href="#">Me contacter !</a></p>
</footer>

</body>
</html>
```

Si vous testez le résultat, vous verrez juste du texte noir sur fond blanc (figure suivante). C'est normal, il n'y a pas de CSS ! Par contre, la page est bien structurée, ce qui va nous être utile pour la suite.

En fait, ces balises sont seulement là pour expliquer à l'ordinateur « Ceci est l'en-tête », « Ceci est mon pied de page », etc. Elles n'indiquent pas, contrairement à ce qu'on pourrait penser, où doit être placé le contenu. C'est le rôle du CSS, comme nous le verrons dans peu de temps maintenant.

À l'heure actuelle, pour tout vous dire, ces balises ont encore assez peu d'utilité. On pourrait très bien utiliser des balises génériques <div> à la place pour englober les différentes portions de notre contenu. D'ailleurs, c'est comme cela qu'on faisait avant l'arrivée de ces nouvelles balises HTML5.

✓ Des blocs et des boîtes

Une page web peut être vue comme une succession et un empilement de boîtes, qu'on appelle « blocs ». La plupart des éléments vus au chapitre précédent sont des blocs : <header>, <article>, <nav>... Mais nous connaissions déjà d'autres blocs : les paragraphes <p>, les titres <h1>...

Dans ce chapitre, nous allons apprendre à manipuler ces blocs comme de véritables boîtes. Nous allons leur donner des dimensions, les agencer en jouant sur leurs marges, mais aussi apprendre à gérer leur contenu... pour éviter que le texte ne dépasse de ces blocs !

Ce sont des notions fondamentales dont nous allons avoir besoin pour mettre en page notre site web...

Les balises block et inline

En HTML, la plupart des balises peuvent se ranger dans l'une ou l'autre de deux catégories : Balises **inline** et balises **block**.

- **block** : une balise de type block sur votre page web crée automatiquement un retour à la ligne avant et après. Il suffit d'imaginer tout simplement un bloc. Votre page web sera en fait constituée d'une série de blocs les uns à la suite des autres. Mais vous verrez qu'en plus, il est possible de mettre un bloc à l'intérieur d'un autre, ce qui va augmenter considérablement nos possibilités pour créer le design de notre site !
Exemple : `<p>`, `<div>`, `<footer>`, `<h1>`...
- **inline** : une balise de type inline se trouve obligatoirement à l'intérieur d'une balise block. Une balise inline ne crée pas de retour à la ligne, le texte qui se trouve à l'intérieur s'écrit donc à la suite du texte précédent, sur la même ligne (c'est pour cela que l'on parle de balise « en ligne »).
Exemple : `<a>`, ``, ``, ``...

Il existe deux balises génériques (ou universelles) et, comme par hasard, la seule différence entre les deux est que l'une d'elle est inline et l'autre est block :

- `` (inline) ;
- `<div></div>` (block).

Les dimensions

Nous allons ici travailler uniquement sur des balises de type block.

Pour commencer, intéressons-nous à la taille des blocs. Contrairement à un inline, un bloc a des dimensions précises. Il possède une largeur et une hauteur. Ce qui fait, ô surprise, qu'on dispose de deux propriétés CSS :

- `width` : c'est la largeur du bloc. À exprimer en pixels (px) ou en pourcentage (%).
- `height` : c'est la hauteur du bloc. Là encore, on l'exprime soit en pixels (px), soit en pourcentage (%).

Par défaut, un bloc prend 100% de la largeur disponible.

Maintenant, rajoutons un peu de CSS afin de modifier la largeur des paragraphes. Le CSS suivant dit : « Je veux que tous mes paragraphes aient une largeur de 50% ».

```
p
{
    width: 50%;
}
```

Les pourcentages seront utiles pour créer un design qui s'adapte automatiquement à la résolution d'écran du visiteur.

Toutefois, il se peut que vous ayez besoin de créer des blocs ayant une dimension précise en pixels :

```
p
{
```

```
width: 250px;
}
```

On peut demander à ce qu'un bloc ait des dimensions minimales et maximales. C'est très pratique car cela nous permet de définir des dimensions « limites » pour que notre site s'adapte aux différentes résolutions d'écran de nos visiteurs :

- min-width : largeur minimale ;
- min-height : hauteur minimale ;
- max-width : largeur maximale ;
- max-height : hauteur maximale.

```
p
{
    width: 50%;
    min-width: 400px;
}
```

Les marges

Il faut savoir que tous les blocs possèdent des marges. Il existe deux types de marges :

- les marges intérieures ;
- les marges extérieures.

En CSS, on peut modifier la taille des marges avec les deux propriétés suivantes :

- padding : indique la taille de la marge intérieure. À exprimer en général en pixels (px).
- margin : indique la taille de la marge extérieure. Là encore, on utilise le plus souvent des pixels.

```
p
{
    width: 350px;
    border: 1px solid black;
    text-align: justify;
    padding: 12px;
    margin: 50px; /* Marge extérieure de 50px */
}
```

Les propriétés margin et padding s'appliquent aux quatre côtés du bloc. Si vous voulez spécifier des marges différentes en haut, en bas, à gauche et à droite, il va falloir utiliser des propriétés plus précises.

Voici la liste pour margin :

- margin-top : marge extérieure en haut ;
- margin-bottom : marge extérieure en bas ;
- margin-left : marge extérieure à gauche ;
- margin-right : marge extérieure à droite.

Et la liste pour padding :

- padding-top : marge intérieure en haut ;
- padding-bottom : marge intérieure en bas ;

padding-left : marge intérieure à gauche ;
padding-right : marge intérieure à droite.

Autres solutions :

margin: 2px 0 3px 1px; signifie « 2 px de marge en haut, 0 px à droite (le px est facultatif dans ce cas), 3 px en bas, 1 px à gauche ».

Autre notation raccourcie : margin: 2px 1px; signifie « 2 px de marge en haut et en bas, 1 px de marge à gauche et à droite ».

Et pour centrer un bloc, il faut respecter 2 règles :

1. donnez une largeur au bloc (avec la propriété width) ;
2. indiquez que vous voulez des marges extérieures automatiques, comme ceci : margin: auto;.

```
p
{
    width: 350px; /* On a indiqué une largeur (obligatoire) */
    margin: auto; /* On peut donc demander à ce que le bloc soit centré
avec auto */
    border: 1px solid black;
    text-align: justify;
    padding: 12px;
    margin-bottom: 20px;
}
```

✓ Le positionnement en CSS

Il existe plusieurs techniques permettant d'effectuer la mise en page de son site en modifiant la position des éléments. Chacune a ses avantages et ses défauts.

Le positionnement flottant

On utilise la propriété **float** que l'on a déjà utilisé pour faire flotter une image autour d'un texte. Il se trouve que cette propriété est aujourd'hui utilisée par la majorité des sites web pour... faire la mise en page ! En effet, si on veut placer son menu à gauche et le contenu de sa page à droite, c'est a priori un bon moyen. Je dis bien a priori car, à la base, cette propriété n'a pas été conçue pour faire la mise en page et nous allons voir qu'elle a quelques petits défauts.

Reprenons avec un code HTML structuré :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <link rel="stylesheet" href="style.css" />
    <title>Zozor - Le Site Web</title>
  </head>

  <body>
    <header>
```

```
<h1>Zozor</h1>
<h2>Carnets de voyage</h2>
</header>

<nav>
  <ul>
    <li><a href="#">Accueil</a></li>
    <li><a href="#">Blog</a></li>
    <li><a href="#">CV</a></li>
  </ul>
</nav>

<section>
  <aside>
    <h1>À propos de l'auteur</h1>
    <p>C'est moi, Zozor ! Je suis né un 23 novembre 2005.</p>
  </aside>
  <article>
    <h1>Je suis un grand voyageur</h1>
    <p>Bla bla bla bla (texte de l'article)</p>
  </article>
</section>

<footer>
  <p>Copyright Zozor - Tous droits réservés
  <a href="#">Me contacter !</a></p>
</footer>

</body>
</html>
```

Essayons de placer le menu à gauche et du texte à droite. Pour cela, nous allons faire flotter le menu à gauche et laisser le reste du texte se placer à sa droite.

Nous voulons que le menu occupe 150 pixels de large. Nous allons aussi rajouter une bordure noire autour du menu et une bordure bleue autour du corps (à la balise <section>) pour bien les distinguer :

```
nav
{
  float: left;
  width: 150px;
  border: 1px solid black;
}

section
{
  border: 1px solid blue;
}
```

Il y a deux défauts (mis à part le fait que c'est encore bien moche) :

- Le texte du corps de la page touche la bordure du menu. Il manque une petite marge...
- Plus embêtant encore : la suite du texte passe... sous le menu !

On veut bien que le pied de page (« Copyright Zozor ») soit placé en bas sous le menu mais, par contre, on aimerait que tout le corps de page soit constitué d'un seul bloc placé à droite.

Pour résoudre ces deux problèmes d'un seul coup, il faut ajouter une marge extérieure à gauche de notre <section>, marge qui doit être par ailleurs supérieure à la largeur du menu. Si notre menu fait 150 px, nous allons par exemple donner une marge extérieure gauche de 170 px à notre section de page.

```
nav
{
    float: left;
    width: 150px;
    border: 1px solid black;
}

section
{
    margin-left: 170px;
    border: 1px solid blue;
}
```

La propriété display

Il existe en CSS une propriété très puissante : display. Elle est capable de transformer n'importe quel élément de votre page d'un type vers un autre. Avec cette propriété magique, je peux par exemple imposer à mes liens (originellement de type inline) d'apparaître sous forme de blocs :

```
a
{
    display: block;
}
```

À ce moment-là, les liens vont se positionner les uns en-dessous des autres (comme des blocs normaux) et il devient possible de modifier leurs dimensions !

Voici quelques-unes des principales valeurs que peut prendre la propriété `display` en CSS (il y en a encore d'autres) :

Valeur	Exemples	Description
<code>inline</code>	<code><a></code> , <code></code> , <code></code> ...	Éléments d'une ligne. Se placent les uns à côté des autres.
<code>block</code>	<code><p></code> , <code><div></code> , <code><section></code> ...	Éléments en forme de blocs. Se placent les uns en-dessous des autres et peuvent être redimensionnés.
<code>inline-block</code>	<code><select></code> , <code><input></code>	Éléments positionnés les uns à côté des autres (comme les inlines) mais qui peuvent être redimensionnés (comme les blocs).
<code>none</code>	<code><head></code>	Éléments non affichés.

On peut donc décider de masquer complètement un élément de la page avec cette propriété. Par exemple, si je veux masquer les éléments qui ont la classe « `secret` », je vais écrire :

```
.secret
{
    display: none;
}
```

Autre valeur intéressante, la valeur **`inline-block`** ce type d'élément est en fait une combinaison des inlines et des blocs. C'est un peu le meilleur des deux mondes : les éléments s'affichent côte à côte et peuvent être redimensionnés.

Peu de balises sont affichées comme cela par défaut, c'est surtout le cas des éléments de formulaire (comme `<input>`). Par contre, avec la propriété `display`, nous allons pouvoir transformer d'autres balises en `inline-block`, ce qui va nous aider à réaliser notre design.

Le positionnement `inline-block`

Les manipulations que demande le positionnement flottant se révèlent parfois un peu délicates sur des sites complexes. Dès qu'il y a un peu plus qu'un simple menu à mettre en page, on risque d'avoir à recourir à des `clear: both`; qui complexifient rapidement le code de la page.

Si le positionnement flottant reste, de loin, le mode de positionnement le plus utilisé sur le Web à l'heure actuelle, d'autres techniques existent et bien peu de webmasters le savent. L'une d'elles, étonnamment puissante, est passée sous le nez des concepteurs de sites web alors qu'elle existe depuis CSS 2.1, c'est-à-dire depuis plus de dix ans ! Elle consiste à transformer vos éléments en `inline-block` avec la propriété `display`.

Nous allons transformer en inline-block les deux éléments que nous voulons placer côte à côte : le menu de navigation et la section du centre de la page.

```
nav
{
    display: inline-block;
    width: 150px;
    border: 1px solid black;
}

section
{
    display: inline-block;
    border: 1px solid blue;
}
```

Les éléments inline-block se positionnent sur une même ligne de base (appelée baseline), en bas.

Heureusement, le fait d'avoir transformé les éléments en inline-block nous permet d'utiliser une nouvelle propriété, normalement réservée aux tableaux : vertical-align. Cette propriété permet de modifier l'alignement vertical des éléments. Il ne nous reste plus qu'à aligner nos éléments en haut.

```
nav
{
    display: inline-block;
    width: 150px;
    border: 1px solid black;
    vertical-align: top;
}

section
{
    display: inline-block;
    border: 1px solid blue;
    vertical-align: top;
}
```

Attention cependant avec Internet Explorer. Certaines versions du navigateur de Microsoft ne sont compatibles avec le positionnement inline-block.

Pas de problème avec IE8 par contre les anciennes versions de IE6 et IE7, le positionnement inline-block fonctionne... mais uniquement sur les éléments qui étaient des inline à la base !

On peut heureusement régler ce problème avec une petite « bidouille » : si le navigateur est IE6 ou IE7, on transforme l'élément en inline et on change son comportement en lui donnant le layout (en lui affectant la propriété zoom: 1;). L'élément pourra alors être redimensionné.

Pour commencer, il va falloir créer une seconde feuille de style CSS spéciale pour Internet Explorer 6 et 7. On va utiliser pour cela un commentaire conditionnel, que nous avons déjà aperçu auparavant, qui ne sera lu que par IE6 et IE7 :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <link rel="stylesheet" href="style.css" />
    <!--[if lte IE 7]>
    <link rel="stylesheet" href="style_ie.css" />
    <![endif]-->

    <title>Zozor - Le Site Web</title>
  </head>
```

Si le navigateur est IE6 ou IE7, une seconde feuille de style CSS, style_ie.css, sera chargée et viendra s'ajouter à la première. Dedans, nous ferons toutes nos « bidouilles » pour régler les problèmes liés aux vieilles versions d'Internet.

Dans style_ie.css, rajoutez simplement le code suivant :

```
nav, section
{
  display: inline;
  zoom: 1;
}
```

Voilà, c'est tout ! Dans votre feuille de style classique (style.css), continuez à utiliser inline-block comme avant. Ceux qui ont IE6 ou IE7 liront en plus ce code un peu spécial, qui leur permet d'obtenir le même résultat visuel !

Le positionnement absolu

Le positionnement absolu permet de placer un élément (réellement) n'importe où sur la page. Pour ce faire, on va utiliser quatre propriétés CSS : left, right, top et bottom.

Il faut donc utiliser la propriété position et au moins une des quatre propriétés :

```
element
{
  position: absolute;
  right: 0px;
  bottom: 0px;
}
```

Cela signifie que le bloc doit être positionné tout en bas à droite (0 pixel par rapport à la droite de la page, 0 par rapport au bas de la page).

Par ailleurs, si vous placez deux éléments en absolu vers le même endroit, ils risquent de se chevaucher. Dans ce cas, utilisez la propriété z-index pour indiquer quel élément doit apparaître au-dessus des autres.

Le positionnement fixe

Le principe est exactement le même que pour le positionnement absolu sauf que, cette fois, le bloc reste fixe à sa position, même si on descend plus bas dans la page.

```
element
{
    position: fixed;
    right: 0px;
    bottom: 0px;
}
```

Le positionnement relatif

Le positionnement relatif permet de décaler un bloc par rapport à sa position normale.

