

 Mickaël Blanchard

Préface de Sébastien Lepers

Magento

Couvre
Magento
1.4

Réussir son site
e-commerce

EYROLLES

Pour que l'informatique
soit un outil
et non un ennemi !

Magento

Réussir son site e-commerce

Magento, la plate-forme libre de e-commerce qui monte !

Avec 1,5 million de téléchargements en moins de trois ans d'existence, Magento remporte déjà l'adhésion de plus de 50 000 sites marchands de toutes envergures.

Construit sur PHP, Apache et MySQL, ce logiciel souple et puissant, aux grandes capacités d'extension, permet de gérer tous les aspects d'une boutique en ligne personnalisée, aussi bien sous MS-Windows que sous Mac OS ou GNU/Linux.

Ingénieur certifié Développeur PHP Zend, **Mickaël Blanchard** est responsable de projet dans la SSII Dawan (Nantes), consultant et formateur en développement et technologies web, tout spécialement en PHP. Ses consultations et formations lui ont permis d'apprécier de multiples situations d'utilisation des systèmes de e-commerce libres comme osCommerce, Joomla et, bien sûr, Magento.

Sébastien Lepers (alias SeL) est un membre actif de la communauté Magento France.



Exploitez le potentiel de Magento pour réussir votre commerce en ligne !

- Définissez et planifiez votre projet (équipe, hébergement, nom de domaine, déploiement...)
- Installez et configuez Magento et comprenez son environnement de développement
- Structurez votre catalogue, créez des lots de produits et gérez les promotions
- Paramétrez les devises, taxes, frais de port et modes de paiement sécurisés
- Gérez votre clientèle et administrez les commandes (livraison, suivi de stock, remboursements...)
- Animez votre boutique par du contenu éditorial, des sondages et le système de commentaires
- Faites la promotion de votre boutique en fidélisant vos visiteurs (flux RSS, bons de réduction, newsletter...) et en optimisant son référencement
- Personnalisez l'apparence de votre boutique en ajoutant un thème et proposez des magasins en plusieurs langues
- Ajoutez et développez des extensions pour enrichir les fonctionnalités du site

En annexe : Extensions utiles. Rappels sur PHP. Le Zend Framework pour Magento. Rappels sur XHTML, CSS, JavaScript et XML.

À qui s'adresse cet ouvrage ?

- À toute entreprise commerçante, TPE ou PME souhaitant construire son site marchand
- Aux administrateurs de systèmes d'information et prestataires chargés de mettre en place un site de e-commerce
- Aux développeurs PHP en charge de maintenir et d'étendre un site créé avec Magento



Préface

Depuis le temps que la communauté attendait ce moment, voici enfin un livre en français sur la plate-forme e-commerce dont tout le monde parle depuis deux ans : Magento.

Pourquoi avoir dû attendre si longtemps ?

Tout d'abord, Magento est une solution complète et souple, dotée d'un énorme potentiel, mais qui en contrepartie demande du temps pour l'apprivoiser... donc du temps pour en faire un livre. On aurait pu se contenter de traduire un livre anglais ou allemand existant. Mais non, on est plus exigeant que cela, il fallait que ce livre s'adresse réellement à un public qui travaille en France et dont les problématiques sont propres à ce pays, même si aisément adaptables pour les lecteurs des autres pays francophones européens. Ensuite, les utilisateurs, développeurs et experts de Magento ont une activité professionnelle chargée, qui leur laisse peu de temps pour la rédaction. Enfin, dès qu'on aborde le sujet Magento, on ne peut se limiter à l'outil en lui-même. On doit nécessairement s'intéresser à beaucoup d'autres sujets et métiers, allant du marketing à l'hébergement, en passant par le référencement et la logistique.

Dès lors, on comprendra que plusieurs tentatives de rédaction aient échoué et que la seule à aboutir pour le moment se soit fait attendre. Je pense que Mickaël Blanchard ne me contredira pas si j'affirme que son livre est représentatif des connaissances que l'on retrouve au sein de la communauté Magento. Tout le mérite d'avoir su les structurer et transmettre son expérience sur le logiciel lui revient.

Petit retour en arrière sur l'histoire de Magento et de sa communauté francophone.

Nos blogueurs francophones préférés ont repéré dès juin 2007 le petit bijou qui se préparait outre-Atlantique et qui allait bouleverser le paysage du commerce électronique open source. Le 31 août, la première version bêta de Magento était rendue publique et téléchargée par les plus

impatients. Le plus dur était alors de savoir qu'il faudrait attendre plusieurs mois avant d'avoir une première version stable. Mais l'équipe de développement a su nous faire patienter en publant de nombreuses versions bêta chaque fois enrichies de nouvelles fonctionnalités.

C'est en septembre 2007 que la communauté française a été « officialisée » avec l'ouverture du site www.fragento.org et le lancement de la traduction française sur l'impulsion du Capitaine Commerce. Après quelques jours seulement, il était possible d'utiliser Magento bêta en français.

Dès la sortie de la version 1.0, fin mars 2008, Varien, la société californienne qui édite Magento, a détecté que le trafic sur son site www.magentocommerce.com était plus important en provenance de la France et de l'Allemagne qu'en provenance des États-Unis. À l'écoute de la communauté, Varien a très vite compris que son système de taxes n'était pas compatible avec celui de l'Europe et a donc modifié son plan de lancement en conséquence, afin de proposer un système de taxes compatible dès juillet 2008, dans la version 1.1. Les exemples d'implication et de contribution de la communauté dans le développement de Magento se sont ensuite multipliés. En vrac, citons les retours de bogues, les extensions communautaires ou commerciales, les contributions sur les forums multilingues, les tutoriels et les articles wiki.

Il est évident que ce que Varien a offert à la communauté, celle-ci le lui a largement rendu sous de multiples formes et qu'au final, de nombreuses personnes bénéficient de cette collaboration. Malgré sa jeunesse, Magento est déjà entré dans l'histoire du Web.

Que vous soyez développeur ou utilisateur, j'espère que la découverte et l'utilisation de Magento vous encourageront à découvrir cette communauté et à nous rejoindre. Ce livre saura vous guider et vous éviter de renoncer comme l'ont fait quelques utilisateurs non accompagnés.

Pour conclure, je vous souhaite beaucoup de plaisir et de réussite dans vos projets e-commerce avec Magento.

Sébastien Lepers, alias SeL

Table des matières

AVANT-PROPOS	1
Pourquoi ce livre ? • 1	
À qui s'adresse ce livre ? • 2	
Structure de cet ouvrage • 3	
Remerciements • 4	
1. PETITE INTRODUCTION AU E-COMMERCE AVEC MAGENTO .. 5	
Le e-commerce et le libre • 6	
Les principaux logiciels • 7	
OsCommerce • 7	
VirtueMart • 7	
PrestaShop • 8	
Comparaison des logiciels • 8	
À propos de Magento • 8	
La licence OSL (Magento Community Edition) • 9	
Rapide historique • 9	
Votre projet Magento • 10	
Définir son projet de site e-commerce • 11	
Étudier le marché et de la concurrence • 11	
Déterminer ses besoins • 12	
L'équipe projet • 12	
Profils décisionnels • 13	
Compétences graphiques et ergonomiques • 13	
Rôles techniques • 13	
Gestion quotidienne et éditoriale du site • 14	
Développement et production • 14	
L'hébergement • 15	
Choisir un nom domaine • 15	
Acheter un nom de domaine • 15	
Plusieurs noms de domaine, est-ce possible ? • 16	
La planification du projet • 16	
Estimer les coûts • 17	
Mettre en place d'un calendrier prévisionnel • 17	
Tenir compte des imprévus • 18	
2. L'ENVIRONNEMENT DE DÉVELOPPEMENT 19	
Le Web : rappels fondamentaux • 20	
Les adresses ou URL • 20	
HTTP... S ? • 21	
Structure d'un site web • 22	
Pourquoi utilise-t-on des services web ? • 23	
Le langage (X)HTML • 24	
HTML, CSS et JavaScript • 25	
Script.aculo.us • 25	
MySQL, la base de données • 25	
Organisation générale d'une base MySQL • 26	
PhpMyAdmin et SQL • 26	
PHP, le langage à la base de Magento • 28	
Où est PHP et comment fonctionne-t-il ? • 28	
Le Zend Framework • 29	
Les fichiers CSV • 29	
XML dans les fichiers et les messages • 30	
3. INSTALLER ET TESTER MAGENTO 31	
Les éléments indispensables pour installer Magento • 32	
Les outils requis • 32	
Apache • 32	
L'interpréteur PHP • 32	
MySQL • 33	
Un hébergement commercial • 33	
Serveur mutualisé ou dédié ? • 33	
Quel matériel ? • 34	

Les services supplémentaires • 34
 La qualité du service et le support • 34

Un serveur à domicile • 34

Installer un serveur à domicile • 35
 Tester et paramétrer le serveur • 36
 Configurer PHP • 36
 Créer le répertoire Magento • 38

Les droits d'accès • 39

Rêves de grandeur ? • 40

Phases d'installation, pas à pas • 40

Obtenir Magento • 40
 Préparer l'archive • 41
 La base de données • 42
 Installer • 42
 Tester l'installation • 46

Les tâches cron • 48

Mise en place d'une tâche cron sous Unix • 49
 Mise en place d'une tâche planifiée sous Windows • 49

Magento en français • 51

It does not work ? • 51
 Récupérer la clé d'extension pour le French Language Pack • 51
 Installer l'extension • 53

Ajouter un premier produit dans la boutique • 54

4. VISITE GUIDÉE DES FONCTIONNALITÉS OFFERTES AU VISITEUR 59

Visiter le site • 60

Rechercher des produits • 60

Acheter • 62

Le panier d'achat • 62
 Le processus de commande • 62
 Le compte de l'utilisateur • 66

Contribuer • 67

Associer des tags aux produits • 67
 Créer son catalogue personnel : la wishlist ou liste d'envies • 67
 Comparer les produits entre eux • 68

5. ADMINISTRER LE SITE 71

Connexion à l'interface d'administration • 72

Les différents types de messages • 74

Les messages publics émis par Magento • 74
 La génération automatique de courriels • 74
 Les gabarits de courriels • 75

Les gabarits par défaut • 75
 Personnaliser les gabarits • 75

Présentation de l'interface standard • 77

L'en-tête et le menu • 77
 Le pied-de-page • 77
 Les listes • 78
 Les formulaires • 79

Création et configuration des magasins • 80

Configuration des magasins et des différentes vues • 81
 Créer un magasin supplémentaire • 83

Configuration générale de Magento • 85

Les zones de configuration du système • 85
 Fonctionnement général du paramétrage • 85
 Les options du menu Général • 87
 Options générales (menu Général>Général) • 87
 Options Web • 87

Paramétriser la page « Contactez-nous » • 88
 Option d'envoi à un ami • 89

Les options du menu Catalogue • 89

Options générales • 89
 Création d'un plan de site Google • 93
 Activation des flux RSS • 94

Les options du menu Clients • 95

Paramètres des comptes clients • 95
 Paramètres de navigation • 95
 Activation de la « liste d'envies » • 96

Les options du menu Ventes • 96

Paramétriser le déroulement d'une vente en ligne • 96
 Impression de documents PDF • 97
 Paramétriser la commande et le règlement des achats • 97
 Paramètres de livraison • 98
 Configurer l'accès aux services Google • 98

Configuration avancée • 99

Paramètres pour l'administration • 99
 Paramètres système • 100
 Paramètres utiles au développeur • 101

Gestion du cache • 101

Gestion de votre équipe d'administrateurs • 103

Mon compte • 103
 Les rôles • 103
 Les utilisateurs • 105

6. PUBLIER SUR LE SITE 107

Créer des pages de contenu • 108

Ajouter une page • 109	Définir une règle • 149
Renseigner les métadonnées • 110	Conditions d'application de la règle • 150
Insérer des blocs statiques • 111	Résultat • 151
Créer un bloc • 111	Les promotions panier • 152
Affecter un bloc à une page • 112	Définir une règle • 152
Administrer des sondages • 113	Bons de réduction • 152
7. METTRE EN PLACE SA BOUTIQUE 117	Conditions d'application de la règle • 153
Structurer les produits en catégories • 118	Les conditions générales de vente et d'utilisation • 154
Arborescence des catégories • 118	Optimiser le référencement de votre boutique via les URL • 156
Créer et paramétrier une catégorie • 119	Les URL automatiques • 157
Informations générales • 119	Réécrire manuellement les URL • 158
Paramètres d'affichage • 120	
Produits de la catégorie • 121	
Hiérarchie des catégories • 121	
Caractériser les produits grâce aux attributs • 122	8. GÉRER LES VENTES 161
Créer des attributs • 123	Le processus complet d'achat • 162
Paramétrier le comportement des attributs pour le visiteur • 124	Devises et taux de change • 162
Intitulés et valeurs des attributs • 126	Configurer les devises • 163
Gérer les groupes d'attributs • 127	Fixer les taux de change • 164
Création d'un nouveau groupe • 127	
Répartition dans les sous-groupes • 128	Gérer sa clientèle • 165
Mettre en place les produits • 129	Voir les clients en ligne • 165
Création d'une fiche produit • 129	Constituer des groupes de clients • 166
Informations générales • 130	Informations sur les clients • 166
Fixer les prix • 132	Créer un client pour une commande par téléphone • 167
Ajouter des informations méta • 133	
Associer des images • 134	Définir les taxes • 169
Propriétés d'inventaire pour la gestion des stocks • 134	Les classes de taxe produit • 170
Affecter le produit aux sites web et catégories • 135	Les classes de taxe client • 170
Produits apparentés, ventes incitatives et ventes croisées • 136	Les taux de TVA en fonction des zones de taxe • 171
Abonnements aux alertes sur les produits • 136	Les règles de taxes • 172
Ajouter des options personnalisables : choix de la taille, de la couleur, etc. • 137	L'affichage des taxes et leurs options • 174
Les différents types de produits • 138	Modes de livraison et frais de port • 175
Les produits configurables • 139	Points communs entre tous les modes • 175
Les produits groupés • 142	Le mode « Tarif unique » • 176
Les produits packagés • 144	Le mode « Tarification » • 176
Les produits téléchargeables • 146	Le mode « Livraison gratuite » • 177
Les produits virtuels • 149	
Gérer les promotions • 149	Modes de paiement • 177
Les promotions catalogue • 149	Points communs entre les différents modes de paiement • 178
	Paiement par carte enregistrée • 179
	Paiement par chèque, mandat ou virement • 180
	Paiement par bon de commande • 180
	Administrer les commandes • 180
	Traiter les commandes • 181
	Produire des factures • 182
	Préparer les expéditions • 184
	Gérer les remboursements • 186
	Analyser le tableau de bord des commandes • 187

9. PROMOTION DE LA BOUTIQUE : COMMUNIQUER	
AVEC SES VISITEURS 189	
Autoriser les avis sur les produits • 190	
Configurer les notations • 190	
Modérer les commentaires • 192	
Gérer les mots-clés ou tags • 193	
Améliorer la recherche interne • 195	
Analyser les recherches des visiteurs • 195	
Éditer les recherches • 196	
Autres améliorations possibles • 197	
Envoyer une lettre d'information (newsletter) • 197	
Gérer les inscriptions • 198	
Préparer un gabarit • 199	
Éditer et envoyer la lettre • 200	
Mieux connaître votre clientèle : utiliser les rapports • 201	
Les différents états disponibles • 201	
Manipuler les états • 202	
Utiliser les services web • 203	
Vérification rapide du bon fonctionnement • 204	
Services XML-RPC • 204	
Services WS-* • 205	
Méthode d'utilisation • 205	
Sécurité : créer des utilisateurs • 206	
10. PERSONNALISER L'APPARENCE DE SA BOUTIQUE 209	
Configuration de base du design • 211	
L'en-tête HTML • 211	
Le titre de la page (title) • 211	
Les balises métadonnées et autres indications pour les moteurs de recherche • 212	
Les petits plus • 212	
L'en-tête visible de la page • 213	
Le pied de page • 213	
Ajouter un filigrane sur les images de produits • 214	
Créer un thème graphique • 215	
Organisation des fichiers • 215	
Organisation générale • 215	
Organisation des thèmes au sein des répertoires • 216	
Le principe de surcharge • 217	
Créer un paquet • 218	
Créer et appliquer un nouveau thème • 218	
Application partielle d'un thème • 219	
Exceptions • 220	
Éléments statiques du thème : images, CSS et JavaScript • 222	
Modifier des images ou fichiers JavaScript • 222	
Modifier les styles grâce aux CSS • 222	
Design et internationalisation • 223	
Répertoires de traduction • 223	
Les textes intégrés au thème • 224	
Les textes indépendants du thème • 224	
Mécanisme de traduction • 224	
Modifier les fichiers pour corriger ou ajouter une traduction • 225	
Ajouter des widgets • 225	
Modifier les gabarits (templates) • 228	
Les avantages de l'architecture MVC • 228	
Modifier un gabarit • 229	
Les gabarits spéciaux • 231	
Syntaxe des gabarits • 231	
Classes et fonctions utiles • 232	
Traduction • 233	
Remplacement des caractères spéciaux • 233	
Affichage d'un bloc enfant • 233	
Les assistants • 233	
Le modèle • 233	
Modifier les agencements (layouts) • 234	
Syntaxe générale et surcharge • 235	
Structure d'un fichier d'agencement • 235	
En pratique • 236	
Modification de la balise <default> • 237	
Le contenu des agencements • 238	
La balise <block> • 238	
La balise <reference> • 239	
La balise <action> • 240	
Exemple : changer la couleur du pied de page • 240	
Exemple : supprimer un bloc • 242	
Exemple : ajouter un bloc HTML • 243	
Exemple : ajouter un lien vers une page • 244	
Personnaliser le design via l'interface d'administration • 246	
Paramètres de design personnalisé • 246	
Exemple d'ajout de paramètres de design personnalisé • 247	
11. AJOUTER ET CRÉER UNE EXTENSION 249	
Installer une extension préexistante • 250	
Choisir une extension • 250	
Obtenir la clé d'installation • 253	
Télécharger et installer l'extension avec Magento Connect • 254	

Exemple de configuration • 257 Créer soi-même ses extensions • 259 Modifier Magento ? • 259 Structure et fichiers essentiels d'une extension • 261 Trouver les erreurs • 263 Un exemple complet : création d'un premier module d'accès à une base de données • 265 Déclaration : créer le fichier de configuration de l'extension • 265 Structure des fichiers • 266 Créer le bloc correspondant au module • 267 Fichier de bloc : LeMessage.php • 267 Fichier d'agencement : message.xml • 268 Fichier de configuration : config.xml • 269 Fournir une traduction du message • 271 Modification du gabarit • 271 Création des fichiers de traduction CSV • 272 Modification du fichier de configuration • 272 Afficher un message dynamique à partir de la base de données • 273 Créer la table d'enregistrements • 273 Prévoir l'installation automatique de la table • 274 Construire le modèle • 275 Déclarer le modèle • 277 Modifier la classe de bloc pour afficher le résultat • 278 Bilan du premier module • 279 Suite de l'exemple : créer un second module pour la livraison • 280 Construire la structure et les classes du module • 281 Créer les répertoires • 281 Construire la classe Back • 281 Créer les fichiers de traduction • 284 Adapter les fichiers de configuration • 284 Fichier de configuration etc/config.xml • 284 Fichier de départ de l'extension • 285 Rendre l'extension configurable • 286 Un menu spécial pour notre extension • 287 Ajout de paramètres dans un onglet existant • 291 Lecture des paramètres depuis la classe du modèle • 294 Crée un paquet pour publication • 296 Informations du paquet • 296 Informations de publication • 297 Responsables de la maintenance • 297 Dépendances • 298	Contenu • 298 Sauvegarde et mise en ligne • 299 A. QUELQUES EXTENSIONS UTILES DE MAGENTO 301 Paiement en ligne par carte bancaire • 301 CM-CIC p@iement (CyberMUT Paiement/Paiement CIC) • 301 SPPLUS Extension (Caisse d'Épargne) • 302 Et pour les autres banques ? • 303 Modes de livraison • 303 J2T TNT Module (relais colis TNT) • 303 Owebia Shipping 2 • 304 Thèmes et design • 304 Advanced Menu • 304 Clean EasyStart Theme • 305 Internationalisation • 306 French (France) Language Pack • 306 Autres extensions utiles • 307 osCommerce fixed migration tool • 307 Blog • 308 B. HTML, CSS ET JAVASCRIPT 311 (X)HTML • 311 La page • 311 Les balises principales • 313 Les commentaires • 313 Le corps de texte et sa mise en forme • 313 Les titres • 314 Listes et tableaux • 314 Les balises de liens • 315 Lien vers une autre page • 316 Images • 316 L'encodage des caractères • 316 CSS • 317 Intégrer les CSS dans le HTML • 317 Associer le code CSS au HTML • 319 Quelques propriétés CSS • 320 Couleurs • 320 Polices de caractères • 320 Marges et bordures • 321 Autres • 321 JavaScript • 321 Intégrer le JavaScript dans le HTML • 322 Script.aculo.us • 323
--	---

Utilisation • 323	Le SQL avec l'adaptateur • 331
Principaux effets • 324	Le contrôleur • 332
Comportements • 324	Le client HTTP • 333
Ajax • 325	Autres classes utiles • 333
C. PHP ET LE ZEND FRAMEWORK..... 327	
PHP • 327	
Les apports de PHP 5 • 328	
Le Zend Framework • 329	
Le Zend Framework dans Magento • 329	
Interaction avec les bases de données • 330	
D. XML..... 335	
Pourquoi XML ? • 335	
Les règles fondamentales du XML • 336	
Autres normes associées à XML • 337	
INDEX	339

Avant-propos

► <http://www.fevad.com>

CONSEIL Visiter et acheter

Si jamais vous n'aviez qu'une idée vague de ce qu'est une boutique en ligne, passez quelques temps sur des sites de e-commerce, quels qu'ils soient. Il serait même utile que vous fassiez un achat complet, au moins jusqu'à la phase de paiement. En voici quelques exemples :

► <http://www.eyrolles.com>
► <http://www.amazon.fr>
► <http://www.alapage.fr>

À SAVOIR Identification renforcée

Le mécanisme de paiement en ligne par carte bancaire évolue en France, pour plus de sécurité. Désormais, il n'est plus suffisant de disposer du code de la carte, et du cryptogramme inscrit au dos, mais une identification supplémentaire est nécessaire, tels un code secret ou la date de naissance du client. Le vendeur, c'est-à-dire le propriétaire du site de e-commerce, n'a pas à modifier son site pour s'y adapter, car cela se passe au niveau de la banque.

