

LPWD 2016 / DU 15 FEVRIER AU 3 JUIN

WEBDESIGN/ INFOGRAPHIE

FREDERICK ARMANDO

ENTREPRISE / ASC COMMUNICATION
TUTEUR IUT / XAVIER SENENTE
MAITRE DE STAGE / LINDA SCHELL

APPRÉCIATION DU RAPPORT

Présentation et agencement /3

Appréciation du correcteur

Qualité de la rédaction /7

Appréciation du correcteur

Qualité du contenu /7

Appréciation du correcteur

Conclusion /3

Appréciation du correcteur

NOTE DU RAPPORT /20

DÉTAILS DU STAGE

Etudiant stagiaire :

Frédéric ARMANDO
Licence Professionnelle Webdesign
154 impasse de la brégaille
83140 Six-Fours-Les-Plages

Organisme d'accueil :

ASC Communication
688 Chemin des Faïsses
83140 Six-Fours-Les-Plages

Période du stage :

15 Février 2016 - 3 Juin 2016

Durée du stage :

16 Semaines

Responsable des stages:

Pascal CHATONNAY
pascal.chatonnay@univ-fcomte.fr

Maître de stage :

Linda SCHELL
Gérante d'ASC Communication
06 61 83 82 50
info@asc-communication.com

Tuteur ASC :

Xavier SENENTE
xavier.senente@univ-fcomte.fr

APPRÉCIATION DE STAGE

À remplir par l'entreprise en fin de stage

À retourner à l'IUT 2 jours avant la soutenance dernier délai

Nom et prénom du stagiaire

FREDERICK ARMANDO

Raison sociale de l'entreprise

EURL ASC COMMUNICATION

Maitre de stage

Linda SCHELL

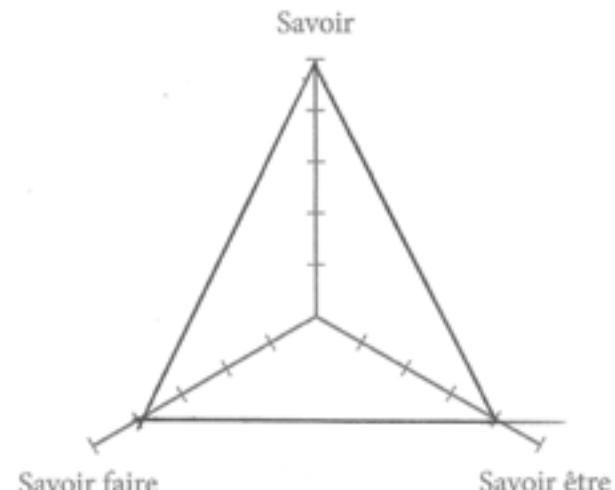
TAXE D'APPRENTISSAGE

Vous pouvez contribuer à améliorer nos conditions d'enseignement en versant tout ou partie de la taxe d'apprentissage au département MMI. Plus d'info : <http://src-media.com/taxe-apprentissage>

APPRÉCIATIONS GÉNÉRALES SUR LE STAGIAIRE

Durant toute la durée du stage,
Frederick s'est pleinement investi
dans les différentes missions confiées,
ne manquant pas de faire preuve
d'initiative, tout en s'adaptant aux
contraintes professionnelles.

NOTE: 17/20



RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

Acceptez-vous d'accueillir un ou plusieurs stagiaire(s) l'année prochaine ?

Oui Non Peut-être

Si oui,

* Combien: 1

* A quelle période souhaitez-vous être contacté? pas d'importance

Nom et signature du responsable

Linda SCHELL

ATTESTATION DE PRÉSENCE EN STAGE

FINAL CERTIFICATE OF TRAINING PERIOD ABROAD

A remplir par l'entreprise en fin de stage

Je soussigné(e) Linda SCHELL
I the undersigned

Responsable du stagiaire Frederick ARMANDO
Certify that Miss, Mr

accueilli pour une durée de 12 semaines, s'est présenté(e) le 15 février 2016
was present in our firm from (day, month, year)

et a terminé le 23 juin 2016
to (day, month, year)

Horaire hebdomadaire: 9h - 12^h et 13^h - 17^h
Trainee's Weekly work schedule

Fait à (place) Six Fours

le (date) 1^{er} juin 2016

Cachet de l'entreprise

Stamp of the company

SARL A.S.C. COMMUNICATION
688 chemin des Faïsses - 83140 Six-Fours
Tél : 04 94 74 91 55
www.asc-communication.com
RCS TOULON 450 746 433

Nom et signature du responsable,

Name & signature

Linda SCHELL

RÉSUMÉ

Passionné par le graphisme, les nouvelles technologies et internet en général, j'ai fait mes premiers pas dans la création de site et graphisme en Terminale.

J'ai ensuite poursuivi mes études en DUT MMI à l'IUT de Saint-Raphaël, puis ici même à l'IUT de Belfort-Montebéliard en Licence Professionnelle Webdesign.

J'ai particulièrement développé mes compétences en participant à des événements comme le HackData Paca, les divers projets tuteurés au fil des ans ainsi que mes précédents stages.

C'est donc cette année au sein d'ASC Communication que j'ai eu l'opportunité de pouvoir effectuer ce stage me permettant d'éprouver mes connaissances/compétences et je l'espère de valider mon année.

J'ai en ce but cherché un stage en PACA, région de mon enfance, trouvant cette «petite» agence web à quelques kilomètres seulement du domicile familial.

De par la taille de la structure, j'ai dû m'occuper de la quasi totalité des projets de A à Z qu'ils soient web ou print, le tout en maintenant des retours constants avec la gérante, ce qui m'a permis d'approfondir tout les aspects de la formation.

Le parcours de mon maître de stage étant assez similaire au mien, nous avons pu discuter de mon projet professionnel et éclaircir certains points grâce à son expérience et ses déboires vécus, pouvant ainsi mieux le peaufiner durant l'été.

Ce rapport présente mes missions, les méthodes et techniques utilisés ainsi que les apports que j'en ai tirés, tant d'un point de vue personnel que professionnel.

REMERCIEMENT

Je tiens à remercier Linda SCHELL, gérante de ASC Communication de m'avoir accueilli au sein de son entreprise pour réaliser ce stage en webdesign/infographie riche d'enseignements, et qui s'est déroulé dans d'excellentes conditions.

Il n'est plus aussi aisé qu'avant de trouver un stage, cependant j'ai eu la chance d'être accepté dans cette entreprise, qui en plus d'être bien située m'as permis de travailler sur des projets intéressants et variés, que ce soit d'un point de vue technique ou artistique.

Ses conseils, son écoute ainsi que le temps qu'elle a consacré à mon stage m'ont permis de mener à bien les différentes missions confiées, ainsi que de planifier avec plus d'assurance mon avenir et certaines décisions professionnelles à venir.

Ce stage m'a permis de découvrir les avantages et inconvénients du télétravail, notamment la discipline personnelle que cela requiert et l'organisation particulière à mettre en place, choses qui me seront très utiles dans un futur assez proche je l'espère.

Avant de conclure, je souhaite aussi remercier Elodie CHARTOGNE pour sa disponibilité et sa réactivité concernant les stages et autres questions administratives, Pascal CHATONNAY pour ses conseils et son écoute lors de ma prospection d'entreprise et pour finir mon tuteur Xavier SENENTE pour le suivi de mon stage et de mon projet collectif durant l'année.

Je garderai un très bon souvenir de cette immersion dans le monde professionnel, apportant un point final à cette année passée à l'IUT de Belfort-Montbéliard.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

1/ Objectifs	10
2/ Enjeux	11
3/ Organisation	11

ENVIRONNEMENT

1/ Agence	13
2/ Rôles	14
3/ Locaux	15
4/ Matériel	16

MISSIONS

1/ Guide Var	18 À 22
Identité / Teaser / Site / Carte	
2/ Guide Six-Fours	23 À 27
Site / Print	
3/ ASC Communication	28 À 34
Site / Print / Covering / Vidéo	
4/ So Sweet	35

BILAN

1/ Stage	37
2/ Licence	37
3/ Personnel	38
4/ La suite ?	38

INTRODUCTION

INTRODUCTION OBJECTIFS

Lorsque j'ai pris contact avec mon entreprise d'accueil, c'est surtout pour sa taille et sa localisation qu'elle avait suscité mon intérêt.

J'avais déjà travaillé dans de petites structures, mais jamais avec des personnes vraiment qualifiées dans le domaine de mon stage. L'avantage ici étant que la gérante avait suivi le même cursus que moi, j'étais donc un minimum rassuré quant à ses compétences, l'expérience faisant normalement le reste.

A ce moment là, le choix m'était encore permis avec une agence web sur Marseille. Mais, Mme SCHELL m'ayant recontacté entre temps avec le détail des projets qui me seraient confiés, tout en me faisant l'ébauche de sa propre carrière professionnelle et notamment sa transition vers le milieu de la formation, j'ai finalement été convaincu de l'intérêt de ce choix. La polyvalence dont je devrais faire preuve me permettrait d'expérimenter le télétravail et ainsi profiter de son expérience de l'entrepreneuriat pour me lancer à mon tour le moment venu.

Lors de nos échanges, elle m'a précisé avoir été «séduite» par mon profil grâce à mon site ainsi que mon CV, lesquels lui ont «dégagé une image positive, notamment au niveau de l'autonomie et ma polyvalence». Aussi, mes vidéos sur internet (majoritairement animation et introduction) ont apporté leur contribution à sa prise de décision.

Bien que les objectifs globaux avaient été définis en amont du stage et qu'une certaine liberté d'exécution m'avait été donnée, les premiers jours ont été consacrés à l'introduction de son métier, aux outils qu'elle utilise (surtout pour ses formations), ainsi qu'au contenu et aux fonctionnalités des sites à venir.

J'ai donc dû au cours de ce stage être webdesigner, intégrateur, graphiste, motion designer et communiquant en grande partie en autonomie, mais avec un suivi quasi quotidien de mes tâches et un apport d'expérience de la part de mon maître de stage. Ont été évoqués ses débuts, ses déboires ainsi que des conseils avisés et astuces pour se lancer en répondant aux demandes des clients et pérenniser ses revenus sur le long terme.

INTRODUCTION ENJEUX

11

Les enjeux étaient multiples et se définissaient en 3 catégories:

Premièrement les enjeux personnels, tels qu'une meilleure maîtrise de wordpress, une amélioration de mon autonomie, de mon organisation, de mon relationnel et de la compréhension des besoins du «client».

Ensuite il y avait les enjeux professionnels, avec bien évidemment la réalisation complète des travaux demandés, une certaine flexibilité d'accomplissement et le cadre particulier (un seul interlocuteur durant la conception) avec son propre déroulement.

Pour finir les enjeux futurs, quant à ma poursuite d'étude, ma réflexion sur l'auto-entrepreneuriat et mes investissements pour réaliser ces objectifs.

ORGANISATION

En début de stage, Mme SCHELL a défini avec moi l'ensemble des tâches qui m'incomberaient, ainsi que certains jalons afin d'organiser au mieux ces 16 semaines à venir.

Nous avons régulièrement discuté des fonctionnalités et des bases techniques, immuables ou non, à utiliser concernant les différents projets. Ces discussions pouvaient être ponctuelles mais se tenaient généralement le lundi pour permettre de recentrer mon attention sur une tâche si celle-ci le nécessitait.

J'ai par la suite établi une autodiscipline afin de dynamiser l'ensemble de mon travail, ajoutant ainsi une «pression» supplémentaire me permettant de «boucler dans les temps».

Cette organisation était d'autant plus nécessaire grâce ou à cause du télétravail, celui-ci intervenait généralement en fin de semaine, ou au gré des formations et interventions de mon maître de stage. De ce fait nous avons pu travailler ensemble 3 à 5 jours par semaine.