```
strong
{
    background-color: red;
    color: yellow;

    position: relative;
    left: 55px;
    top: 10px;
}
```

✓ Structure HTML spécifiques

Les tableaux

Indispensables pour organiser les informations, les tableaux sont un petit peu délicats à construire en HTML. Il va en effet falloir imbriquer de nouvelles balises HTML dans un ordre précis.

La première balise à connaître est <table> </table>. C'est cette balise qui permet d'indiquer le début et la fin d'un tableau. Cette balise est de type bloc, il faut donc la placer en dehors d'un paragraphe.

En HTML, un tableau se construit ligne par ligne. Dans chaque ligne (<tr>), on indique le contenu des différentes cellules (<td>).

On a une balise de ligne (<tr>) qui englobe un groupe de cellules (<td>).

Par exemple, si je veux faire un tableau à deux lignes, avec trois cellules par ligne (donc trois colonnes), je devrai taper ceci :

```
<table>
  <tr>
    <td>Carmen</td>
```

```
<td>33 ans</td>
<td>Espagne</td>
</tr>
<tr>

<td>Michelle</td>
<td>26 ans</td>
<td>États-Unis</td>
</tr>
</table>
```

Les formulaires

Toute page HTML peut être enrichie de formulaires interactifs, qui invitent vos visiteurs à renseigner des informations : saisir du texte, sélectionner des options, valider avec un bouton...

Nous arrivons cependant aux limites du langage HTML car il faut ensuite pouvoir analyser les informations que le visiteur a saisies... et cela ne peut pas se faire en langage HTML. Comme nous allons le voir, le traitement des résultats doit s'effectuer dans un autre langage, par exemple le PHP.

En attendant, nous avons un grand nombre de nouvelles balises HTML à découvrir. Voyons les plus simples et standards.

Pour insérer un formulaire dans une page HTML, il faut commencer écrire une balise `<form>` `</form>`. C'est la balise principale du formulaire, elle permet d'en indiquer le début et la fin.

Il faut ajouter deux attributs à la balise `<form>` :

- **method** : cet attribut indique par quel moyen les données vont être. Il existe deux solutions pour envoyer des données sur le Web :
 - **method="get"** : c'est une méthode en général assez peu adaptée car elle est limitée à 255 caractères. La particularité vient du fait que les informations seront envoyées dans l'adresse de la page (`http://...`), mais ce détail ne nous intéresse pas vraiment pour le moment. La plupart du temps, je vous recommande d'utiliser l'autre méthode : post.
 - **method="post"** : c'est la méthode la plus utilisée pour les formulaires car elle permet d'envoyer un grand nombre d'informations. Les données saisies dans le formulaire ne transitent pas par la barre d'adresse.
- **action** : c'est l'adresse de la page ou du programme qui va traiter les informations. Cette page se chargera de vous envoyer un e-mail avec le message si c'est ce que vous voulez, ou bien d'enregistrer le message avec tous les autres dans une base de données.

```
<p>Texte avant le formulaire</p>

<form method="post" action="traitement.php">
  <p>Texte à l'intérieur du formulaire</p>
</form>

<p>Texte après le formulaire</p>
```

Ensuite on peut ajouter différentes balise afin de saisir du texte, des cases à cocher ou des boutons radio, des listes déroulantes et bien évidemment un bouton pour envoyer tout ça.

On utilise la balise `<input />` dont la valeur de l'attribut « type » change en fonction du contenu désiré :

```
<input type="text" name="nom" >  
<input type="password" name="pass" />
```

Il existe aussi des nouveaux attributs « type » apporté par HTML5 comme :

```
<input type="email" >  
<input type="url" >  
<input type="number" >
```

Mais attention, tous les navigateurs ne connaissent pas ces zones de saisies enrichies.

Il est aussi possible d'utiliser la balise `<input />` pour mettre en place des cases à cocher, en spécifiant cette fois le type `checkbox` :

```
<input type="checkbox" name="vert" />  
<input type="checkbox" name="jaune" />  
<input type="checkbox" name="rouge" />
```

Vous pouvez même faire en sorte qu'une case soit cochée par défaut avec l'attribut `checked` :

```
<input type="checkbox" name="rouge" checked >
```

Autre valeur de `<input />`, le type `radio` qui permet de mettre en place des zones d'options. C'est-à-dire de faire un choix (et un seul) parmi une liste de possibilités. Elles ressemblent un peu aux cases à cocher mais il y a une petite difficulté supplémentaire : elles doivent être organisées en groupes. Les options d'un même groupe possèdent le même nom (`name`), mais chaque option doit avoir une valeur (`value`) différente.

```
<input type="radio" name="couleur" value="bleu" />  
<input type="radio" name="couleur" value="rouge" />  
<input type="radio" name="couleur" value="vert" />  
<input type="radio" name="couleur" value="jaune" />
```

Pour créer une zone de texte multiligne, on change de balise : nous allons utiliser `<textarea>` `</textarea>`.

Et pour mettre en place une liste déroulante nous utiliserons la balise `<select>` `</select>` qui indique le début et la fin de la liste déroulante. On ajoute l'attribut `name` à la balise pour donner un nom à la liste.

Puis, à l'intérieur du `<select>` `</select>`, nous allons placer plusieurs balises `<option>` `</option>` (une par choix possible). On ajoute à chacune d'elles un attribut `value` pour pouvoir identifier ce que le visiteur a choisi.

```
<select name="pays" id="pays">
  <option value="france">France</option>
  <option value="espagne">Espagne</option>
  <option value="italie">Italie</option>
  <option value="royaume-uni">Royaume-Uni</option>
  <option value="canada">Canada</option>
  <option value="etats-unis">États-Unis</option>
  <option value="chine">Chine</option>
  <option value="japon">Japon</option>
</select>
```

Reste à placer un bouton d'envoi en fin de formulaire en utilisant toujours la balise `<input />` :

```
<input type="submit" value="Envoyer" >
```

Lorsque l'on clique sur le bouton « Envoyer », le formulaire vous amène alors à la page indiquée dans l'attribut `action`.

Audio et vidéo

Avec des connexions internet de plus en plus rapides, la diffusion vidéo en ligne est de plus en plus courante aujourd'hui et les gros acteurs du web comme Youtube et Dailymotion ont favorisé son utilisation.

L'avantage des services en ligne permet de ne pas à avoir à héberger la source audio ou vidéo et surtout de pouvoir utiliser la plateforme comme un moyen marketing très performant (partage, réseaux sociaux...).

Les inconvénients : pas de personnalisation du player, et quid de la protection des données.

C'est pour cela que le HTML5 propose de balises dédiées à la vidéo `<video>` et à l'audio `<audio>`.

L'utilisation est simple mais la compatibilité des formats audio et vidéo dépend des navigateurs.