En 2009, on comptait 56 000 sites marchands actifs en France, pour un chiffre d'affaires total de 5,6 milliards d'euros (d'après la FEVAD, Fédération du e-commerce et de la vente à distance, qui réalise des études périodiques de référence sur le sujet). À cela s'ajoutent les plates-formes de mutualisation et les simples marchands référencés sur des sites intermédiaires (d'enchères, de publication...).

La mise en place d'une boutique sur l'Internet demande la réalisation logicielle des mécanismes classiques de toute entreprise commerçante, et plus généralement de tout nouveau canal de vente :

- le maintien de produits et rubriques de produits dans une base de données ;
- le processus d'achat ;
- le processus de paiement ;
- le maintien de clients, de leurs adresses, de leurs commandes ;
- l'établissement des frais de livraison ;
- la prise en compte de la taxation.

L'existence de cet ensemble de points communs justifie généralement l'emploi d'une plate-forme logicielle existante, plutôt que la création complète d'un site sur mesure, afin de faciliter la mise en place de tous ces processus. C'est dans ce logiciel que vous devrez, une fois celui-ci configuré, intégrer vos données et l'adapter à vos besoins propres, dans son apparence comme dans son comportement.

Pourquoi ce livre ?

Magento est l'un de ces logiciels, parmi les plus récents et les plus complets, et libre de surcroît. Réputé pour sa puissance et ses grandes capa-

cités de configuration grâce à l'ajout et au développement de nombreux nouveaux modules, il peut pour cette raison sembler au premier abord quelque peu difficile d'accès. C'est pourquoi cet ouvrage a pour objectif, d'après mon expérience dans l'installation de ce logiciel pour diverses entreprises, de vous assister dans la mise en place de votre site de e-commerce, depuis la définition des besoins jusqu'à l'ajout de modules supplémentaires, en passant par la configuration, la création et l'alimentation de la base de données, sans oublier la personnalisation de l'apparence graphique.

À qui s'adresse ce livre ?

Cet ouvrage a été écrit pour tous les niveaux d'apprentissage de Magento, et s'il s'adresse avant tout à l'administrateur qui sera chargé de la mise en place et de la gestion d'un site de e-commerce, il servira également de guide au développeur qui souhaitera l'exploiter au maximum de ses capacités.

Les débutants complets, utilisateurs de l'Internet mais peu familiers de ses spécificités techniques, découvriront Magento, les technologies qui le composent, ses possibilités et les enjeux de son utilisation. Les derniers chapitres de ce livre ne les concerneront pas dans l'immédiat, car ils demandent des connaissances techniques en programmation qui ne peuvent s'acquérir simplement par la manipulation, même en profondeur, de Magento. Cependant, le reste de l'ouvrage a été écrit avec des références et un vocabulaire exacts, qui s'efforcent de leur offrir une lecture claire et sans verbiage inutile.

Si vous êtes expérimenté en HTML, voire en PHP, mais que vous abordez Magento avec un œil neuf, vous êtes au centre des préoccupations de l'auteur. C'est alors l'ensemble du livre qui vous concerne ; laissez-vous guider par les fonctionnalités dont vous avez vraiment besoin. L'ordre de l'ouvrage devrait vous convenir parfaitement, et les quelques chapitres généralistes pourront être simplement survolés.

Vous êtes un expert en développement web ? Ce livre devrait être pour vous une aide précieuse. L'auteur, fort de son expérience dans le développement de solutions associées à des CMS (*Content Management System*), boutiques en ligne ou autres outils en PHP, s'est appliqué à détailler les points les plus délicats de Magento. La création de modèles (*templates*) et de thèmes graphiques (*layouts*), particulièrement exotique et ardue, est expliquée, exemples à l'appui. Quant à la fabrication d'extensions, c'est le point qui devrait mériter le plus votre attention. Elle a été écrite afin

de parcourir le plus de possibilités et de besoins que vous auriez à résoudre, et certaines astuces vous feront gagner de nombreuses heures.

Structure de cet ouvrage

L'ordre des chapitres assure une cohérence maximale. Aucun point n'est développé tant que les éléments nécessaires n'ont pas été expliqués.

Le **chapitre 1** (Petite introduction au e-commerce avec Magento) propose des informations générales à propos de Magento et de son écosystème, ainsi que des conseils pour mettre en place votre propre projet de boutique en ligne.

Le **chapitre 2** (L'environnement de développement) présente toutes les technologies sous-jacentes à Magento, à commencer par le Web. Vous trouverez ensuite des compléments sur ces technologies en annexe.

Le **chapitre 3** (Installer et tester Magento) indique en détail comment installer Magento, en présentant de multiples situations.

Le **chapitre 4** (Visite guidée des fonctionnalités offertes au visiteur) montre comment vos visiteurs et clients utilisent le site que vous mettez en place.

Le **chapitre 5** (Administrer le site) détaille les actions fondamentales réalisées par les administrateurs d'une boutique Magento, configuration des diverses fonctionnalités incluse.

Le **chapitre 6** (Publier sur le site) indique comment publier sur le site des informations qui ne font pas partie du processus d'achat.

Le **chapitre 7** (Mettre en place sa boutique) est consacré à l'ensemble des données commerciales, c'est-à-dire les produits, catégories, commandes, etc.

Le **chapitre 8** (Gérer les ventes) présente la configuration détaillée du processus de vente (paiement, livraison, etc.).

Le **chapitre 9** (Promotion de sa boutique : communiquer avec ses visiteurs) décrit l'administration des fonctionnalités interactives à destination des visiteurs, comme les commentaires des produits. Il vous donne ainsi différents moyens de faire connaître votre boutique et d'attirer les internautes.

Le **chapitre 10** (Personnaliser l'apparence de sa boutique) est un premier point de la mise en place potentiellement complexe d'un site, à savoir l'application de thèmes graphiques aux différentes pages d'un site Magento.

Le chapitre 11 (Ajouter et créer une extension), à destination des développeurs, explique les points clés et les méthodes permettant la modification et la création d'extensions diverses et variées pour Magento.

Pour terminer, les annexes décrivent quelques extensions utiles à un site français et présentent les bases des technologies utilisées par et pour Magento.

Remerciements

Je tiens à remercier les stagiaires successifs qui, depuis 2008, ont eu la bonne idée de demander une formation Magento, et se sont prêtés de bonne grâce aux exemples que je leur soumettais, voire m'ont poussé à couper sur le papier la somme de connaissances que je leur apportais. Je suis grandement redevable envers les membres passés et présents de Dawan, leur culture du savoir fut un moteur essentiel dans ma rédaction.

J'applaudis les intervenants actifs et déterminés de Magento de par le monde, en particulier ceux de Varien, qui mérite son succès, mais aussi Florent Sabourin et Sébastien Lepers, qui ont collaboré à cet ouvrage. Enfin, un merci chaleureux aux éditions Eyrolles, Fabienne L'Hostis, Sophie Hinzelin, Pascale Sztajnbok, Anne-Lise Banéath, Gaël Thomas et surtout Karine Joly, qui ont réussi à transformer ce projet avec un grand talent.

UN MOT DE L'AUTEUR **Mickaël Blanchard**

Mickaël Blanchard est ingénieur en développement. Il est actuellement responsable de projet dans la SSII Dawan, intervenant en conseil sur des développements Internet, intranet et extranet de toutes sortes, généralement en PHP.

Également formateur depuis six ans dans de nombreuses technologies du Web, dont l'une des premières formations d'expertise pour PHP 5 depuis 2005, il donne aussi des formations pour OsCommerce, Joomla!, et bien sûr Magento. Il est certifié Développeur PHP Zend.

Ses formations comme ses consultations lui ont donné l'occasion d'apprécier de multiples situations d'utilisation de systèmes de commerce électronique, et l'évolution dans les années récentes de Magento. Les différents services – production, assistance, formation – pour lesquels l'auteur et sa structure se mettent à votre disposition sont détaillés sur le site :

► <http://www.dawan.fr>

Petite introduction au e-commerce avec Magento

1

Vous envisagez de mettre en place une boutique en ligne, et souhaitez définir plus précisément votre projet. Ce chapitre d'introduction au e-commerce avec le logiciel libre Magento devrait répondre à plus d'une de vos questions...

SOMMAIRE

- ▶ Le e-commerce et le libre
- ▶ À propos de Magento
- ▶ Définir son projet Magento

MOTS-CLÉS

- ▶ e-commerce
- ▶ logiciel libre
- ▶ Varien
- ▶ projet
- ▶ hébergement
- ▶ nom de domaine
- ▶ planning
- ▶ équipe

Le e-commerce est constitué de milliers de boutiques sur l'Internet, accessibles à tout instant de n'importe où dans le monde. Au-delà des problématiques générales inhérentes à l'ouverture d'un commerce électronique, chacun de ces commerces a besoin d'un logiciel (par exemple, Magento), et d'une phase de mise en place précédant son ouverture.

Le e-commerce et le libre

De nombreuses solutions de e-commerce sont apparues et ont disparu depuis quinze ans. Parmi elles, les solutions propriétaires n'ont jamais eu de succès que pour les sites de très grande envergure, pour lesquels des développeurs à plein temps étaient disponibles. La majorité des sites de e-commerce ont pu être mis en place, et le seront encore prochainement, en utilisant des produits libres et gratuits tels que Magento.

COMPRENDRE Un logiciel libre ?

Un logiciel libre est un logiciel dont le code source (assimilable à la recette de cuisine dont le logiciel serait le plat) est publié et librement accessible, et dont l'auteur offre à quiconque toute latitude pour l'utiliser, le modifier et le diffuser. L'exemple le plus connu de logiciel libre est sans doute le noyau Linux. Les logiciels libres sont distribués sous différentes licences, dont la plus connue est sans doute la GNU GPL (*GNU General Public license*). On trouve également la licence BSD, les Creative Commons et la licence OSL (*Open Software License*) dont est doté Magento.

Quant au terme « open source », il désigne également les logiciels dont le code source a été libéré, mais en les considérant d'un point de vue purement technique, en le dépouillant des aspects éthiques, philosophiques et politiques du logiciel libre (source : Le Jargon Français, <http://jargonf.org>).

Pour en savoir plus sur cette question, vous pouvez vous référer aux ouvrages suivants :

□ R. Stallman, S. Williams, C. Masutti, *Richard Stallman et la révolution du logiciel libre – Une biographie autorisée*, Eyrolles, 2010.

□ F. Elie, *Économie du logiciel libre*, Eyrolles, 2008.

Le logiciel libre quelque fois est mis en accusation, sur l'affirmation qu'il serait le produit de l'amateurisme, qu'il ne fournirait pas de support utilisateur, comporterait des risques légaux, etc. Il s'agit généralement de médisances et rumeurs, et le fait qu'il soit ainsi soumis à l'étude, la critique et la possibilité d'être corrigé par tous confère au contraire dynamisme et fiabilité aux logiciels libres qui rencontrent le succès. Il existe en effet de nombreuses applications libres à succès, dans tous les domaines (Apache pour les serveurs, Ubuntu pour les systèmes d'exploitation, MediaWiki, le wiki à la base de Wikipédia, ou encore Open ERP, progiciel de gestion d'entreprise de plus en plus prisé, parmi tant d'autres). Des logiciels libres ou open source sont notamment soutenus et proposés par des multinationales telles que Microsoft, IBM, Google, etc.

Sur le Web, une grande partie des projets libres sont réalisés au moyen du langage PHP, notamment en ce qui concerne le commerce électronique (pour d'autres domaines, on trouvera aussi le langage Java).

Les principaux logiciels

OsCommerce

OsCommerce, créé par Harald Ponce de Leon (Allemagne), est l'outil de commerce électronique le plus connu et le plus répandu. Disponible depuis 2003, il dispose d'un grand nombre de contributeurs ayant apporté des fonctionnalités abondantes, en particulier vis-à-vis des spécificités nationales de la vente en ligne.

De nombreux outils issus de OsCommerce ont vu le jour ces dernières années, afin de pallier ses limitations et de fournir des versions incluant à l'installation des configurations et modules considérés alors comme essentiels.

Or, bien que de nouvelles versions sortent régulièrement (la version 3 est attendue depuis au moins trois ans), une grande quantité de sites de commerce électronique passent actuellement de OsCommerce à VirtueMart, PrestaShop ou Magento.

VirtueMart

VirtueMart, créé par Sören Eberhardt-Biermann (Allemagne), est une extension du CMS Joomla! qui permet d'y ajouter des fonctionnalités spécifiques au commerce électronique. Joomla! est un CMS moderne actuellement très populaire, proposant un grand nombre de fonctionnalités. VirtueMart profite de cette structure afin de combler les besoins d'un site de commerce électronique.

CULTURE CMS et e-commerce

Un CMS (*Content Management System*) ou système de gestion de contenu est un logiciel destiné à la conception et la mise à jour dynamique d'un site web. Il permet notamment de séparer la gestion de la forme et du fond et autorise l'intervention de plusieurs rédacteurs. Les CMS les plus célèbres sont sans doute Spip, Joomla!, Drupal et ceux dédiés en priorité aux blogs comme WordPress ou Dotclear.

D'autres CMS, tel eZ Publish, se sont lancés dans l'adjonction de fonctionnalités e-commerce. Cela a le plus souvent abouti à un échec, les fonctionnalités de commerce en ligne nécessitant plus qu'une attention secondaire de la part des développeurs.

PHP

PHP (*PHP: Hypertext Preprocessor*) est un langage de programmation libre permettant de réaliser un site web de A à Z, depuis la simple génération de documents HTML aux requêtes dans les bases de données, l'envoi automatique de mail ou le chiffrement des données. Il est très complet et évolue très vite (on en est à la version 5), en parfaite association avec Linux, Apache et MySQL (on parle alors de LAMP, d'après les initiales de ces quatre technologies). C'est le langage utilisé par Magento, chez les hébergeurs ou sur votre propre serveur.

► <http://www.php.net>

► <http://www.oscommerce.com>

À LIRE Joomla et Virtuemart

► V. Isaksen, *Joomla et Virtuemart – Réussir sa boutique en ligne*, Eyrolles, 2009.

▶ <http://www.prestashop.com>

Ajax

Ajax (*Asynchronous JavaScript and XML*), technologie fortement associée au Web dit 2.0, est un mélange de techniques classiques permettant d'exploiter davantage les ressources du poste client plutôt que celles du serveur, en réalisant des requêtes asynchrones. Cela permet notamment d'améliorer la réactivité d'une application, et donc son ergonomie. Voir à ce sujet dans l'annexe B, la section dédiée à JavaScript.

Nom	Fonctionnalités boutique	Fonctionnalités de gestion de contenu (CMS)	Qualité, sécurité, robustesse	Communauté
OsCommerce	+++			+++
VirtueMart	+	+++	++	+
PrestaShop	+	+	+	++
Magento	++	+	++	++

COMPRENDRE De multiples versions

En plus de ces logiciels, vous trouverez, avec des intitulés plus ou moins proches, des adaptations de ceux-ci à des besoins particuliers. Cela inclut des versions prêtes à l'installation, avec une même base mais quelques modules préinstallés en plus. Comme ces logiciels sont libres, ceci est tout à fait légal et habituel, et c'est ce qu'on appelle une distribution. Il n'existe pour le moment aucune distribution spéciale notable issue de Magento.

PrestaShop

PrestaShop, créé par Igor Schlumberger et Bruno Lévéque (France), est un outil léger de commerce électronique, disponible depuis 2008. Il est plus simple à déployer et à personnaliser, au prix de fonctionnalités moins avancées, et fait une utilisation abondante d'Ajax afin de proposer une ergonomie de qualité.

Comparaison des logiciels

Voici une comparaison rapide des quatre produits dont on peut envisager l'utilisation pour un nouveau projet de commerce électronique : OsCommerce, VirtueMart, PrestaShop et Magento.

L'appréciation de la qualité est issue de l'expérience de l'auteur sur ces différents produits, et son analyse générale du code source. Un code de grande qualité a pour avantage d'assurer, entre autres, la sécurité et, d'une manière générale, la maintenance et l'évolution facile de l'application.

Quant à la communauté liée au logiciel, c'est un critère d'importance dans le choix d'un logiciel libre. En effet, une grande communauté à pour avantage :

- de proposer un plus grand nombre d'extensions, de traductions, de corrections ;
- d'améliorer la pérennité dans le temps ;
- d'être présente et vous fournir des réponses lorsque vous rencontrez des problèmes.

À propos de Magento

Magento est une application PHP de commerce électronique. Il s'agit, sur un site web, de montrer, dans l'objectif de les vendre, des produits de tout type.

Créé en 2007 dans sa version libre et gratuite, Magento Community Edition, il existe depuis 2009 une version payante, Magento Entreprise

Edition. Magento a été créé et est maintenu par la société californienne Varien (renommée dernièrement Magento Inc., comme le laisserait entendre le site de Magento). Cette compagnie propose des services de support, design et formation, ainsi que la version payante de Magento.

La licence OSL (Magento Community Edition)

Magento Community Edition, à savoir la version communautaire de Magento, est distribuée sous la licence OSL 3.0 (*Open Software License*, version 3). C'est une licence très libre, dont les limitations les plus importantes sont cependant les suivantes :

- Même après l'avoir modifiée, vous ne pouvez pas distribuer l'application sous une autre licence (installer l'outil chez un hébergeur n'est pas considéré comme une « distribution », donc les limites de la licence ne s'y appliquent pas) ; plus qu'une contrainte, cela assure en fait la pérennité du produit pour la communauté.
- L'application doit être distribuée avec son code source et une copie de la licence.
- Vous perdez tout droit d'utilisation ou de redistribution si vous déclarez que l'application enfreint un brevet logiciel (ceci est la différence majeure par rapport à la GNU GPL, licence comparable beaucoup plus répandue).

Rapide historique

La première version bêta de Magento date de l'été 2007, suivie en mars 2008 par la version 1.0. Les versions 1.1 à 1.4, entre juillet 2008 et février 2010, apportèrent des corrections et des optimisations, ainsi que quelques ajouts.

En avril 2009 est sortie la version Entreprise, qui ajoute à la version communautaire les avantages suivants :

- de réelles fonctionnalités supplémentaires, comme la gestion plus fine des droits, les avoirs, les bons d'achat, les ventes privées, la gestion des versions (plusieurs versions du même site, à des fins de test) ;
- un support en ligne, fournissant une aide à la mise en place, la mise à jour et l'utilisation.