ENVIRONNEMENT

ENVIRONNEMENT AGENCE

13

Agence de communication créée et administrée par Linda SCHELL depuis 2003, ASC Communication est une EURL, spécialisée dans le développement web. Elle a diversifié ses activités en assurant le paramétrage, la maintenance et la réparation de divers outils informatiques pour les professionnels et les particuliers.

Depuis 2010, elle est aussi formatrice certifiée en informatique, bureautique et communication ainsi qu'intervenante pour la chambre des métiers de l'artisanat du var depuis maintenant 4 ans.



(Ancien logo)



(Nouveau logo)

Etant à un tournant dans sa carrière, Linda a décidé de se consacrer pleinement à cette activité de formatrice, et je l'ai donc accompagnée au cours de mon stage lors de cette période de transition, avec notamment la refonte de son site et la création du blog, outils et vecteurs de croissance pour son activité.

Je suis arrivé cependant juste après le renouveau de son identité visuelle, mais j'ai pu lui permettre de la développer au travers des supports sur lesquels j'ai pu travailler.

Je vais vais ici détailler les rôles selon les projets qui m'ont été confiés au cours de mon stage :

Guide Var

/ Graphisme

- Création du logotype et de la Charte graphique

/ Intégration

- Teaser
- Site
- Carte interactive

Guide Six-Fours

/ Webdesign

- Mockup
- Maquettage
- Intégration

ASC Communication

/ Webdesign

- Maquettage
- Intégration

/ Graphisme

- Carte de visite
- Flyer
- Bannières

/ Motion Design

- Videos

/ Communication

- Relecture/Ecriture articles du blog

So Sweet

/ Graphisme

- Logotype
- Wireframe

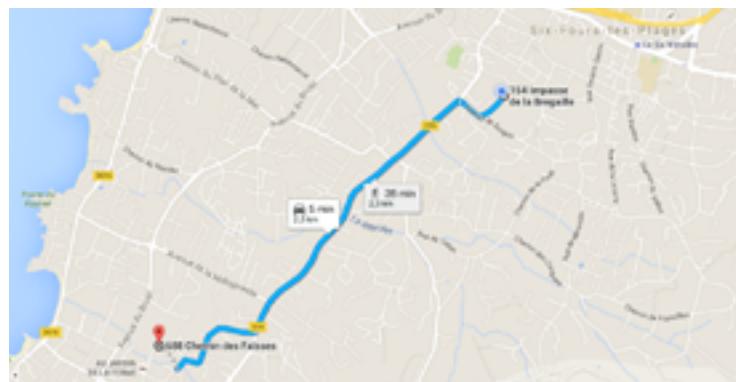
/ Intégration

- Installation

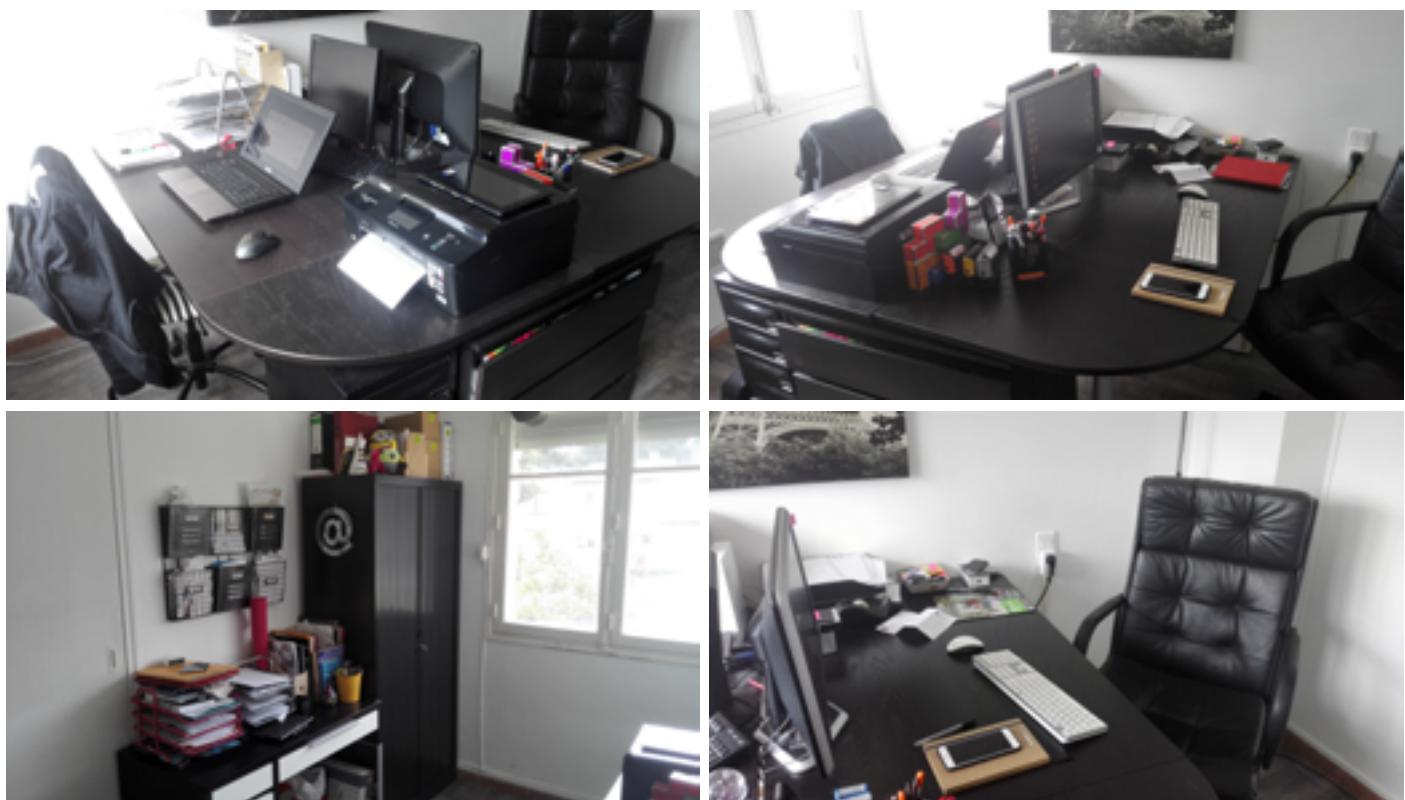
ENVIRONNEMENT LOCAUX

15

Les locaux d'ASC Communication sont situés au 688 Chemin des Faïsses à Six-Fours-Les-Plages, à seulement 5 min en voiture de mon logement et proche de la mer.



Nous disposons d'une pièce d'environ 15 m² pour la partie de la villa consacrée aux activités professionnelles.



ENVIRONNEMENT MATERIEL

J'avais à ma disposition un ordinateur tournant sous Windows 7 et ayant la majorité des logiciels de la suite Adobe en version CS5.

Mais, par souci de commodité et de praticité, j'ai eu l'autorisation d'utiliser mon ordinateur personnel, sachant qu'il disposait de Windows 10, des dernières versions des logiciels Adobe ainsi que de certains logiciels utiles tel que Caesium pour la compression d'image, Filezilla pour le FTP ou bien brackets pour le développement/intégration. Cela me permettait surtout de toujours avoir l'intégralité des fichiers sur un seul support, bien que l'utilisation du cloud ait été envisagée dans le cadre du télétravail.

Peu avant la fin du stage, j'ai regroupé tous mes travaux sur un disque dur afin de les transmettre à l'entreprise. Ayant changé d'ordinateur peu de temps après, j'ai pu ainsi facilement et rapidement récupérer l'intégralité de mon travail.



Photoshop



Encore



After Effects



Premiere Pro



InDesign



Flash



Flash Builder



Illustrator



Bridge



Fireworks



Dreamweaver



Audition



SpeedGrade



Prelude



Lightroom

M I S S I O N S

MISSIONS GUIDE VAR IDENTITÉ

Le guide Six-Fours fait partie d'un ensemble de guides de la région Varoise créé par Mme SCHELL lorsqu'elle a commencé son activité en 2003, depuis il n'ont reçu que très peu de mises à jour, si ce n'est du contenu.

Bien qu'étant un «guide», celui-ci a plutôt été considéré comme un annuaire des professionnels du Var, ville par ville (une quinzaine à l'époque), il fallait donc toucher davantage les «locaux» que les touristes.

Afin de les moderniser et d'en assurer un suivi de qualité, il a été convenu que je travaille exclusivement sur le guide consacré à six-fours, les autres n'étant que des déclinaisons de celui-ci.

Ma première mission a donc été de refondre l'identité des guides, ce faisant j'ai dû composer avec un grand nombre de villes. Il m'a fallu trouver une forme plutôt simple, évoquant facilement la région et avec une typographie moderne mettant en avant chaque ville tout en maintenant une identité d'ensemble.

Pour éviter les «clichés», j'ai privilégié le vert dans un premier temps, mais au bout du compte au fil du développement du projet (surtout le site), le bleu a finalement été conservé comme à l'origine.

(Ancien logo)



MISSIONS

GUIDE VAR

IDENTITÉ

19

Mes premiers essais sont allés dans le sens d'une carte, en reprenant les côtes varoises et en déclinant le concept avec de légères variations.

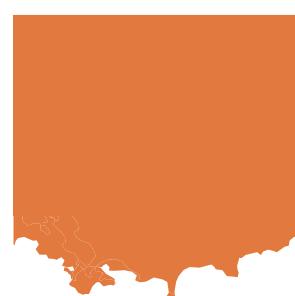


J'ai en parallèle voulu faire ressortir le coté «annuaire», but premier de ces sites, avec une approche plus moderne et minimaliste, voir simpliste pour certains essais.



MISSIONS GUIDE VAR IDENTITÉ

Finalement après consultation des principaux intéressés, c'est-à-dire les entreprises locales, toutes se sont accordées à dire qu'elle préféraient le logo «carte» mais un détail les gênait : le non respect géographique de celle-ci. Bien qu'étant volontaire afin de dynamiser le logotype et afin d'éviter l'impression d'effet «fanion», j'ai corrigé géographiquement le logo et il a été décidé que le bleu redeviendrait la couleur principale des guides, bien que la version blanche soit privilégiée.



**GUIDE
SIX-FOURS**

**GUIDE
SIX-FOURS**

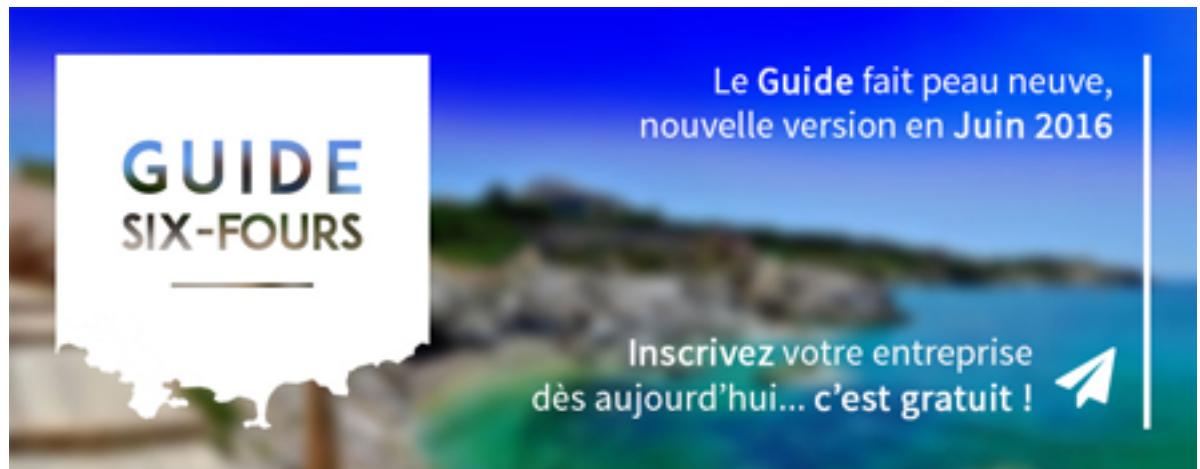
MISSIONS

GUIDE VAR

TEASER

Après avoir validé cette refonte de l'identité, je me suis attaqué au site teaser afin d'annoncer la sortie prochaine du site et la possibilité d'être prévenu via un formulaire.