```
<audio src="musique.mp3"></audio>
<video src="sintel.webm"></video>
```

Pour chacune des balises il existe différents attributs qui permettent d'ajouter des fonctionnalités au player (controls, width, height, loop, autoplay...).

h. Les différentes solutions pour créer son site internet

Il existe différentes solutions pour créer son site internet soi-même.

✓ **Tout à la main de A à Z**

On part d'une feuille (HTML) blanche et l'on code la totalité du site (HTML, CSS et partie dynamique). Solution parfaite pour avoir un site sur mesure mais nécessitant d'être un excellent programmeur web mais aussi un excellent webdesigner. C'est donc une solution onéreuse et/ou nécessitant énormément de temps.

✓ **En utilisant un logiciel en ligne avec abonnement**

Le fonctionnement est simple vous payez un abonnement mensuel pour accéder à un logiciel qui vous permet de créer et de modifier les pages de votre site. Plusieurs prestataires existent avec des versions plus ou moins simples à utiliser et plus ou moins coûteuses en fonction de vos besoins. Aucune compétence technique n'est requise, il faut « juste » prendre en main le logiciel. Une solution qui peut vite devenir limitée et dont vous ne maîtrisez pas forcément complètement.

✓ **Via un CMS Open Source**

Qu'est-ce qu'un CMS ?

Commençons par le début... un système de gestion de contenu (CMS : Content Management System) est une application Web qui utilise une base de données (généralement MySQL) ou d'autres méthodes pour créer, modifier et stocker du contenu HTML. Le contenu est créé et édité sur le web dans une partie de l'application Web (dénommé Backend).

Le contenu obtenu est ensuite affiché pour les internautes sur le site régulier (dénommé Frontend).

Pourquoi devrais-je utiliser un CMS pour mon site ?

Avec un CMS, vous serez autonome dans la gestion et la mise à jour des contenus de votre site web.

Il y a plusieurs raisons d'utiliser un système de gestion de contenu, mais la principale est de rendre la création et l'édition de contenu simple et facile.

Le contenu dont vous avez besoin sur un site web peut se limiter à du texte ou des images, mais parfois vous pouvez devoir gérer des contenus plus complexes comme des formulaires de contact ou un système d'authentification des utilisateurs du site. L'astuce consiste à trouver le CMS qui fournit la bonne fonctionnalité sans sacrifier la facilité d'utilisation pour vous-même ou les administrateurs du site.

Qu'est-ce qu'un bon CMS ?

Les principaux atouts d'un bon CMS sont les suivants :

- Installation rapide et facile
- Interface d'administration simple
- Ajout rapide et aisé de fonctionnalités supplémentaires
- Communauté d'utilisateurs active.

N'oubliez pas que le but principal d'un CMS est de permettre une gestion simple et intuitive des contenus, sans sacrifier l'expérience utilisateur à la fonctionnalité.

Il existe 3 grands CMS gratuits et semblables : Drupal, Joomla et WordPress.



Pourquoi nous avons choisi d'utiliser WordPress ?

Connu à l'origine comme moteur de blogs, WordPress a beaucoup évolué depuis sa création en 2003 et il est devenu le CMS le plus employé dans le monde.

WordPress est aujourd'hui un CMS si complet qu'il permet de gérer pratiquement tous types de projets web, du site institutionnel ou « vitrine » au portail d'information, en passant par le site e-commerce.

L'un des principaux atouts de WordPress est qu'il sépare totalement la présentation (aspects graphiques du site) du contenu. Dès lors, il est facile de changer et de faire évoluer, soit la charte graphique du site, soit la structure du contenu.

Pour les administrateurs d'un site, les principaux intérêts de WordPress sont les suivants :

- WordPress est extrêmement simple d'utilisation. Il peut être très rapidement configuré et son ergonomie est particulièrement intuitive.
- WordPress est reconnu comme l'un des outils les plus efficaces pour le référencement dans les moteurs de recherches. Son code source est notamment optimisé à chaque mise à jour et la gestion des permaliens, des catégories et tags en est facilitée. Une bonne utilisation des balises permet aussi de booster le référencement. Le site conçu sous WordPress peut par ailleurs être agrémenté d'extensions SEO performantes spécialement conçues pour la plateforme.
- Grâce à une très large communauté d'utilisateurs et de développeurs, ce CMS Open Source fait l'objet depuis plus de 10 ans d'évolutions techniques et fonctionnelles constantes.

4. Installer WordPress

a. Présentation du CMS WordPress

WordPress a vraiment tout ce qu'il faut pour faire le bonheur des utilisateurs débutants et perfectionnés qui désirent créer et gérer leur propre site Web, alors, qu'auparavant, ils devaient se rabattre sur des logiciels privés ou des éditeurs web complexes et onéreux qui exigent la maîtrise des langages de programmation HTML et CSS. Avec WordPress, vous avez un logiciel de gestion de

contenu facile à télécharger, qui propose des thèmes élégants. D'autre part, WordPress permet la création d'un site structuré sémantiquement (c.-à-d. par référencement), ce qui rend l'exploration des moteurs de recherche aisée. Il possède une excellente plate-forme adaptée à toutes sortes de réalisations – de simples blogs aux sites et plateformes élaborées. Ses limites ne dépendent que de la capacité d'imagination des développeurs et des créateurs de thèmes, extensions et contenus.

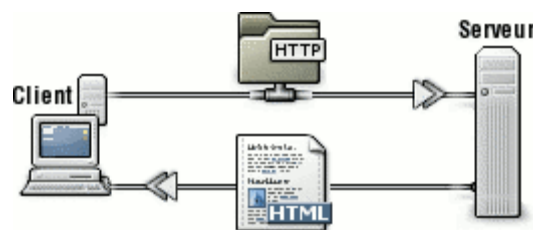
Les points forts de WordPress :

- 1- Il est facile à apprendre et à administrer.
- 2- Il est solide et relativement affranchi de bugs.
- 3- Il est utilisé par des millions d'individus à travers le monde.
- 4- Il est très performant et capable de répondre à des besoins variés.
- 5- Il est simple et souple – ce qui fait le bonheur des développeurs.
- 6- Il possède une gamme extrêmement riche de thèmes et plugins (extensions) gratuits ou payants, qui ajoutent des fonctionnalités et donnent du style à votre site.
- 7- Il propose un éventail de plugins qui ajoutent de nouvelles caractéristiques et astuces à votre site.
- 8- Il donne grande liberté opérationnelle à l'utilisateur relativement compétent en HTML, CSS et PHP.

Site Internet statique vs sites internet dynamique

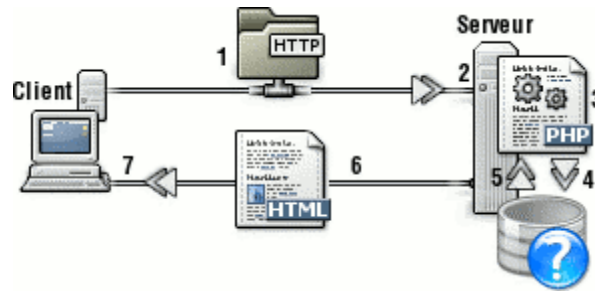
Schéma d'une requête statique

Ce premier schéma montre le fonctionnement simple d'un serveur HTTP qui " sert " une page html sous la demande du client. Dans un premier temps, le client accède à une ressource disponible sur le serveur en entrant l'adresse (URL) dans son navigateur. Le serveur HTTP va alors rechercher le fichier dans son arborescence et se contenter de l'envoyer en réponse au client. La charge reste alors au client d'interpréter avec l'aide de son navigateur les balises HTML, les scripts client (par exemple Javascript). Si le code HTML fait appel à des images, il faudra à nouveau les chercher sur le serveur.



Fonctionnement du module PHP pour un site dynamique

Ci-dessous le processus a lieu en plusieurs étapes. Comme lors de l'exemple précédent, le client envoie une requête au serveur sous la forme d'une URL avec éventuellement un passage de paramètres (1). Le serveur commence par vérifier si la page demandée dépend du module php ou est statique (2). S'il s'agit d'une page php, le script est alors interprété par le moteur (3) qui peut éventuellement envoyer une requête vers un serveur de base de données (4) tel que MySQL par exemple. Celui-ci lui renverra alors les données demandées afin de terminer l'interprétation du script (5). Au final, il générera une page statique (6) du même type qu'une page html pouvant être interprétée par le navigateur du client (7).



Du coup, rapidement WordPress est :

- né en 2003 et a immédiatement été mis à la portée de tous
- libre (open source) + gratuit
- distribué sous la licence GPL (General Public Licence)
- une création de Matt Mullenweg et Mike Little
- géré aujourd'hui par la Fondation WordPress
- toujours le logiciel de CMS/SGC (système de gestion de contenu) le plus populaire
- offert sous le modèle d'affaires Freemium (Free + Premium)
- est disponible en ± 40 langues

b. Logiciels indispensables

Voici les 5 choses pour créer votre site WordPress :

1. Nom de domaine
2. Hébergeur supportant le PHP.
3. WordPress
4. Base de données MySQL
5. Thème WordPress et plugins (optionnel)

Quand je parle d'hébergeur, cela veut dire un espace de stockage mais surtout un serveur web. Pour un projet en local ou une phase de développement, il est possible d'installer sur un ordinateur un serveur web Apache et une base de données MySQL pour pouvoir développer en local. Par exemple : XWAMP, WAMP ou EsayPHP.

Ensuite il nous faudra un éditeur de texte (comme [NetBeans](#)) et un navigateur internet.

c. Télécharger WordPress

Là rien de bien compliqué, il suffit de se rendre sur la version française de Wordpress.org pour télécharger la dernière version du CMS : <https://fr.wordpress.org/>

d. Installer WordPress de façon fiable et sécurisé

Petit rappel, WordPress se targue d'être célèbre pour son installation en 5 minutes ! Au préalable, vous devez posséder d'un hébergement avec base de données et PHP, voici les minimas requis :

- HP en version supérieure ou égale à 5.6
- MySQL en version supérieure ou égale à 5.6
- Apache avec le module mod_rewrite.

✓ Extraction et arborescence

Une fois l'archive récupérée sur l'ordinateur, il suffit de l'extraire directement dans le répertoire `www` de son hébergeur via son client FTP favoris (Filezilla).

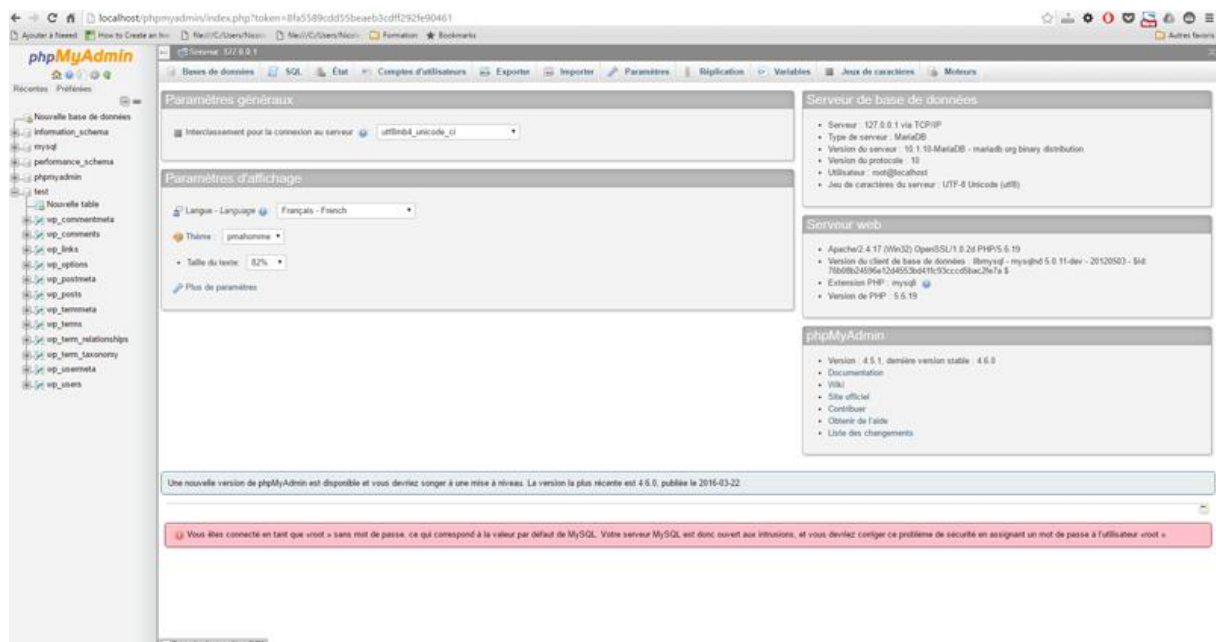
- Si vous souhaitez placer WordPress à la racine de votre domaine (par exemple `http://www.monsite.com/`), déplacez tout le contenu du répertoire WordPress décompressé (en excluant le répertoire lui-même) à la racine de votre serveur (généralement `www` ou `web`).
- Si vous souhaitez placer votre installation de WordPress dans un sous-répertoire de votre site Web (par exemple `/monsite.com/blog/`), renommez le répertoire WordPress avec le nom que vous avez choisi pour le sous-répertoire et déplacez vers votre serveur.

Pour une utilisation en local le procédé est le même : décompresser l'archive dans le répertoire `www` de votre machine.

✓ Mise en place de la base de données

WordPress étant un CMS, reposant donc sur le principe de site dynamique, il faut mettre en place la base de données de type MySQL. Inutile de s'embarrasser à savoir comment WordPress gère sa base, ce n'est pas le plus important. Il faut simplement créer une base dans laquelle WordPress puisse créer les tables dont il aura besoin, et si possible un accès spécialement dédié à cela, c'est-à-dire un login/mot de passe pour l'accès à la BDD qui soit dédié à WordPress.

L'outil le plus commun pour la gestion de base de données MySQL est PhpMyAdmin.



Il va donc falloir créer une base de données via l'interface administrateur de votre hébergeur pour ensuite récupérer les informations de base de données qui seront utilisées par WordPress. A savoir : le nom de la base de données, l'identifiant, le mot de passe et l'hôte de la base de données.

Pour une utilisation en local, il suffit de se rendre sur donc sur <http://127.0.0.1/phpmyadmin>

Le couple Login/mdp par défaut est :

Login : root

Mot de passe : (vide) ou root

Il y a donc 2 possibilités : garder cet accès « root », ou créer son propre utilisateur. Pour des raisons de facilité nous n'allons pas créer d'utilisateurs.

✓ Lancer l'installation

Une fois la base créée et les infos de base de données récupérées, nous pouvons passer à l'installation de WordPress. Pour cela lancer le script d'installation en ouvrant l'adresse de WordPress dans votre navigateur Web préféré.

Pour une installation en local, il suffit de se rendre à l'adresse : <http://127.0.0.1/nom-repertoire>



Une fois appuyé sur « C'est parti ! », le processus d'installation commence.

Il nous faut saisir les détails de connexion à votre base de données. Toutes les informations relatives à la base de données sont celles fournies par l'hébergeur ou créées en local.

Le préfixe de table proposé wp_ est généralement conservé, il est conseillé de le changer (selon votre convenance) pour des raisons de sécurité. Le préfixe de table est aussi utile lorsque l'on veut héberger plusieurs WordPress sur la même base de données.



Vous devez saisir ci-dessous les détails de connexion à votre base de données. Si vous ne les connaissez pas, contactez votre hébergeur.

Nom de la base de données	<input type="text" value="wordpress"/>	Le nom de la base de données dans laquelle vous souhaitez installer WordPress.
Identifiant	<input type="text" value="utilisateur"/>	Votre identifiant MySQL
Mot de passe	<input type="text" value="mot de passe"/>	...et son mot de passe MySQL.
Adresse de la base de données	<input type="text" value="localhost"/>	Ce localhost ne marche pas, demandez cette information à l'hébergeur de votre site.
Préfixe des tables	<input type="text" value="wp_"/>	Si vous souhaitez faire tourner plusieurs installations de WordPress sur une même base de données, modifiez ce réglage.

Une fois ces informations validées, WordPress confirme qu'il a pu créer le fichier de configuration et que l'installation va pouvoir débuter.



C'est parfait ! Vous avez passé la première partie de l'installation. WordPress peut désormais communiquer avec votre base de données. Si vous êtes prêt(e), il est maintenant temps de...


Une fois l'installation terminée, le système vous propose de saisir les « informations nécessaire ».

C'est sur cette page que nous allons choisir les paramètres importants de notre site :

- Le titre du site: Celui-ci sera indiqué sur les pages que verront vos visiteurs, choisissez le avec soin. Cependant rappelez-vous que vous pouvez le changer à tout moment.
- Le champ identifiant de l'administrateur: Pour des raisons de sécurité, nous vous recommandons de ne pas mettre Admin mais un identifiant un peu plus « complexe ».

- Le champ mot de passe: comme vous l'indique WordPress, doit être au minimum de 7 caractères avec majuscules, minuscules, chiffres et symboles comme ! » ? \$ % ^ &). Notez-le bien car il ne sera pas envoyé dans le récapitulatif par mail. En cas d'oubli, vous pourrez le modifier avec une demande de changement de mot de passe.
- Adresse de messagerie: celle-ci sera l'adresse mail principale de l'administrateur du site. Cependant rappelez-vous que vous pouvez la changer à tout moment.
- Cocher la case apparaître dans les moteurs de recherche: si vous voulez que votre site apparaisse dans les moteurs de recherche comme Google, Bing, Yahoo! etc.

Cliquez ensuite sur installer WordPress.



Bienvenue

Bienvenue dans la très célèbre installation en 5 minutes de WordPress ! Vous n'avez qu'à remplir les informations demandées ci-dessous et vous serez prêt à utiliser la plus extensible et puissante plateforme de publication de contenu au monde.

Informations nécessaires

Veuillez renseigner les informations suivantes. Ne vous inquiétez pas, vous pourrez les modifier plus tard.

Titre du site

Identifiant
Les identifiants ne peuvent utiliser que des caractères alphanumériques, des espaces, des tirets bas ("_"), des traits d'union ("-"), des points et le symbole @.

Mot de passe
Forte
Important : Vous aurez besoin de ce mot de passe pour vous connecter. Pensez à le stocker dans un lieu sûr.

Votre adresse de messagerie
Vérifiez bien cette adresse de messagerie avant de continuer.

Visibilité pour les moteurs de recherche ☒ Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site
Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.

Une fois terminé l'installateur vous rappelle votre identifiant.



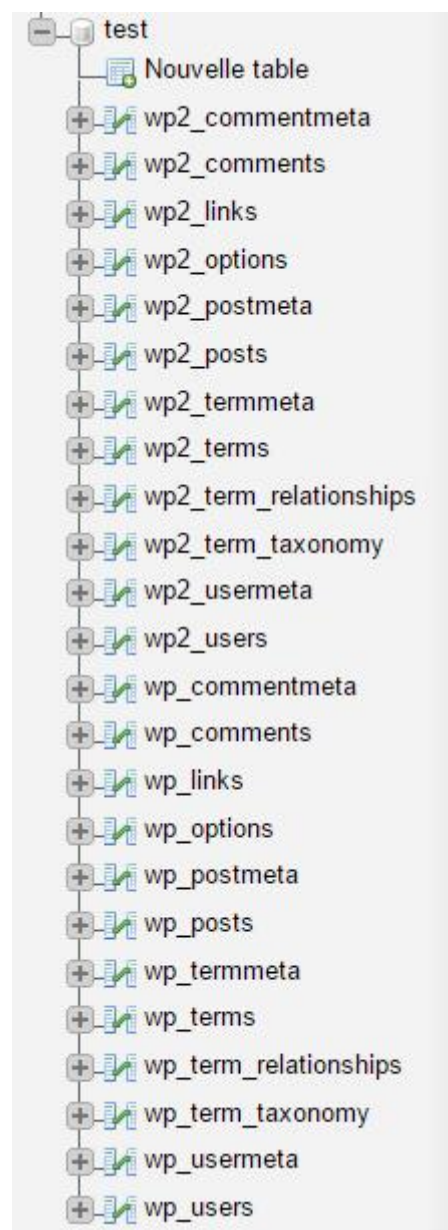
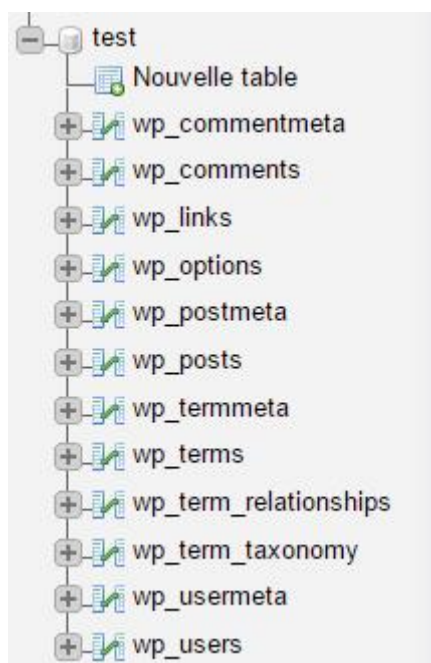
Il est alors possible de se connecter à l'espace d'administration accessible par l'URL

<http://monsite.com/wp-login.php>



Mais avant d'aller plus loin, jetons un œil du côté de la base de données afin de voir ce que l'installateur WordPress a créé !

Petit passage par le PhpMyAdmin pour voir les tables d'une installation simple et d'une double installation sur la même base de données (utile pour héberger deux sites WordPress sur une même base de données).



e. Faire les premiers réglages du système

Maintenant que WordPress est installé et opérationnel, compensons par faire quelques réglages système pour sécuriser tous cela.

✓ **Clés de sécurité**

Depuis WordPress 2.6, il est possible d'améliorer grandement la sécurité de votre blog en ajoutant 4 clés de sécurité générées aléatoirement dans le fichier wp-config.php – fichier qui relie l'installation de WordPress sur le FTP à la base de données MySQL.

Ces clés secrètes auront pour effet de crypter les cookies utilisateur et de renforcer ainsi le niveau de sécurité de votre mot de passe.

Ces fameuses clés secrètes peuvent générées aléatoirement à partir de cette URL :
<https://api.wordpress.org/secret-key/1.1/salt/>

Il n'est absolument pas nécessaire de les retenir. Copiez-les simplement dans le fichier wp-config.php présent à la racine de votre serveur FTP – par défaut, en recherchant les lignes de code suivante :

Vous l'aurez compris, il s'agit là d'un point crucial en termes de sécurité lequel est malheureusement très peu connu des blogueurs sous WordPress.

✓ **Protéger l'accès au wp-config.php via .htaccess**

Ouvrez le fichier .htaccess situé à la racine de votre serveur FTP puis rajoutez la ligne suivante. Elle empêchera un hacker de récupérer votre identifiant et mot de passe en cas de problèmes avec PHP sur le serveur.

```
<FilesMatch ^wp-config.php$>  
  deny from all  
</FilesMatch>
```

✓ **Bloquer la navigation de vos dossiers WordPress**

Par défaut, n'importe qui peut accéder au contenu de vos dossiers par défaut – comme /wp-content ou /wp-content/uploads/, via un simple navigateur. N'importe quelle personne mal avisée peut donc afficher le contenu de ces répertoires susceptibles de contenir des données personnelles. Régions ce problème de sécurité sans plus tarder en intervenant dans le .htaccess.

Éditez encore une fois le fichier .htaccess qui est un fichier caché. Utilisez donc les fonctions de votre client FTP pour afficher le contenu masqué.

En fin de fichier, rajoutez la ligne de code suivante :

```
Options All -Indexes
```

Sauvegardez le tout puis testez le bon fonctionnement de l'opération dans un navigateur.

Vos répertoires ne sont désormais plus accessibles en lecture et leur contenu est donc protégé de tout téléchargement. Le visiteur obtient donc une erreur 404 lui informant qu'aucune page de ce type n'existe. Votre sécurité s'en trouve renforcée !

✓ **En conclusion**

Voilà pour bien commencer, il existe encore pas mal de petites choses que l'on peut mettre en place pour sécuriser et améliorer son installation WordPress. C'est le cas entre autre via certains services de l'hébergeur ou avec certains plugins.

5. Utiliser WordPress

Maintenant que notre WordPress est en place, il y a deux parties bien distinctes :

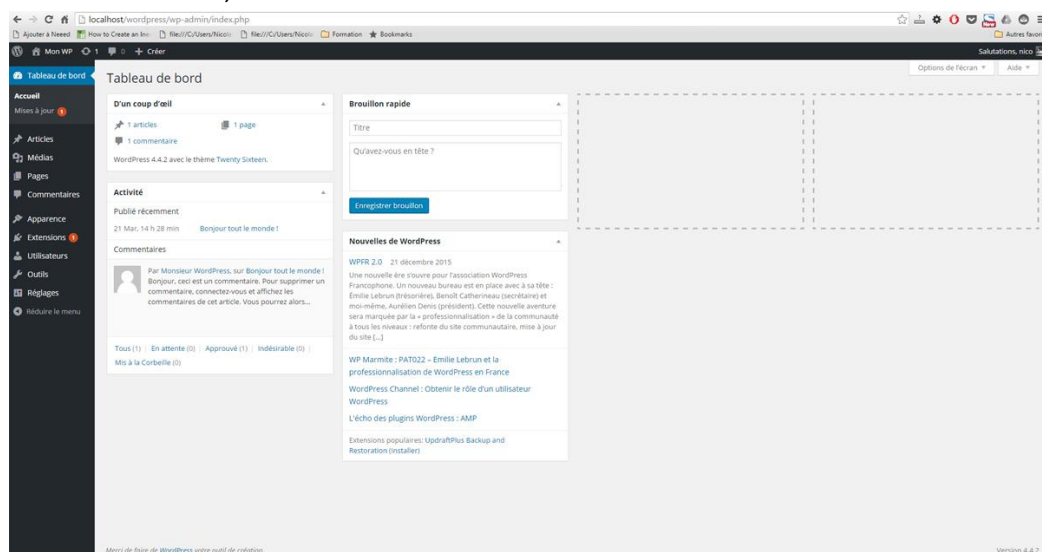
- 1) Le « Front Office » : La partie publique et en ligne du site. Par défaut et pour débiter WordPress utilise l'un de ses thèmes par défaut (Twenty Sixteen). Ce Front Office est accessible via l'URL du site web ou l'adresse choisi en local.
- 2) Le « Back Office » : La partie privée du site. L'interface d'administration.

a. *Comprendre et utiliser l'interface d'administration (tableau de bord)*

Pour vous connecter à l'interface d'administration également appelée « Back Office » il vous suffit d'ajouter /admin à l'adresse de votre site web. Vous serez alors redirigé vers le module de connexion.



Une fois connecté, vous arrivez sur le « tableau de bord » de votre WordPress.



Dans la colonne de gauche se trouve le menu de navigation permettant d'accéder aux différentes fonctionnalités de gestion du site. Dans le coin supérieur gauche se trouve le titre de votre site accompagné d'un pictogramme de maison, ce bouton vous permet d'accéder à l'interface publique de votre site (« Front Office »). Votre identifiant est affiché dans le coin supérieur, en cliquant sur celui-ci vous pouvez vous déconnecter ou modifier votre compte. La partie centrale de la page « Tableau de bord » vous donne un aperçu de l'activité du site et vous donne accès à différentes fonctionnalités.

A noter la version de WordPress affichée dans la partie inférieure droite.

✓ **Menu de gauche**

- Articles : Permet de gérer les articles de blog.
- Médias : Permet de gérer les médias (photos, vidéos, images, PDF ...)
- Pages : Permet de gérer les pages du site.
- Commentaires : Permet de gérer les commentaires. Par défaut, un commentaire n'est pas publié en ligne tant que l'administrateur ne l'a pas validé.
- Apparence : Permet de gérer les différents thèmes et de les personnaliser.
- Extensions : Permet de gérer les plugins.
- Utilisateurs : Permet de définir les utilisateurs du blog (membres comme administrateurs)
- Outils : Différent réglages, comme l'import/export
- Réglages : Titre du blog, type de lien...

b. Définir les options générales

Avant toute chose il est important de faire quelques réglages initiaux aussi tôt que possible lors de la mise en place d'un site WordPress.

1. La visibilité du site pour les moteurs de recherche

Ce réglage permet d'empêcher l'indexation d'un site par les moteurs de recherche. Votre site n'apparaîtra donc pas dans les résultats de recherche Google. Attention à ne pas oublier de changer ce réglage lorsque vous finissez la phase développement...

Pour cela, WordPress met en place la balise meta Robots comme ci-dessous