La version entreprise est annoncée en 2010 à 8 900 USD au minimum (incluant un an de support technique). Il est en revanche incertain que toutes les extensions proposées puissent être légalement utilisées avec la version Entreprise. Ceci doit être vérifié au cas par cas sur la fiche de description de l'extension.

SOURCE OSL (Open Software Licence)

Le texte de la licence OSL est disponible à l'adresse suivante, en anglais :

- ▶ <http://www.opensource.org/licenses/osl-3.0.php>

Vous trouverez plus d'explications à son sujet sur le site ci-après, en français :

- ▶ http://www.vvlibri.org/index.php?title=Open_Software_License

Extension

Une extension désigne l'amélioration des capacités d'un matériel ou d'un logiciel par l'adjonction d'un composant. Le terme désigne à la fois le composant ajouté que l'opération elle-même. Lorsqu'il s'agit d'un logiciel, l'extension se présente sous la forme de *module*, de *plug-in*, de *patch*, etc. On dit alors que le système bénéficiaire est étendu. Dans Magento, par exemple, en plus de l'installation par défaut, l'administrateur peut installer un module supplémentaire afin d'apporter des fonctionnalités nouvelles ou des éléments de design personnalisés. Voir le chapitre 11 à ce sujet.

CULTURE Double licence

Distribuer un logiciel, tel Magento, avec deux licences différentes, une libre et une propriétaire, est habituel. La grande majorité des utilisateurs choisissent alors, pour commencer, une version entièrement communautaire, qui leur permettra par exemple de dupliquer leur installation, s'ils ouvrent plusieurs boutiques, sans payer de licence supplémentaire.

Cet ouvrage traite essentiellement des points communs entre la version Community et la version Entreprise.

À SAVOIR La communauté autour de Magento

L'un des grands avantages avec un certain nombre de logiciels libres, et avec Magento en particulier, réside dans l'existence d'une communauté active autour du logiciel. Cela permet notamment de trouver de l'aide à moindre frais et, pour ceux que cela intéresse, de s'impliquer plus avant dans le projet de développement du logiciel.

Le site officiel de Varien, qui propose officiellement le logiciel et maintient le système d'extensions, Magento Connect, est le point névralgique de la communauté associée à Magento. Des solutions diverses et abondantes d'entraide y sont proposées, comme les forums, wikis ou même séminaires ; par exemple, le *Magento Developers Paradise* réunit tous les ans les développeurs du logiciel et sa communauté autour de conférences, d'ateliers et de concours de développement.

Pour les adeptes, il existe même depuis peu une application iPhone officielle Magento sur laquelle vous retrouverez les activités de Magento Connect ainsi que des tutoriels vidéos (*screencasts*).

► <http://www.magentocommerce.com>

Autour de ce site gravitent un grand nombre de sites web et d'actions indépendantes menés par des acteurs de Magento à destination d'autres acteurs et utilisateurs. Parmi eux, en français, citons le site Magentix, qui propose de nombreux tutoriels, et Fragento, le site de la communauté francophone grâce auquel vous serez tenu au courant des dernières actualités et sur le forum très fréquenté duquel vous pourrez trouver de l'aide (en français).

► <http://www.magentix.fr>

► <http://www.fragento.org>

Enfin, des journées événementielles organisées régulièrement, les Bargento, proposent des rencontres avec retours d'expériences d'utilisateurs et de prestataires, débats, ateliers, etc. Cet important rendez-vous à Paris a lieu environ deux fois par an, et le quatrième s'est tenu en mai 2010.

► <http://www.bargento.fr>

Votre projet Magento

Monter un site de e-commerce, avec Magento ou tout autre logiciel, est un véritable projet. Cela ne se prévoit pas à la légère et demande une véritable organisation, comme pour tout autre projet d'entreprise. Voici quelques informations non techniques qui vous permettent, dans le cas où vous n'y seriez pas habitué, de maîtriser le déroulement du projet de mise en place de Magento. Elles sont valables également pour d'autres projets centrés sur l'utilisation d'un outil informatique.

Définir son projet de site e-commerce

Avant toute autre considération de développement, votre projet de boutique doit être bien défini. Chaque projet comportera en effet ses contraintes propres, selon que vous décidiez d'ouvrir une boutique en ligne à partir d'un commerce existant ou que vous souhaitiez démarrer une nouvelle activité, par exemple. Toutes ces considérations pourront être formalisées dans un *business plan*, un document qui résume les objectifs, la stratégie et le financement de votre entreprise. Il pourra vous aider à évaluer la viabilité de votre projet.

Étudier le marché et de la concurrence

Comme pour tout commerce, la première étape consiste bien évidemment à faire une étude de marché afin de bien connaître votre public et évaluer votre clientèle potentielle. En effet, si de nos jours, tout se vend sur l'Internet, il vaut mieux vous assurer au préalable qu'il y a une réelle demande sur les produits que vous vous proposez de vendre, et surtout si les clients sont prêts à l'acheter via le canal Web.

CULTURE Le cadre juridique du e-commerce et les associations professionnelles

Selon l'article L121-1-1 du Code du commerce, toute personne exerçant des actes de commerce et qui en fait son activité habituelle est considérée comme commerçante aux yeux de la loi. À partir du moment où vous devenez vendeur professionnel, vous devez donc respecter certaines obligations légales, et devez souscrire à des inscriptions administratives et des déclarations fiscales et sociales. Certaines de ces obligations sont spécifiques à la vente à distance (VAD), telles celles issues de la loi Chatel du 3 janvier 2008 « pour le développement de la concurrence au service des consommateurs ».

► <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000017785995>

De plus, en tant que détenteur d'un fichier clients et de données personnelles, vous devrez enregistrer votre site auprès de la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés), qui vous enverra un numéro de déclaration à faire figurer dans les mentions légales de votre site.

► <http://www.cnil.fr>

Pour en savoir plus sur le cadre juridique de la vente à distance, consultez le site de la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), et le Forum des droits sur l'Internet, qui pourra répondre à vos questions liées au Web, aux droits du consommateur et du commerçant.

► <http://www.fevad.com>

► <http://www.foruminternet.org>

En plus de la Fevad, une autre association professionnelle pourra vous informer et vous renseigner sur les pratiques du commerce électronique : l'Acsel (Association de l'économie numérique).

► <http://www.associationeconomienumerique.fr>

À SAVOIR**Ressources pour l'étude de marché**

Informations sur toutes les sociétés enregistrées au tribunal du commerce :

- ▶ <http://www.societe.com>

Informations sur les sites web :

- ▶ <http://who.is>

Archives du Web (pour analyser l'évolution des sites) :

- ▶ <http://www.archive.org>

-
- ▶ <http://www.paypal.fr>
-

Ensuite, vous pourrez faire l'étude de vos concurrents, car cela vous aidera à mieux monter votre commerce : qui sont-ils, combien sont-ils, quelle est leur offre, par quel biais se font-ils connaître, quelles sont les raisons de leur succès (ou non), quelle est leur réputation ?

Déterminer ses besoins

Avant de lancer votre site, il faudra réfléchir soigneusement aux fonctionnalités que vous voudrez y intégrer, que ce soit au niveau de la publication du catalogue et des moyens de paiement. À partir de là, demandez-vous de quoi vous aurez besoin (photos ou vidéos, informations sur les produits, sur les fournisseurs, etc.).

Le choix de la solution de paiement en ligne ne doit surtout pas être fait à la légère. Tout dépendra de votre activité. Les moyens de paiement traditionnel (chèque, virement bancaire) ne posent pas de problème particulier. Si vous prévoyez un chiffre d'affaires élevé, votre banque pourra vous proposer ses services de paiement en ligne par carte bancaire via son terminal de paiement électronique, moyennant des frais de diverses natures (mise en service, abonnement, commission...) et la signature d'un contrat de vente à distance. Si vos ventes sont plus occasionnelles, vous pourriez préférer passer par des intermédiaires de paiement sur l'Internet, comme PayPal, avec des coûts limités à un pourcentage de la transaction. Renseignez-vous bien à chaque fois, car, en fonction du type de produits que vous vendez (jeux, articles pour adultes...), certains intermédiaires ne vous seront pas accessibles.

Quant au transporteur pour vos livraisons (Colissimo, Chronopost, UPS, DHL...), vous pourrez le choisir en fonction du poids et du volume de vos colis, de leur valeur et de leur destination. Renseignez-vous bien aussi sur leurs conditions d'utilisation.

Enfin, vous devrez également prendre en compte tous les paramètres liés à la promotion et au référencement (techniques et budget) et, bien sûr, à l'expédition des colis et la gestion des stocks. Pensez en particulier à la façon dont vous parviendrez à tenir des délais de livraison.

L'équipe projet

La réalisation d'un site avec un logiciel comme Magento met en œuvre une somme de compétences techniques et générales qu'il faut prévoir et organiser. Toutes ne seront pas nécessaires, suivant le résultat désiré.

Ces compétences peuvent être réparties en rôles, tels que ceux donnés à titre d'exemples ci-après. Chacun de ces rôles pourra être réparti entre plusieurs acteurs, mais bien évidemment, chaque acteur pourra endosser plusieurs rôles. Le maintien d'un document clair faisant correspondre

CONSEIL Faire un diagramme

Plus facile à réaliser et plus rapide à lire, un simple diagramme, avec les noms des personnes concernées et des flèches pour les relier, est une forme idéale pour un document destiné à définir les différents rôles.

des personnes réelles à ces différents rôles vous permettra, à vous comme à chacun d'entre eux, de connaître à chaque instant les tâches et responsabilités du projet.

Voici un exemple de liste de ces rôles, répartis par type de compétences demandées.

Profils décisionnels

- Le demandeur, c'est-à-dire, dans le cadre d'un projet de e-commerce, le responsable commercial, connaît les enjeux du projet, il a pour responsabilité de s'assurer de sa viabilité financière.
- Le manager est responsable de la gestion des ressources humaines internes au projet et de leurs rôles respectifs.
- Le chef de projet est responsable de la bonne marche technique du projet et du respect d'un planning.

Compétences graphiques et ergonomiques

- Le webdesigner propose les grandes inflexions du graphisme et de la manipulation générale de la partie publique du site.
- Le graphiste présente des dessins, images, animations, maquettes pour la partie publique du site.
- L'ergonome, responsable du confort et de l'efficacité dans l'utilisation du produit par les clients et les gestionnaires (c'est ce qu'on appelle « l'utilisabilité » d'un site web).

Rôles techniques

- L'administrateur système maintient le système informatique sous-jacent au serveur web et le serveur web lui-même.
- L'administrateur de base de données est responsable du bon fonctionnement (robustesse, sécurité, performances...) de la base de données.
- L'intégrateur web réalise le passage des productions du graphiste, réalisées dans un logiciel de création d'image (Photoshop, Gimp...) en HTML, CSS, JavaScript, voire PHP.
- L'analyste prépare et étudie les solutions de création et de modification des codes sources en PHP et JavaScript, tandis que le programmeur réalise les créations et modifications sur les codes sources en PHP et JavaScript.
- Le testeur vérifie le fonctionnement unitaire ou général de l'application.
- Le conditionneur prépare le déploiement (*packaging*) de Magento sur une machine de production et le déployeur réalise le déploiement et la mise en production de l'outil.

ERGONOMIE L'utilisabilité d'un site web

Dans le jargon des concepteurs web, l'utilisabilité (traduction de *usability*, en anglais, parfois traduit aussi « usabilité ») se mesure en termes d'efficacité (permettre à l'utilisateur d'atteindre son but le plus aisément possible), d'efficience (optimiser les conditions pour atteindre cet objectif – vite et sans erreurs, notamment) et de satisfaction de l'utilisateur (évaluation subjective). Cette notion a été développée notamment par Jakob Nielsen, auteur de plusieurs ouvrages sur le sujet.

❑ J. Nielsen, *Designing Web Usability*, New Riders Publishing, 2000.

❑ J. Nielsen, M. Tahir, *L'art de la page d'accueil*, Eyrolles, 2002.

Pour une bonne introduction à l'ergonomie d'un site web, consultez le livre de la spécialiste française Amélie Boucher :

❑ A. Boucher, *Ergonomie web – Pour des sites web efficaces*, Eyrolles, 2^e édition, 2009.

- L'administrateur Magento a la responsabilité du bon fonctionnement général de l'application en production.

Gestion quotidienne et éditoriale du site

Enfin, le gestionnaire s'occupe des produits, des commandes et des clients dans Magento, ainsi que de la relation quotidienne entre ces données et les acteurs physiques de l'activité de commerce (livreurs, transporteurs, emballeurs, avocat, etc.).

Développement et production

Il est également important d'établir un planning prévisionnel des différentes étapes de création et de mise en production du site. Un calendrier simpliste de création technique de votre boutique pourrait être celui-ci :

- 1 achat d'un hébergement et d'un nom de domaine ;
- 2 mise en place de Magento sur cet hébergement ;
- 3 modifications éventuelles de Magento sur cet hébergement ;
- 4 ouverture au public.

Malheureusement, vous courrez alors droit à la catastrophe, pour les deux raisons suivantes :

- Vous aurez à sécuriser ou à masquer de manière spécifique votre boutique pendant la création.
- Une fois ouverte, plus aucune modification de taille ne sera envisageable sur le site sans contorsions multiples.

C'est pourquoi tout projet informatique de ce type sera généralement l'occasion de la mise en place de plusieurs serveurs. Une solution complète consiste à mettre en place les serveurs suivants :

- un serveur de préparation ;
- un serveur de développement ;
- un serveur de validation (tests) ;
- un serveur de production.

Seul le dernier serveur doit nécessairement être relié à l'Internet, car c'est le seul auquel accèderont vos clients. Les autres peuvent être des simples machines locales (voire une seule) dans votre infrastructure.

Au minimum, considérez la présence, en plus du serveur de production, d'un serveur de développement. Celui-ci devra être conçu de manière à être techniquement le plus proche possible du serveur de production, afin que la tâche de déploiement du premier au second soit la plus simple et la plus facile possible.

CONSEIL

On a tous un serveur à portée de main

Dans le cas du « serveur » de développement, ce terme ne doit pas vous effrayer ! Une machine de bureau d'il y a moins de dix ans sera amplement suffisante pour tenir ce rôle, en particulier si l'équipe de votre projet est réduite à quelques personnes.

La préparation de ces serveurs est détaillée dans la première section du chapitre 3, « Installer et tester Magento ».

L'hébergement

Le site en production devra être hébergé, c'est-à-dire qu'une machine physique, fonctionnant en permanence et connectée à l'Internet, est disponible et accessible par vous. Différentes solutions sont proposées par des tiers pour l'hébergement, en fonction de vos moyens, des performances nécessaires, etc. Ceci est également détaillé au chapitre 3.

Choisir un nom domaine

L'hébergement ne vous fait pas bénéficier automatiquement d'un nom de domaine. La plupart des hébergeurs commerciaux vous fourniront une adresse de ce type : m132883.hebergement.example.org, qui vous permettra de tester votre site, mais qui n'est certainement pas acceptable sur vos supports de communication et autres documents publicitaires. Le nom de domaine, choisi avant tout sur des critères de communication (et de disponibilité, bien sûr) devrait en effet refléter au plus près le nom, l'activité et l'image de votre entreprise. C'est en effet ce nom que lit l'internaute dans la liste des résultats d'une recherche sur Google, par exemple, et c'est ce nom qu'il retiendra (ou non) par la suite si le site l'a convaincu. Le nom de domaine constitue donc indirectement une aide au bon référencement de votre site.

Acheter un nom de domaine

C'est pourquoi vous devrez, auprès du même fournisseur, ou de vendeurs indépendants (les *registrars*, parfois traduit en registraires), louer un nom de domaine, du type rizdumonde.fr. Le coût d'un nom de domaine s'élève à environ 10 à 30 euros par an, suivant l'extension choisie (.fr, .com, .biz, .eu, .org, etc.). Voici comment choisir un nom de domaine :

- 1 Déterminez les mots-clés de votre activité, ou le nom de la boutique.
- 2 Enlevez espaces, accents, caractères spéciaux, et vérifiez que cela reste compréhensible. Vous pouvez ajouter des tirets, mais attention au résultat final ! Par exemple, « Ça eu payé » devient ca-eu-paye, ce qui est incompréhensible.
- 3 Choisissez une extension, suivant le prix, mais surtout le type de site (.com, .fr sont les plus répandues pour des sites français) et la disponibilité. N'importe quel registrar vous indiquera, parmi les extensions auquel il a accès (un registrar français ne permettra pas nécessairement l'accès au .nl par exemple), les noms disponibles. Évitez les astuces du type monsite.tv, .tv correspondant à l'archipel des Tuvalu, et non à la télévision.

Hébergement

L'hébergement est un service proposé par un tiers, payant ou gratuit, afin de mettre en place une application web. Il inclut des ordinateurs allumés et connectés en permanence, et une connexion à haut débit.

CULTURE Le référencement

Le référencement d'un site consiste à le rendre visible sur l'Internet, c'est-à-dire que les internautes soient en mesure de le trouver le plus facilement et le plus rapidement possible. Les techniques de référencement sont nombreuses et de différentes natures (SEO, liens sponsorisés, référencement naturel...), mais le but est toujours le même : arriver le plus haut possible dans la liste des résultats de Google et autres moteurs de recherche. Un bon référencement est une des clés primordiales du succès de votre boutique.

L'optimisation du référencement de votre site est abordée à plusieurs reprises dans cet ouvrage au fil d'apartés, et notamment dans les chapitres 5 et 7, dans la section « Optimiser le référencement de votre boutique via les URL ».

CULTURE La loi de la jungle

De nos jours, n'importe qui peut commander n'importe quel nom de domaine. Premier arrivé, premier servi ! Il est tout à fait possible que le nom que vous choisissez soit déjà pris, en particulier s'il est simple. Dans ce cas, son occupant est soit un propriétaire légitime, soit un simple profiteur, qui espère, grâce à son avance sur vous, vous le revendre à prix d'or. Attention, l'honnêteté de ces derniers est généralement discutable, mieux vaut choisir un autre nom, ou simplement une autre extension. Des recours en justice sont sans doute possibles, mais il semblerait que la jurisprudence à ce sujet soit quasi inexistante.

■ DNS

Le DNS (*Domain Name System* ou *Domain Name Server*) désigne le système des noms de domaines sur l'Internet. Un serveur DNS est contacté par n'importe quel client désirant associer un nom de domaine particulier à une adresse IP. Voir la section sur le Web dans le chapitre 2, ainsi que la page web suivante :

► <http://www.dns.net/dnsrd/rfc/>

4 Commandez le nom de domaine ; la durée de validité (en années) est au choix, vous serez contacté de nouveau avant expiration.

Plusieurs noms de domaine, est-ce possible ?

Il est tout à fait possible, pour un même site, d'avoir plusieurs noms de domaine. Avec Magento, il faudra alors constituer concrètement une redirection. De manière générale, en fonction du registrar, trois principes sont possibles.

La redirection temporaire

Les noms de domaines secondaires sont indiqués auprès des serveurs de noms de domaines (DNS) comme redirigés, et chaque fois que le navigateur web les atteint, il lui est indiqué de changer de site.

La redirection permanente

Le mécanisme est le même, mais le navigateur, ou les autres clients (moteurs de recherche, par exemple) peuvent considérer comme définitive cette redirection, et donc la réaliser automatiquement plus tard. Ce sera dommageable si finalement vous décidez d'utiliser la troisième solution.

La redirection par Magento

Le registrar ne saura pas qu'il y a redirection, mais tous les noms de domaine se dirigeront vers la même machine. Magento fera alors des demandes de redirection quand il le jugera nécessaire, s'assurant que, quel que soit le domaine demandé par le visiteur, celui-ci navigue ensuite sur les pages d'un des domaines, choisi comme principal.

Vous trouverez plus d'informations à propos du mécanisme de requêtes sur l'Internet dans le chapitre 3, « Installer et tester Magento ».

La planification du projet

Lors de la mise en place du projet, quelle que soit la solution technique adoptée, quelques facteurs déterminants orientent vos choix :

- De quelles fonctionnalités particulières a-t-on besoin absolument (paiement par carte de crédit, calcul automatique de frais de livraison, etc.) ?
- De quelles fonctionnalités serait-il souhaitable de disposer ?
- Quel niveau de personnalisation graphique désire-t-on ? (Seulement des logos ? Quelles couleurs ? Des graphismes complexes ? Un bouleversement de l'ergonomie ?)