J'ai tout d'abord créé un visuel destiné à remplacer l'en-tête des sites actuels afin de rediriger vers le site teaser.



Par la suite j'ai opté pour le framework Bootstrap, afin d'obtenir rapidement un résultat propre, responsive et efficient.

La version en ligne (<http://guide-six-fours.com/2016/teaser.php>) ne possède plus de compteur, la date de sortie prévue dans un premier temps en juin ayant été reportée suite à des problèmes concernant la mise en ligne du site final.

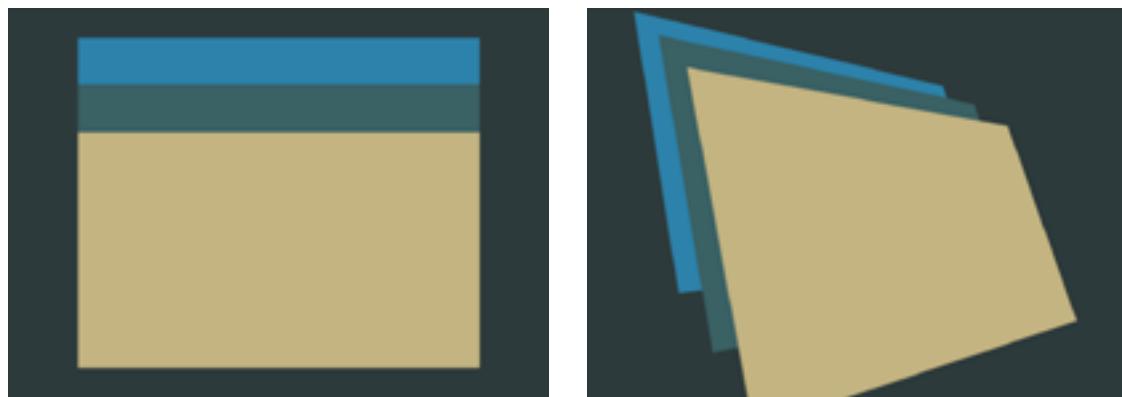


Pour ce site je n'avais que peu de contraintes, il fallait que je fasse apparaître trois sections :

- une dédiée à la présentation du guide
- la deuxième proposant les prestations du guide
- et la dernière affichant une carte pour avoir une vue d'ensemble de la région et sélectionner le guide que l'on désire.

Inspiré par un système de superposition de div qui sépare l'écran en plusieurs sections lesquelles augmentent en hauteur lors de l'activation, je montrai une démonstration à Mme SCHELL qui emballée par l'idée me laissa commencer l'intégration.

Disponible à l'adresse : <http://guide-six-fours.com/2016var/>



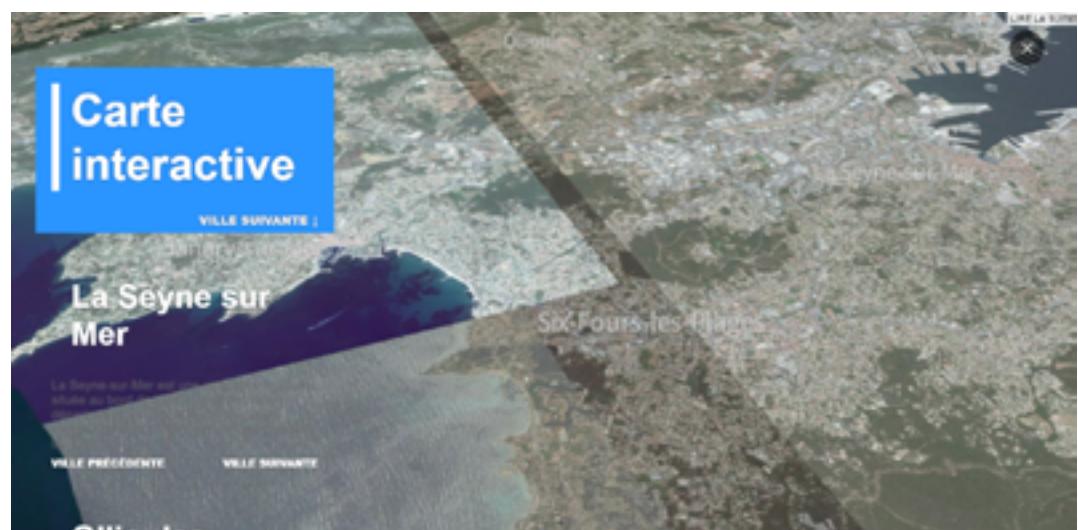
MISSIONS

GUIDE VAR

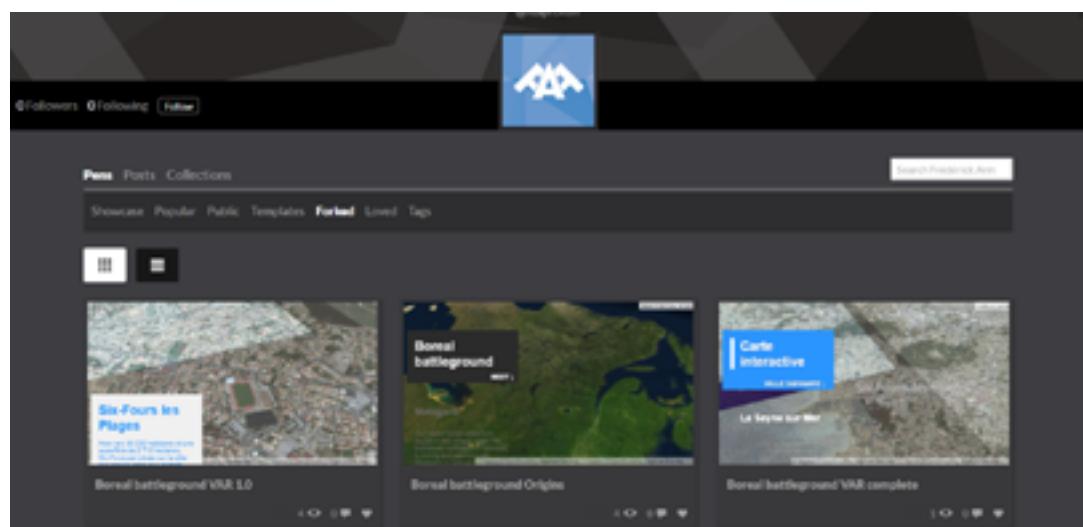
CARTE INTERACTIVE

22

Après avoir suivi le tutoriel dédié à cette technique, j'ai cherché différentes méthodes pour créer des cartes «interactives», en utilisant le javascript combiné à du svg. Mais, comme aucun des résultats obtenus ne me semblaient concluants, j'ai alors trouvé un modèle sur codepen.io en utilisant OpenStreetMap qui permettait d'afficher une vue aérienne et dynamique des villes sélectionnées.



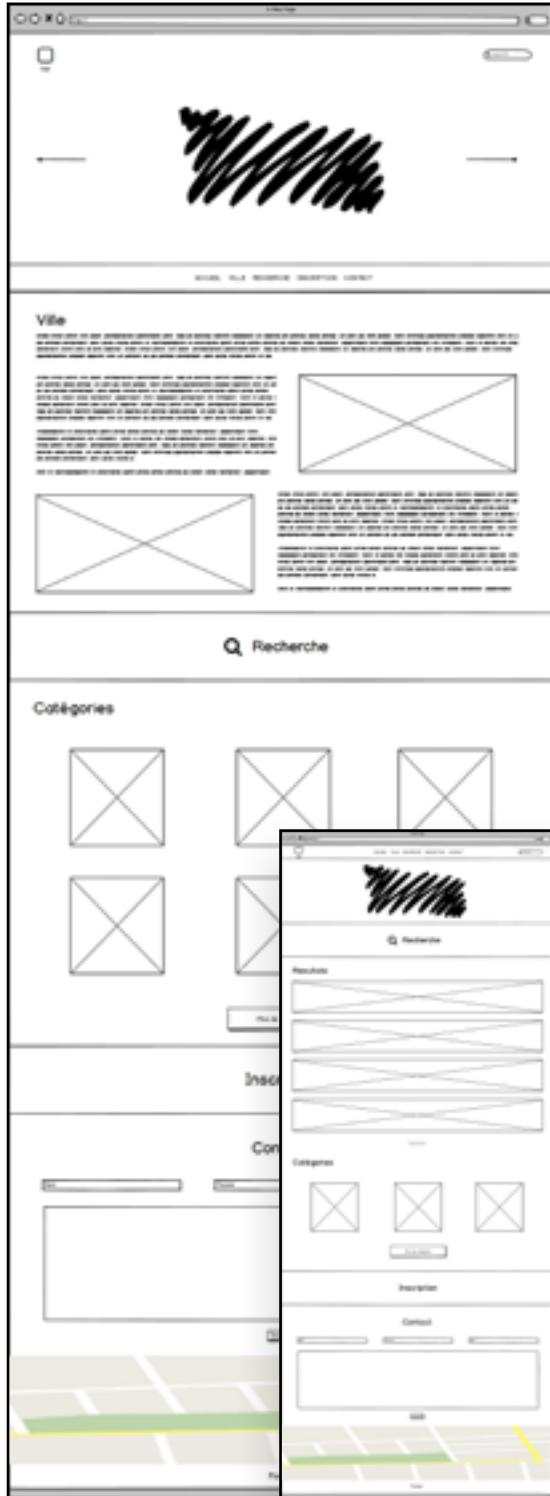
J'ai donc pu obtenir un résultat probant tout en apprenant à utiliser codepen.io et son très pratique système de fork.



MISSIONS

GUIDE SIX-FOURS

SITE



En ce qui concerne ce projet, la raison principale de mon stage, le travail a été plus méticuleux, et surtout disposait déjà d'une base qui m'a imposé quelques contraintes.

L'ancien site (encore en ligne lors de la rédaction de ce rapport) n'a pas été mis à jour depuis 2012 mais continue de recevoir des visites.

Pour profiter de sa force de référencement malgré son abandon, il a été décidé de conserver les bases de données et code php originaux datant de 2006.

Mon travail a donc porté au niveau du design, de l'ergonomie et de l'intégration (hors php) ainsi que du responsive.

Lors de nos discussions préliminaires, mon maître de stage m'a indiqué apprécier les menus dits «sticky», qui restent en haut de la page lors du scroll. J'ai donc rapidement créé un premier mockup qui a été accepté. Je suis donc passé aux maquettes après validation de cette étape.

MISSIONS

GUIDE SIX-FOURS

SITE

Encore une fois, mon travail a été validé rapidement, cependant la palette de couleur ne satisfaisant pas totalement Mme SCHELL, la semaine suivante a été dédiée à de nombreux test colorimétriques en parallèle du début de l'intégration.

The screenshots illustrate the following sections of the website:

- Home Page:** Shows a banner for "BOULANGERIE À SIX-FOURS" and navigation links for Accès, HISTOIRE, ANNUAIRE, CATEGORIES, CONTACT, and INSCRIPTION.
- Search Results:** Shows a search bar and a list of categories: BOULANGERIE À SIX-FOURS, À SANARY, and À LA SEYNE.
- Service Offerings:** A table titled "GRILLE DES TARIFS" (Price Grid) comparing service levels across four categories: GRATUIT, 200€ HT, 800€ HT, and 1000€ HT. Services listed include coordination, direct links, logo appearance, address visibility, advertising, and creation of a web page.
- Contact Information:** Includes a "NOUS CONTACTER" section with an email icon, a "S'INSCRIRE" button, and a map of Six-Fours-les-Pins.
- Category Examples:** Shows thumbnail images for categories like PIZZA, BOULANGERIE, AUTOMOBILE, and more.
- Search Bar:** A large search bar with placeholder text "EFFECTUEZ VOTRE RECHERCHE ICI".
- Category Selection:** A grid of category icons with the text "OU CHOISISSEZ UNE CATÉGORIE".
- Additional Contact Information:** A second "NOUS CONTACTER" and "S'INSCRIRE" section at the bottom right.