```
<meta name='robots' content='noindex,follow' />
```

2. La structure des permaliens

La structure choisie pour les permaliens de votre site aura un impact important sur le placement de votre site dans les résultats de recherche. En effet, la structure simple – `monsite.com/?p=123` – ne contiendra pas de mot clé relatif à l'article.

Dans la page de configuration Réglages → Permaliens, vous pouvez choisir une structure parmi les "réglages les plus courants" proposés.

La structure recommandée par certains experts de SEO est la plus simple : *Nom de l'article*.

Ainsi le permalien de votre article va ressembler à monsite.com/recette-tarte-aux-pommes – il sera à la fois plus parlant pour l'utilisateur, et plus pertinent pour l'indexation par les moteurs de recherche.

3. Commentaires ouverts ou fermés

Décidez si les articles de votre site permettront généralement des commentaires, ou pas.

Cette option se trouve dans Réglages → Discussion, et s'intitule Autoriser les lecteurs à publier des commentaires sur les nouveaux articles. Par défaut, les commentaires sont ouverts sur tous vos articles – ainsi que sur les pages de vos images et fichiers attachés.

Désactivez ce réglage si vous ne souhaitez pas ouvrir les commentaires sur tous vos articles.

Attention : l'effet de ce réglage n'est pas rétroactif. Les articles déjà publiés ne seront pas affectés.

4. Les formats d'images

Configurer les formats des versions miniatures, moyennes et grandes de vos images. Ce réglage se trouve sous Réglages → Médias. Les dimensions idéales vont varier en fonction du thème que vous utilisez.

c. Ajouter et gérer les extensions (plugins)

Extension et Plugin, c'est la même chose ! Extension étant le terme francophone approprié pour désigner ces « Outils » qui viendront remplir différentes fonctions sur le Blog/site WordPress.

✓ Qu'est-ce qu'une extension ?

Une extension est un « module » (un package de fichiers) qui sera ajouté à une installation WordPress afin d'enrichir et/ou d'ajouter une ou plusieurs fonctionnalités au système sans pour autant l'alourdir et diminuer ses performances.

Les extensions sont pour la plupart 100% gratuites. On peut retrouver la plupart d'entre elles directement sur le catalogue (repository) du site officiel de WordPress.org. D'autres sont payantes et peuvent par exemple être consultées et achetées sur des boutiques dédiées en ligne comme : CodeCanyon.net.

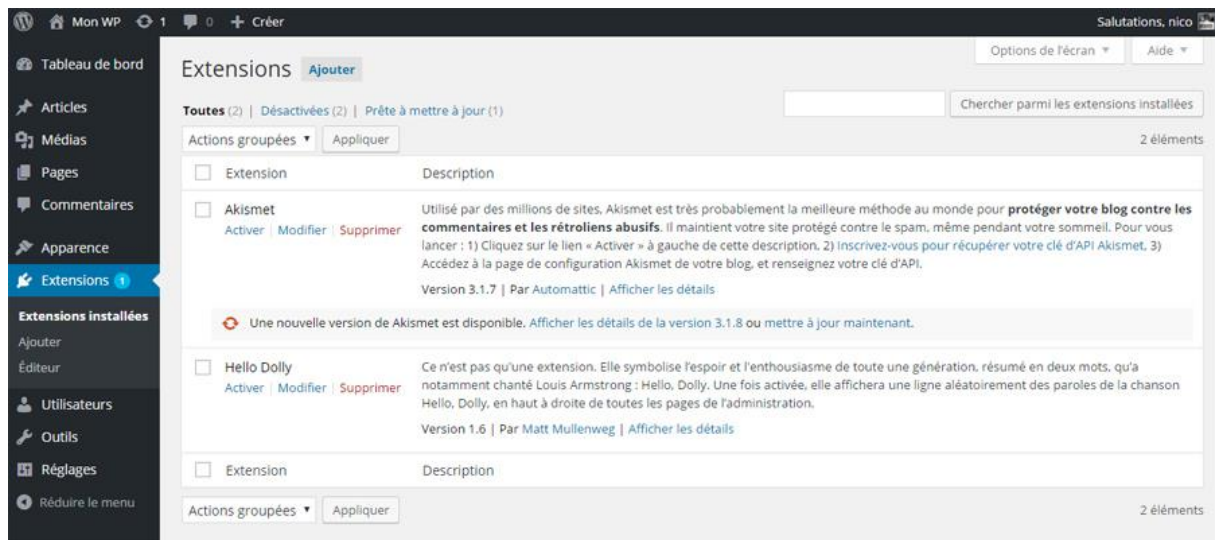
Ainsi, l'extension peut remplir différentes fonctions comme par exemple une :

- Fonction visuelle comme afficher des icônes de réseaux sociaux et partages sur ceux-ci.
- Fonction de sécurité pour protéger le site.
- Fonction de sauvegarde du Blog (Base SQL et/ou totalité des fichiers du site/Blog).
- Fonction d'optimisation : vitesse d'affichage, référencement...

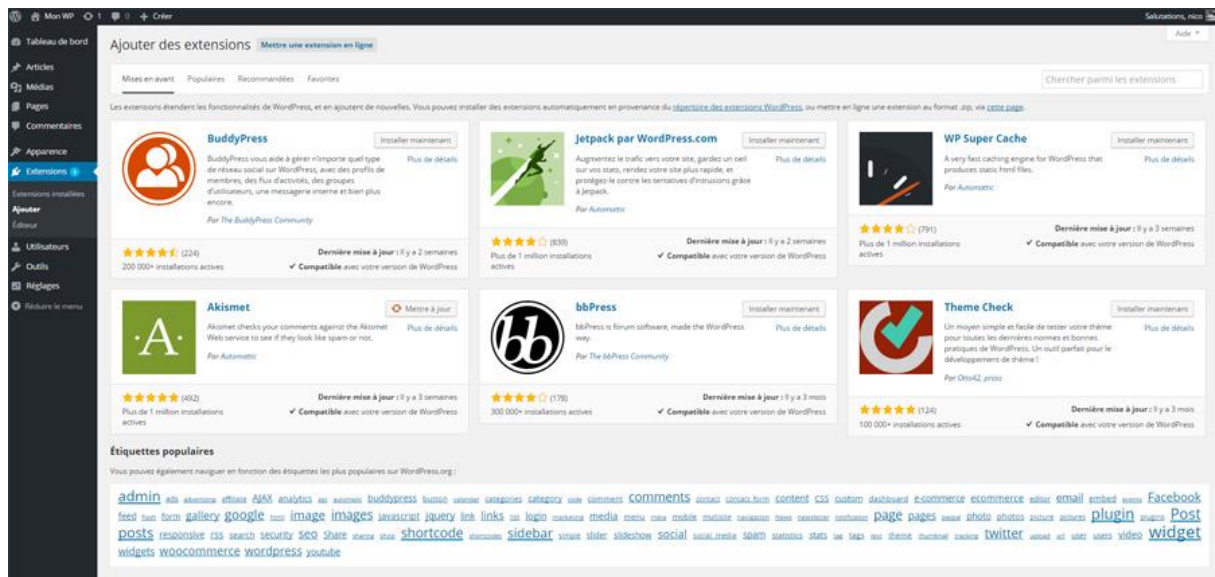
✓ Comment ajouter/installer une extension ?

Le processus est relativement simple et intuitif. Il suffit de se rendre dans le menu latéral gauche et de survoler le menu « Extensions ».

En cliquant sur Extensions installées, on se retrouvera sur la page listant toutes les extensions installées sur le blog, qu'elles soient activées ou non. Il sera possible via cette page, d'activer une extension, de la désactiver, d'accéder à ses réglages pour certaines... En somme cette page permet d'avoir une vision globale de toutes les extensions en place sur un blog et de les gérer.



Pour ajouter une nouvelle extension il suffit de cliquer sur « Ajouter ». Cela nous envoie alors vers le Catalogue d'extensions gratuites de WordPress.



Sur cette page, on peut consulter les Plugins mis en avant, ceux qui sont recommandés mais aussi ceux qui sont populaires. Sur cet aperçu, on peut par exemple apercevoir bbPress qui sert si installé et activé, à monter un forum, tandis que Jetpack est un plugin multifonctions

qui affichera des statistiques (environ 30 fonctionnalités disponibles, enfin on aperçoit aussi Akismet qui sert à bloquer les commentaires de type Spam.

Enfin, un menu de recherche en haut à droite permettra de trouver une extension par son nom ou par mot clé. Ainsi, pour installer le plugin attendu, il suffira alors de le rechercher de façon à ce qu'il s'affiche sur la page.

Après avoir trouvé et/ou choisi l'extension nécessaire, il faut simplement cliquer sur le bouton « Installer maintenant » de la vignette. Une fois l'installation terminée et bien installée, il suffit de l'activer en cliquant sur le lien « Activer l'extension ».

Comme vous pouvez le voir, il est relativement simple et rapide d'ajouter un nouveau plugin sur un WordPress. En revanche, pour certaines extensions, cela sera suivi d'une configuration du plugin en question. Certaines extensions sont en effet assez complexes à paramétrer.

En parallèle, il est aussi préconisé de se renseigner sur une extension avant de l'installer dans un élan d'enthousiasme parce celle-ci remplit a priori une fonction très très utile. Si des extensions sont populaires et largement sûres, d'autres en revanche sont lourdes, ne sont plus mises à jour etc...

Ainsi, avant toute installation, n'hésitez pas à vous informer sur une extension, sur sa popularité, sur la date de sa dernière mise à jour, sur les recommandations qui sont faites (ou non) quand à celle-ci.

✓ **Installer une extension depuis un site extérieur !**

Mais parfois, le catalogue de plugins officiel WordPress ne suffit pas. C'est le cas pour des extensions bien spécifique ou des extensions payantes. Dans ces cas-là, il faut passer par le menu « Ajouter » de la partie « Extensions ». Le système vous invite ensuite à aller chercher sur son ordinateur, le fichier zippé de l'extension préalablement téléchargé sur le site tiers, et à cliquer sur le bouton « Installer maintenant ».

Pour fini, le scénario est identique à l'installation cité plus haut : WordPress confirmera la bonne installation du Plugin, qu'il faudra alors activer, puis configurer selon le plugin choisi.

✓ **Désinstaller une extension**

Maintenant que vous savez installer une extension, il est utile de savoir la désinstaller. Note : Inutile de garder une extension que vous n'utilisez plus.

D'abord la désactivation et ensuite la suppression.

Pour cela vous pourrez vous rendre sur votre page d'extensions installées de votre Blog et cliquer sur Désactiver :



Enfin, il suffira de faire Supprimer :

☐ Akismet
[Activer](#) | [Modifier](#) | [Supprimer](#)

Pour finaliser la totale suppression, après le clic sur Supprimer, on validera comme suit :



WordPress moulinera quelques secondes le temps de retirer les fichiers du serveur et du Blog. La désinstallation sera alors terminée.

✓ **Les plugins indispensables...**

Bien évidemment les plugins indispensables vont dépendre de vos objectifs ! Mais quels qu'ils soient, un minimum de précautions est à connaître lors de l'installation de WordPress.

Exploitation des cookies : être en conformité avec la loi