C'est en fonction de ces choix que peuvent être estimés des coûts et établi un calendrier de mise en place.

Estimer les coûts

Les coûts induits par la réalisation d'une boutique en ligne devront prendre en compte aussi bien les paramètres de matériel, d'hébergement et de nom de domaine, que la rémunération des compétences nécessaires et le temps consacré à la gestion de la boutique. Ceux-ci seront donc variables en fonction de vos exigences et de vos compétences.

Le matériel consistera essentiellement en l'achat d'un ordinateur à vocation de serveur et en la location d'une connexion Internet. Quant à la mise en place, accompagnée de cet ouvrage, elle demandera quelques journées d'effort de votre part, ou quelques semaines, suivant la complexité graphique et les modifications techniques souhaitées. Enfin, chaque année, la gestion générale de la boutique représentera aussi un investissement en temps de quelques heures par semaine, voire davantage si les commandes sont abondantes (s'ajoute alors le temps pour la préparation et l'envoi des commandes).

Mettre en place d'un calendrier prévisionnel

Voici un exemple réaliste (en considérant une équipe de personnes travaillant en parallèle), bien qu'optimiste (voir la section suivante), en un mois :

Tableau 1-1 Exemple de planification d'un projet Magento (sur 30 jours)

Jour 1	Choix de la solution générale. Achat de l'hébergement et d'un nom de domaine.			
Jour 2				
Jour 3	Préparation de tests de recette, d'un cahier des charges, des méthodes et documents de la gestion de projet.	Recherche d'une solution générale pour le design et les graphismes.	Mise en place d'un serveur de développement local, du serveur de production. Installation de Magento sur le serveur de test.	Travail auprès d'un avocat (conditions de vente, limitations internationales, etc.).
Jour 4				
Jour 5				
Jour 6	Échanges, allers-retours entre les graphistes et le responsable commercial.			
Jour 7				
Jour 8				
Jour 9				
Jour 10				
Jour 11	Entrée de données fictives sur le serveur de test, et découverte de l'outil par les analystes et programmeurs.			

EN PRATIQUE Pour une petite boutique

Pour une petite boutique, l'hébergement et le nom de domaine sera de quelques centaines d'euros par an. Comptez aussi, si vous n'en disposez pas encore, avec l'achat d'un ordinateur de bureau (quelques centaines d'euros) et la location d'une connexion Internet classique (dix à trente euros par mois).

Tableau 1–1 Exemple de planification d'un projet Magento (sur 30 jours) (suite)

Jour 12			
Jour 13	Préparation des produits : textes, photos...	Intégration sous forme de gabarits des graphismes choisis.	Installation d'extensions et modifications légères sur celles-ci par les analystes et programmeurs.
Jour 14			
Jour 15			
Jour 16			
Jour 17			
Jour 18			
Jour 19			
Jour 20			
Jour 21			
Jour 22			
Jour 23			
Jour 24			
Jour 25			
Jour 26			
Jour 27	Packaging de la solution complète.	Déploiement sur le serveur de production, accompagné ensuite des données réelles.	Entrée de données réelles.
Jour 28			
Jour 29			
Jour 30	Test de recette, et, comme tout va bien, ouverture !		

Tenir compte des imprévus

Bien sûr, ce calendrier effectif est un exemple de projet isolé, se déroulant sans catastrophe. Dans la réalité, prévoyez ce type de désagréments :

- produits pas prêts, incertains ;
- graphismes à changer au dernier moment, car finalement « ça ne va pas » ;
- hébergement aux capacités insuffisantes ;
- fonctionnalité imprévue mais à mettre en place absolument ;
- problèmes techniques ou humains.

Chaque projet aura donc sa propre organisation, en fonction de ses spécificités. L'important ici est que vous ayez conscience que la mise en place d'un site de e-commerce est un vrai projet, et que, même si les coûts d'entrée sont désormais bien plus faibles que l'implantation physique d'un commerce, il faut le gérer de façon professionnelle et méthodique.

CONSEIL L'habituelle catastrophe

Combien de fois la communication autour d'un site web ne s'est-elle pas faite bien avant l'ouverture de celui-ci... Résultat : la date étant fixée, le site a dû ouvrir en catastrophe, alors qu'il était non achevé. Prévoir une marge importante est une sécurité évidente. Mieux encore, ouvrir le site sans communication massive, avant de réaliser, plus tard et en grande pompe, une seconde ouverture, une fois que tout va bien.

L'environnement de développement

2

Magento est construit sur diverses technologies (langages de programmation, bases de données, etc.), que vous connaissez ou non, selon votre niveau préalable en informatique. Si les lecteurs les plus spécialistes auront peu d'intérêt à s'y attarder, les plus novices trouveront dans ce chapitre tout ce qu'il leur faut connaître de l'environnement de développement de Magento, ainsi qu'une explication des termes utilisés tout au long de cet ouvrage.

SOMMAIRE

- ▶ Le Web
- ▶ Le langage HTML
- ▶ MySQL, la base de données
- ▶ PHP, la base de Magento
- ▶ Les fichiers CSV
- ▶ XML dans les fichiers et les messages

MOTS-CLÉS

- ▶ Internet
- ▶ Web
- ▶ HTML
- ▶ SQL
- ▶ PHP
- ▶ XML

Voici les technologies essentielles utilisées par Magento. Il est utile de les connaître, d'en comprendre les contraintes, et, suivant les manipulations que vous désirez faire sur votre installation, de les maîtriser. Pour ce dernier cas, les introductions qui suivent ne seront pas nécessairement suffisantes. PHP, notamment, demandera, si vous en avez le besoin (par exemple pour modifier Magento), un apprentissage complet spécifique. Pour aller plus loin sur chacune de ces technologies, vous pouvez également vous référer aux annexes en fin d'ouvrage.

Le Web : rappels fondamentaux

Magento est un logiciel qui fonctionne sur le Web uniquement. Même si vous faites partie des internautes réguliers, vous ne maîtrisez peut-être pas tous les termes utilisés dans la suite de cet ouvrage.

CULTURE Le Web, c'est l'Internet ?

L'Internet est le réseau qui connecte ensemble une grande partie des systèmes informatiques de toutes formes dans le monde. Suivant les utilisations qu'on en fait (envoi d'e-mail, accès aux sites web), des protocoles techniques sont automatiquement utilisés par les logiciels associés.

Le *World Wide Web*, autrement dit « la Toile », est le sous-ensemble de l'Internet qui concerne l'accès aux pages web. Il utilise les protocoles hypertextes HTTP et HTTPS (voir la section « HTTP... S » ci-après). Vous êtes par exemple habitué aux adresses (URL) du type <http://www.blabla.com>, apparaissant dans la barre d'adresses en haut des navigateurs Internet. Il est donc plus exact de parler de « site web » que de « site Internet ».

Or bien d'autres protocoles existent sur l'Internet : SMTP (envoi de courriels), FTP (transfert de fichiers), POP (réception de courriels), etc. Ces protocoles sont standardisés afin que tous les outils qui les concernent sachent communiquer les uns avec les autres.

Les adresses ou URL

Un site web se présente donc sous la forme d'une succession de pages, associées par des liens (ou hyperliens) sur lesquels les utilisateurs cliquent pour y accéder. C'est cette navigation dite « hypertexte » qui caractérise le Web. À chacun de ces liens correspond une adresse, appelée URL (*Uniform Resource Locator*), commençant par <http://> ou <https://>, que l'on peut éventuellement aussi saisir telle quelle dans la barre d'adresses du navigateur pour accéder directement à la page.

Les URL observent toutes la forme suivante :

[protocole]://[sous-domaine].[domaine].[extension]:[port]/[emplacement][page]?[paramètres]

Mais certains de ces éléments sont optionnels.

Adresse IP

Une adresse IP (*Internet Protocol*) est un ensemble unique de 4 (IPv4) ou 6 (IPv6) nombres d'un octet (0 à 255) désignant une machine dans un réseau, en particulier l'Internet.

Voici un exemple complet, dont nous détaillons les éléments dans le tableau ci-après :

<http://fra.youha.com:80/various/search.do?q=18>

Tableau 2–1 Détail des composantes de l'URL <http://fra.youha.com:80/various/search.do?q=18>

http	Protocole utilisé	Voir la section suivante pour plus de détails.
fra	« Sous-domaine »	Il s'agit d'un texte qui permet de délimiter les grandes parties du site de façon claire. Très souvent, il s'agit de www. Il peut tout à fait être omis, faites donc l'expérience de saisir la même adresse d'un site avec ou sans www... vous atterrirez exactement sur la même page !
youha.com	Domaine et son extension	Ils sont achetés auprès d'un fournisseur de noms de domaines, appelé registrar. Le nom de domaine correspond alors, par l'intermédiaire de l'hébergeur, du registrar et de multiples autres acteurs, à une (ou plusieurs) machine(s) physique(s) (voir aussi le chapitre précédent sur le choix et l'achat du nom de domaine).
80	Numéro de port (entre 1 et 65535)	Ce système de numérotation vient du IP (<i>Internet Protocol</i>), et permet ainsi d'avoir des serveurs de toutes sortes sur une même machine : deux applications peuvent exister côté à côté si elles ne réclament pas au système d'exploitation les mêmes ports. Chaque fois qu'une requête arrive sur la machine identifiée par les éléments précédents de l'adresse, le système d'exploitation observe alors quelle application est associée au numéro demandé, et lui envoie la requête. Les sites web sont presque toujours accessibles par le numéro 80. Le navigateur l'indique donc naturellement automatiquement par défaut.
/various/	Emplacement ou chemin	Cela peut être un chemin très complexe, comportant plusieurs éléments séparés par des slashes (barre oblique), représentant l'arborescence des différents réertoires où sont stockées les pages web. Magento crée ses propres emplacements lors de l'installation, mais s'il est installé dans un réertoire particulier, cela peut aussi apparaître dans cette partie de l'adresse.
search.do	Ressource demandée	Cela peut être une image, une page, un document, etc.
?q=18	Paramètres supplémentaires qui dépendent de l'application, et même de chaque page particulière	Pour mieux en comprendre le fonctionnement, essayez de faire une requête quelconque dans un moteur de recherche, puis lisez attentivement les paramètres de cette barre d'adresse afin d'y repérer les éléments de votre recherche.

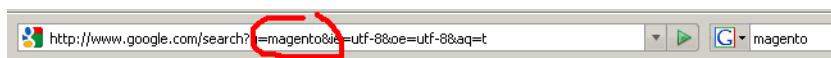


Figure 2–1
Le paramètre contenant la recherche

HTTP... S ?

HTTP et HTTPS sont les deux protocoles hypertextes disponibles pour un site web. Une partie du site peut être en HTTP et l'autre en HTTPS. HTTP est le sigle de *HyperText Transfer Protocol* (protocole de transfert hypertexte), tandis que le S de HTTPS signifie *secured*, sécurisé. Le système de protection utilisé est une technologie appelée SSL (*Secure Socket Layer*). Il s'agit d'une sécurité pour la confidentialité (pas de lecture de la

SSL

SSL (*Secure Socket Layer*) est un protocole de sécurisation des données, particulièrement adapté à la confidentialité des messages sur Internet. Il est appelé désormais TLS (*Transport Layer Security*). Voir la RFC 2246 :

► <http://tools.ietf.org/html/rfc2246>

Figure 2–2
Barre d'adresses pour un site sécurisé



part d'un tiers) et l'intégrité (pas de modification de la part d'un tiers) des données transmises via le Web.

CULTURE Les certificats

Pour un site public, le SSL nécessite l'achat d'un certificat signé par un organisme officiel, qui coûte quelques centaines d'euros par an. Si l'hébergeur propose le HTTPS, c'est qu'il a déjà fait cet achat, et qu'il vous propose d'en profiter. Partager ce certificat avec d'autres sites n'est généralement pas problématique.

Or si le HTTP est disponible quoiqu'il arrive, le HTTPS est plus délicat à mettre en place. Cela inclut notamment l'achat (quelques dizaines d'euros) d'un certificat valable quelques années.

Magento est adapté à l'utilisation du HTTPS, et cela peut être une bonne idée de le mettre en place si certaines données doivent rester confidentielles à tout prix. Par exemple :

- le paiement, si celui-ci se fait directement sur votre site (ce qui est rare), afin de vous protéger des vols de numéros de cartes bancaires ;
- la lecture de votre part des bilans, afin de vous protéger de vos concurrents ;
- certaines pages particulières, qui seraient accessibles uniquement par certaines personnes (une section « ventes privées », par exemple).

La mise en place du SSL (système de protection du HTTPS) sur le serveur entraînant quelques ralentissements, celui-ci est donc souvent, même lorsqu'il est mis en place, réservé aux seules pages concernées par les besoins que nous venons de citer.

Enfin, ce système demande des compétences d'administration de serveur web spécifiques au serveur en question, qui ne sont pas abordées dans cet ouvrage. Si le SSL fait partie de l'offre de votre hébergeur, il n'y aura alors aucune difficulté. Il n'aura qu'à vous indiquer le port spécial du HTTPS (souvent 443 au lieu de 80).

Structure d'un site web

Généralement, un site web est caractérisé par deux éléments :

- le nom de domaine, qui a été acheté pour lui ;
- le serveur, une machine physique correspondant à ce nom de domaine.

Sur un même site, portant un même nom de domaine, plusieurs outils peuvent éventuellement cohabiter, sans que cela ne pose de problèmes majeurs. Ces différents systèmes doivent alors être différenciés dans les URL. Voici les trois solutions :

- créer différents sous-domaines (exemples : magento.rizdumonde.fr et xsitcms.rizdumonde.fr) ;
- indiquer différents chemins (exemples : www.rizdumonde.fr/magento/ et www.rizdumonde.fr/spip/) ;
- utiliser différents ports (exemples : www.rizdumonde.fr:81 et www.rizdumonde.fr:80).

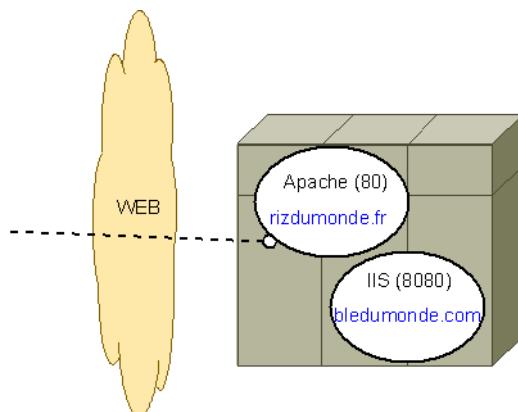


Figure 2–3
Plusieurs sites sur un même serveur

La seconde solution, consistant à différencier des chemins, est la plus simple (voir le chapitre suivant « Installer et tester Magento »). Les autres solutions demandent des compétences d'administration de serveur web qui ne sont pas abordées dans cet ouvrage.

Pourquoi utilise-t-on des services web ?

Les services web (*Web Services* ou WS) sont des systèmes de communication entre applications hétérogènes utilisant le HTTP ou le HTTPS. C'est un bon moyen pour profiter des architectures existantes afin de faire passer des données entre applicatifs divers, par exemple des sites web éloignés l'un de l'autre.

Plusieurs normes basées sur le XML sont utilisées, parmi lesquelles :

- XML-RPC, une norme simple et légère, plus ancienne et plus limitée ;
- WS-* (incluant SOAP), qui sont les services web du W3C, beaucoup plus complexes, car entrant dans tous les détails d'une communication complète entre applications.

CONSEIL Cohabitation et collaboration entre deux applications

Si deux applications peuvent être accessibles sur le même site, elles ne communiqueront pas ensemble naturellement. Ceci demanderait des efforts de programmation supplémentaires, quelques fois très importants, suivant la collaboration désirée entre les deux.

XML

XML (*eXtensible Markup Language*) est un métalangage permettant la réalisation de langages extensibles, surtout pour la configuration et la communication. Voir la section « XML » de ce même chapitre et la page suivante sur le site du W3C :

► <http://www.w3.org/XML/>

Soap

Soap désigne un format de messages normé par le W3C essentiellement utilisé par les services web. Voir la section « Utiliser les services web » du chapitre 9 et la page suivante :
► <http://www.w3.org/TR/soap/>

CULTURE La révolution des services Web

Les communications de données entre entités, entreprises, institutions, etc. se font de plus en plus par des mécanismes de services web. Cela concerne des téraoctets de données chaque jour en France.

CONSEIL Apprendre le (X)HTML

Le HTML est utilisé non seulement par Magento, mais aussi par tous les autres outils web. Existant depuis longtemps et pour longtemps, son apprentissage, aisément, est devenu une base dans toute formation à l'informatique. Il est connu par des millions de personnes dans le monde. Les ouvrages suivants vous donneront toutes les bases nécessaires :

- ─ F. Draillard, *Premiers pas en CSS et XHTML*, Eyrolles, 3^e édition, 2010, 256 pages (petit ouvrage d'initiation dans la collection Poches Accès libre, prenant en compte les nouveautés de HTML 5 et CSS 3).
- ─ M. Nebra, *Réussir son site web avec XHTML et CSS*, Eyrolles, 3^e édition, 2010, 318 pages (ouvrage de référence dans la collection Accès libre).

Magento a plusieurs occasions d'utiliser des services web, ce que nous verrons par exemple dans le chapitre 8, pour les taux de change.

CULTURE Le W3C ou la standardisation du Web

Le *World Wide Web Consortium* (abrégé en W3C) est un organisme à but non lucratif fondé pour promouvoir la compatibilité des technologies utilisées sur le Web. Ce consortium international d'entreprises regroupe des spécialistes du World Wide Web afin de publier, de temps à autres, des normes sous forme de documents textuels. Il ne s'agit pas de normes au sens européen du terme, mais des recommandations à valeur de standards industriels : les acteurs du marché peuvent, s'ils le désirent, implémenter ces normes, c'est-à-dire créer des logiciels qui les respectent (ou modifier les logiciels existants en fonction de ces standards).
► <http://www.w3.org>

Le langage (X)HTML

Comme toute application web, l'un des langages principaux de Magento est le HTML (*HyperText Markup Language*). C'est le langage de marquage utilisé pour représenter la plupart des données présentes sur le Web. Il est utilisé par Magento dans une variante récente, le XHTML 1.0 strict.

Le HTML est un langage simple, destiné à toute personne désirant publier sur le Web. Ce n'est pas un langage de programmation, mais d'organisation des données, en fonction de leur statut dans le document. Il indique, pour une page, quels sont les titres, les paragraphes, les liens, etc., au moyen de balises ouvrantes et fermantes (par exemple, `<h1>titre de niveau 1</h1>`, `<p>texte d'un paragraphe</p>`, `` pour un lien).

Le XHTML est une variante récente (dont la version 1.0 est presque la seule utilisée), datant de 2001. Le X de XHTML signifie *eXtensible*, car cette variante se fonde sur la syntaxe du langage de structuration XML (*eXtensible Markup Language*), abordé dans la dernière section de ce chapitre. Cette variante est très proche du HTML qui existait auparavant. Elle est un peu plus systématique, un peu moins permissive, car soumise à certaines contraintes du XML.

Ces deux langages, ainsi que ceux qui suivent, sont standardisés par le W3C (voir l'aparté page précédente). Tous les navigateurs web en cours aujourd'hui respectent le XHTML correctement.

PERSPECTIVE HTML 5 et CSS 3

Depuis 2010, une nouvelle norme est en train de faire son apparition, le HTML 5. Elle vient augmenter le XHTML afin d'y ajouter de nombreuses balises, en particulier afin d'accepter sons et vidéos. Associée à CSS 3, qui succède à la version courante CSS 2, elle permettra de multiplier les possibilités d'affichage des pages web, sans forcément passer par le JavaScript ou la technologie Flash d'Adobe. Il est cependant préférable d'attendre que la grande majorité des navigateurs des clients acceptent ces nouveaux langages (sans doute aux alentours de 2014) avant de les utiliser dans une boutique.

HTML, CSS et JavaScript

La plupart du temps, le HTML est employé en association avec les CSS (*Cascading Style Sheet*), feuilles de style permettant de régler la mise en forme de toutes les pages (couleurs, polices, etc.) à partir d'un seul fichier `.css`. Il peut contenir aussi du JavaScript, un langage de script spécialisé dans l'affichage dynamique des pages, c'est-à-dire autorisant l'interactivité. Connaître le HTML, le CSS et le JavaScript n'est utile que si vous désirez modifier le design de Magento, à savoir la présentation des pages.