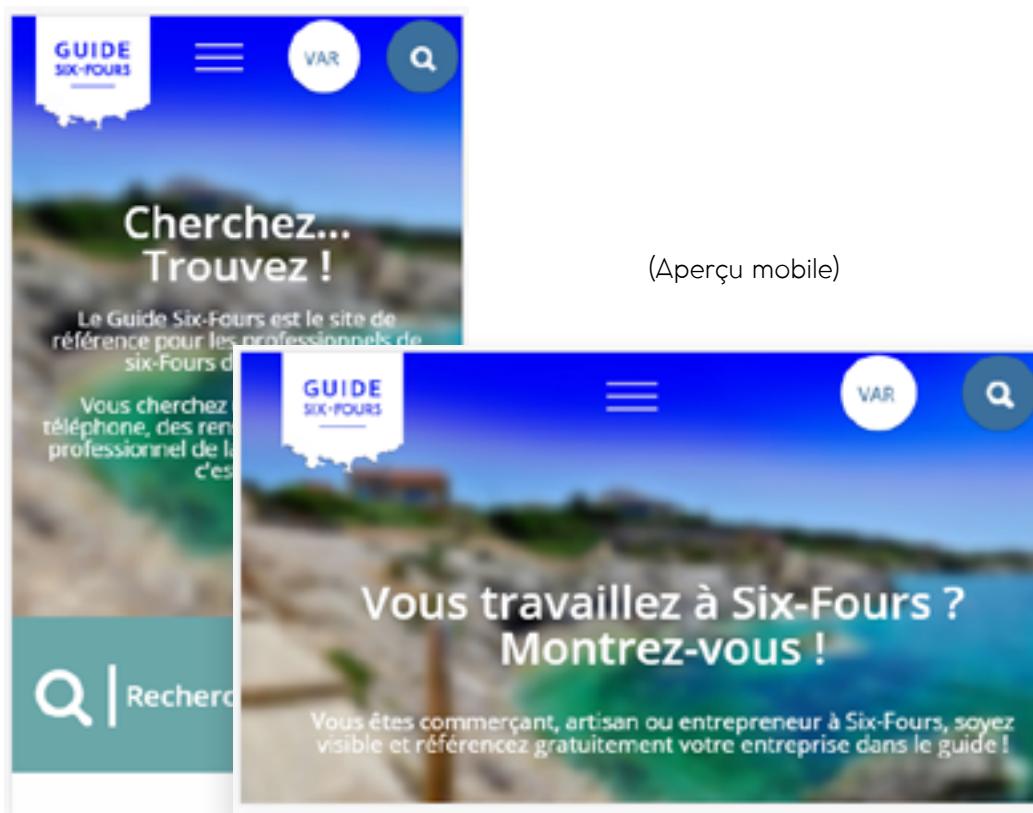
MISSIONS GUIDE SIX-FOURS SITE

L'intégration a duré environ 1 mois, entrecoupé d'autres travaux mais aussi de modifications fonctionnelles tel que l'ajout de la galerie Instagram, ou la suppression de rubriques dans l'accueil qui sont devenues des pages à part entière.

A l'heure actuelle, le seul obstacle à sa mise en ligne est l'intégration des divers code php de l'ancien site, lequel issu d'une ancienne version de php a posé des problèmes de compatibilité (notamment dans la base de donnée). L'autre facteur déterminant est le temps, en effet étant en période de transition et s'occupant encore d'anciens clients, mon maître de stage n'avait pas toute la latitude nécessaire pour se consacrer à ce développement supplémentaire. Le site devrait donc être disponible dans le courant de l'année.

Site complet disponible à l'adresse :

<http://guide-six-fours.com/2016prod/>



MISSIONS

GUIDE SIX-FOURS

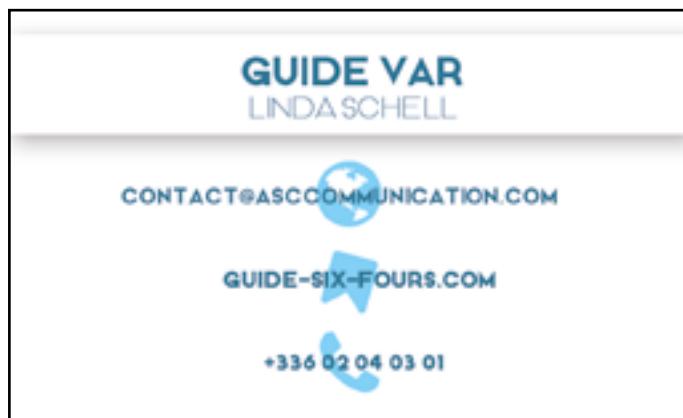
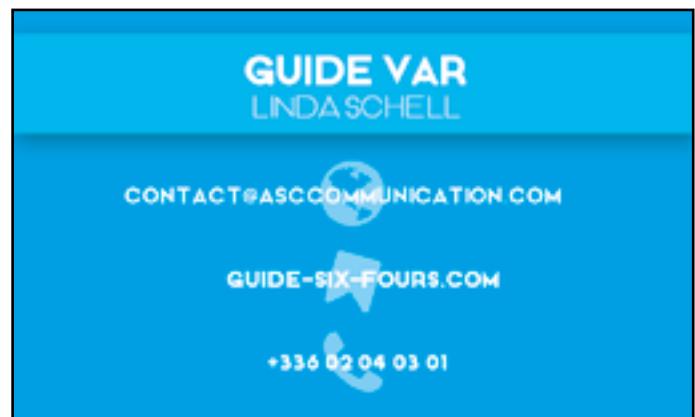
SITE

The image displays three screenshots of the Guide Six-Fours website, illustrating its features and design.

- Top Screenshot:** Shows a search result page titled "Votre recherchez à Six-Fours". The background is a scenic coastal image of a rocky shore and turquoise water. The navigation bar at the bottom includes links for HOME, SIX-FOURS, RECHERCHE, INSCRIPTION, and CONTACT.
- Middle Screenshot:** Shows a detailed page about the city of Six-Fours-les-Plages (Var - 83140). It includes sections for Patrimoine (Monuments & Culture), Espèces-naturelles (Nature species), and Agenda (Events & activities). A large image of a bakery storefront is shown above a search bar.
- Bottom Screenshot:** Shows a contact form page titled "Contact". It features fields for Name, Email, and Message, along with an "ENVOI" button. Below the form is a map of the area.

MISSIONS GUIDE SIX-FOURS PRINT

Dans le cadre de la charte graphique pour l'ensemble des sites labellisés «Guide Var», j'ai aussi élaboré des cartes de visites dédiées à cette activité complémentaire d'ASC Communication.



Pour accompagner son changement d'activité au sein d'ASC Communication, Mme SCHELL m'a demandé de refondre son site vitrine afin de mieux correspondre au standard actuel, et par la même occasion de mettre en avant ses formations ainsi qu'un projet de blog autours des thèmes qu'elle aborde lors de ces formations.

Nous avons tout d'abord discuté du support de ce site, l'ancien étant sous wordpress, elle y était familière et cela allait de pair avec l'orientation blog qu'elle voulait lui donner.

Cependant, formant ses clients sous un cms appelé Jimdo, elle m'a demandé de voir ce que je pouvais en tirer.

Après quelques jours de test et bien que possédant des atouts en comparaison d'autres cms en ligne tel que wix, (possibilité d'édition du CSS et du JS à l'intérieur du site), il s'est avéré que ce cms était peu performant et assez limité concernant ces fonctionnalités.

Nous avons donc décidé de maintenir wordpress, et par rapport à mon expérience personnelle lors de mon projet collectif de l'année, j'ai choisi de travailler avec le framework foundationpress, qui est un portage du framework foundation sous wordpress fonctionnant sous un système de grille tel que Bootstrap mais étant plus optimisé pour le mobile (en attendant Bootstrap 4).

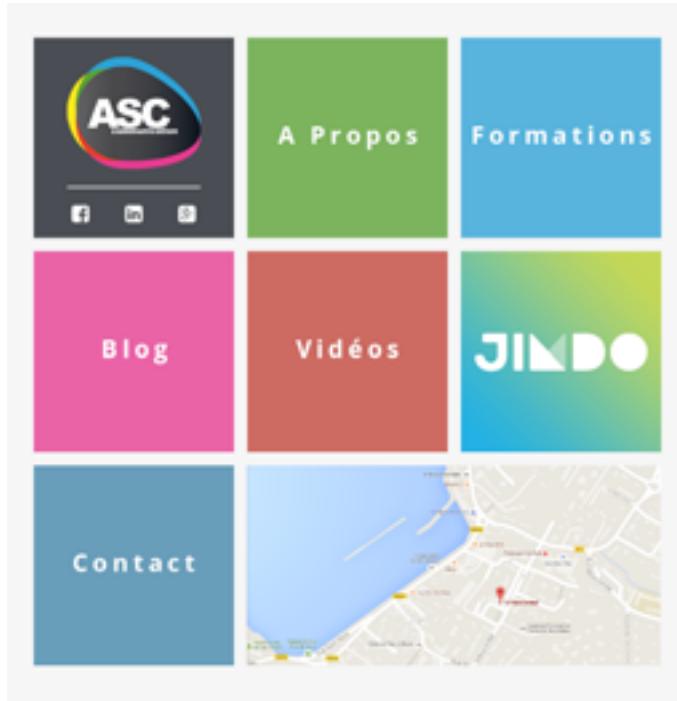
Après ces considérations techniques, je me suis m'attaqué aux différentes maquettes proposant des ergonomies susceptible de lui plaire.

Parmi celles-ci 3 grand axes ont été développés :

- une version «carrés», avec une ergonomie reprenant le principe de tuiles des derniers windows
- une version modernisés de son thème actuel
- et enfin une version proposant de larges sections séparées par de gros blocs qui contiennent le titre de la section

MISSIONS

ASC COMMUNICATION SITE



Formation / A Look At Dvd Shrink Wrap Systems

Usage of the Internet is becoming more common due to rapid advancement of technology and the power of globalization. Societies are becoming more inter-connected. Thoughts from different cultures are shared through the use of Internet chat rooms and web postings. Study results also track the most popular uses of the Internet. "this year's study shows that e-mail is the top task conducted online, followed by general surfing, reading News, shopping, and seeking-entertainment News." (Chang, Joshua (2005)) It can be summarized that the Internet is now being used for common, everyday tasks that would have normally taken more time to complete. Internet shopping is becoming popular amongst users in developed nations, as it is more efficient to "shop on the Internet" than to go physically into the stores. The Internet provides a virtual environment where consumers' demands are met with supplies. For example, research has shown that shopping on the Internet can result in lower search costs and better product selection. This is because the shopper has the ability to analyze prices from various stores without having to travel distances. The shopper can now shop online for goods that are for sale in a foreign nation, and rather than having to travel to the country to receive the goods, the consumer can order online and get it delivered efficiently. According to the Ernst and Young Survey ('Internet Shopping' 2000), prospective shoppers viewed price savings and selection as more important benefits than convenience, which was ranked third. However, using the Internet we have the capacity to achieve both, having the ability to offer shoppers convenience as well as better prices.