À partir du moment où vous exploitez les cookies générés lors de la visite d'un internaute, il est nécessaire de mettre en place un plugin d'avertissement. La loi sur les cookies est assez récente. D'ailleurs, je vous invite à consulter cette page officielle de la CNIL.
<http://www.cnil.fr/vos-obligations/sites-web-cookies-et-autres-traceurs/que-dit-la-loi/>

Le plugin **Cookie Notice** vous permettra de vous mettre en conformité avec la loi.



Assurez son référencement

Ça y est, vous avez mis en place votre beau site WordPress, mais vous avez souvent entendu parler de SEO (Search Engine Optimization). Cette vaste notion regroupe une myriade de techniques pour tenter d'améliorer votre référencement.

Or, que serait un site sans optimisation pour les moteurs de recherches ?

Dans ce domaine 2 plugins sont au top : **Yoast SEO** et **All In One SEO Pack**



Les statistiques de consultation

Une extension pour afficher et visualiser les statistiques de Google Analytics afin d'avoir un œil sur les visites et les pages vues directement dans le tableau de bord de votre site web.

Pour cela, il suffit d'installer : **Google Analyticator**



Se protéger su SPAM !

Qui n'a pas été victime de spam en tant que simple internaute ? Personne, j'imagine. En complément de la sécurité sous WordPress, voici un plugin qui a fait des preuves : Akismet. Que ce soit pour les commentaires ou autres formulaires de contact. Installé par défaut avec WordPress.



En parlant de formulaire.

Justement concernant les formulaires de contact, le plugin **Contact Form 7** permet de mettre en place des formulaires de façon simple et rapide.



Pensez à faire des sauvegardes !

Pour ceux et celles, qui ont du mal à sauvegarder régulièrement leur site ou blog WordPress via un client FTP et l'interface de gestion de base de données, je vous suggère d'installer le plugin **BackWPup**.



✓ **Pour aller plus loin...**

Evidement la liste des extensions « indispensables » peut augmenter en fonction des besoins de chaque webmaster et de chaque projet web.

Pour la mise en place d'un système de vente en ligne avec boutique et panier, le plugin **Woocommerce** s'adaptera dans la majorité des cas. Cependant, pour répondre à toutes demandes éventuelles, certaines extensions seront payantes. Pour la vente de produits dématérialisés (téléchargement), on peut installer **Easy Digital Download**. Pour la gestion d'évènements via un calendrier ou un agenda, l'extension **The Events Calendar** saura certainement s'adapter à la plus parts des besoins. Pour la mise en place d'un système de newsletter, pourquoi ne pas utiliser l'extension **Mailchimp pour WordPress** ?

On peut aussi utiliser des extensions afin d'optimiser son site et le rendre plus rapide avec des systèmes de cache comme **WP Super Cache** ou **WP Rocket** (payant).

Vous pouvez aussi renforcer la sécurité avec certaines extensions. Comme **Login Lock Down** qui bloque les tentatives répétées d'une même adresse IP lors de la connexion à l'admin du site. Ou **IThemes Security**, LE Plugin de Sécurité WordPress le plus complet pour protéger votre site : protège contre des attaques de type « Brut Force », limiter l'accès aux fichiers sensibles du type wp-config, htaccess, etc, efface la version de WordPress du code source de vos pages web, change le préfix des tables de la base de données et peut même programmer des sauvegarde. Ajoutez à cela le plugin **Wordfence** qui à la manière d'un antivirus et d'un firewall sur PC, va par exemple vous permettre de scanner tous les fichiers du thème, du CMS et des plugins afin de détecter le moindre code malveillant. Il permet également de surveiller votre trafic en temps réel, d'imposer aux users de votre blog la définition de mots de passe TRES sécurisés, de mettre en place un système d'authentification à deux niveaux... en gros, de blinder votre site.

Gratuit, Premium et Freemium !

Attention, il existe un grand nombre de plugins gratuits et de plugins payants (Premium) mais il existe aussi des extensions dites **Freemium** : le plugin est mis gratuitement à disposition mais certaines fonctionnalités sont bridées, et il faudra les acheter pour les débloquent !

Note importante : Soyez prudents avec les plugins. Il en existe une pléthore pour qui peuvent vous aider à étendre les fonctionnalités de votre site, mais l'utilisation massive de plugins, parfois mal programmés et non testés finissent par aboutir à des résultats négatifs.

Dans tous les cas, si vous utilisez un ou plusieurs plugins avec votre WordPress, n'oubliez jamais d'installer les mises à jour de chaque extension et de toujours vérifier la compatibilité avec votre système.

6. Thème graphique du site

a. Choisir un thème graphique en adéquation avec son identité visuelle

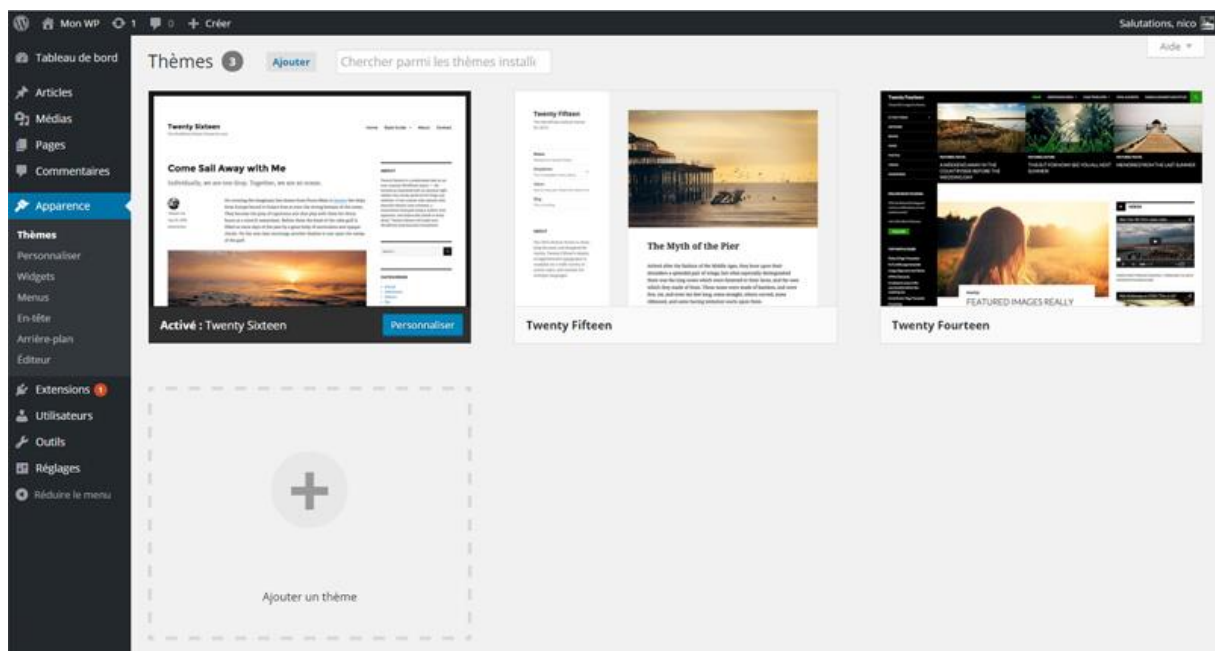
L'un des grands avantages de WordPress est la flexibilité et le grand nombre de thèmes facilement activables pour son site web. Le thème correspond à l'interface graphique de votre site web. Il est composé de fichiers HTML, CSS et d'images. Vous pouvez donc très simplement changer et personnaliser le design de votre site.

Un thème, c'est vraiment ce qui va caractériser l'habillage de votre site. Il en existe des milliers, du gratuit au payant, du mal codé au valide W3C... WordPress propose une gestion très simplifiée de vos thèmes, vous permettant d'en avoir plusieurs et de switcher simplement de l'un à l'autre, sans changer le fond mais simplement la forme.

Il est cependant conseillé de prendre un thème (ou son propre thème) et de se l'approprier (ajouts de widgets, customisation CSS ...) afin d'avoir un site à l'identité propre et remarquable sur le net (pas perdre l'utilisateur à chaque venu s'il voit un blog différent).

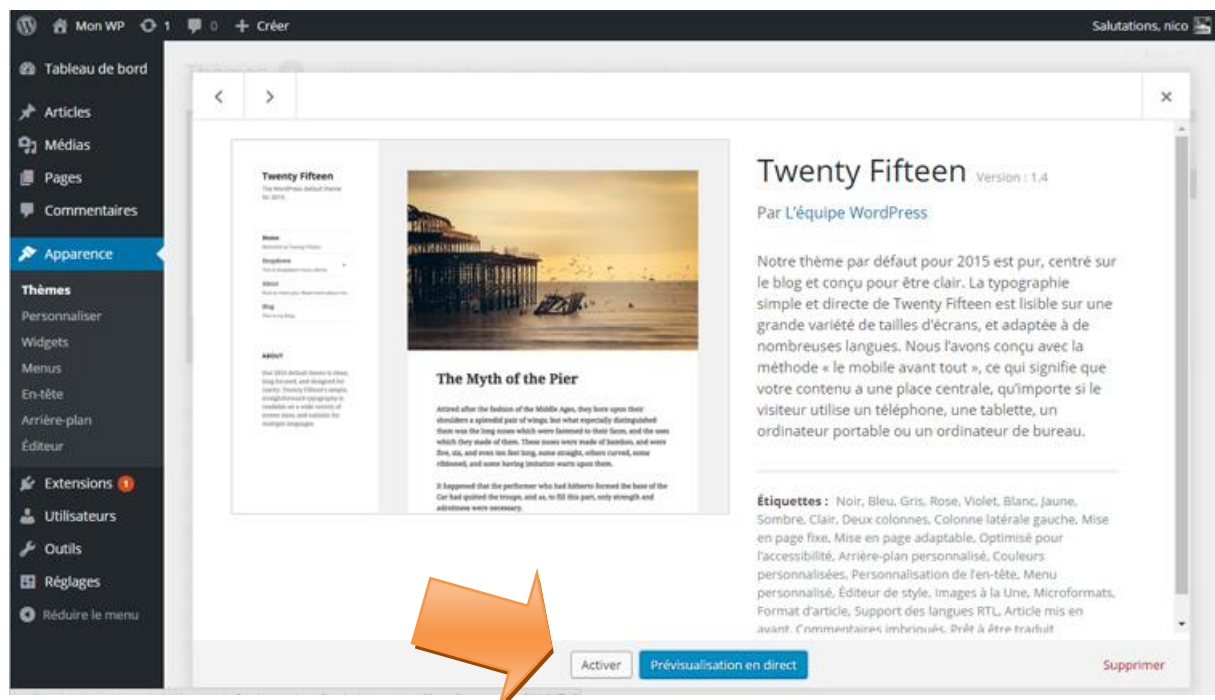
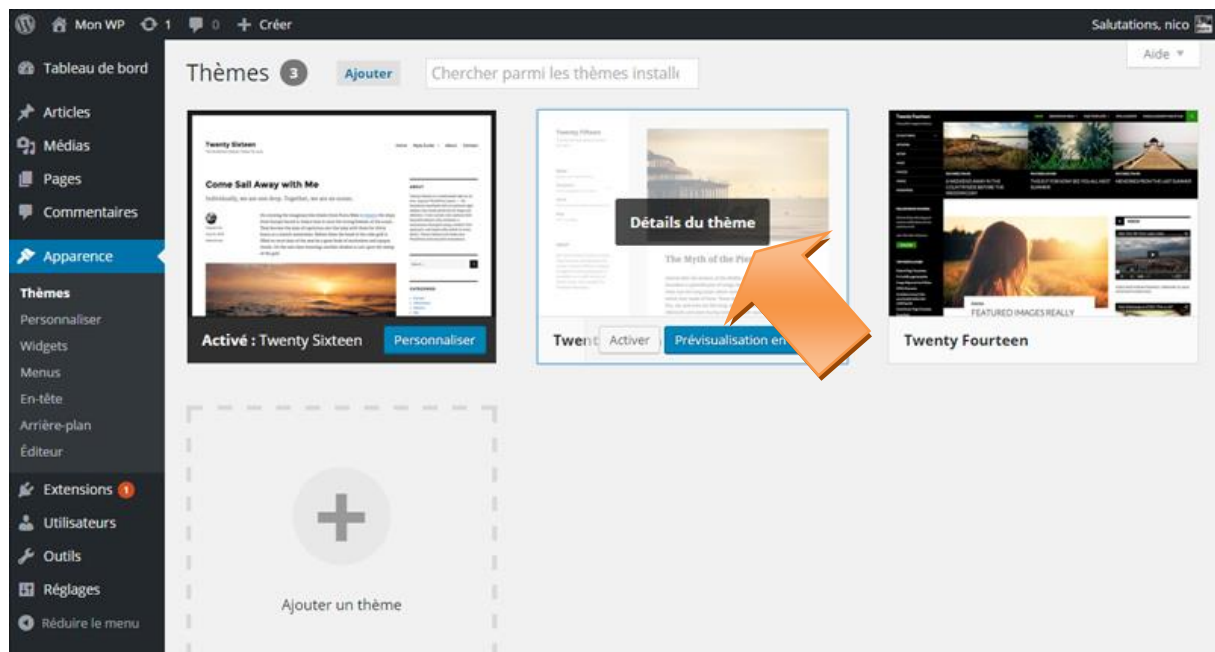
Par défaut, WordPress propose un choix de 3 thèmes : Twenty Sixteen, Twenty Fifteen et Twenty Fourteen.

Il suffit de se rendre dans Apparence → Thèmes pour les découvrir.



Le thème activé par défaut est celui de 2016 (Twenty Sixteen) mais il est très facilement possible de basculer sur l'un des deux autres thèmes en cliquant sur « Détail du Thème » et en appuyant sur le bouton activer.

Créer un site internet avec WordPress



Mais pour avoir un thème bien particulier et répondant à certaines exigences, il faut bien souvent installer un nouveau thème.

Et comme pour les plugins il existe des thèmes gratuits (Free) et des thèmes payants (Premium).

Attention aux thèmes gratuits qui peuvent contenir certains codes malveillants et ainsi permettre d'ouvrir la porte à de nombreuses utilisations : présence de liens cachés (casino en ligne, porn, rencontres en ligne...), installation d'un malware, d'un cheval de troie sur le poste du visiteur...

Bien entendu, cela ne concerne pas tous les thèmes gratuits. Il faut faire preuve de nuances, mais la proportion devient de plus en plus inquiétante. Pour les thèmes gratuits, le meilleur conseil en la

matière est de se rendre sur le site de confiance WordPress.org ou des plateformes connues et reconnues.