Script.aculo.us

Script.aculo.us est la principale bibliothèque JavaScript fournie avec Magento. Une bibliothèque (*library*, en anglais) est un ensemble de fonctions, procédures, classes ou prototypes rassemblées dans un fichier pour être réutilisé par divers programmes pour un langage de programmation particulier. Dans Magento, les bibliothèques Prototype (base de Script.aculo.us) et ext.js sont également disponibles, bien que la seconde y soit très peu utilisée (pour afficher des arborescences).

Bibliothèque libre et gratuite, Script.aculo.us fournit des composants et fonctions graphiques pratiques et élégants pour l'interaction avec l'utilisateur et Ajax. Elle est abondamment utilisée et bien documentée.

Une présentation complète du HTML, de CSS, de JavaScript et de Script.aculo.us est proposée à l'annexe B.

MySQL, la base de données

MySQL est un système de gestion de base de données relationnelle (SGDBR). Il se présente sous la forme d'un logiciel installé sur le serveur qui, dans un protocole spécifique, peut être interrogé afin d'enregistrer des données.

EN SAVOIR PLUS CSS

Voici les spécifications du W3C au sujet des CSS :

- ▶ <http://www.w3.org/Style/CSS/>
- ▶ Vous pourrez trouver des didacticiels aux adresses suivantes :
- ▶ <http://fr.html.net/tutorials/css/>
- ▶ <http://www.w3.org/Style/Examples/0111/firstcss.fr.html>

Et en plus des ouvrages cités précédemment à propos du XHTML :

- 📘 R. Goetter, *CSS 2 – Pratique du design web*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.

EN SAVOIR PLUS JavaScript

Des didacticiels sont disponibles aux adresses suivantes :

- ▶ <http://javascript.developpez.com/tutoriels/introduction/>
- ▶ <http://www.xul.fr/ecmascript/tutoriel/>

-
- ▶ <http://www.script.aculo.us>
 - ▶ <http://www.prototypejs.org>
 - ▶ <http://extjs.com>
-

À L'INTÉRIEUR Bibliothèques, langages et frameworks

Script.aculo.us utilise Prototype, un framework lui-même bâti sur le langage JavaScript. Ainsi les interdépendances sont multiples entre éléments applicatifs : une bibliothèque est simplement un morceau d'application, réutilisable, tandis qu'un framework est un type de bibliothèque exigeant de l'application utilisatrice le respect d'un cadre strict, englobant alors une partie même de cette application (voir plus loin à la section « Le Zend Framework »). Cela évite tout simplement de réinventer la roue à chaque nouveau produit.

SQL

SQL (*Structured Query Language*) est un langage permettant la communication avec une base de données relationnelle, proposé par IBM et accepté par la plupart des systèmes de bases de données, notamment MySQL. Voir l'annexe C, ainsi que de nombreux didacticiels tels que ceux disponibles aux adresses :

- ▶ <http://sql.1keydata.com/fr/>
- ▶ <http://sgbd.developpez.com/cours/>

Vous pouvez également consulter les ouvrages suivants :

- 📘 C. Soutou, *Apprendre SQL avec MySQL*, Eyrolles, 2006.
- 📘 C. Pierre de Geyer, G. Ponçon, S. Mariel, *Mémento PHP 5 et SQL*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.
- 📘 R. Rimelé, *Mémento MySQL*, Eyrolles, 2007.

trer des données émises par le client ou de renvoyer des données enregistrées précédemment vers le client. Il est fondé sur le langage d'interrogation de base de données SQL (*Structured Query Language*), présenté dans l'annexe C.

L'étude de MySQL et du SQL est utile en cas de modification du comportement interne de Magento, ainsi que pour occasionnellement interroger ou modifier les données (clients, produits, etc.) directement, sans passer par l'interface de Magento (cas rares et déconseillés).

De nombreux systèmes du même type existent. MySQL a la particularité d'être libre, gratuit et facile à administrer depuis longtemps, et en conséquence systématiquement présent chez les fournisseurs d'hébergement.

Organisation générale d'une base MySQL

L'organisation générale de MySQL est répartie sur quatre niveaux, chaque élément étant imbriqué dans le précédent :

1	2	3	4
Un serveur (sur une machine ou sous forme d'un cluster de machines), contenant :	⇒ des bases de données, chacune ayant un nom et des droits spécifiques. Souvent, à une base correspond un projet, un site, contenant :	⇒ des tables, chacune portant un nom et contenant :	⇒ des champs et des enregistrements, chaque enregistrement ayant une valeur pour chaque champ.

On pourra par exemple parler de la valeur du champ `sku` de l'enregistrement 3 de la table `catalog_product_entity` de la base `magento_rizdumonde` de mon serveur.

Bien sûr, comme pour tous les outils du même type, l'installation de Magento demande l'emplacement de la base et, s'il la trouve, le logiciel crée lui-même toutes les tables nécessaires à l'intérieur. Votre travail sera donc minimal à ce sujet.

PhpMyAdmin et SQL

L'administrateur de Magento aura tout intérêt à connaître les bases du SQL, afin de réaliser au besoin manuellement des requêtes sur ses propres données. Généralement, un outil courant, PhpMyAdmin, est disponible pour cela, notamment chez les hébergeurs de sites web. Cet outil permet la visualisation des différents niveaux cités ci-dessus. Une fois Magento installé, il suffit de choisir à gauche une base, si plusieurs sont disponibles, puis de sélectionner une table. L'onglet `Afficher` en haut permet de voir toutes les données de la table en question.

The screenshot shows the phpMyAdmin interface with the following details:

- Server:** localhost
- Database:** magento13 (229)
- Tables:**
 - adminnotification_inbox
 - admin_asset
 - admin_role
 - admin_rule
 - admin_user
 - amazonpayments_api_debug
 - api_assert
 - api_role
 - api_rule
 - api_session
 - api_user
 - aw_blog
 - aw_blog_cat
 - aw_blog_cat_store
 - aw_blog_comment
 - aw_blog_post_cat
 - aw_blog_store
 - aw_blog_tags
 - catalogindex_aggregation
 - catalogindex_aggregation_tag
 - catalogindex_aggregation_to_tag
 - catalogindex_eav
- Action Bar:** Structure, SQL, Rechercher, Requête, Exporter, Importer, Opérations, Priviléges, Supprimer
- Table View Headers:** Table, Action, Enregistrements, Type
- Table Data:** A list of tables with their respective row counts and types.

Figure 2–4 Affichage d'une base de données avec PhpMyAdmin

L'onglet **SQL** permet de réaliser soi-même des requêtes de tout type.

The screenshot shows the SQL tab in phpMyAdmin with the following details:

- Navigation Bar:** Structure, SQL, Rechercher, Requête, Exporter, Importer, Opérations, Priviléges, Supprimer
- Query Input:** Exécuter une ou des requêtes sur la base magento13: `select * from customer_entity;`
- Execution Buttons:** Délimiteur [] et Exécuter
- Feedback:** Réafficher la requête après exécution

Figure 2–5
Une requête dans l'onglet SQL

PHP, le langage à la base de Magento

Où est PHP et comment fonctionne-t-il ?

PHP est le langage de programmation principal dans lequel a été développé Magento. C'est un langage impératif, procédural et objet, assez simple et moderne. Il s'agit de l'un des langages usuels pour réaliser des sites web dynamiques. Son nom est un acronyme récursif, *PHP Hypertext Preprocessor* et sa licence (licence PHP), même si incompatible avec la licence GNU GPL, en fait un logiciel libre. Des millions de sites sont réalisés en PHP, de toutes tailles et complexités (par exemple : www.wikipedia.org, www.facebook.com).

PHP s'exécute, par opposition à JavaScript, sur le serveur. Tout le code PHP reste donc sur le serveur, car le résultat de l'exécution du PHP est simplement du HTML, qui sera interprété par le navigateur du client.

Voici le schéma d'une requête typique envoyée à un site Magento :

Formulaire

Un formulaire est une partie de page web qui propose à l'utilisateur d'entrer des données et de les envoyer au serveur.

EN SAVOIR PLUS Maîtriser PHP

Consultez les ouvrages de référence suivants :

- E. Daspet, C. Pierre de Geyer, PHP 5 avancé, 5^e édition, Eyrolles, 2008.
- D. Seguy, P. Gamache, Sécurité PHP 5 et MySQL, 2^e édition, Eyrolles, 2009.

Et pour les étudiants :

- J. Engels, PHP 5, 2^e édition, Eyrolles, 2009.

CULTURE Les autres langages pour le Web

PHP est l'un des langages les plus connus pour réaliser des applications web dynamiques. On trouve aussi Java (dans la plate-forme JEE), VB (associé à ASP), Ruby (avec Rails), Python, etc. PHP est le plus souvent proposé par les hébergeurs, ce qui a certainement prévalu lors de son choix par les architectes de Magento.

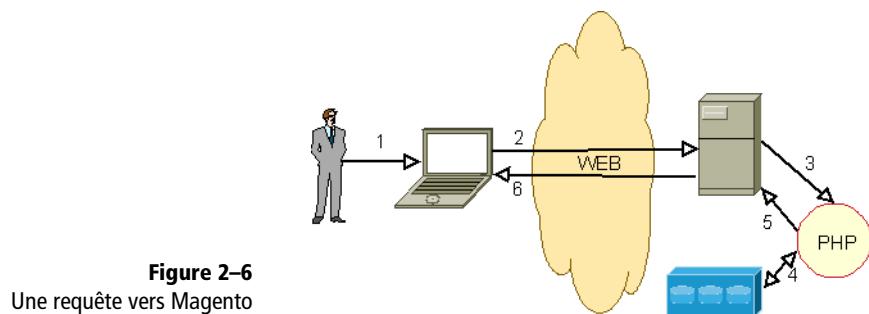


Figure 2-6
Une requête vers Magento

- 1 Le client clique sur un lien, utilise un marque-page de son navigateur ou envoie un formulaire.
- 2 Le navigateur crée une requête selon le protocole HTTP. La requête est envoyée via l'Internet jusqu'au serveur.
- 3 Le serveur reçoit la requête et, observant qu'elle correspond à du HTTP et ensuite au langage PHP (grâce à l'extension `.php` de la ressource demandée), appelle l'interpréteur correspondant.
- 4 L'interpréteur PHP utilise la requête et, éventuellement, communique avec une base de données, afin de produire un résultat HTML.
- 5 Le résultat HTML est renvoyé au serveur.
- 6 Ce même résultat est renvoyé au navigateur, qui le transforme en une présentation à l'écran.

L'ensemble de ces phases a duré quelques dixièmes de secondes.

Le Zend Framework

Vous n'aurez besoin de connaître le PHP que si vous désirez modifier le comportement de PHP dans Magento. Or il s'agit de manipulations difficiles et coûteuses en temps. Dans de nombreux cas, Magento et ses extensions seront suffisants, sans que vous ayez besoin d'écrire du PHP.

Le Zend Framework est la principale bibliothèque utilisée par les développeurs de Magento. Quelques classes issues de PEAR (*PHP Extension and Application Repository*), une autre collection de bibliothèques PHP, sont aussi incluses. L'objectif est ici de réutiliser plutôt que de réécrire, en bénéficiant de tout l'écosystème du logiciel libre (dont des licences compatibles entre elles, qui permettent un mélange sans restrictions).

La société Zend est le mainteneur principal de PHP. Quant au Zend Framework, c'est un framework PHP libre, c'est-à-dire une bibliothèque proposant un cadre de développement. Connaitre le fonctionnement du Zend Framework est utile pour le développeur PHP qui veut profiter de ses bibliothèques.

La syntaxe de PHP est présentée dans l'annexe C, ainsi que le Zend Framework.

CULTURE L'avènement des frameworks PHP

De plus en plus de frameworks sont disponibles pour PHP. Les plus modernes sont Symfony, eZ Components, CakePHP et le Zend Framework. Davantage qu'une mode, leur avènement est dû à l'apparition et l'aboutissement de PHP 5, et les nouveaux grands projets en PHP font généralement appel à l'un ou l'autre.

Les frameworks PHP ont donné lieu à de nombreux ouvrages, parmi lesquels :

□ F. Potencier, H. Hamon, *Symfony*, Eyrolles, 2009, 486 pages.

□ J. Pauli, G. Ponçon, *Zend Framework*, Eyrolles, 2008, 446 pages.

Les fichiers CSV

Les fichiers CSV sont des fichiers textuels simples pour les données tabulaires. Ils peuvent être ouverts et modifiés avec des éditeurs textuels ou des tableurs tels que OpenOffice.org Calc ou Microsoft Excel. L'extension est habituellement **.csv**.

Exemple de fichier CSV :

```
"Pays","Région/État","Code postal","Poids (et au-delà)","Prix"
"France","","*","",0,4
"France","","*","",.05,4.55
"France","","*","",.25,6.18
"France","","*","",.45,7.14
"France","","*","",1,11.20
```

La première ligne est une ligne d'en-tête, souvent optionnelle. Les lignes suivantes contiennent les données. Les valeurs sont séparées par une virgule, comme l'indique en anglais le sigle CSV (*Comma Separated Values*). Les valeurs susceptibles de contenir des virgules peuvent être entourées de guillemets, afin d'éviter toute ambiguïté.

À SAVOIR Les retours à la ligne

Les retours à la ligne, dans un fichier textuel, et notamment CSV, posent problème, car ils ne sont pas codés de la même manière dans les différents systèmes d'exploitation (Microsoft Windows, Unix, Linux, etc.). Avec Windows, utilisez plutôt Wordpad que Notepad (bloc-notes) pour éviter des affichages étranges de ces fichiers.

XML dans les fichiers et les messages

XML (*eXtensible Markup Language*) est un langage incomplet, c'est-à-dire un langage générique qui doit être augmenté afin d'être complet. On parle aussi de métalangage. Il s'agit en quelque sorte d'un ensemble de règles de grammaire (syntaxe) et de vocabulaire (description de données) utiles pour structurer des documents et créer de nouveaux langages. Comme le HTML, il fait l'usage de balises dont les règles d'imbrication sont strictement réglementées. Il est particulièrement adapté à l'enregistrement de documents de petite ou moyenne taille (par exemple, un fichier de configuration) ou à la transmission de données (pour les services web, par exemple).

Magento utilise abondamment le XML. Il est nécessaire de le connaître si l'on veut maîtriser la création de nouveaux thèmes pour Magento ou la configuration manuelle de l'outil.

La syntaxe du XML est détaillée en annexe D.

EN SAVOIR PLUS **Apprendre XML**

-  A. Brillant, *XML – Cours et exercices*, Eyrolles, 2007, 2^e édition, à paraître, 2010.

Installer et tester Magento

3

Pour commencer, il faut bien entendu installer Magento.
Une chance : les auteurs ont tout fait pour qu'il y ait le moins d'embûches possible !

SOMMAIRE

- ▶ Les éléments indispensables pour installer Magento
- ▶ Phases d'installation et test
- ▶ Les tâches cron
- ▶ Magento en français
- ▶ Créer un premier produit

MOTS-CLÉS

- ▶ Apache
- ▶ serveur
- ▶ PHP
- ▶ MySQL
- ▶ hébergement
- ▶ droits d'accès
- ▶ cron
- ▶ internationalisation

L'installation de Magento est plutôt une tâche facile, sans aucun comportement ou prérequis exotique. Si vous avez déjà mis en place une autre application PHP, alors cela sera encore plus aisé.

Les éléments indispensables pour installer Magento

Les outils requis

Magento a des exigences classiques pour un logiciel de ce type : un serveur web, de préférence Apache, disposant d'un interpréteur PHP avec certains paramètres, et une base MySQL. Nous donnons ici une présentation générale de ces besoins, et les chapitres suivants fournissent plus amples explications en fonction du cas qui vous concerne.

Apache

The Apache Software Foundation est une fondation américaine gérant des projets de développement de logiciels libres. Elle a donné son nom à une licence libre, la licence Apache. Mais Apache désigne aussi son projet le plus ancien et le plus connu, Apache HTTP Server, un serveur web nécessaire à Magento.

► <http://www.apache.org>

À SAVOIR HTTPS avec Apache

Apache peut être configuré pour mettre à disposition le HTTPS en plus du HTTP. Magento sera capable d'utiliser correctement le HTTPS, à condition que cela ne soit pas réalisé avec un certificat SSL signé par soi-même – possibilité qui aurait de toute façon peu d'intérêt pour une boutique en ligne.

Apache

Le serveur web de la fondation Apache, souvent raccourci en simplement « Apache », est obligatoire pour Magento ; il dispose de fonctionnalités additionnelles nécessaires à son fonctionnement. Par chance, c'est un serveur très courant, et il est libre et gratuit. Apache existe en deux grandes versions : Apache 1 (1.3.x), qui est encore la version la plus commune, et Apache 2 (2.0.x à 2.2.x), dont la grande nouveauté réside notamment dans les modes de fonctionnement parallèles, qui peuvent améliorer les performances d'un site très visité. Magento accepte chacune des deux versions, et prend en compte les nouveaux mécanismes de la version 2.

L'interpréteur PHP

L'interpréteur PHP doit être installé et configuré pour être utilisé par Apache. Lui aussi est libre et gratuit. La version 5.2 est exigée. Les extensions nécessaires de PHP qui doivent être activées sont présentées dans le tableau suivant.

Tableau 3-1 Extensions PHP à activer

Extension	Description
PDO	Pour l'homogénéisation de l'accès aux bases de données.
PDO_MySQL	PDO remplace les extensions classiques d'accès aux bases MySQL depuis PHP.
SimpleXML	Extension pour l'accès et la modification facile du XML depuis PHP.
DOM	Extension standard pour l'accès et la modification du XML depuis PHP.
Mcrypt	Extension pour le chiffrement/déchiffrement, implémentant les algorithmes classiques.

Tableau 3–1 Extensions PHP à activer (suite)

Extension	Description
Hash	Extension pour la création de valeurs de hachage (ou hash, en anglais), une technique utilisée pour identifier des données en détectant si deux valeurs ou deux textes (l'empreinte) sont identiques.
GD	Extension dédiée à la manipulation d'images. N.B. Magento ne fait pas partie des produits nécessitant Imagick.
iconv	Extension pour la conversion des chaînes de caractères d'un encodage à l'autre.
SOAP	Extension pour l'accès et la création de services web, utile seulement si Magento est utilisé en ce sens (voir au chapitre 9 section « Utiliser les services web »).
cURL	Extension pour la gestion des protocoles usuels, en particulier l'accès de serveurs à distance.

La plupart de ces extensions sont activées dans toute installation de PHP. En particulier, SimpleXML, DOM et Hash sont toujours présents avec PHP 5. Il n'y a aucun paramétrage additionnel pour ces extensions.

Par ailleurs, PHP doit être configuré de manière particulière (bien que commune) : `safe_mode` doit être paramétré à `off` et `memory_limit` supérieur ou égal à `32M`.

MySQL

MySQL doit être disponible en version 4.1.20 ou ultérieure. Pas d'inquiétude, cette version date de 2006, et il n'y a aucune raison de rester sur une version plus ancienne. Il existe plusieurs distributions de MySQL. La version communautaire, libre et gratuite, est suffisante. Les tables seront créées automatiquement en utilisant le moteur INNO-DB, toujours disponible.

Un hébergement commercial

La très grande majorité des sites Magento sont hébergés par un tiers sur des fermes de serveurs en location. De nombreuses sociétés proposent ce service, avec toutes sortes de fonctionnalités. Voici les éléments déterminants qui doivent vous permettre de faire un choix parmi ces offres.

Serveur mutualisé ou dédié ?

Un serveur mutualisé est un serveur partagé avec d'autres clients, alors qu'un serveur dédié est à votre disposition exclusive. Notez que si vous ne disposez pas d'un administrateur système, vous ne devriez raisonnablement pas louer un serveur dédié.

- Les avantages d'un serveur dédié : toutes les ressources de la machine sont à votre disposition, ce qui offre de meilleures performances, ainsi

À SAVOIR INNO-DB

Certaines inquiétudes ont été émises quant à la présence future du moteur INNO-DB, nécessaire pour Magento, dans MySQL. Aucune inflexion sur cette politique n'est subvenue pour le moment de la part d'Oracle, sa société propriétaire, et il est probable que INNO-DB sera maintenu dans les prochaines versions de MySQL.