Not only has the Internet achieved a more equitable trading environment for consumers, it also gives us the potential to communicate more effectively and efficiently. For example, the cost of sending an email is generally cheaper than posting a letter in the mail, especially for people wishing to communicate internationally. Furthermore, an email can be sent immediately after it is written, and does not need to go through official procedures such as the Post Office and a mail box. The recipient of the email is able to access it from anywhere, as it is a virtual communication tool, as opposed to having a physical mail box where the



Actualités

Usage of the Internet is becoming more common due to rapid advancement of technology and the power of globalization. Societies are becoming more inter-connected. Thoughts from different cultures are shared through the use of Internet chat rooms and web postings. Study results also track the most popular uses of the Internet. "this year's study shows that e-mail is the top task conducted online, followed by general surfing, reading News, shopping, and seeking-entertainment News." (Chang, Joshua (2005)) It can be summarized that the Internet is now being used for common, everyday tasks that would have normally taken more time to complete. Internet shopping is becoming popular amongst users in developed nations, as it is more efficient to "shop on the Internet" than to go physically into the stores. The Internet provides a virtual environment where consumers' demands are met with supplies. For example, research has shown that shopping on the Internet can result in lower search costs and better product selection. This is because the shopper has the ability to analyze prices from various stores without having to travel distances. The shopper can now shop online for goods that are for sale in a foreign nation, and rather than having to travel to the country to receive the goods, the consumer can order online and get it delivered efficiently. According to the Ernst and Young Survey ('Internet Shopping' 2000), prospective shoppers viewed price savings and selection as more important benefits than convenience, which was ranked third. However, using the Internet we have the capacity to achieve both, having the ability to offer shoppers convenience as well as better prices.

Not only has the Internet achieved a more equitable trading environment for consumers, it also gives us the potential to communicate more effectively and efficiently. For example, the cost of sending an email is generally cheaper than posting a letter in the mail, especially for people wishing to communicate internationally. Furthermore, an email can be sent immediately after it is written, and does not need to go through official procedures such as the Post Office and a mail box. The recipient of the email is able to access it from anywhere, as it is a virtual communication tool, as opposed to having a physical mail box where the

MISSIONS

ASC COMMUNICATION SITE

30

The screenshot displays the ASC Communication website across three main sections:

- Homepage:** Features a large blue header with the ASC logo. Below it is a main banner with the text "Découvrez la liberté de communiquer!" and a call-to-action button labeled "Contactez-nous". The background features white paper airplane icons against a blue sky with white clouds.
- About Page (A Propos):** Shows a green header with the text "A Propos" and a sub-section titled "Agence de communication à Six-Fours-les-Plages". It includes a paragraph about cold calling tips and three icons: a green upward arrow, a green keyboard, and a green bank building.
- Training Page (Formations):** Shows a green header with the text "Formations" and a sub-section titled "Agence de communication à Six-Fours-les-Plages". It includes a paragraph about cold calling tips and three icons: a green upward arrow, a green keyboard, and a green bank building.

MISSIONS ASC COMMUNICATION SITE

C'est cette dernière version qui à été choisie, cependant, lors de l'intégration, les sections sur le coté ce sont avérées peu pratiques et pour répondre à cette problématique c'est le design mobile qui a été généralisé sur toutes les versions du site.

J'ai utilisé de nombreux plugins pour parvenir au résultat voulu, mais comme certains requéraient une utilisation particulière tel qu'advanced custom field ou s2members, j'ai du créer un petit livret de «conseil» d'utilisation.

Pour accélérer le développement et permettre des mises à jours «sans douleurs», j'ai utilisé le plugin custom code qui permet de rajouter du code css, js ou php dans l'entête ou en «virtualisant» un fichier et en le faisant correspondre à une ou plusieurs pages pour qu'il s'y applique.

Pour la sauvegarde et migration j'utilise all-in-one WP migration.

Parmi les autres plugins utilisés : caldera form, cookie notice, easy smooth scroll links, embed any document, google analyticator, ittheme security, reading position indicator, smooth scroll up, tinyMCE advanced (pour agrémenter l'éditeur de contenu de wordpress), upPrev (suggestion de contenu présent sur le site), WEN's responsive column layout shortcodes, wp blog and widget, wp supercache et yoast SEO.

L'intégration en elle même n'a pas posé de problème particulier, cependant le projet étant tout de même plus contraignant au niveau du contenu et de certains choix esthétiques, plusieurs segments on dû être retravaillés pour atteindre le niveau de qualité qu'attendait mon maître de stage.

Pour consulter le site : <http://www.asc-communication.com/>

En cas de maintenance, les identifiants sont: «LPWD» et «LPWD»

MISSIONS

ASC COMMUNICATION

PRINT

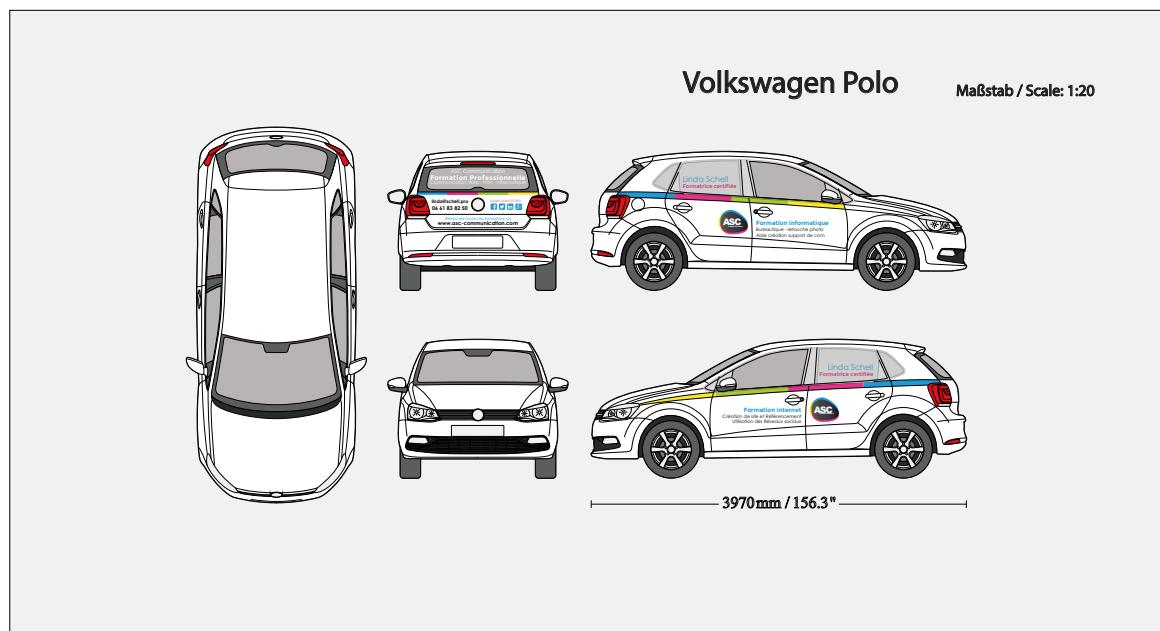
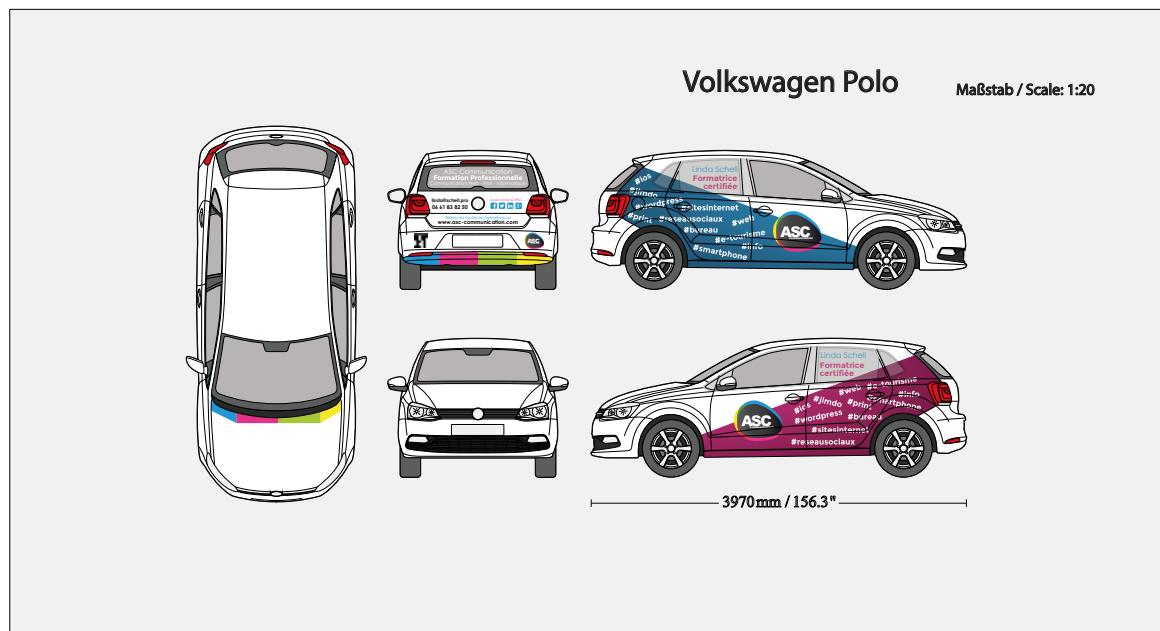
Bien que n'étant pas responsable de la refonte de l'identité de l'entreprise, j'ai pu y contribuer en créant de nouvelles cartes de visite, bannières ainsi qu'un flyer dédié aux formations, mais dont le contenu n'est pas encore disponible. Ceux-ci serviront lorsque Mme SCHELL ainsi qu'une collaboratrice démarcheront de futurs clients pour un projet de centre de formation.



MISSIONS ASC COMMUNICATION COVERING

Dans la poursuite des travaux précédents, j'ai aussi eu l'opportunité de créer un habillage pour le véhicule de l'entreprise.

Pour des raisons de coût la première version a été «retravaillée» afin de ne pas avoir à couvrir la voiture dans son intégralité.



ASC COMMUNICATION VIDEO

Dernier objectif concernant ASC Communication, le motion design.
Dans ce cadre j'ai réalisé deux vidéos, une servant de teaser pour le lancement du site (effectué à l'époque avec la maquette finale), et une autre pour les vidéos de formation que Mme SCHELL voulait lancer sur youtube, disponible ici : <https://goo.gl/d0oOgh>



MISSIONS SO SWEET

Le dernier projet qui m'ait été confié deux semaines avant la fin du stage était celui de So Sweet, une conciergerie de luxe.

Mon but était de créer un logotype et de commencer à intégrer le site. En plus du délai assez court, la cliente n'était pas très «disponible» pour le projet.

J'ai cependant réalisé une planche de logo et effectué des tests concernants des thèmes intéressants sous WordPress utilisant Visual Composer, autre découverte pour moi.

Bien qu'étant pratique pour des personnes qui ne sont pas familières avec le «code», Visual Composer propose beaucoup (trop?) d'options pour un projet relativement simple. Cependant, une fois pris en mains c'est un outil incroyablement puissant qui doit faciliter certaines commandes dans les entreprises qui l'utilisent.

D'après les retours, certains logos semblaient intéressants mais je n'ai pas eu plus de détails.



B I L A N S

Le stage s'est très bien déroulé, je suis satisfait des tâches et responsabilités qui m'ont été confiées de même que la confiance attribuée par Mme SCHELL.

J'ai pu découvrir le télétravail et une relation à la limite du freelance mais cela ne m'a pas freiné outre mesure, bien qu'un temps d'adaptation fut nécessaire.

Petit bémol concernant le projet « So Sweet », commencé fin mai et non achevé par manque de moyens/temps. Bien que le reste des sites ne soit pas encore visible par les utilisateurs, je suis fier du travail accompli et de la reconnaissance professionnelle de Mme SCHELL.

Même si mon maître de stage n'était pas tout le temps disponible, elle a fait en sorte d'être le plus à l'écoute possible et a pris le temps nécessaire afin d'avancer plus rapidement ensemble.

En résumé, un stage que je considère très positif, qui m'a forcé à m'améliorer et à me poser les bonnes questions quant à mon avenir.

LICENCE

Après MMI j'avais acquis des compétences variées, mais cela ne me suffisait pas. Bien qu'autodidacte, il me manquait encore quelques compétences pour pouvoir prétendre être Web Designer à un niveau professionnel, et je pense que cette licence me l'aura permis.