Coté Premium, l'avantage est avant tout une question de design et de fonctionnalités beaucoup plus avancées. Parfois certains plugins (Premium) sont même intégrés, apportant une excellente valeur ajoutée au thème.

Autres points positifs des thèmes payants, vous disposez d'une véritable aide en cas de souci technique, que cela soit par l'intermédiaire d'un service client, d'une documentation en ligne, d'une FAQ détaillant tous les problèmes rencontrés ou encore d'un forum actif... Bien entendu, il est toujours possible de se faire aider pour des thèmes gratuits mais cela repose uniquement sur le bon vouloir de la communauté (contrairement aux thèmes payants où l'aide est devenue presque une obligation). Un thème Premium permet de créer pratiquement n'importe quel site, avec une simplicité d'installation, de liberté et d'utilisation.

Pour l'achat d'un thème Premium, je vous conseille de passer par des plateformes spécialisées qui offrent certains services (mise à jour, veille de sécurité, assistance...) :

- [TemplateMonster.com](https://www.templatemonster.com)
- [ElegantThemes.com](https://www.elegantthemes.com)
- [ThemeForest.net](https://www.themeForest.net)

Maintenant à vous de choisir !

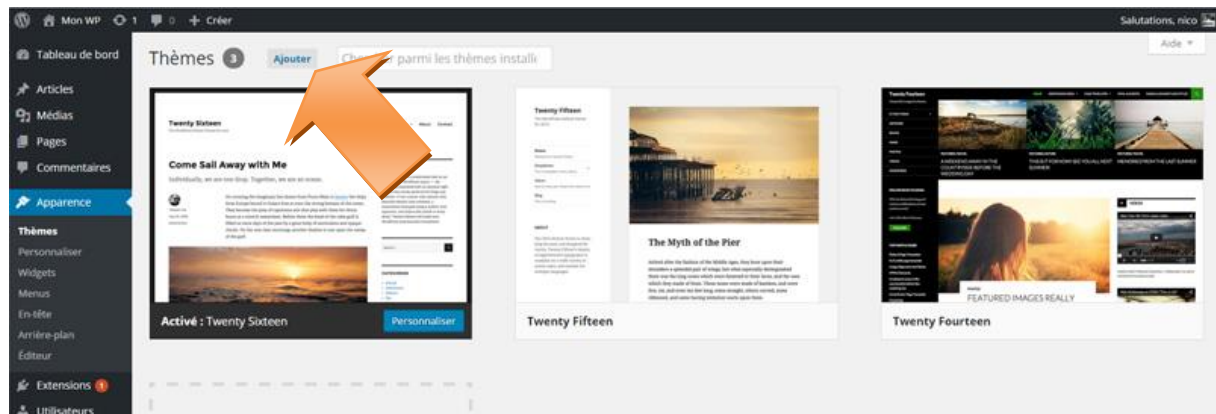
b. Installer un thème graphique ergonomique et responsive design

Une fois que vous avez choisi votre nouveau thème (gratuit ou payant), il faut l'installer sur le système WordPress. Pour cela, vous devez être en possession de votre thème WordPress (gratuit ou premium) au format .zip. Et maintenant que l'archive de votre thème est en votre possession vous avez deux possibilités :

- 1- Envoyer votre thème via le panneau de configuration de WordPress.
- 2- Envoyer votre thème via un logiciel FTP directement sur votre serveur.

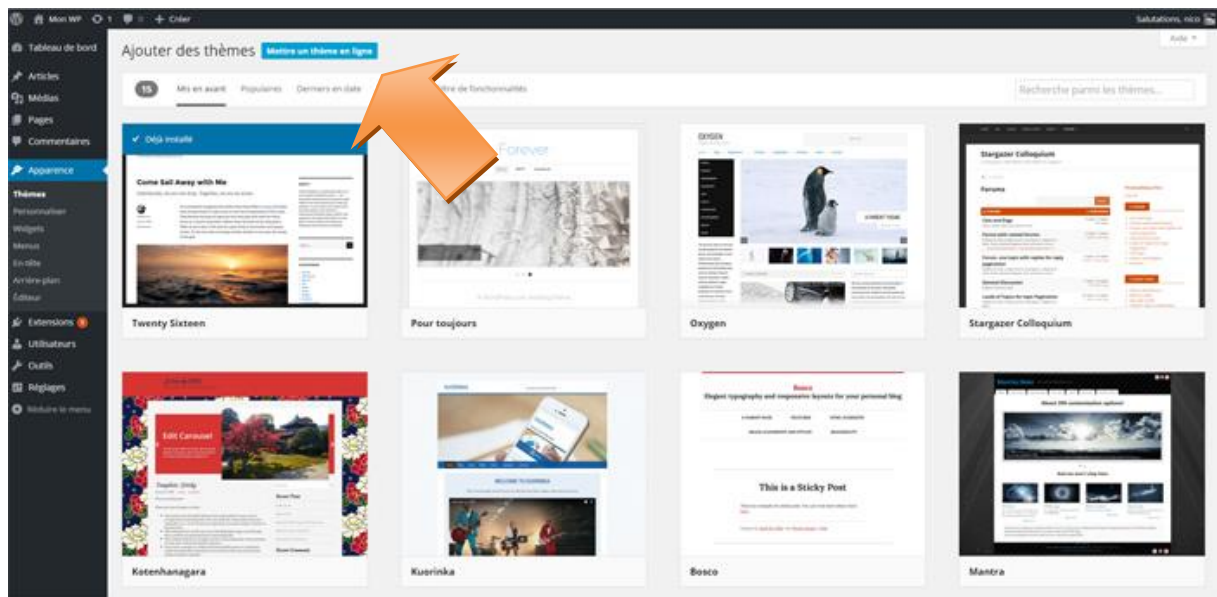
Via le panneau de configuration de WordPress.

C'est la façon la plus simple. Il suffit de se connecter à l'administration de WordPress et de se rendre dans Apparence → Thèmes et de cliquer sur « Ajouter ».

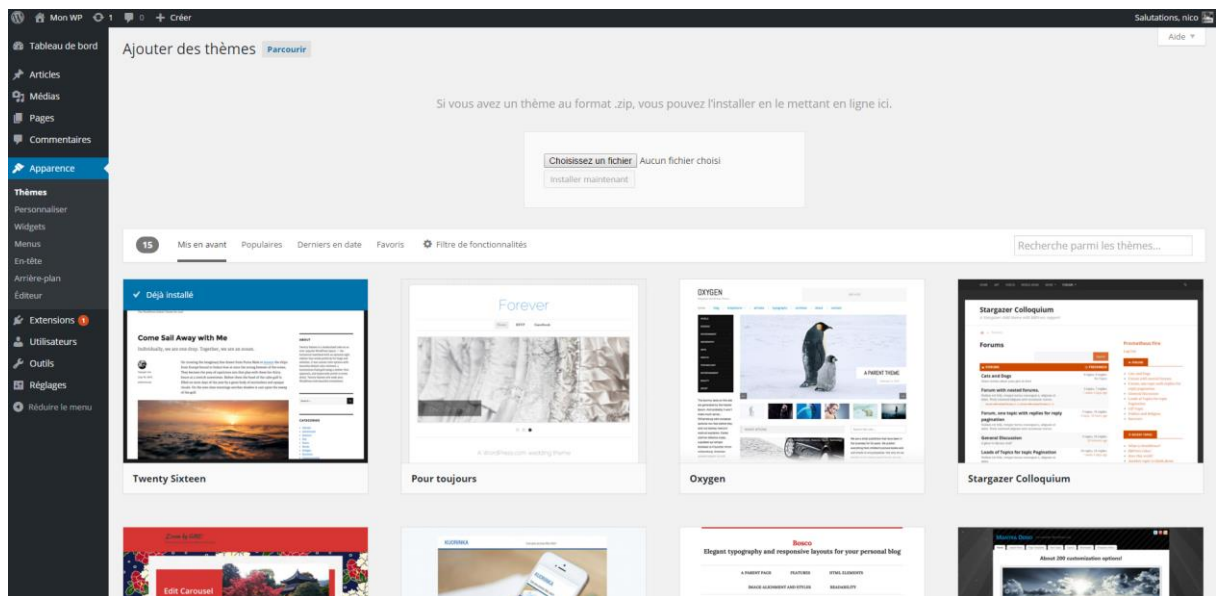


Créer un site internet avec WordPress

Cliquez ensuite sur le bouton « Mettre un thème en ligne »



Allez chercher l'archive de votre thème et cliquez sur « Installer maintenant »



Via un logiciel FTP directement sur votre serveur

Pour cette possibilité, il faut commencer par décompresser l'archive (.zip) de votre thème. Ensuite, il faut se connecter au serveur web via le logiciel FTP et se rendre dans le dossier « wp-content/themes » de votre installation de WordPress.

Il suffit alors d'y déposer le dossier de votre thème. Attendez la fin du transfert et votre thème sera installé.

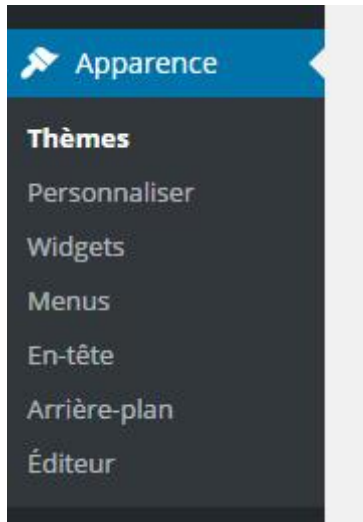
Activer votre thème

Une fois votre thème installé sur le WordPress (via l'administration ou FTP), il reste s'simplement à l'activer.

c. Modifier un thème graphique

Maintenant que votre thème est en place, il serait intéressant de pouvoir le personnaliser.

En général...



La plupart des thèmes sont personnalisables, vous pouvez ainsi modifier certains paramètres de l'interface graphique. Le nombre et le type d'élément personnalisables est variable en fonction de chaque thème. La personnalisation d'un thème se fait à partir du menu « Personnaliser » dans « Apparence ». Là, il est possible de changer un log, modifier les couleurs...

Le sous niveau « Widgets » donne également accès à la modification de zones (barre latérale, pied de page, entête...) et à l'ajout de fonctionnalités. Là encore en fonctions des thèmes les widgets sont plus ou moins nombreux et performants.

Autre partie personnalisable, les menus. WordPress possède son propre gestionnaire de menu qui peut donc être intégré aux différents thèmes graphiques. Ainsi la gestion de tous les menus du site pourra être faite depuis le sous niveau « Menus » de « Apparence ».

En particulier...

Certains thèmes travaillés, entre autres les thèmes Premium, offrent aussi des systèmes de personnalisation ultra complets qui permettent de modifier intégralement le design du WordPress et d'en faire ainsi un thème « unique » !

Editeur en ligne !

Le menu « Apparence » comprend aussi un dernier sous-niveau appelé « Editeur ». Via ce menu, il est possible de modifier en ligne la feuille de style (CSS) du site ainsi que les pages template (php) du WordPress.

Attention lors de certaines modifications, car cela pourrait donner lieu à de drôles de surprises difficilement récupérables !

A noter que pour personnaliser le code (CSS, php...) d'un thème, il est préférable de passer par la création d'un thème enfant (Child Theme).

Un thème « enfant » WordPress, est un thème qui va reprendre exactement les fonctionnalités, le design et la mise en page d'un thème « parent » et permettre d'apporter des modifications à celui-ci sans s'attaquer à son intégrité. Le principal avantage de cette pratique est de rendre les mises à jour du thème « parent » (la plupart du temps) transparentes pour votre site.

d. Traduire un thème

Bien souvent les thèmes sont en Anglais mais la plupart sont conçu pour être traduit. Et pour savoir si votre thème a été conçu pour être traduit, il suffit de trouver si votre thème comporte des fichiers de traduction. De plus en plus de thèmes WordPress premium mais aussi gratuits utilisent ces fichiers qui possèdent une extension en .po et d'autres en .mo.

Ces fameux fichiers po et mo renferment les textes qui sont affichés au sein de votre thème. Ils sont généralement situés dans un dossier intitulé « lang » ou « language » de votre thème. Il arrive également qu'ils soient situés directement dans le dossier de votre thème.

Il est possible qu'un fichier .pot soit aussi présent, nous allons également aborder ce point plus loin dans cet article.

Si vous trouvez ces fameux fichiers, félicitations. Vous allez pouvoir traduire votre thème à l'aide d'un logiciel et gagner un temps précieux.

Votre thème possède un fichier .po

Maintenant que vous avez repéré un fichier .po, il va falloir télécharger un logiciel pour le traduire et ainsi générer une version française.

Ce fichier .po peut s'appeler en_US.po (si votre thème est en anglais américain), en_GB.po (si votre thème est en anglais britannique) ou encore es_ES.po pour de l'espagnol. Il y a d'autres noms possibles, ils correspondent à d'autres langues.

Télécharger le logiciel Poedit.

Installez la version correspondante à votre ordinateur puis lancez le programme.

Ouvrez le fichier .po que vous avez précédemment trouvé. Une fois que vous aurez chargé votre fichier .po, son contenu sera affiché sous forme d'un tableau par Poedit. Vous trouverez le texte en version originale à gauche et la traduction à droite (qui n'a pas été effectuée pour le moment) :

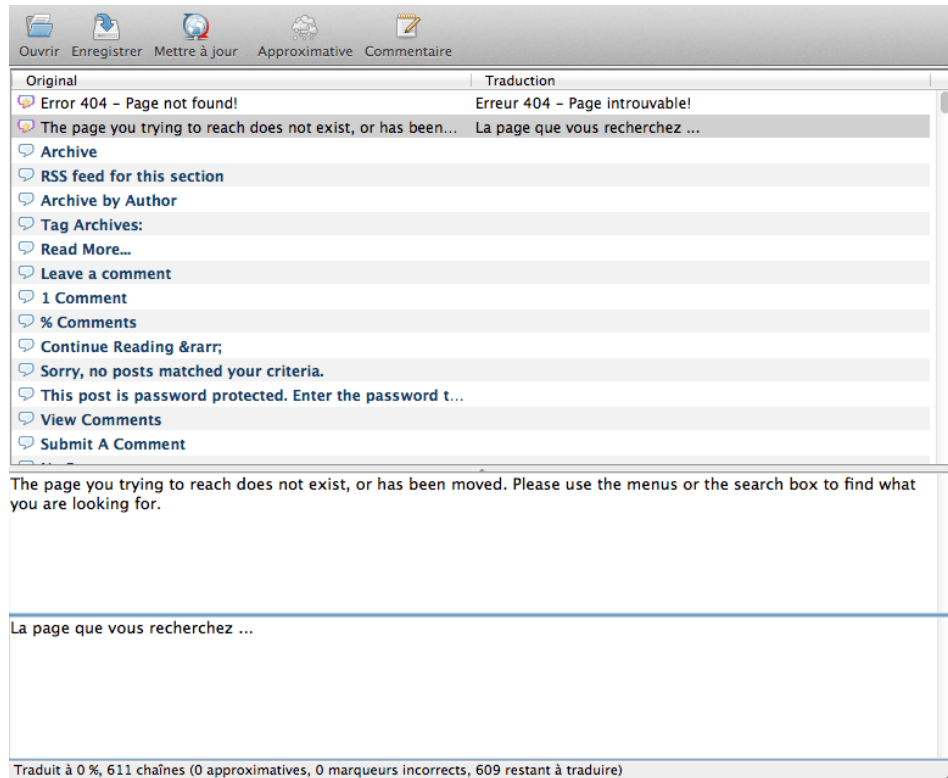


Vous noterez que la ligne sélectionnée est chargée dans la partie inférieure de la fenêtre. Il ne reste plus qu'à traduire chacune de ces lignes une à une.

Créer un site internet avec WordPress