ATTENTION Contrôle des options sur un serveur mutualisé

Sur un serveur mutualisé, vous n'aurez généralement pas le contrôle exact des options, notamment en ce qui concerne la version des logiciels et leurs paramètres. Assurez-vous que les éléments indiqués dans le chapitre précédent soient en place.

CONSEIL

Comparaisons d'hébergeurs en ligne

Vous trouverez sur le Web des comparateurs de toutes sortes, et des avis d'utilisateurs vis-à-vis des arguments objectifs à prendre en compte.

que la possibilité d'ajuster exactement les options de PHP et d'Apache.

- Les avantages d'un serveur mutualisé : un coût beaucoup plus faible, l'administration générale complète de la machine réalisée pour vous.

Quel matériel ?

En fonction du nombre de visites que vous prévoyez, les performances de la machine sont à prendre en compte. Considérez qu'en dessous de plusieurs milliers de visites réelles par jour, toutes les configurations suffiront pour Magento.

Les services supplémentaires

La mise en place du SSL, la sauvegarde automatique, le serveur MySQL sur une machine séparée ou la réPLICATION sont des exemples de services à votre disposition, souvent fournis sous forme de packs.

La qualité du service et le support

La qualité du service et le support sont plus ou moins difficiles à évaluer. Considérez notamment les statistiques de disponibilité (99,9 % signifie 9h d'absence par an... toujours au pire moment !).

Un serveur à domicile

Vous pouvez avoir deux bonnes raisons d'installer un serveur sur votre ordinateur de bureau ou sur votre portable :

- disposer d'un serveur de développement et de test, sur lequel vous pourrez par ailleurs vous entraîner avec cet ouvrage. Ceci est fortement recommandé ;
- disposer d'un serveur de production directement chez vous. Si ceci peut paraître séduisant, notez bien les contraintes que cela vous impose :
 - maintenir proprement sa machine (éventuellement en salle blanche) et la sécuriser (accès, etc.) ; il faut également qu'elle soit allumée en permanence ;
 - disposer d'une connexion Internet très rapide. En effet, avec une connexion ADSL classique, les débits en envoi (c'est-à-dire en réception du côté de vos visiteurs) seront très certainement insuffisants (cela dépend du fournisseur, de votre offre, de votre emplacement physique...).

Installer un serveur à domicile

La première étape d'installation d'un serveur à domicile consiste à préparer la machine qui va l'accueillir. Vérifiez que l'espace disque est suffisant (100 Mo minimum), que la machine est propre (pas de pare-feu en fin de vie qui bloquerait anarchiquement les requêtes) et qu'il n'y a pas déjà un serveur en fonctionnement (cela peut être le cas avec Windows Server 2000 ou 2003, par exemple).

Sous Windows, afin de vérifier ce dernier point, ouvrez une console (menu *démarrer>Exécuter*, puis taper la commande `cmd`), et entrez `netstat -an` (comme *all* et *numeric*, afin de voir tous les ports ouverts, selon leur numéro TCP/IP). Si le port 80 y apparaît, un serveur web est déjà en fonctionnement sur votre ordinateur.

Avec un système UNIX, le test est identique, en entrant `netstat -an`, dans un terminal.

```
C:\> C:\WINDOWS\system32\cmd.exe
Microsoft Windows XP [Version 5.1.2600]
(C) Copyright 1985-2001 Microsoft Corp.

C:\>temp>netstat -an

Connexions actives

  Proto  Adresse locale        Adresse distante      Etat
  TCP    0.0.0.0:25             0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:80             0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:135            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:139            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:445            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:1034            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:1521            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:3306            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    0.0.0.0:8000            0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    127.0.0.1:1038           0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    127.0.0.1:1123           0.0.0.0:0          LISTENING
  TCP    127.0.0.1:31778          127.0.0.1:31779     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:31779          127.0.0.1:31778     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:31780          127.0.0.1:31781     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:31781          127.0.0.1:31780     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:32526          127.0.0.1:32527     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:32527          127.0.0.1:32526     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:32528          127.0.0.1:32529     ESTABLISHED
  TCP    127.0.0.1:32529          127.0.0.1:32528     ESTABLISHED
  TCP    192.168.0.132:139         0.0.0.0:0          LISTENING
  UDP   0.0.0.0:445              ::*:                *
  UDP   0.0.0.0:500              ::*:                *
  UDP   0.0.0.0:1033             ::*:                *
  UDP   0.0.0.0:3456             ::*:                *
  UDP   0.0.0.0:4500             ::*:                *
  UDP   127.0.0.1:123             ::*:                *
  UDP   127.0.0.1:1900            ::*:                *
  UDP   192.168.0.132:123          ::*:                *
  UDP   192.168.0.132:137          ::*:                *
  UDP   192.168.0.132:138          ::*:                *
  UDP   192.168.0.132:1900         ::*:                *
```

Figure 3-1
Résultat d'un appel à Netstat

Dans ce cas, il serait éventuellement possible d'utiliser l'existant, ou d'en placer un second sur un autre port. Sinon, tâchez d'interrompre ce serveur superflu.

Il faut ensuite obtenir Apache, PHP et MySQL. Suivant votre système d'exploitation, vous disposez de distributions gratuites très faciles à installer, contenant ces trois logiciels (téléchargeables par exemple sur www.wampserver.com ou www.easyphp.org). Il serait possible de télécharger et

À SAVOIR Le serveur localhost

localhost et 127.0.0.1 sont deux dénominations particulières désignant le serveur sur l'ordinateur sur lequel vous travaillez. Bien sûr, dans un réseau, celles-ci ne permettent pas d'atteindre un ordinateur depuis un autre.

installer ces trois logiciels séparément, mais leur configuration, en particulier celle d'Apache, est difficile et hors du propos de cet ouvrage.

Tester et paramétrer le serveur

Enfin, vous devez vous assurer que le serveur fonctionne correctement et dispose des bonnes options. Accédez par un navigateur à l'adresse <http://localhost/> (ou bien <http://127.0.0.1/>). Si un pare-feu essaie de vous empêcher, contraignez-le, il n'y a pas de risque. La page d'accueil de votre serveur devrait alors s'ouvrir.

Le seul paramétrage particulier intéressant du serveur Apache est la présence de `mod_rewrite`. Celui-ci permet la réécriture d'URL (voir au chapitre 7 la section « Optimiser le référencement de votre boutique via les URL »). Cherchez le fichier `httpd.conf` de votre serveur. Il suffit alors d'ôter son statut de commentaire à la ligne contenant `rewrite_module` en supprimant le dièse `#` au début.

Activation de la fonction mod_rewrite sur le serveur Apache

```
...
LoadModule rewrite_module modules/mod_rewrite.so
...
```

Configurer PHP

Configurons PHP ensemble : il vous faut trouver le fichier `php.ini`, qui contient tous les paramètres de PHP. Ouvrez-le avec un éditeur textuel quelconque. Dès que vous le modifiez, vous pouvez l'enregistrer, puis redémarrer le serveur Apache, afin que les ajouts ou suppressions soient prises en compte. Il s'agit d'un fichier INI classique. Chaque valeur a une rubrique (les intitulés entre crochets), un nom à gauche du signe égal et une valeur à droite. Les points-virgules commentent la ligne en cours.

Composition d'un fichier INI

```
[Rubrique]
nom = valeur
; commentaire
```

Il y a des configurations usuelles de PHP, attachons-nous ici aux éléments qui peuvent varier, dans leur ordre d'apparition.

Désactiver le safe-mode

Le safe-mode est une configuration de l'outil peu utilisée. Il faut la désactiver :

```
safe_mode = Off
```

Limiter les ressources

Les limites sur les ressources donnent un contrôle particulièrement utile sur les systèmes des hébergements mutualisés. La valeur `max_execution_time` permet d'interrompre les requêtes trop longues (en secondes), `max_input_time` celles trop longues dans l'envoi de données de formulaires et `memory_limit` celles qui utilisent trop de mémoire vive (RAM). Voici des valeurs acceptables :

```
max_execution_time = 60
max_input_time = 60
memory_limit = 32Mo
```

Afficher ou non les erreurs

L'affichage des erreurs est utile (`On`) sur un serveur de développement, mais évidemment à désactiver (`Off`) sur un serveur de production, afin qu'en cas de catastrophe, vos visiteurs ne se retrouvent pas face à des messages incompréhensibles en anglais.

```
display_errors = On
```

Limiter la taille des fichiers envoyés

Deux options (un peu éloignées dans le fichier) concernent l'envoi de fichiers vers le serveur. Vous les utiliserez si vous publiez (voire vendez) des documents dans votre boutique en ligne. Vous utiliserez alors des formulaires pour les envoyer vers le serveur. Le premier paramètre indique la taille totale maximale des documents envoyés par un formulaire, le second la taille maximale de chacun des champs, notamment des champs d'envoi de fichier.

```
post_max_size = 8M
upload_max_filesize = 4M
```

Désactiver magic-quote

L'utilisation de `magic_quote` est une bizarrerie qui renforçait la sécurité, mais qui disparaît progressivement. Cela devrait être désactivé, mais ce n'est pas primordial.

```
magic_quotes_gpc = Off
```

Autoriser fopen

Lorsque Magento ouvre des fichiers situés sur des serveurs distants (quelques fonctionnalités le demandent), il utilise la fonction `fopen` vers leur URL particulière ; il faut donc l'autoriser :

```
allow_url_fopen = On
```

CONSEIL Proposer de très gros fichiers

Si vous disposez de fichiers très lourds, par exemple des vidéos à publier ou à vendre, d'autres problèmes de toutes sortes, communs à tous les sites web, se poseront (espace de stockage, bande passante, etc.). Magento n'offre aucune aide particulière à ce sujet.

Extensions

Les extensions PHP utilisées sont indiquées ensuite. Habituellement, une longue liste d'extensions est proposée ; il faut « décommenter » celles qui vous sont utiles, comme suit (en référence au tableau des extensions présenté plus haut) :

```
...
extension=php_curl.dll
...
extension=php_gd2.dll
...
extension=php_mcrypt.dll
...
extension=php_mysql.dll
...
extension=php_pdo.dll
...
extension=php_pdo_mysql.dll
...
```

Créer le répertoire Magento

Vous devez donc maintenant redémarrer votre serveur (l'action à réaliser dépend de la distribution d'Apache utilisée, vous pouvez sinon redémarrer l'ordinateur lui-même). Ensuite, créez dans le répertoire dédié (souvent [www](#) ou [root](#) ou [wwwdoc](#)) un sous-répertoire pour Magento, du nom que vous voudrez. Notez bien que vous pourriez ainsi (comme sur un serveur à distance) avoir un grand nombre d'outils associés à un même serveur, chacun dans son répertoire. C'est tout à fait normal, et vous pourrez en profiter.

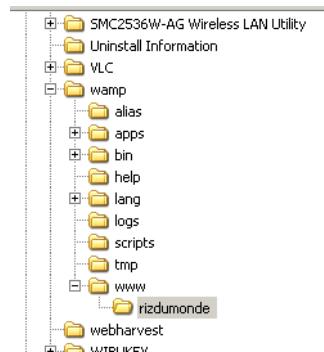


Figure 3–2
Votre répertoire à la racine

Accédez à votre répertoire par le navigateur, en y ajoutant le nom à l'adresse, par exemple <http://localhost/rizdumonde/>.

Les droits d'accès

Vous devez mettre en place des droits d'accès complets pour l'utilisateur système de votre serveur Apache sur les répertoires suivants :

- 1 app/etc/
- 2 var/
- 3 media/

Sur un système Windows, si vous n'y avez qu'un seul compte (administrateur), vous n'avez rien à faire. Sinon, il faut modifier les propriétés du répertoire, en donnant un contrôle total à l'utilisateur (lecture, écriture, modification, exécution, affichage du contenu...) comme sur la figure ci-après :

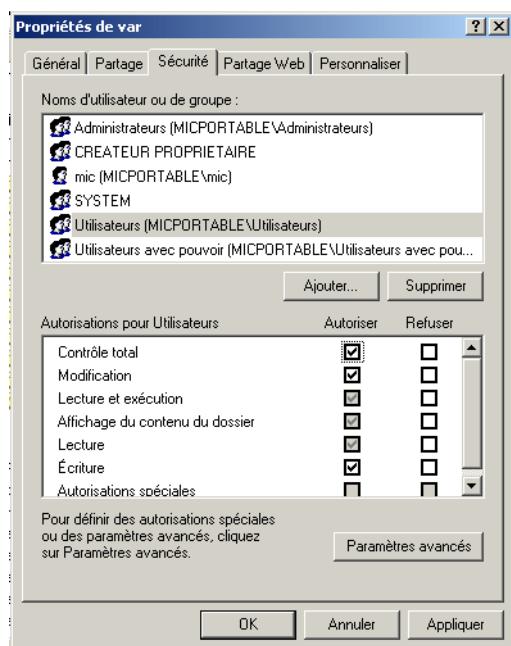


Figure 3-3
Sécurité des répertoires

Sur un système de type Unix, une simple commande suffira pour chaque répertoire :

```
> chmod -R 777 ./app/etc
> chmod -R 777 ./var
> chmod -R 777 ./media
```

À distance (c'est-à-dire avec un accès via FTP), la manipulation sera tout aussi possible. Consultez la documentation de votre client FTP si nécessaire.

FTP

Protocole de communication alternatif au HTTP, très simple, FTP (*File Transfer Protocol*) permet le transfert (envoi et réception) de fichiers. On désigne aussi par FTP les nombreux outils permettant cette communication (clients et serveurs FTP). Pour plus d'informations, consultez la RFC 959 (les RFC ou *Request For Comment* sont des documents publiés sur l'Internet, décrivant des protocoles ou des standards) :

► <http://tools.ietf.org/html/rfc959>

Rêves de grandeur ?

Avec l'accroissement inévitable de votre activité, pourrait se poser la question de besoins supplémentaires :

- un espace disque accru à cause d'un grand nombre de produits, d'offres, de clients (plusieurs millions) ;
- davantage de bande passante, de mémoire, de processeurs à cause d'un grand nombre de visiteurs et d'acheteurs (plusieurs milliers chaque jour).

Si vous atteignez les limites de votre hébergement, des solutions de qualité supérieure devraient être envisagées auprès de votre fournisseur.

Voici une configuration possible pour une boutique de très grande taille : 10 000 produits en catalogue, pour 1000 acheteurs par jour, avec un grand nombre d'images et de mini-applications communautaires en place (un forum, par exemple) :

- un cluster de cinq serveurs web dédiés puissants, le premier s'occupant de réaliser la répartition de la charge (*load-balancing*) sur les quatre autres identiques ;
- deux serveurs supplémentaires, pour la base de données ; le second est une réplication du premier, mis en place à but de sauvegarde, de remplacement en cas de chute du premier (*fail-over*) et de requêtes en informatique décisionnelle (*business intelligence*) ;
- une bande passante en sortie de 500 Mbps ;
- un administrateur Linux avec une astreinte et environ 20 h de maintenance par mois.

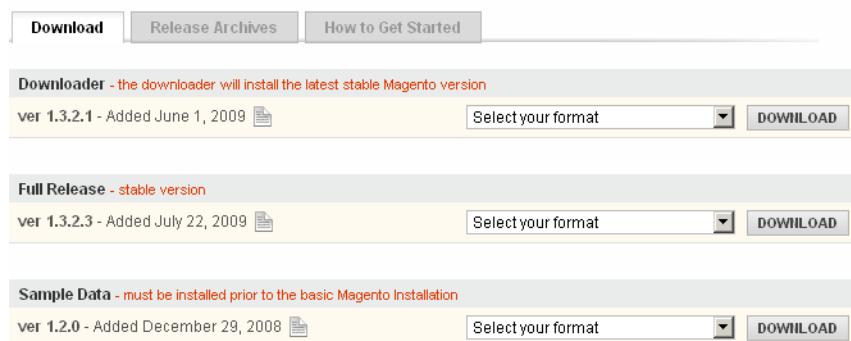
Cette configuration a bien sûr un coût élevé ; elle est représentative de ce que l'on peut trouver pour quelques boutiques en ligne (moins d'une centaine en France).

Phases d'installation, pas à pas

Obtenir Magento

Magento Community Edition est disponible en téléchargement sur le site officiel : sélectionnez *Download>Download Magento* dans le menu de la page d'accueil. Un formulaire propose l'inscription auprès du site, mais cela n'a pas d'intérêt pour vous pour le moment : cliquez sur la mention *No thanks, just take me to the download page* en bas du formulaire pour passer cette étape.

Pour tester Magento plus facilement, il pourrait être utile de télécharger et installer préalablement *Sample Data*. Cet élément téléchargeable supplémentaire permet de disposer de données de test afin d'évaluer Magento. Nous allons ici nous en passer pour nous consacrer directement à notre propre site.



Deux versions de Magento sont alors disponibles :

- **Downloader** (environ 700 Ko) permet de réaliser l'installation de façon différée : seule une première partie de l'outil est téléchargée, qui elle-même ira chercher le reste. L'avantage est d'être certain d'avoir la dernière version, et éventuellement éviter un téléchargement complet.
- **Full Release** (environ 16,5 Mo) permet de mieux se rendre compte de l'outil et de dédramatiser cette installation.

Nous allons utiliser la seconde version, en sélectionnant le format *magento-xxx.zip* (ou *.tar.gz* si vous y êtes habitué), puis en cliquant sur le bouton de téléchargement *DOWNLOAD*.

Préparer l'archive

Décompressez l'archive dans le répertoire prévu à la section précédente. Attention, cette archive contient elle-même un répertoire racine, à ignorer (ou bien décompressez l'archive dans le répertoire racine de votre serveur web, et renommez le répertoire créé éventuellement ensuite). Le répertoire décompressé contient une dizaine de répertoires et autant de fichiers.

Si vous faites une installation sur un hébergement à distance, utilisez un client FTP afin d'envoyer, sur le répertoire qui vous est offert, celui que vous venez de décompresser.

Figure 3–4

Versions de Magento proposées au téléchargement

CONSEIL Sauvegardez la version téléchargée

Si jamais plus tard vous reprenez une installation, il vous sera peut-être utile de repartir de la même version exactement, alors que celle du site officiel aurait changée. C'est pourquoi vous devriez sauvegarder quelque part la distribution que vous venez de télécharger.

À SAVOIR Les clients FTP

Il existe de nombreux clients FTP gratuits, tels FileZilla ou Core FTP. Ils sont faciles à utiliser et fournis avec une documentation. Les paramètres FTP à y utiliser sont fournis par votre hébergeur.

- ▶ <http://www.filezilla.fr>
- ▶ <http://www.coreftp.com>

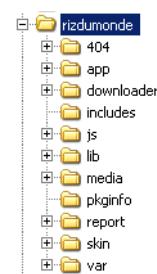


Figure 3–5

Les répertoires de Magento

La base de données

La base de données MySQL doit être créée et en fonctionnement. Utilisez pour cela PhpMyAdmin, présenté dans le chapitre 2, et généralement inclus dans les hébergements mutualisés tout comme dans les distributions prêtes à installer.

The screenshot shows the phpMyAdmin interface with the following details:

- Version du serveur:** 5.0.51b-community-nt
- Version du protocole:** 10
- Serveur:** localhost via TCP/IP
- Utilisateur:** root@localhost
- Jeu de caractères pour MySQL:** UTF-8 Unicode (utf8)
- Interclassement pour la connexion MySQL:** utf8_unicode_ci
- Créer une base de données:** A form to enter a database name, with 'Interclassement' set to utf8_unicode_ci and a 'Créer' button.
- Autres options:** Afficher l'état du serveur, Afficher les variables du serveur, Processus, Jeux de caractères et interclassement, Moteurs de stockage, Recharger les priviléges, Priviléges, Bases de données.
- Paramètres (right sidebar):**
 - Langue - Language: Français - French
 - Thème / Style: Original
 - Taille du texte: 82%
 - Documentation de phpMyAdmin, Wiki phpMyAdmin, Site officiel de phpMyAdmin, [ChangeLog] [Subversion] [Lists]

Figure 3–6
Page d'accueil
de PhpMyAdmin

À L'INTÉRIEUR Les bases d'un hébergement mutualisé

Les hébergeurs mutualisés gèrent de multiples bases pour leurs clients. Chacun ne peut accéder qu'à sa propre base, bien que tous peuvent partager le même serveur.