En effet, parmi mes lacunes se comptait un manque d'utilisation des CMS, j'avais utilisé WordPress et Joomla par le passé, mais je n'avais jamais créé de thème à partir de rien, de custom post types ou fait de l'optimisation du cache via des plugins.

Cette année m'a aussi fait découvrir plus en profondeur l'ergonomie et le Community Management, et bien qu'ayant plus d'affinités avec la première matière, elles m'ont toutes appris quelque chose m'ayant déjà servi et que je suis sûr de réutiliser.

J'en retire donc une bonne expérience, notamment grâce aux projets collectifs et individuels, lesquels m'ont beaucoup apporté.

J'ai pu apprendre quelques astuces concernant la création et la gestion d'entreprise grâce à mon maître de stage, qui m'a par ailleurs fourni un livre sur le sujet.

Nous avons pu discuter du statut d'autoentrepreneur, des obligations légales ainsi que de la gestion financière qui en découle, notamment de par mon statut d'étudiant boursier.

Thème également abordé, la relation client et la gestion d'un budget (surtout lorsque comme moi on aspire à commencer en parallèle des études), ainsi qu'une discussion de démarrage de « business plan » pour ces futures activités.

Dans l'ensemble ce stage a été enrichissant, plaisant et m'a beaucoup apporté d'un point de vue organisationnel et relationnel.

Je pense aussi avoir gagné en maturité et en confiance grâce à cette expérience, et je pourrais de cette façon voir l'avenir de manière plus sereine.

LA SUITE ?

Par la suite je compte poursuivre mes études, et en ce but j'ai postulé à différents Masters en France me permettant de continuer mes activités actuelles tout en me spécialisant dans l'UX Design.

D'ailleurs, le lendemain de la soutenance de stage à Montbéliard, je dois passer un entretien pour un Master à Paris en Design d'interface multimédia et internet.

J'ai déjà été accepté en Master Information et Communication à l'Ingé-média de Toulon, et dois aussi passer dans les semaines qui viennent un entretien pour le Master Design Graphique & Design d'Interaction à Valenciennes.

En parallèle du Master, je compte aussi me lancer dans l'auto entreprenariat en tant que Webdesigner/Infographiste, projet de longue date qui je l'espère pourra se concrétiser lors des années à venir.

A N N E X E S

CHARTE GRAPHIQUE V2

GUIDE
VAR

GUIDE
TOULON

GUIDE
SAINT-CYR

GUIDE
OLIOULES

GUIDE
BANDOL

GUIDE
LA SEYNE

GUIDE
SANARY

GUIDE
HYERES

GUIDE
SIX-FOURS

MARS 2016

Introduction	3
Le logotype de référence	4
Les couleurs de référence	5
Le logotype en monochrome	6
Les recommandations d'utilisation	7
Les typographies d'accompagnement	8
Carte de visite	9

SOMMAIRE

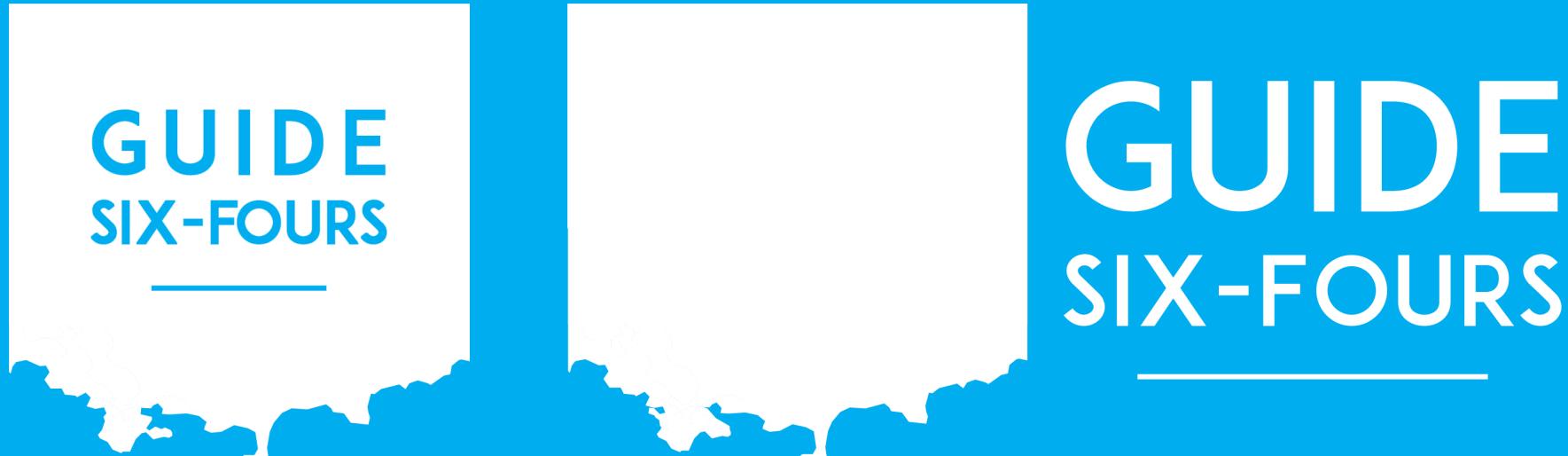
INTRODUCTION |3

Cette charte a été conçue afin de faciliter l'identification du «Guide Var» et de ces autres déclinaisons auprès de ses publics et partenaires.

Elle a pour principal objectif de préciser l'usage de son système visuel et de le rendre cohérent pour les récepteurs afin d'accroître la notoriété de l'entreprise et son efficacité online.

Destinée à faire connaître et à faire appliquer les principes retenus pour l'utilisation de la nouvelle identité visuelle, cette charte d'usage est à la fois un mode d'emploi technique pour les créations d'outils de communication et un guide facilitant les échanges avec des partenaires ou prestataires externes (agences de communication, graphistes, imprimeurs...).

Le respect de cette charte dans la durée constitue un enjeu important en terme de crédibilité, et la cohérence de l'image véhiculée sera signe de qualité.



L'identité visuelle des Guide exprime subtilement deux notions qui caractérisent la région, la mer et la nature.

S'appuyant sur une typographie forte et moderne afin de rompre la monotonie, ainsi que sur une diagonale dynamisant l'ensemble, le logo de Guide Six-fours attire l'oeil et rappel les atouts de la région, sans non plus être trop obstentatoire, permettant une intégration élégante sur tout type de supports, imprimés en quadrichromie (éditions, affiches, annonces presse, ...) sites Internet et Intranet et présentations PowerPoint.

Cette ambivalence confère au logo un aspect moderne et traditionnel, unique et en même temps passe partout.

Afin de répondre à toutes les contraintes, la version de référence a été déclinée à l'horizontale, afin de convenir à des situations où la version de base ne serait pas en mesure de délivrer pleinement son message.

LE LOGOTYPE DE REFERENCE | 4

LES COULEURS DE REFERENCE | 5



RVB :
226 122 63
CMJN :
7 61 80 1
Web :
#E27A3F



RVB :
29 113 184
CMJN :
85 50 0 0
Web :
#1D71B8

Le logotype de référence a été décliné dans plusieurs coloris afin de s'adapter au différents fond qui pourraient lui être associés.

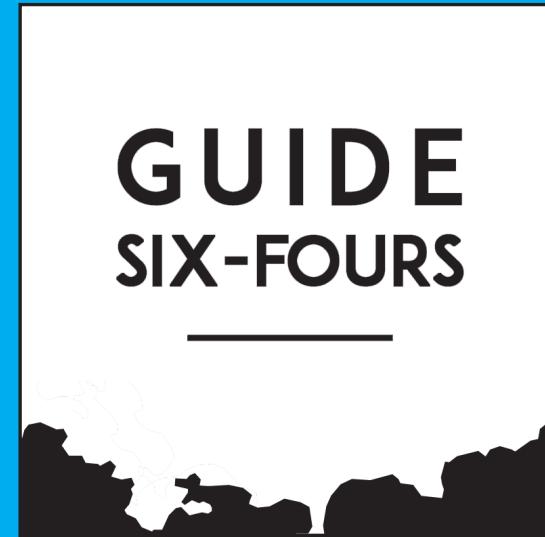
Un changement de ces couleurs est proscrit, il est impératif d'utiliser l'une de ces variations pour tout les supports quelqu'il soit, web et print confondu.

Il sera important de respecter ces de teintes références lors de la réalisation des supports de communication de la marque.

Les références RVB s'appliquent pour l'affichage écran.

Les références CMJN s'appliquent pour l'impression.

Les références # s'appliquent pour le développement web.



Afin de répondre à toutes les contraintes, le logotype a été décliné en version noir et blanc, afin de s'adapter aux impressions sans couleurs, au fond complexe, clairs ou foncés

Ces versions permettent un rendu se rapprochant du logotype en couleur sur imprimantes noir et blanc et annonces presse monochrome (PQR, ...). Un changement de niveau est proscrit, il est impératif d'utiliser l'une de ces variations pour tout les supports quelqu'il soit, web et print confondu.

Ces fichiers sont disponibles sous différents formats dans la logothèque jointe à cette charte graphique.

LE LOGOTYPE EN MONOCHROME | 6

LES RECOMMANDATIONS D'UTILISATION | 7



La zone de protection est un espace autour du logotype qui définit une zone dans laquelle aucun élément (graphique, visuel, typographie, etc.) ne doit être intégré.

Le respect de cette règle permet une lisibilité optimale de l'identité visuelle.

Cette règle est applicable à toutes les versions du logotype (web & print).

Afin de ne pas dénaturer la valeur communicative du logo, **les modifications suivantes sont interdites :**

Déformation



Perspective



Rotation



Inversion



Homothétie



La typographie pour les titrages d'édition

Nom de la police : Lemon/Milk

Version : Version 1.0

Disposition OpenType, PostScript Contours

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:; ' " (!?) +-*/=éèàçùêûâ

12 VOIX AMBIGUë D'UN Cœur QUI AU ZéPHYR PRéFÈRE LES JATTES DE KIWIS. 123

18 VOIX AMBIGUë D'UN Cœur QUI AU ZéPHYR PRéFÈRE

24 VOIX AMBIGUë D'UN Cœur QUI AU ZéF

La typographie pour le texte et la bureautique

Nom de la police : Source Sans Pro

Version : Version 1.036;PS 1.000;hotconv 1.0.70;makeotf.lib2.5.5900

Disposition OpenType, - signé numériquement, PostScript Contours

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:; ' " (!?) +-*/=éèàçùêûâ

12 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890

18 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de

24 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère

CARTE DE VISITE | 9



Guide d'utilisation/conseils pour ASC

Communication

Articles // Page 2 à 3

S2 Members //

Yoast SEO //

Catégories //

Blog // Page 3 à 5

Extrait //

Image à la une //

Ajouter catégories Blog //

Page // Page 5 à 7

ACF //

PHP //

Plugins // Page 7 à 8

Animate it //

Cookie Notice //

Duplicate Post //

ESSL Settings //

Apparence // Page 8 à 10

Custom Code //

Progress //

404 Page //

upPrev //

Couleurs personnalisée éditeur //

Articles // Fiches formations

The screenshot shows the Jimdo website editor interface. On the left, a sidebar lists various site management options like 'Tableau de bord', 'Articles', and 'Commentaires'. The main area is titled 'Modifier l'article' and shows the content of a page named 'Site internet Jimdo'. The right side features a sidebar for 'Post Level Restriction?' which includes 'Post Restriction Options → Posts', 'Require Custom Capabilities?', and 'Custom API Scripting → Custom Capabilities'. Below this are sections for 'Prévisualiser les modifications', 'Etat : Publié', 'Modèle : PUBLIC', 'Auteur : 0 utilisateurs', 'Publié le : 0 mai 2010 à 18 h 56 min', and a 'Mettre à jour' button.