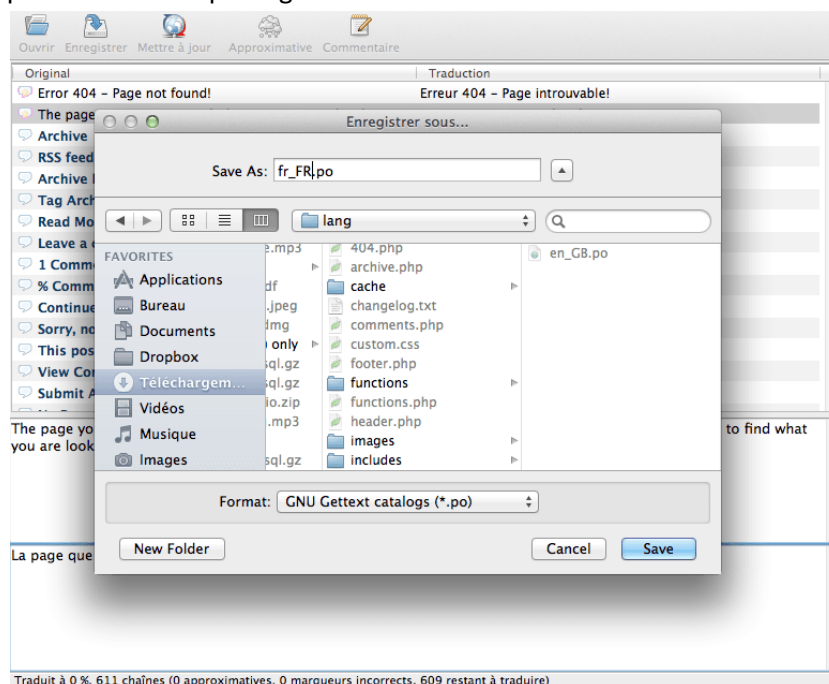
Note : Il arrive que des « % », des mots du style « → » soient présents. Ils correspondent à des nombres (pour pouvoir afficher % commentaires par exemple) et à des caractères spécifiques.

Note 2 : Il peut aussi avoir du code HTML, copiez simplement tous ces caractères et ne remplacez que les textes en anglais par du français.



Une fois que vous aurez traduit toutes ces, il vous faudra enregistrer tout cela dans un nouveau fichier de traduction.

Allez dans Fichier > Enregistrer sous et appelez votre fichier fr_FR.po. Enregistrez votre fichier au même endroit que votre fichier .po original.



Créer un site internet avec WordPress

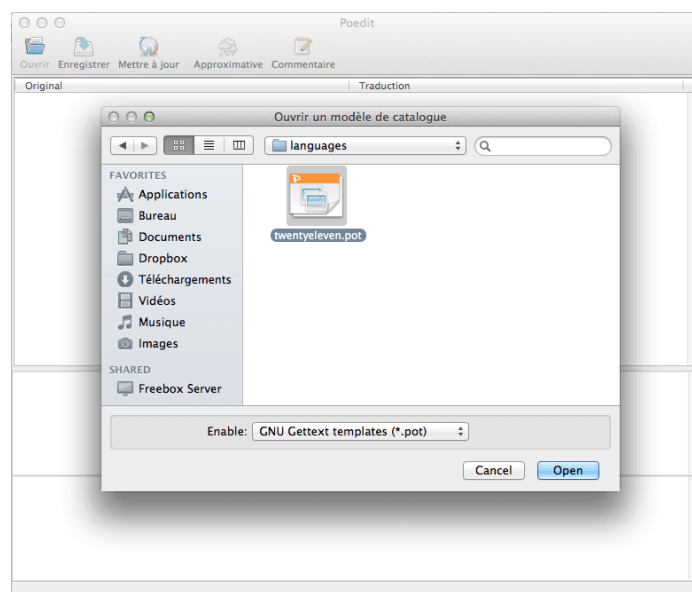
Vous pourrez constater que deux nouveaux fichiers sont apparus, votre fichier fr_FR.po et un autre fichier nommé fr_FR.mo. Ce fichier .mo est une version compressée du fichier .po qui sera utilisée par WordPress pour remplacer les textes originaux par les textes que vous venez de traduire.

Si votre thème est déjà en ligne, envoyez vos nouveaux fichiers .po et .mo dans le répertoire correspondant.

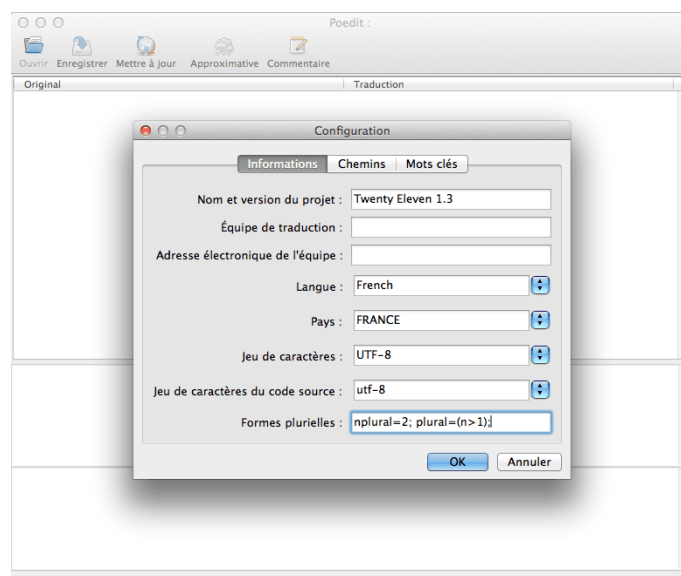
Votre thème possède un fichier .pot

Un autre cas de figure peut se présenter. C'est le cas où votre thème ne contient pas de fichier .po mais un fichier .pot. Le but du jeu va être de générer un fichier .po à partir de ce fichier .pot, voici la marche à suivre :

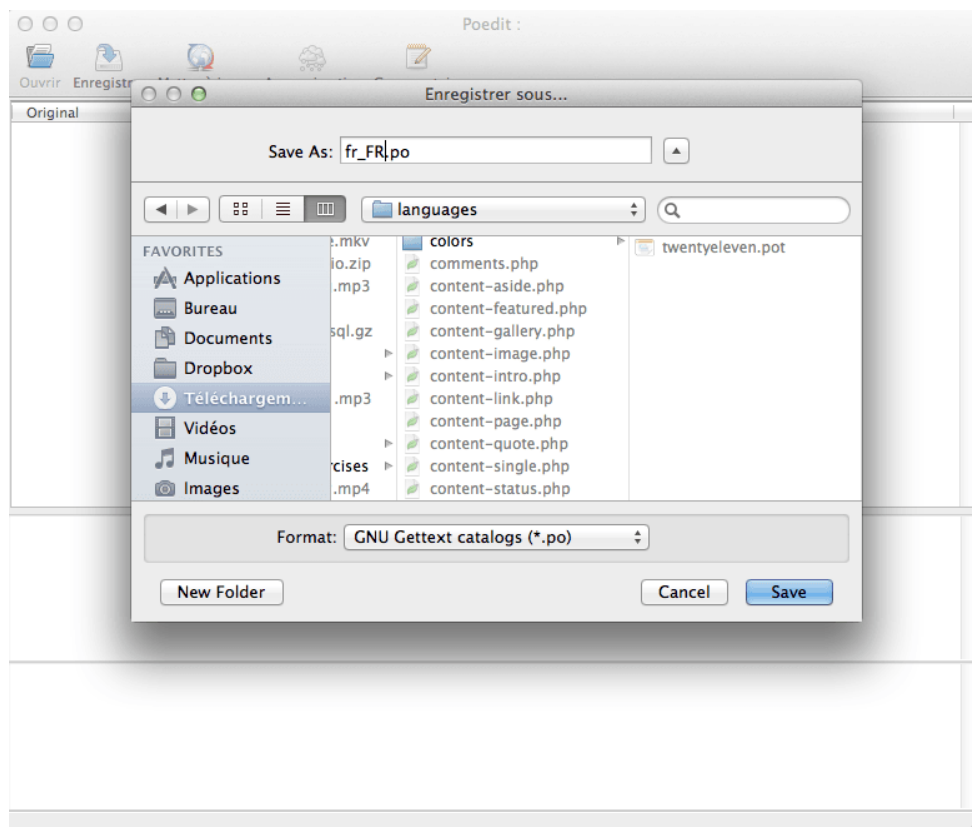
Faites Fichier > Nouveau catalogue depuis un fichier POT... et sélectionnez votre fichier .pot :



Pour cet exemple c'est le thème de WordPress qui a été choisi : Twenty Eleven. Renseignez la langue et le pays pour lequel vous allez traduire votre thème. Pensez à bien renseigner le champ « Formes plurielles » avec ce qui est indiqué ci-dessous :



Indiquez l'endroit où doit être enregistré votre futur fichier .po :



Vous avez maintenant un joli fichier .po que vous allez devoir traduire à l'aide de la première section de cet article.

Créer du contenu pour le site

a. Créer des articles et des pages

A l'origine WordPress était un moteur de blog mais ses fonctionnalités et ses évolutions lui permettent également de gérer n'importe quel site internet. Mais qui dis blog, dis article chronologiquement d'où la partie « Page » et la partie « Article ».

Différence entre Page et Article

La Page est destinée à présenter un contenu statique, à l'exemple de la page « A propos » ou de la page contact. Généralement, les pages ne contiennent pas d'éléments nouveaux qui sont, par exemple, fréquemment ajoutés au site. Elles sont d'ordinaire conçues de manière à être toujours accessibles depuis la page d'accueil. Il est des sites qui comportent uniquement des Pages – c'est souvent le cas des sites de petites entreprises dont les besoins en contenu dynamique sont plutôt modestes.

L'Article contient d'ordinaire des informations qui sont classés sémantiquement et chronologiquement (par exemple, actualité, blog, contributions au site, nouveaux rapports ou listes de résultats, etc.). La structure sémantique des articles est définie à l'aide des catégories et des

étiquettes pour faciliter, notamment, la navigation des internautes et l'identification des occurrences par les moteurs de recherche.

Custom Post Types

Depuis WordPress 3, il est possible de créer ses propres types d'articles. En effet, de bases, un article est considéré comme tel. Grâce au « Custom Post Types », on peut maintenant configurer ses propres « types » de posts. Ici, l'intérêt est de garder le post (article) de base, mais de créer un nouveau type de post en fonction des besoins : Produits, évènements, testimonial, portfolio...

Ajouter une page ou un article

Que ce soit pour créer une page ou un article, le principe est le même :

Dans le menu passez sur « Page » ou « Article » et choisissez le sous-niveau « Ajouter ».

b. Mettre en forme un article ou une page

Que ce soit pour mettre en forme une page ou un article, le module d'édition est très semblable.

Les Pages

La page est constituée d'un titre, d'un permalien (URL, adresse de la page), d'une zone de texte avec éditeur WYSIWYG, d'un état (publié, attente de relecture, brouillon), d'une visibilité (public, protégé par mot de passe, privé), d'une date de publication, d'une page parent, d'un ordre dans le menu ainsi qu'une image à la une (affichée ou non selon le thème graphique).

Les Articles

L'article est constitué des même éléments que la page : un titre, un permalien (URL, adresse de la page), une zone de texte avec éditeur WYSIWYG, un état (publié, attente de relecture, brouillon), une visibilité (public, protégé par mot de passe, privé), une date de publication, ainsi qu'une image à la une (affichée ou non selon le thème graphique).

A cela on rajoute : un format (permet d'afficher le contenu de l'article de manière différente en fonction du sujet traité, par exemple, changer la couleur du fond de l'article en fonction du format ou ajouter un pictogramme différent pour chacun), une sélection de catégories et la création de catégories, et une liste d'étiquettes (mots clés permettant une navigation transversale).

Note : Editeur WYSIWYG.

L'éditeur visuel de mise en forme du texte est appelé WYSIWYG (What You See Is What You Get). Il est semblable à un éditeur de suite bureautique, le texte à mettre en forme doit être surligné avant de sélectionner une des options. L'option Texte permet de saisir du code HTML.



c. Ajouter des images, un logo (différents formats, taille, qualité...)

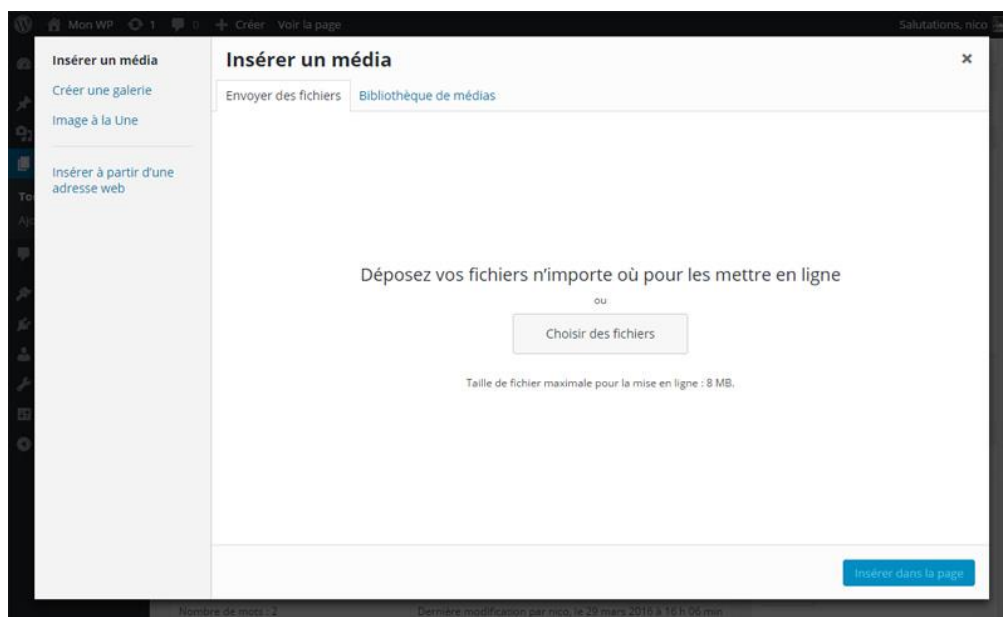
Vous pouvez facilement insérer des photos ou images dans vos articles en utilisant les outils standards de WordPress. Cette fonction a fait l'objet d'améliorations notables en matière de gestion et de traitement automatiques d'images (redimensionnement ou miniaturisation).

Afin d'ajouter un nouveau média (image, photo, pdf...) dans un article ou une page il suffit de cliquer sur le bouton « Ajouter un média » situé au-dessus de l'éditeur.



Après avoir cliqué, une fenêtre va venir s'ouvrir proposant de déposer des fichiers. Cette sur-fenêtre permet de gérer 3 types de média :

- 1- Insérer un média : ajouter une image, une photo ou un fichier pdf par exemple
- 2- Créer une galerie de plusieurs photos
- 3- Image à la Une : ajouter une photo au système d'Image à la Une »

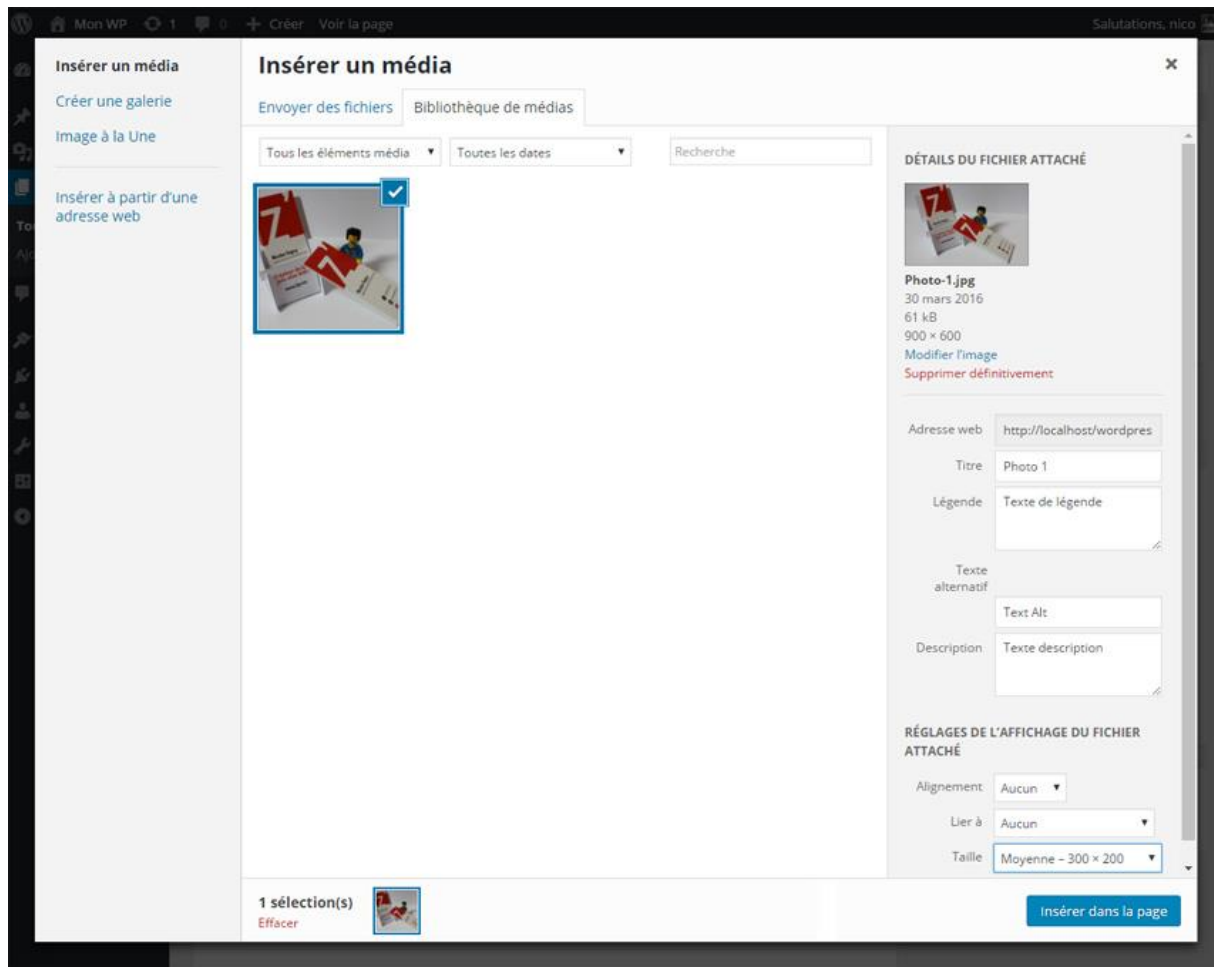


Pour les 3 types de médias, il est possible d'importer un ou plusieurs fichiers de puis votre ordinateur ou d'utiliser un élément présent dans la Bibliothèque de médias.

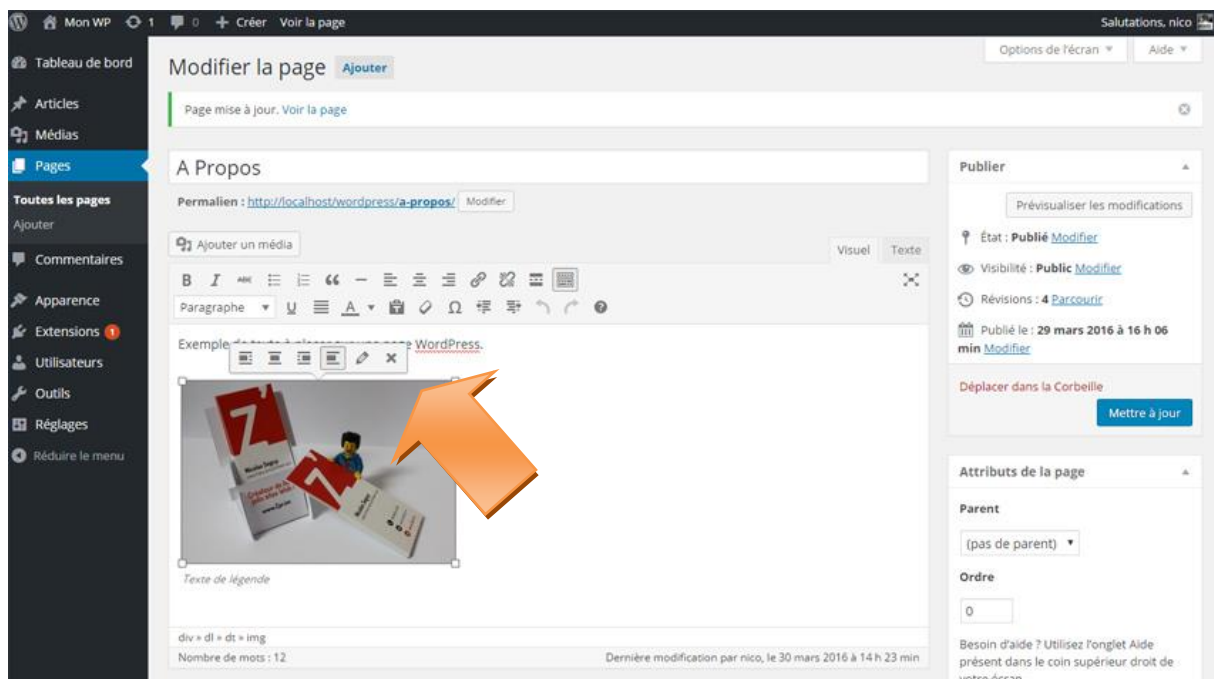
Si vous insérer un nouveau média, il sera alors enregistré directement dans la bibliothèque. Il sera alors possible d'y assigner quelques éléments (titre, légende, texte alternatif et description).

Il suffit ensuite de cliquer sur insérer dans la page pour finir la manipulation.

Créer un site internet avec WordPress



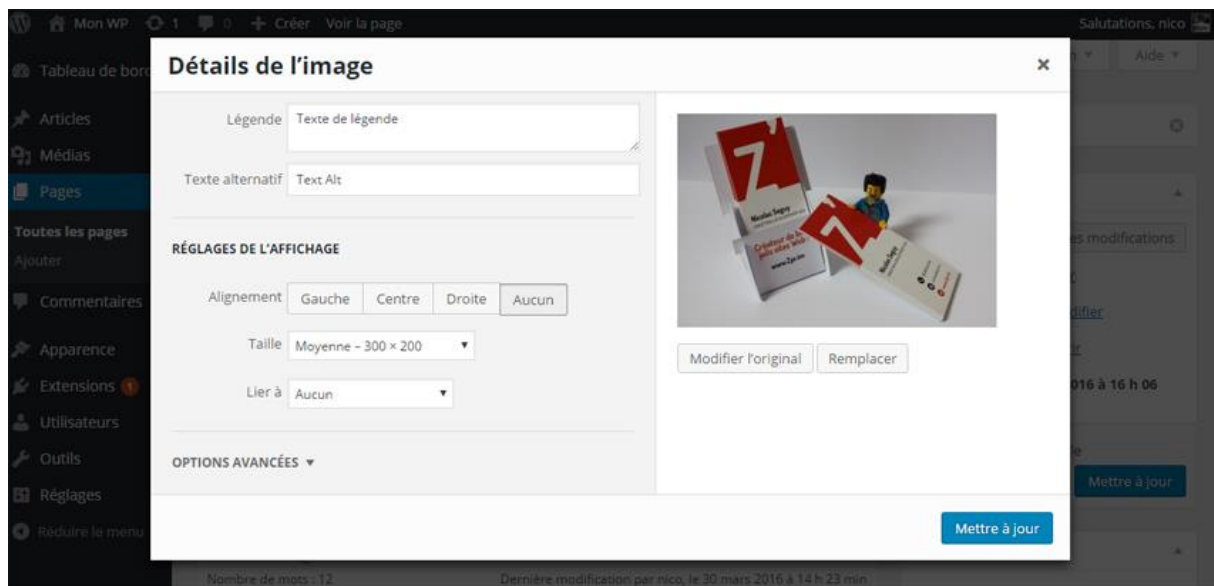