- Sur un hébergement mutualisé, la base aura été créée pour vous, ou alors un utilitaire en ligne, une console web, vous permettra de le faire (cela dépend de l'hébergeur).
- Sur votre propre installation, faites cette création en entrant un nom quelconque (exemple : « Magento ») dans la case au centre, et choisissez un inter-classement `utf8_general_ci`. La base de données doit alors apparaître à gauche. Il n'est pas nécessaire de réaliser des manipulations supplémentaires d'administration, mais cette page pourra vous être utile ensuite pour la maintenance et l'exécution directe de requêtes SQL.

Installer

- Utilisez votre navigateur pour poursuivre l'installation. Rendez-vous à l'adresse `http://localhost/rizdumonde/`, rizdumonde correspondant au répertoire de votre projet indiqué ci-dessus.
- Vous êtes accueilli par une page vous demandant de valider la licence d'utilisation. À gauche, un menu indique votre passage dans le processus d'installation. Vérifiez que vous avez bien compris les termes de la licence (voir le chapitre 1 à ce sujet), cochez la case et cliquez sur *Continue*.

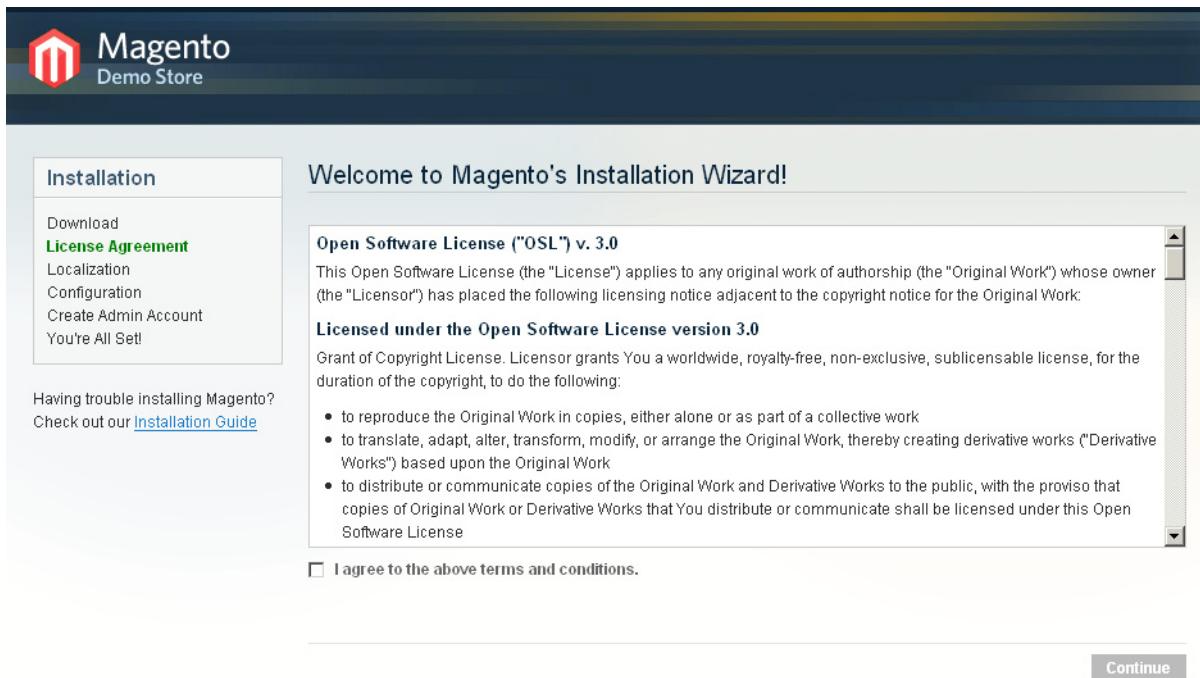


Figure 3–7 Page de bienvenue

3 Vous sont ensuite demandés des paramètres de localisation : quelle langue (*Locale*) par défaut, quel fuseau horaire (*Time Zone*) et quelle monnaie (*Default Currency*). Le tableau suivant présente des paramètres raisonnables.

The screenshot shows the 'Localization' settings page. Under 'Locale settings', there are three dropdown menus: 'Locale' set to 'Français (France) / français (France)', 'Time Zone' set to 'Romance Standard Time (Europe/Paris)', and 'Default Currency' set to 'euro'.

Locale
Dans le monde du Web, ce terme non traduit désigne les paramètres locaux, à savoir une langue et éventuellement un pays (anglais du Royaume-Uni, anglais des États-Unis, français de France, français du Canada...).

Figure 3–8
Options d'internationalisation

Tableau 3–2 Valeurs pour l'internationalisation, suivant le pays

Votre localisation	Locale	Time Zone	Default Currency
Canada, Québec	Français (Canada)	Eastern Standard Time	canadian dollar
France	Français (France)	Romance Standard Time	euro
Belgique	Français (France)	Romance Standard Time	euro
Suisse	Français (France)	Romance Standard Time	franc suisse

4 La page suivante demande des informations de configuration système de Magento. La configuration de la base de données dépend du type d'installation.

- Sur votre propre serveur, choisissez comme *Database Name* le nom choisi précédemment lors de la création de la base. Laissez *localhost* et *root* pour les champs *Host* et *User Name*, et le mot de passe devrait être vide.
- Sur un serveur mutualisé, ces informations doivent vous être indiquées par votre hébergeur. Le préfixe des tables est au choix. Lorsqu'il créera les tables, le nom de chacune sera alors préfixé. Ceci est utile si plusieurs projets se partagent la même base (souvent, sur les serveurs mutualisés, une seule base est fournie). Ce champ peut être laissé vide.

The screenshot shows a 'Configuration' screen with a 'Database Connection' tab selected. It contains fields for Host (localhost), Database Name (magento), User Name (root), and User Password (*****). There is also a 'Tables Prefix' field which is empty. A note below the host field explains how to specify a server port or a Unix socket if not using the default host.

Database Connection	
Host *	localhost
You can specify server port, ex.: localhost:3307 If you are not using default UNIX socket, you can specify it here instead of host, ex.: /var/run/mysqld/mysqld.sock	
Database Name *	magento
User Name *	root
User Password	*****
Tables Prefix	(Optional. Leave blank for no prefix)

Figure 3–9
Configuration pour la base

5 Les paramètres d'accès sont aussi demandés :

- L'URL de base (*Base URL*) est l'URL correspondant à la façon courante d'accéder à votre site. Une fois que vous aurez acheté un nom de domaine, il faudra modifier la configuration de Magento en conséquence. Pour le moment, la valeur détectée est certainement la bonne.
- Le champ *Admin Path* n'a pas grande importance. La valeur par défaut est raisonnable.
- L'option *Skip Base URL validation before next step* devrait être désactivée. Il s'agit d'une vérification dans le cas où vous auriez fait une erreur pour l'URL de base.
- L'option *Use Web Server (Apache) Rewrites* devrait être activée, cela permet d'avoir des URL plus propres et plus agréables à lire. Laissez cette case décochée si vous n'avez pas pu précédemment activer `mod_rewrite` pour Apache.

- L'option *Use Secure URLs (SSL)* dépend de la disponibilité ou non du SSL. En local, vous ne l'aurez pas mis en place.

Web access options

Base URL *
http://127.0.0.1/magento1.3/

Admin Path *
admin

Additional path added after Base URL to access your Administrative Panel (e.g. admin, backend, control etc.).

Skip Base URL validation before next step
Check this box only if it is not possible to automatically validate Base URL.

Use Web Server (Apache) Rewrites
You could enable this option to use web server rewrites functionality for improved search engines optimization.
Please make sure that `mod_rewrite` is enabled in Apache configuration.

Use Secure URLs (SSL)
Enable this option only if you have SSL available.

CONSEIL Premiers paramètres

Ces premiers paramètres sont les plus importants, mais pourront être modifiés plus tard. Si vous êtes incertain, gardez les valeurs par défaut.

Figure 3-10
Configuration de l'accès au site

- 6 Une dernière option est à disposition : la façon d'enregistrer les sessions (*Session storage options*). La session est le mécanisme qui permet de sauvegarder de façon très temporaire les données correspondant à un utilisateur particulier. Cela est utile par exemple lors de l'achat sur votre boutique. Il sera généralement plus rapide et moins coûteux (en espace sur le disque dur) d'enregistrer les sessions sur le disque dur (*File system*), mais certains administrateurs considèrent que cela constitue une faille potentielle de sécurité.

Session storage options

Save session data in

Figure 3-11
Choix de l'enregistrement des sessions

- 7 Il vous est proposé ensuite de créer le compte administrateur de la boutique.
- Les trois premiers champs correspondent aux prénom, nom et e-mail de l'administrateur. Bien qu'obligatoires, ils ne sont pas essentiels.
 - Ensuite, vous devez choisir un *Username* (nom d'utilisateur) et *Password* (mot de passe, à entrer deux fois), c'est-à-dire de quoi vous authentifier. Vous pouvez laisser `admin` pour le nom d'utilisateur, mais choisissez un mot de passe suffisamment long et complexe.
 - Laissez la clé de chiffrement (*Encryption Key*) vide.

À L'INTÉRIEUR La clé de chiffrement

La clé de chiffrement est utilisée afin d'éviter que les mots de passe soient sauvegardés tels quels dans votre base de données. Ainsi, un accès à celle-ci ne compromettrait pas les mots de passe que vos visiteurs pourraient avoir utilisés ailleurs.

CONSEIL Enregistrer le premier utilisateur

C'est une bonne idée de noter dans un fichier vos nom d'utilisateur, mot de passe et clé de chiffrement, et de mettre ce fichier de côté.

Create Admin Account

Personal Information

First Name *

Last Name *

Email *

Login Information

Username *

Password *

Confirm Password *

Encryption Key

Magento uses this key to encrypt passwords, credit cards and more. If this field is left empty the system will create an encryption key for you and will display it on the next page.

Figure 3-12
Création du compte d'administration de Magento

8 Vous obtenez un message de félicitations : bravo !

Tester l'installation

À la fin de l'installation, deux boutons sont affichés : *Go to Frontend* et *Go to Backend*. Ils correspondent à deux adresses :

- le site public (*frontend*), utilisant l'URL la plus simple, par exemple <http://localhost/rizdumonde/> ;
- le site privé (*backend*) ou interface d'administration du site, utilisant une URL fabriquée à partir de la précédente et du nom de répertoire choisi ci-dessus (*Admin-path*), par exemple <http://localhost/rizdumonde/admin/>.

Figure 3-13
Choix à la fin de l'installation

[Go to Frontend](#) [Go to Backend](#)

Ouvrez les deux dans un navigateur. Un navigateur avec onglets sera l'idéal, les modifications faites dans chaque onglet ayant ainsi des répercussions sur ce que l'autre onglet affiche.

Dans l'interface d'administration (*Admin Panel*), connectez-vous avec le nom d'utilisateur et le mot de passe choisis précédemment, afin d'atteindre la page d'accueil (*Dashboard*) de l'administration (voir figures 3-15 et 3-16). Ignorez le message qui peut s'afficher au centre.

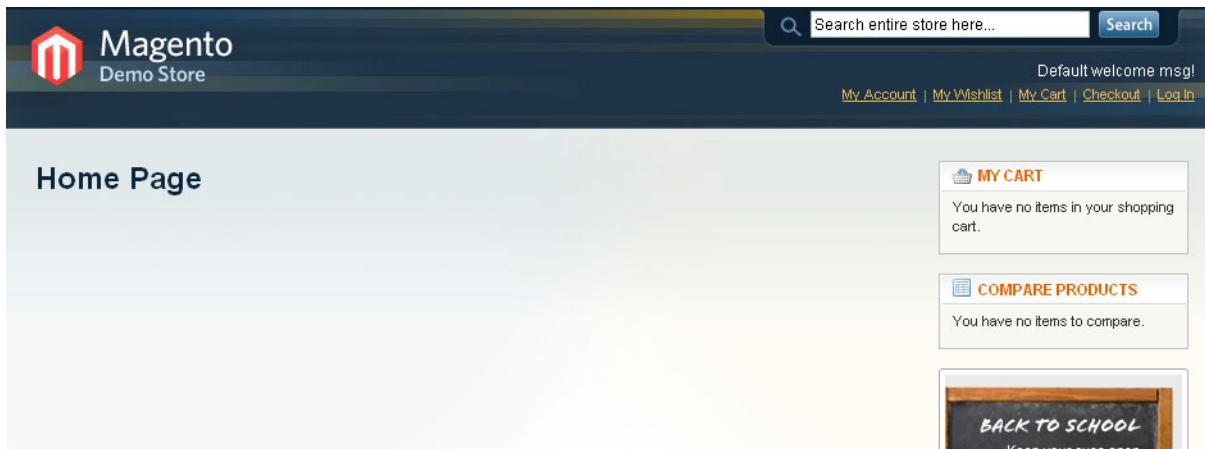


Figure 3-14 La partie publique du site par défaut, sans article

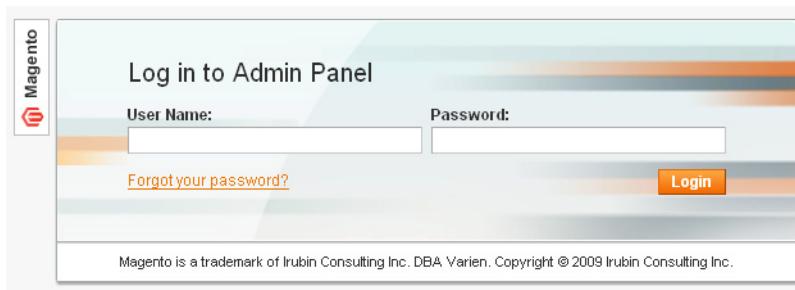


Figure 3-15
L'accès à la partie privée du site

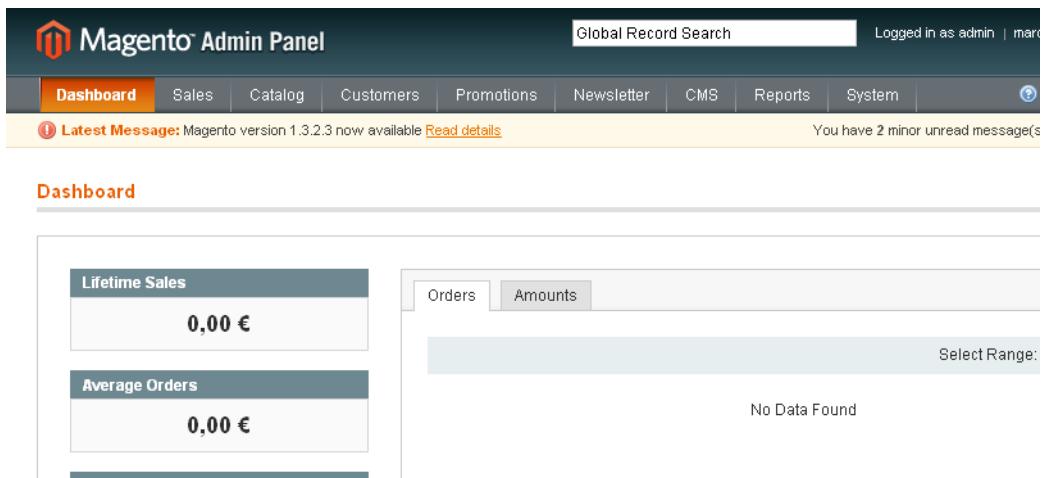


Figure 3-16
La partie d'administration de Magento

DÉPLOIEMENT Déployer, copier une installation

Une fois une première installation réalisée au complet, vous pourriez vouloir la recopier sur un autre serveur, par exemple pour le déploiement de votre serveur de test vers le serveur de production.

Il suffit alors, après avoir préparé le serveur, d'y copier l'ensemble des données dans une base de données sur le serveur en question (par exemple, en passant par les onglets *Exporter* et *Importer* de PhpMyAdmin), et d'y copier aussi l'ensemble des fichiers. Enfin, il faudra aussi probablement modifier, sur le nouveau serveur, les paramètres de connexion à la base de données, en fonction de la nouvelle base, dans le fichier `app/etc/local.xml` :

```
<?xml version="1.0"?>
<!-- ... commentaire ... -->
<config>
    <global>
        ...
        <default_setup>
            <connection>
                <!-- serveur de la base -->
                <host><! [CDATA[]]></host>
                <!-- utilisateur -->
                <username><! [CDATA[mag]]></username>
                <!-- mot de passe -->
                <password><! [CDATA[mag18cbze]]></password>
                <!-- nom de la base -->
                <dbname><! [CDATA[magento13]]></dbname>
                <active>1</active>
            </connection>
        ...
    </global>
</config>
```

Les tâches cron

⌘ Cron

Cron est le nom d'un programme de planification de tâches informatiques pour les systèmes Unix. Un cron associe à une date, une heure et une périodicité, une application et des paramètres. Magento exige la mise en place d'une tâche cron, ou son équivalent sous Windows.

Les tâches dites « cron » (appelées aussi tâches planifiées, sous Windows) sont les activités programmées par avance pour se réaliser à une heure précise, régulièrement. Sans tâches cron, le code s'exécute uniquement lors de la réception d'appels depuis les clients. Or certaines tâches méritent d'être réalisées régulièrement, même en l'absence de visiteur. C'est ce que nous allons mettre en place maintenant.

Voici, pour les connaisseurs, l'intitulé exact du besoin : le script `cron.php`, à la racine du répertoire, doit être appelé toutes les quinze minutes. Lors des phases de développement et de tests, il vous suffit simplement d'accéder à l'adresse de ce script, par exemple : <http://www.rizdumonde.fr/cron.php>.

Mise en place d'une tâche cron sous Unix

Sous les systèmes de type Unix (Linux et Mac OS X compris), la mise en place d'une fonctionnalité cron passe par la réalisation d'un répertoire de configuration appelé « crontab ». Vous serez assistés pour cela par le fichier `cron.sh` qui se trouve à la racine du répertoire. Chaque utilisateur a son propre crontab ; demandez-en l'édition par la commande :

```
crontab -u user -e
```

Le fichier ouvert alors (éventuellement vide) contient un paramètre indiquant l'adresse e-mail pour l'envoi des résultats, suivi de lignes dédiées aux tâches, chacune ayant ce format :

```
minute heure jour mois jourde lasemaine commande
```

Pour chacune de ces valeurs, indiquez un nombre, une étoile signifiant « tous » et une étoile suivie d'un nombre signifiant « tous les... ». Voici un exemple de tâche valide pour Magento :

```
*/15 * * * * /home/www/rizdumonde/cron.sh
```

Ou, si l'exécutable de PHP ne peut être trouvé :

```
*/15 * * * * wget -q http://www.rizdumonde.fr/cron.php
```

CONSEIL Hébergement mutualisé sans tâches cron

Si vous n'êtes pas administrateur du serveur (dans le cas d'un hébergement mutualisé, par exemple), vous bénéficiez certainement tout de même d'un système équivalent, permettant d'appeler un fichier `.sh` (`cron.sh` à la racine du répertoire) ou une URL (par exemple <http://www.rizdumonde.fr/cron.php>).

À SUIVRE.. Paramétrage des tâches cron

Les tâches cron peuvent être paramétrées au moyen de diverses options dans le menu d'administration *Avancé>Système* (voir la section « Configuration avancée » dans le chapitre 5).

Mise en place d'une tâche planifiée sous Windows

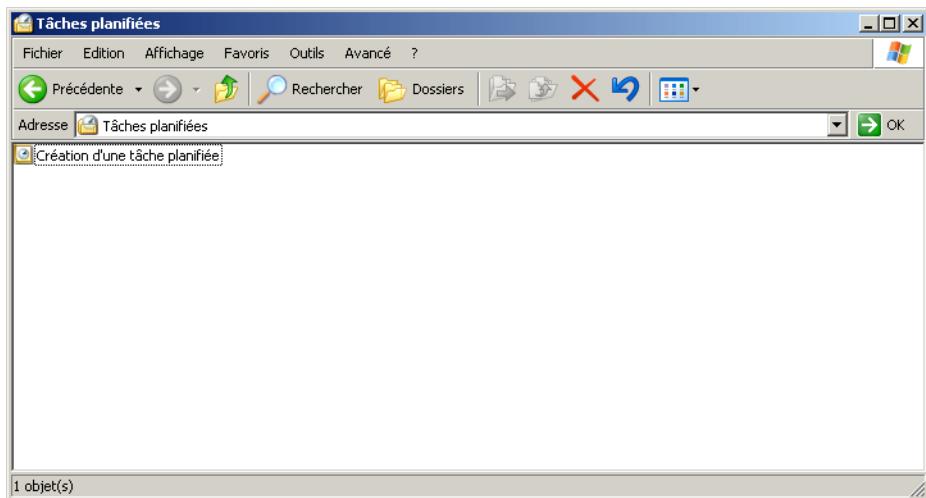
Sous Windows, vous pouvez créer une tâche planifiée qui appellera le script.