S2 Members //

Post Level : non utilisé, mais permet de créer des « niveaux » parmi les utilisateurs (payant ou gratuit par exemple)

Custom Capabilities : Chaque utilisateur en possède, utilisé pour les documents sur la page dédié, mais permet de rendre certaines pages uniquement accessibles à ces mêmes utilisateurs.

Utilisable sous forme de widget aussi : Custom Capabilities en gras

[s2If current_user_can(access_s2member_ccap_s2_jimdo)] ... [/s2If]

[s2If is_user_logged_in()] ... [/s2If] – Pour utilisateur connectés

[s2If !is_user_logged_in()] ... [/s2If] – Pour utilisateur non-connectés

The screenshot shows the Yoast SEO plugin interface. The left sidebar includes 'Yoast SEO', 'Ajouter', 'Catégories', 'Épingler', 'BNG', 'Media', 'Pages', 'Commentaires', 'Gutenberg Forms', 'Apparence', 'Extensions', 'Utilisateurs', 'Outils', 'All-in-One WP Migration', 'Réglages', 'ACT', 'SEO', 'Google Analytics', 'Histoire', 's2Member', 'Smart Slider', and 'Maintenance'. The main area has tabs for 'Contenu', 'Extraits', and 'Format'. Under 'Format', there's a list of categories: 'Par défaut', 'En passant', 'Galerie', 'Liste', 'Aperçu', 'Galerie', 'Liste', 'Stat', and 'Discussion'. A red box highlights the 'Format' sidebar. The 'Catégories' sidebar on the right shows 'Toutes' and 'Les plus utilisées' with checked boxes for 'Formations Web', 'Formations à distance', 'Formations informatique', 'Formations Pro', and 'Non classé'. An 'Ajouter une nouvelle catégorie' button is also present. A red box highlights the 'Catégories' sidebar. The bottom right contains 'Étiquettes' and 'Ajouter' buttons.

Yoast SEO //

Modifier l'extrait : Permet de changer le titre, l'identifiant ainsi que la méta description (par défaut le début de l'article)

Mot-clé principal : celui avec le plus de récurrences

Analyse du contenu : Ensemble des recommandations pour un référencement optimal

Catégories //

Choix d'une/plusieurs catégories pour les formations (ci-dessous, page d'ajout de catégories)

The screenshot shows the Yoast SEO 'Categories' section. On the left, there's a sidebar with various WordPress and Yoast SEO-related links. The main area has a header 'Catégories' and a note about version 3.2.5. It includes a search bar and a 'Note' section about category hierarchy. The 'Ajouter une nouvelle catégorie' form has fields for 'Nom' (Name), 'Identifiant' (Identifier), 'Parent' (Parent category), and 'Description'. Below this is a table of existing categories:

Nom	Description	SEO	Identifiant	Compte
Formations Bureautique		●	formations-bureautique	4
Formations Informatique		●	formations-informatique	4
Formations Print		●	formations-print	2
Formations Web		●	formations-web	4
Non classé		●	non-classé	0

Below the table is another table for 'Actions groupées' (Grouped actions) with the same columns.

Blog // Le blog ASC

The screenshot shows the Yoast SEO 'Blog' section. The sidebar includes links for 'Blog', 'Etiquettes', 'Pro Blog Design', 'Médias', 'Pages', 'Commentaires', 'Caldera Forms', 'Apparence', 'Extensions', 'Utilisateurs', 'Outils', 'All-in-One WP Migration', 'Réglages', 'ACF', 'SEO', 'Google Analytics', 'Hero Menu', 's2Member', and 'Smart Slider'. The main content area has sections for 'Analyse du contenu' (with a red box around the 'Extrait' and 'Discussion' sections), 'Commentaires' (with a red box around the 'Ajouter un commentaire' button), and 'Image à la Une' (with a red box around the 'Image à la Une' section). A sidebar on the right contains 'Etiquettes' (with a red box around the 'Ajouter' button) and 'Category' (with a red box around the 'Ajouter Catégorie' button). A note at the bottom right says 'Réinitialiser l'image à la Une'.

Extrait //

Ce qui sera affiché sur les pages d'accueil et du blog ainsi que sur les recommandations d'articles.

Image à la une //

Miniature et image d'en-tête du post du blog

Ajouter catégories Blog //

Et shortcode pour les afficher

Nom	Blog Category Shortcode	Identifiant	Articles
Android : Smartphone Tablette	[blog category="16"]recent_blog_post category="16"]	android-smartphone-tablette	0
Facebook	[blog category="15"]recent_blog_post category="15"]	facebook	1
IOS : iPhone iPad	[blog category="6"]recent_blog_post category="6"]	ios-iphone-ipad	1
Jimdo	[blog category="2"]recent_blog_post category="2"]	jimdo	0
Sécurité	[blog category="17"]recent_blog_post category="17"]	securite	0
Windows	[blog category="13"]recent_blog_post category="13"]	windows	1
Youtube	[blog category="14"]recent_blog_post category="14"]	youtube	1
Nom	Blog Category Shortcode	Identifiant	Articles

Page // Accueil

The screenshot shows the WordPress dashboard with the 'Pages' section active. The main area is the content editor for the homepage. The content consists of a heading 'Une professionnelle vous forme dans votre entreprise.' and some custom shortcodes for animations. The sidebar on the left shows the navigation menu with 'Pages' selected.

Les champs « à propos », « formations », « Blog », « témoignages » et « contact » sont des **Custom Post Type**, créé et géré via le plugin **ACF**.

Pour rajouter de nouvelles sections : aller dans la section ACF du menu

Tous (5) | Publié (5)

	Titre	Champs
1	Accueil	5
2	Formations Bureautique	4
3	Formations Informatique	4
4	Formations Print	2
5	Formations Web	4
6	Titre	Champs

Actions groupées Appliquer

5 éléments

Advanced Custom Fields 4.4.7

Notes de version
See what's new in [version 4.4.7](#)

Ressources

[Guide de démarrage](#)
[Types de champs](#)
[FAQs](#)
[Actions](#)
[Filters](#)
[Guides](#)
[Tutoriels](#)

Créé par Elliot Condon

ACF //

Cliquer sur « Ajouter » pour créer une nouvelle section. Valable pour les pages formations également.

Il faut choisir « EDITEUR WYSIWYG » pour bénéficier de toutes les options d'édition de Wordpress, notamment les shortcode.

Modifier le groupe de champs | Ajouter

A Propos

Formations

Blog

Témoignages

Contact

+ Ajouter

Assigner ce groupe de champs

Règles

Monter ce champ quand

Modèle de page est égal à Accueil et

ou

Ajouter une règle

Options

s2Member™

Post Level Restriction

* voir: [Restriction Options -- Posts](#)

Require Custom Capabilities

* voir: [API Scripting -- Custom Capabilities](#)

Publier

État : Publié | [Modifier](#)

Copier dans un nouveau brouillon
Déplacer dans la corbeille

Mettre à jour

PHP //

Et intégrer le code php suivant dans la page ou le template de page concerné :

```
<?php the_field('blog'); ?>
```

La partie en gras étant le nom du champ défini plus haut.

Fichier Modifier HTML Format Rechercher Affichage Naviguer Déboguer Aide Angular Templates Nouvelles HTML

```

13      <!--php echo do_shortcode('[huge_it_portfolio id="2"]'); ?-->
14  </div>
15 </div>
16 <div class="row" id="formations">
17   <div class="medium-6 large-4 columns" id="lesformations">
18     Formations
19   </div>
20   <div class="medium-6 large-8 columns rightnum">
21     <?php the_field('formations'); ?>
22   </div>
23 </div>
24 </div>
25 <div class="row" id="blog">
26   <div class="medium-8 large-4 columns">
27     Blog
28   </div>
29   <div class="medium-6 large-8 columns justifnum blogum">
30     <?php the_field('blog'); ?>
31     <!--2Articles et astuces récentes /h2-->
32     <?php echo do_shortcode('[recent_blog_post design="design-17" grid="2"]'); ?-->
33     <?php echo do_shortcode('[recent_blog_post category="6"]'); ?-->
34     <?php echo do_shortcode('[recent_blog_post category="2"]'); ?-->
35     <?php echo do_shortcode('[recent_blog_post category="3"]'); ?-->
36     <?php echo do_shortcode('[recent_blog_post category="2"]'); ?-->
37   </div>
38 </div>
39 <div class="row" id="tenuoimages">
40   <div class="medium-6 large-4 columns" id="lestenuoimages">
41     Témoignages
42   </div>
43   <div class="medium-6 large-8 columns rightnum">
44     <?php the_field('tenuoimages'); ?>
45   </div>
46 </div>
47 </div>
48 <div class="row" id="contact">
49   <div class="medium-6 large-4 columns">
50     Contact
51   </div>
52   <div class="medium-6 large-8 columns justifnum">
53     <?php echo do_shortcode('[contact-form-7 id="26" title="Formulaire de contact 1"]'); ?-->
54     <?php echo do_shortcode('[caldera_form id="Cf58fd5f5878aa"]'); ?-->
55     <?php the_field('contact'); ?>
56   </div>
57 </div>
58 </div>
59 </div>
60 </div>
61 </div>
62 <?php get_footer(); ?>

```

Ligne 21, colonne 6 - 27 colonnes sélectionnées — 63 lignes

Plugins //

Animate it //

Permet de régler les animations d'apparition du contenu :

- Pourcentage du scroll pour l'affichage
- Activation selon les supports
- Cacher les scroll horizontaux/verticaux

Cookie Notice //

The screenshot shows the 'Cookie Notice' settings page. On the left, the sidebar menu includes 'Tableau de bord', 'Articles', 'Blog', 'Médias', 'Pages', 'Commentaires', 'Caldera Forms', 'Apparence', 'Extensions', 'Utilisateurs', 'Outils', 'All-in-One WP Migration', and 'Réglages'. The 'Réglages' section is selected. The main area contains the following configuration options:

- Message**: A text area with placeholder text: "Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies." Below it is a text input field labeled "Saisir le message d'avertissement aux cookies."
- Texte du bouton**: A dropdown menu set to "Accepter". Below it is a note: "The rest of the option to accept the usage of the cookies and make the notification disappear."
- More info link**: A checkbox labeled "Enable Read more link".
- Link target**: A dropdown menu set to "_blank". Below it is a note: "Select the link target for more info page."
- Refuse button**: A checkbox labeled "Give to the user the possibility to refuse third party non functional cookies".
- On scroll**: A checkbox labeled "Enable cookie notice acceptance when users scroll". Below it is a text input field "100" and a note: "Nombre de pixels user has to scroll to accept the usage of the cookies and make the notification disappear."
- Expiration des cookies**: A dropdown menu set to "1 semaine". Below it is a note: "La durée de stockage des cookies."
- Script placement**: A dropdown menu set to "Header".

On the right side, there is a sidebar with the following information:

- Cookie Notice 1.2.35**
- Besoin d'aide ?**: A note: "Si vous rencontrez des problèmes avec ce plugin, veuillez en parler dans le [forum pour les utilisateurs](#)."
- Vous aimez ce plugin ?**: A "Donate" button.
- Notes sur le plugin**: "Note sur le plugin", "Blog et lien vers la page du plugin", and "Découvrir nos autres plugins WordPress".
- Created by**: A logo for "factory".