Une fois le média en place, il est possible de le modifier. Un petit menu s'affiche lors du survole de la photo avec la souris !



Il permet de choisir l'alignement ou de modifier le média en se rendant sur le détail de l'image.

Créer un site internet avec WordPress

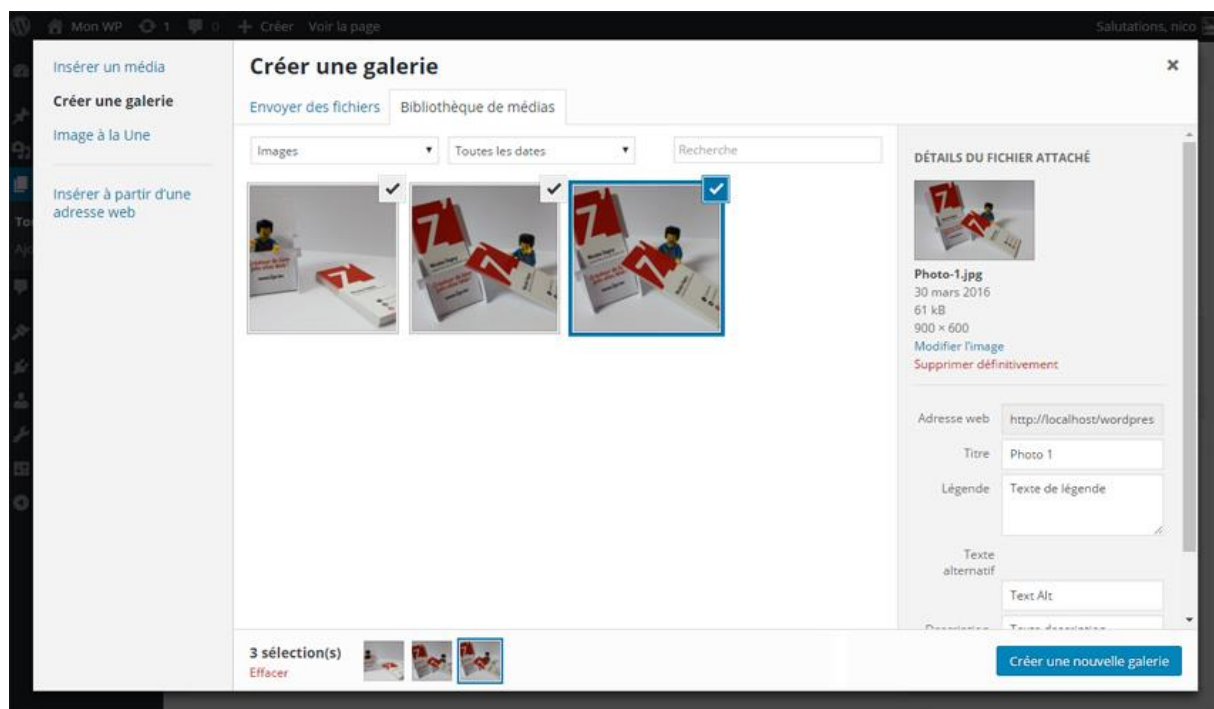
Il est ainsi possible de changer la légende et le texte alternatif mais aussi la taille de l'image (miniature, moyenne, originale ou personnalisée) et de placer un lien sur le média.



Ajouter une galerie d'images

À la sortie de WordPress 2.5, on a vu arriver une nouvelle fonctionnalité, celle d'insérer dans un article ou une page une série d'images miniatures qui peuvent être agrandies sur simple clic.

Pour insérer une galerie d'images dans un article, vous devez charger en bloc plusieurs après avoir cliqué sur « Créer une galerie » dans l'ajout de média.



Après avoir cliqué sur « Créer une galerie », le système nous renvoie vers une nouvelle fenêtre qui nous permet de modifier la galerie et faire quelques réglages.

A ce niveau, il est possible de réorganiser l'ordre des images en glissant-lâchant mais aussi de paramétrer les liens, de choisir le nombre de colonnes de la galerie ainsi que la taille des images.

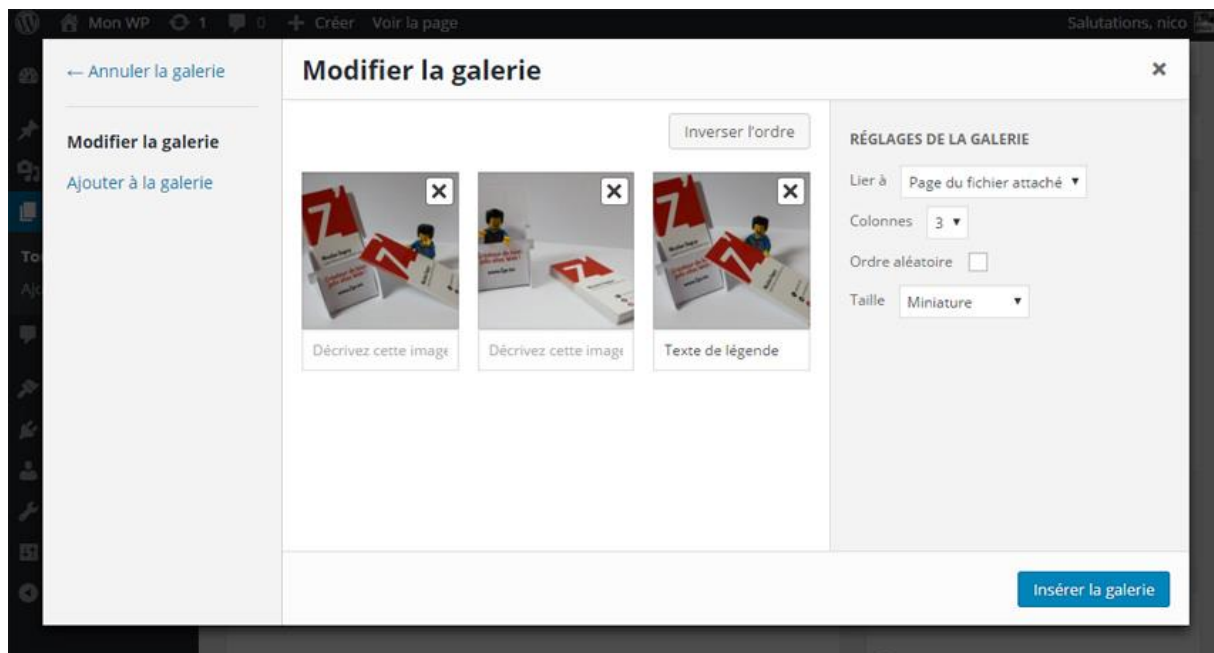


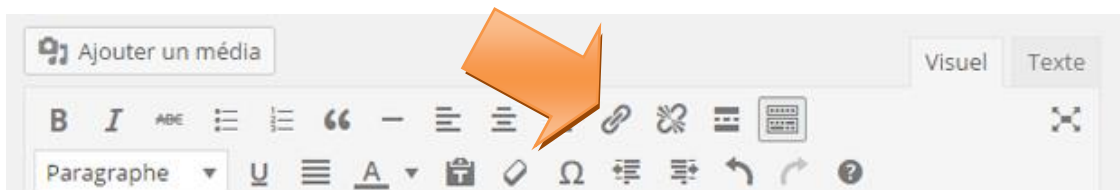
Image à la Une

Les images à la une sont un moyen d'attacher une image à un post, une page ou custom_type. Cela permet par exemple d'afficher une vignette propre à chaque article dans une page où une liste les articles.

d. Ajouter des liens hypertextes

Un site internet sans lien hypertextes n'existe pas. Sous WordPress il est très facile d'ajouter des liens internes (du même site) ou externes (vers un autre site).

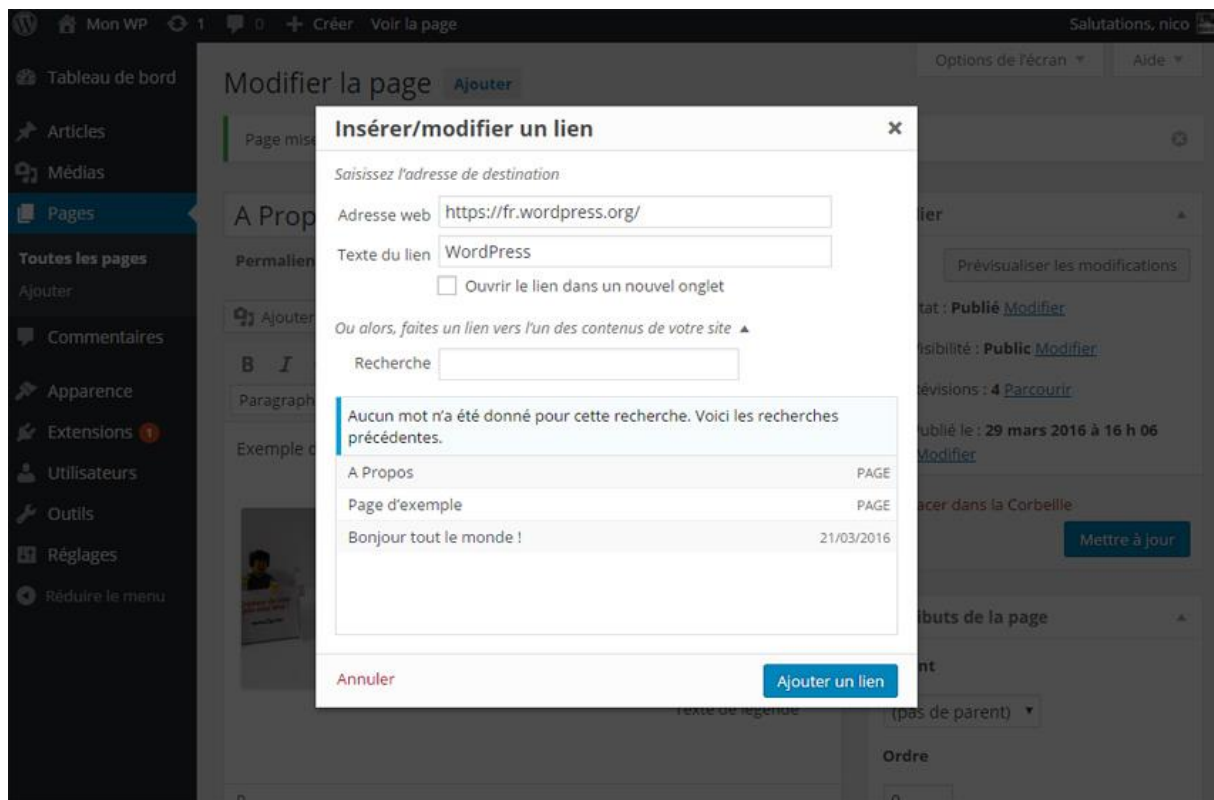
Depuis l'éditeur visuel d'une page ou d'un article, il suffit de cliquer sur le pictogramme en forme de chaînon afin d'intégrer un lien.



Après avoir cliqué, une petite fenêtre s'ouvre afin de nous inviter à saisir l'adresse de destination du lien ainsi que le texte du lien. Il est aussi possible de choisir directement l'un des contenus de notre site pour faire un lien interne vers une page ou un article du site.

Il est aussi possible de cocher l'option « Ouvrir le lien dans un nouvel onglet » afin d'éviter de quitter le site lors de l'ajout d'un lien externe. Attention car cette option n'est pas compatible avec les standards de validité de la W3C (World Wide Web Consortium).

Il suffit alors de cliquer sur le bouton « Ajouter un lien » pour l'insérer.



Liens particuliers

Depuis la version 2.9 de WordPress il est possible d'intégrer des contenus web simplement en ajoutant l'URL de celui-ci s'il est géré par un service compatible : Flickr, DailyMotion, Instagram, SoundCloud, Spotify, Twitter, Vimeo, YouTube...

Il suffit par exemple d'ajouter l'URL d'une vidéo YouTube pour que WordPress la détecte et intègre directement le player vidéo quand le contenu est affiché.

GLOSSAIRE

CMS

CMS signifie Content Management System (système de gestion de contenus). Quelques CMS sous licence libre : WordPress, Drupal, Joomla, SPIP, Prestashop, Magento, Dotclear... Quelques CMS propriétaires : SharePoint, Alfresco, IBM Enterprise Content Management, Oracle ECM Suite...

CSS

Les feuilles de style (Cascading Style Sheets) définissent la présentation d'une page web. Ce langage fut inventé par un Norvégien travaillant au CERN dans les années 90. Leur objectif est de gérer la présentation graphique d'un document web, c'est-à-dire tous les détails de mise en page et de styles typographiques. Le CSS permet de séparer la forme de la fonction.

DNS

Les réglages relatifs aux noms de domaines. Si vous avez un nom de domaine mondomaine.fr, un réglage DNS (dans l'interface de votre registrar) permettra de pointer votre domaine sur votre hébergement.

Domaine (nom de)

Un nom de domaine est une adresse se terminant en .com, .net, .fr, etc. Vous pouvez acheter (ou plus précisément, louer pour une certaine durée) un nom de domaine chez un registrar. Le nom de domaine peut être inclus dans l'offre d'un hébergeur.

FTP

File Transfert Protocol. Transfert de fichiers (entre votre ordinateur et le serveur hébergeant votre site).

Hébergeur

Une entreprise vous loue de l'espace serveur pour votre site web. Des hébergeurs populaires en France sont OVH, 1&1, Online, Gandi, Amen...). Il existe aussi des hébergeurs spécifiquement dédiés à WordPress, comme WP Engine ou le français WP Serveur.

HTML

Le langage de base du web, inventé par un employé du CERN (Tim Berners-Lee) au début des années 90. Il définit la structure d'un document – les balises titre, les paragraphes, les images. Il s'agit d'un langage statique – il définit les contenus, pas les fonctionnalités (laissée au Javascript et PHP) ou la présentation (laissée au CSS).

JavaScript

Le langage javascript permet de déployer des comportements, de l'interactivité. C'est cela qui rend possible des applications complexes comme un client webmail, ou une interface d'édition comme celle de WordPress.

MySQL

C'est un type de bases de données utilisée sur un serveur web dans le but d'enregistrer et de stocker des données : configurations et réglages, et contenu du site.

PHP

Un langage exécuté sur le serveur (et pas par le navigateur, comme c'est le cas du HTML, CSS et JavaScript) qui génère les pages du site. Il permet de développer des sites dynamiques et d'avoir des interactions avec une ou plusieurs bases de données.

C'est dans ce langage que le noyau de WordPress est écrit.

Plugin

Extensions. Ce qui ajoute des fonctionnalités à un site WordPress, indépendamment du thème.

Registrar

Une entreprise qui gère la location de noms de domaines. L'Afnic est le registrar pour les domaines .fr. Quelques registrars internationaux : Gandi., OVH, 1&1...

L'interface d'administration de votre registrar vous permettra de faire les réglages DNS pour pointer le domaine vers votre hébergeur internet.

robots.txt

Un fichier donnant des instructions aux engins de recherche. On peut autoriser ou interdire l'indexation du site entier, un d'un répertoire particulier.

SEO

Search Engine Optimization. Un ensemble de bonnes pratiques visant à optimiser l'indexation d'un site par les moteurs de recherche, à améliorer le placement du site parmi les résultats des requêtes, et finalement à augmenter le nombre de visiteurs sur le site.

Serveur

Un ordinateur dédié à « servir » des contenus, par exemple votre site internet. Il peut s'agir de votre ordinateur, ou d'une machine optimisée dans un centre de données.

Thème

C'est ce qui produit l'apparence graphique de votre site, sa mise en page, et dans une certaine mesure ses fonctionnalités (emplacements pour les menus, widgets, etc).

URL

Synonyme d'adresse internet. Commence en général par le protocole http:// ou https://. Le préfixe www est souvent facultatif.

Widget

Un petit module qui peut être ajouté à des emplacements précis de votre thème.

.htaccess

Un fichier donnant des instructions au serveur web.