Duplicate Post //

Réglage de l'étendu de la copie et des utilisateurs autorisé à copier des contenu dans le back office

The screenshot shows the 'Duplicate Post' settings page. The sidebar menu is identical to the previous one. The main area contains the following configuration options:

- Copiez également date de l'article/de la page**: A checkbox labeled "Par défaut, la date de publication de la nouvelle copie est la date actuelle. Cochez cette case pour copier la date originale de l'article/page".
- Copier statut article/page**: A checkbox labeled "Copie le statut d'origine (broutillon, publié, en attente) lorsque vous dupliquez depuis la liste des articles".
- Copier l'extrait**: A checked checkbox labeled "Copie l'extrait de l'article/page d'origine".
- Copier media attachés**: An unchecked checkbox labeled "Copie les media attachés à l'article/page d'origine".
- Copier enfants**: An unchecked checkbox labeled "Copie les enfants de l'article/page d'origine".
- Ne pas copier ces champs**: A text input field containing "Liste séparée par des virgules des champs meta qui ne doivent pas être copiés".
- Ne pas copier ces taxonomies**: A checkbox with a list: "Catégories", "Étiquettes", "Format", and "Category". Below it is a note: "Sélectionnez les taxonomies que vous ne voulez pas copier".
- Préfixe du titre**: A text input field with placeholder text: "Préfixe à ajouter devant le titre d'origine, ex : 'Copie de'" (laisser blanc pour ne pas ajouter de préfixe).
- Suffixe du titre**: A text input field with placeholder text: "Suffixe à ajouter devant le titre d'origine, ex : 'dup'" (laisser blanc pour ne pas ajouter de suffixe).
- Rôles autorisés à copier**: A checkbox with a list: "Administrateur", "Éditeur", "Auteur", and "Contributeur".
- Avertissement**: A note: "Avertissement : ces utilisateurs pourront copier tous les articles/pages, même ceux des autres auteurs".
- Montrer les liens dans**: A checkbox labeled "Liste des articles" and another labeled "Kerry d'édition".

ESSL Settings //

The screenshot shows the 'Easy Smooth Scroll Links' settings page. The sidebar menu is identical. The main area contains the following configuration options:

- Easy Smooth Scroll Links » Settings**
- FAQs • Rate it • Support Forum • Suggestions? Contact Me**
- Everyone should Read these articles:**
HTML 5 – Using attribute 'id' instead of attribute 'name' for Anchors
- Scroll Speed**: A text input field with placeholder text: "smaller number, faster, default is 900".
- Offset**: A text input field with placeholder text: "default is 20".
- Scrolling Animation Effects**: A dropdown menu set to "easeInQuint".
- Exclude Anchors Beginning With**: Input fields: "#beginwith1", "#beginwith2", "#beginwith3", "#beginwith4", and "#beginwith5".
- Exclude Anchors Exactly Match**: Input fields: "#exactmatch1", "#exactmatch2", "#exactmatch3", "#exactmatch4", and "#exactmatch5".
- Enable Scrolling from One Page to Another?**: A checkbox. Below it is a note: "Warning: This feature is experimental, might cause conflict with some slider plugins, or blank pages.".
- Save Settings**

Apparence //

Custom Code //

Tous les CSS en fonction de leurs champs d'application

The screenshot shows the 'Custom Code' section of the WordPress dashboard. On the left, there's a sidebar with various menu items like 'Articles', 'Blog', 'Médias', 'Pages', 'Commentaires', 'Caldera Forms', 'Thèmes', 'Personnaliser', 'Widgets', 'Menus', 'Custom Code', 'Progress', 'dét Page', 'upPrev', 'éditeur', 'Extensions', 'Utilisateurs', 'Outils', 'All-in-One WP Migration', 'Réglages', 'ACF', and 'SEO'. The 'Custom Code' item is selected. The main area has a title 'Custom Code' with a 'Add New' button. Below it is a message: 'Yoast SEO a été mis à jour en version 3.2.5. Cliquez ici pour découvrir toutes les nouveautés !'. There are filters for 'Tous (10)', 'Publiés (10)', and 'Corbeille (1)'. A search bar says 'Search Custom Code' and shows '10 éléments'. The table lists 10 items:

	Date	Miniature
Titre	Publié 19/05/2016	Aucun
Recherche	Publié 06/05/2016	Aucun
Articles (formations)	Publié 06/05/2016	Aucun
CGV + prise en charge	Publié 06/05/2016	Aucun
Category Blog	Publié 26/04/2016	Aucun
Sidebar	Publié 26/04/2016	Aucun
Footer + menu	Publié 20/04/2016	Aucun
Le Blog ASC + documents	Publié 14/04/2016	Aucun
Formations	Publié 14/04/2016	Aucun
Blog	Publié 06/04/2016	Aucun
Principal	Publié 31/03/2016	Aucun
Titre	Date	Miniature

The screenshot shows the 'Edit Custom Code' page. The left sidebar is identical to the previous one. The main area has a title 'Edit Custom Code' with a 'Add New' button. It includes a message about Yoast SEO being updated. Below is a 'Recherche' section with a code editor containing:

```
style type="text/css">
1- section.container {
2   margin-top: 15vh;
3 }
4-
5- .row {
6   max-width: 80rem;
7   background-color: white;
8 }
9-
10- .large-8 {
11   width: 100%;
12   background-color: white;
13 }
14-
15- .large-4 {
16   margin-bottom: 5vh;
17 }
18-
19- .bottom-sidebar {
20   display: none;
21 }
22- 
```

To the right are two panels: 's2Member™' and 'Publier'. The 'Publier' panel contains 'Custom Code Type' (radio buttons for CSS, LESS, JavaScript, Tracking Code, and PHP, with CSS selected), 'Custom Code Placement' (radio buttons for Inline, External File, Header (selected), and Footer), and a 'Priority' dropdown set to '5 (default)'. A red box highlights the 'Custom Code Logic' section at the bottom.

Custom Code Logic

Apply only if:

Special Archive is equal to and

- Le code
- Les pages ou types de page où il doit être appliqué
- Le langage du code
- Le placement et la gestion de priorité (Hiérarchie entre les différents codes, plus petit = plus important)

Progress //

Gestion de la barre de progression du scroll (en haut du site)

404 Page //

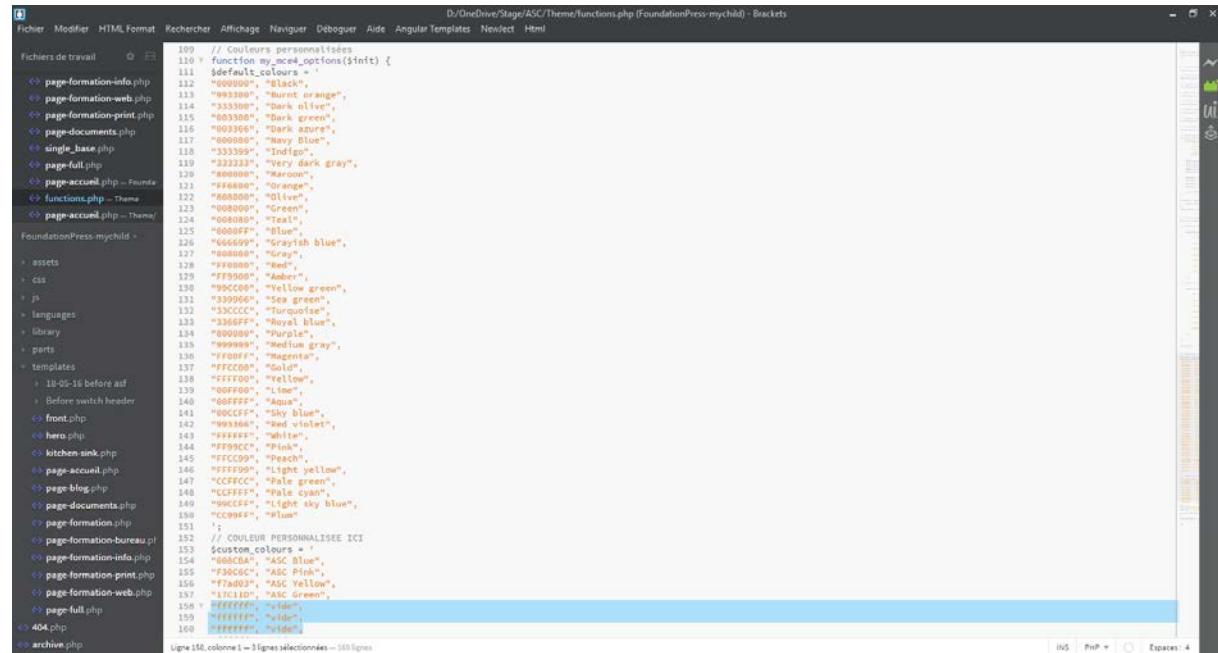
The screenshot shows the WordPress dashboard with the 'Appearance' menu selected. Under 'Appearance', the '404 Page' option is chosen. The main content area displays the 'General Options' for the 404 page, which reads: 'La page que vous cherchez a été renommée, déplacée, supprimée ou est temporairement indisponible.' Below this, there are options for 'Hide Background Image' (unchecked) and 'Add Text Shadow' (checked). On the right side, there is a 'Publish' button and a 'Background Image' section featuring a blue background with white clouds. A sidebar on the right promotes the 'Forty-Four Pro' plugin.

upPrev //

The screenshot shows the WordPress dashboard with the 'Appearance' menu selected. Under 'Appearance', the 'upPrev' option is chosen. The main content area displays various settings for the upPrev plugin, including 'Nombre d'articles à montrer' (set to 2), 'Filtres de contenu' (checkbox checked), 'Méthode d'entrée précédente à présenter' (radio button selected for 'Choix aléatoire'), 'Limite de taxonomie' (checkbox unchecked), 'Correspondance des types de post' (checkbox checked), and 'Sélectionner le type d'articles' (checkbox checked for 'Type de custom post: Blog'). On the right side, there is a 'Loved this Plugin?' section with links to the plugin's page and forum, and a 'Need Assistance?' section with a link to the WordPress Help Forum.

Gestion des suggestions en fin d'articles du blog

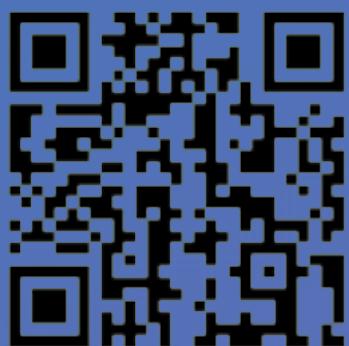
Couleurs personnalisée éditeur //



The screenshot shows a code editor window for a PHP file named `functions.php` located in the `FoundationPress-mychild` theme directory. The file contains a list of color names and their corresponding hex codes. A specific section of the code is highlighted in blue, starting at line 150:

```
150 // COULEUR PERSONNALISEE ICI
151 $custom_colours = '
152 "#66CBA1", "ASC Blue",
153 "#F300C6", "ASC Pink",
154 "#FFFF00", "ASC Yellow",
155 "#008000", "ASC Green",
156 "#FFFFFF", "White",
157 "#000000", "Black",
158 "#993300", "Burnt orange",
159 "#336600", "Dark olive",
160 "#003300", "Dark green",
161 "#003366", "Dark azure",
162 "#008080", "Navy Blue",
163 "#333399", "Indigo",
164 "#222233", "Very dark gray",
165 "#999999", "Gray",
166 "#FF0000", "Red",
167 "#FF9900", "Amber",
168 "#99CC00", "Lime green",
169 "#339966", "Sea green",
170 "#33CCCC", "Turquoise",
171 "#3366FF", "Royal blue",
172 "#800080", "Purple",
173 "#999999", "Medium gray",
174 "#FF00FF", "Magenta",
175 "#FFCC00", "Gold",
176 "#FFFF00", "Yellow",
177 "#00FFFF", "Lime",
178 "#00FF00", "Aqua",
179 "#008080", "Teal",
180 "#00008B", "Dark slate blue",
181 "#993366", "Red violet",
182 "#FFFFFF", "White",
183 "#FF99CC", "Pink",
184 "#FFCC00", "Peach",
185 "#FFFF00", "Pale yellow",
186 "#CCFFCC", "Pale green",
187 "#CCFFEF", "Pale cyan",
188 "#99CCFF", "Light sky blue",
189 "#CC99FF", "Plum"
190 ';
191 
```

Il suffit d'ajouter le code hexadécimal et de nommer les couleurs que l'on veut rajouter à l'éditeur.



LICENCE PRO TAIS WEBDESIGN
PROMOTION 2015/2016 INITIAL
IUT DE BELFORT-MONTBÉLIARD