- 1 Créez, dans un répertoire quelconque, un fichier texte batch (exemple `magento.bat`). C'est un fichier qui contiendra la série d'instructions à exécuter.
- 2 Ouvrez ce fichier avec un éditeur textuel, et indiquez ceci :

```
c:\abcd\php.exe -f "c:\efgh\cron.php"
```

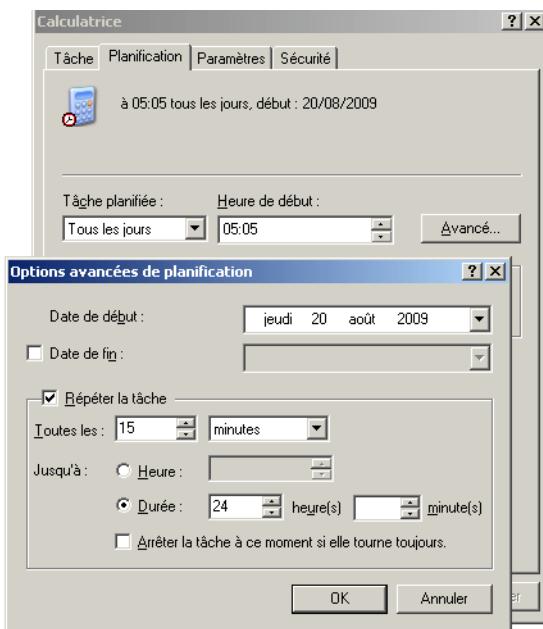
Ici, `abcd` et `efgh` sont bien sûr respectivement les emplacements de `php.exe` et `cron.php`.

- 3 Lancez l'utilitaire des tâches planifiées : *Panneau de configuration>Tâches planifiées*.
- 4 Demandez la création d'une nouvelle tâche.
- 5 Trouvez, dans l'assistant de création, le fichier batch que vous venez de réaliser, comme *Programme à exécuter*.

**Figure 3-17**

Page principale des tâches planifiées

- 6 Complétez ensuite avec les autres paramètres, qui ne comportent pas de difficultés particulières (*Tous les jours*).
- 7 Une fois la tâche créée, revenez dans ses propriétés, et visualisez la planification avancée, afin de *Répéter la tâche* toutes les quinze minutes, pendant vingt-quatre heures.

**Figure 3-18**

Fenêtre de mise en place des pages

La tâche s'exécutera alors à la régularité prévue, tant que la machine est allumée.

À SAVOIR Faire appel à un service tiers de cron

Une solution supplémentaire est disponible : passer par un système extérieur de cron. De nombreux services gratuits sont disponibles pour cela sur l'Internet, par exemple :

- ▶ <http://www.onlinecron.com>
- ▶ <http://cron-job.org>

L'adresse qu'il faut leur indiquer sera alors la même que plus haut, de type <http://www.rizdumonde.fr/cron.php>.

Notez tout de même que cette solution est impossible si votre serveur est local et invisible de l'extérieur (serveur de test).

Magento en français

It does not work ?

Vous pouvez observer que, dans la partie du site réservée à l'administration, les libellés des options, ainsi que tous les autres textes, sont restés en anglais. Pourtant, tout en bas de la page, un menu déroulant indique la langue choisie lors de l'installation, ici le français de France.



Figure 3-19

En bas de la page, le choix de langue

Que s'est-il passé ? En fait, comme il manque le module correspondant au français, le choix de la langue a été ignoré. Il va donc falloir télécharger ce module (*French Language Pack*) à partir du site de Magento. Ce processus d'installation est détaillé dans la section « Design et internationalisation » du chapitre 10, mais nous en donnons déjà une présentation sommaire ici.

Récupérer la clé d'extension pour le French Language Pack

- 1 Sur le site officiel de Magento, rendez-vous sur [Magento Connect](#) et demandez les extensions (ou modules complémentaires) qui correspondent à [Languages/Locales](#).
- 2 Retrouvez [French \(France\) Language Pack](#) (pour le français de France) dans la liste et cliquez sur [Get extension key](#).

À L'INTÉRIEUR Les traductions dans Magento

Plutôt que de réaliser elle-même des traductions, Varien a choisi, pour certaines langues, de déléguer ce travail à des volontaires. Le résultat est un succès, des dizaines de langues étant disponibles et à jour. Mais comme ces traductions sont réalisées a posteriori, elles ne sont pas disponibles dans l'installation standard ; c'est pourquoi il nous faut les télécharger après coup.

À SUIVRE... Installation d'un module supplémentaire

Pas de panique si vous ne comprenez pas exactement tout ce dont on parle ici, les notions abordées sont détaillées dans le chapitre 11.

EXPLORE MAGENTO CONNECT

Browse extensions by | View all

Category

- Admin (423)
- Catalog (572)
- Design & Themes (1045)
- Languages / Locales (91) ↗
- Migration tools (84)
- Other (672)
- Payment Gateways (320)
- Shipping Methods (130)
- Widgets (72)

Type

- Core (25)
- Community (642)
- Commercial (1409)

Figure 3–20
Lien vers les modules linguistiques sur
Magento Connect

Magento Community Modules - French (France) Language Pack

French LANGUAGE PACK

Click here to view full size

Get extension key ↗

Discuss this Extension

Request New Feature

Report a Bug

Please note that this extension is provided as is. It is recommended to always backup your installation prior to usage.

Created	SeL
Last Updated	Thu, March 4, 2010
Version	1.4.0.0
Compatibility	Magento 1.4.x
Stability	stable
Translation Status	100 %
Locales available in this package	French (France) - fr_FR
Downloads	36064
Community Rating	★★★★★ 1 · 16 votes 27 reviews
Categories	Languages / Locales
License Type	Academic Free License (AFL)
Tags	France, community, locale, language, French, français

Figure 3–21
Demande de la clé d'extension
sur la fiche du module

3 Acceptez la licence proposée (*AFL, Academic Free License*, une licence très libre), et copiez la clé proposée. Cette clé se présente sous la forme `magento-community/Locale_Mage_community_fr_FR` dans le cas du français de France.

By checking this box I agree to the extension license agreement.

GET EXTENSION KEY

Extension Key | What is this? ↗

`magento-community/Locale_Mage_com`

SELECT

Figure 3–22
Acceptation de la licence la clé est affichée !

Installer l'extension

- 1** Rendez-vous dans votre section d'administration et, dans le menu, choisissez *System>Magento Connect>Magento Connect Manager*.

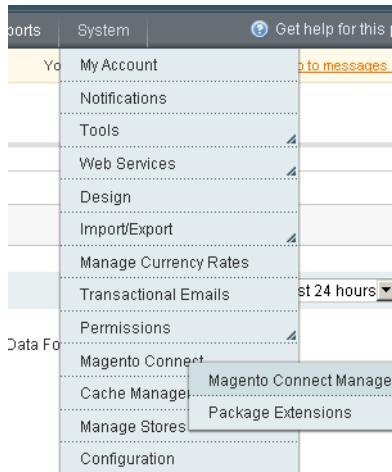


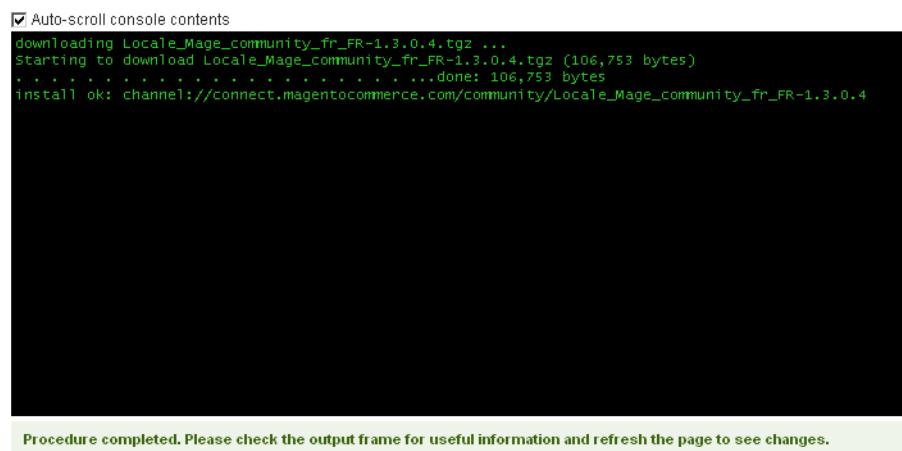
Figure 3–23
Accès à Magento Connect dans la partie d'administration

- 2** On vous demande ensuite une nouvelle authentification ; utilisez les mêmes nom d'utilisateur et mot de passe que précédemment. Vous arrivez alors dans un outil spécifique à l'installation d'extensions. Sur la page principale, indiquez la clé copiée auparavant dans la case correspondant à *Paste extension key to install* puis cliquez sur *Install*.

 A screenshot of the 'Magento Connect Manager' interface. The title bar says 'Magentoconnect MANAGER'. The top navigation bar has tabs for 'Extensions' (selected) and 'Settings'. On the right, there are links for 'Return to Admin' and 'Log Out'. Below the navigation, a dark header bar says 'Install New Extensions'. It contains two numbered steps: 1. 'Search for modules via [Magento Connect](#)' and 2. 'Paste extension key to install: [Install](#)'. Below this is a light-colored header bar for 'Manage Existing Extensions' with a 'Check for Upgrades' button.

Figure 3–24
Installer l'extension

- 3** Un écran ressemblant à une console s'ouvre et vous indique les téléchargements et installations réalisés (si tout va bien).
- 4** Cliquez sur le bouton *Refresh* afin de revenir sur la page de présentation. L'extension française doit cette fois apparaître dans la liste.



```

✓ Auto-scroll console contents
downloading Locale_Mage_community_fr_FR-1.3.0.4.tgz ...
Starting to download Locale_Mage_community_fr_FR-1.3.0.4.tgz (106,753 bytes)
.....done: 106,753 bytes
install ok: channel://connect.magentocommerce.com/community/Locale_Mage_community_fr_FR-1.3.0.4

Procedure completed. Please check the output frame for useful information and refresh the page to see changes.

```

Figure 3-25

La console d'information de l'installation de l'extension

Figure 3-26

L'extension qui vient d'être installée apparaît enfin dans la liste.

CONSEIL Échec à l'installation

Si jamais cette phase venait à échouer, vous trouverez un forum de discussion dédié à cette extension, au même endroit que le lien de téléchargement, sur la fiche descriptive du module :

- ▶ <http://www.magentocommerce.com/boards/viewchild/10683/>

Package Name	Installed	Actions	Summary
Locale_Mage_community_fr_FR	1.3.0.4 (stable)		Magento Community Modules - French (France) Language Pack

5 Cliquez sur le lien *Return to Admin* en haut, et constatez le changement de langue sur l'interface.

Ajouter un premier produit dans la boutique

Terminons l'installation et la configuration par l'insertion rapide d'un premier produit sur votre site. Toute cette procédure est expliquée ensuite plus en détail dans le chapitre 7, « Mettre en place sa boutique ».

1 Dans le menu de la partie réservée à l'administration, choisissez *Catalogue>Gérer les catégories*. La création d'une nouvelle catégorie est tout de suite proposée ; indiquez un nom, rendez la catégorie active et cliquez sur *Sauvegarder la catégorie* en haut à droite.



The screenshot shows the 'Nouvelle catégorie' (New Category) form. At the top, there are buttons for 'Réinitialiser' (Reset) and 'Sauvegarder la catégorie' (Save category). Below these are tabs for 'Informations générales', 'Paramètres d'affichage', 'Design personnalisé', and 'Produits de la catégorie'. The 'Informations générales' tab is selected. In the 'Informations générales' section, there are two input fields: 'Nom' (Name) containing 'Riz Simples' and 'Actif' (Active) with a dropdown set to 'Oui' (Yes).

Figure 3-27

Créer une nouvelle catégorie

- 2** Enfin, à gauche, réalisez un glisser-déposer de votre catégorie sur la catégorie *Default Category* (catégorie par défaut). Notre première catégorie est créée.



Figure 3-28
Déplacer la nouvelle catégorie



Figure 3-29 La nouvelle catégorie, désormais à l'intérieur de la catégorie racine

À l'intérieur Interface ergonomique grâce à Script.aculo.us

La fonctionnalité de glisser-déposer (*drag&drop* en anglais) est proposée par la bibliothèque JavaScript *Script.aculo.us*, installée avec Magento. D'autres éléments agréables de la partie d'administration en sont issus.

- 3** Dans le menu de l'administration, choisissez *Catalogue > Gérer les produits*, puis cliquez sur le bouton *Ajouter un produit*.



Figure 3-30
Le bouton d'ajout d'un produit

- 4** Une première page vous demande quelques informations préliminaires pour les attributs, laissez pour le moment les valeurs par défaut.

Figure 3-31
Première page de création du produit

- 5** Cliquez sur *Continuer*; une page pour la saisie des données apparaît. La signification de tous ces attributs est abordée plus loin dans cet ouvrage. Pour le moment, entrez des informations quelconques pour *Nom*, *Description*, *Description courte*, *Réf.* (référence, c'est-à-dire un numéro quelconque), *Poids* (en kg) et *Statut* (activé ou désactivé).
- 6** Ensuite, cliquez à gauche sur *Prix*, et indiquez un prix et une *classe de TVA* : *Taxable Goods*.
- 7** Puis, cliquez à gauche sur *Inventaire* et indiquez un stock de 100 et une disponibilité *En stock*.

Figure 3–32
Page principale
de création d'un article

The screenshot shows the 'Informations produit' sidebar on the left with various tabs: Général, Prix, Informations métas, Images, Design, Inventaire, Catégories, Produits apparentés, Ventes incitatives, Ventes croisées, and Options personnalisables. The 'Général' tab is selected. On the right, the main form is titled 'Nouveau produit (Default)' with tabs for Retour, Réinitialiser, Sauvegarder, and Sauvegarder et co. The 'Général' tab is active, showing fields for Nom (required), Description (required), and Description courte.

Figure 3–33
Onglet pour déterminer
les prix de l'article

The screenshot shows the 'Prix' tab selected in the sidebar. The main form is titled 'Nouveau produit (Default)' with tabs for Retour, Réinitialiser, Sauvegarder, and Sauvegarder et co. The 'Prix' tab is active, showing fields for Prix (2.40 [EUR]), Prix spécial, Date de début du prix spécial, Date de fin du prix spécial, Coût, and Classe de TVA (Taxable Goods).

Figure 3–34
Onglet pour la gestion
des stocks de l'article

The screenshot shows the 'Inventaire' tab selected in the sidebar. The main form is titled 'Nouveau produit (Default)' with tabs for Retour, Réinitialiser, Sauvegarder, and Sauvegarder et co. The 'Inventaire' tab is active, showing configuration options for stock management. These include: Gérer les stocks (Yes, checked), Quantité (100), Qty for item's Status to become Out of Stock (0), Quantité mini autorisée dans le panier (1), Quantité maxi autorisée dans le panier (10000), La quantité utilise des décimales (Non), Commande en rupture de stock (Pas de commandes au delà des stocks, checked), Notifier quand la quantité passe en dessous de (1), and Disponibilité en stock (En stock).

- 8 Enfin, à gauche, choisissez *Catégories* et cochez la case en face de *Default Category*. Cliquez en haut sur *Sauvegarder*.



Figure 3–35
Catégories de l'article

Voilà, vous avez créé un produit dans votre boutique ! Vous pouvez maintenant explorer l'interface publique de votre site, à laquelle est consacré le chapitre suivant.

Visite guidée des fonctionnalités offertes au visiteur

4

Un site conçu avec Magento permet à vos internautes de réaliser un grand nombre d'opérations, d'autant plus lorsque ceux-ci deviennent clients... Petite visite guidée des fonctionnalités offertes sur l'interface publique d'un site !

SOMMAIRE

- ▶ Visiter le site
- ▶ Acheter
- ▶ Contribuer

MOTS-CLÉS

- ▶ boutique
- ▶ commande
- ▶ compte
- ▶ tag
- ▶ wishlist

Nous vous présentons ici les manipulations possibles pour vos visiteurs et clients. Il est utile, en effet, que vous sachiez parfaitement quelles sont les capacités et les limites de l'installation d'un produit aussi complet que Magento.

Visiter le site

CONSEIL Visitez, en profondeur

Vous devriez visiter et faire visiter votre site le plus possible. Cela vous permet non seulement de vérifier le résultat de vos modifications, mais aussi de repérer les éventuelles anomalies et les difficultés à corriger ou à compenser.

La partie publique d'un site est ouverte et disponible dès l'installation. Elle ne contient alors aucun produit, aucune catégorie, aucune page... Mais l'insertion du premier produit que nous venons de réaliser permet déjà de se comporter comme un visiteur et de faire ses courses.

Rendez-vous sur la partie publique. Si vous y étiez déjà, actualisez la page d'accueil. En haut, une zone de recherche apparaît, puis le menu. En dessous, dans un bandeau, les catégories principales. À droite (et éventuellement, plus tard, à gauche), apparaissent des boîtes de toutes sortes. Enfin, au centre, vous voyez le contenu principal de la page en cours de visite.

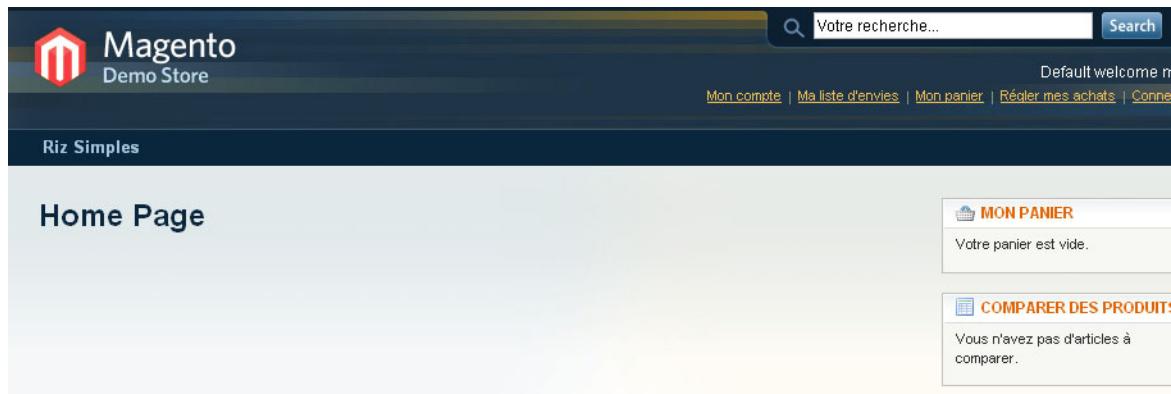


Figure 4–1 La page d'accueil par défaut

CULTURE Et dans les autres boutiques ?

Les boutiques en ligne peuvent être très différentes en ce qui concerne leurs organisation, graphisme, etc., mais les mécanismes principaux, comme la répartition des produits par catégories, varient très peu. Seuls quelques sites font exception, par exemple les boutiques de vente de billets d'avion. Pour elles, le développement a été fait sur mesure.

Votre site, même après modification du graphisme telle que proposée au chapitre 10, aura toujours un principe d'interface utilisateur identique à celui-ci. Il répond, entre autres, aux critères d'ergonomie auxquels s'attend probablement votre client, afin de ne pas se sentir perdu dans votre boutique.

Rechercher des produits

Le visiteur doit pouvoir trouver (et retrouver !) facilement les produits en vente. Pour cela, il peut utiliser le lien portant le nom de la rubrique, en

haut. Une page de rubrique est alors affichée, avec les différents produits disponibles, et leurs particularités. Il suffit ensuite de cliquer sur le nom du produit pour disposer de plus d'informations.

Riz Simples

1 article(s)

Afficher 9 par page

Afficher en: Grille Liste Trier par Position ↑

Riz long

2,40 €

Ajouter au panier

Ajouter à ma liste d'envies

Ajouter au comparateur

1 article(s)

Afficher 9 par page

Afficher en: Grille Liste Trier par Position ↑

Figure 4–2
Une page de rubrique : liste de produits

Le moteur de recherche (en haut) est efficace et présente les résultats organisés de façon identique aux catégories constituées. Une boîte de dialogue *Affiner la recherche* est disponible, bien qu'inutile pour nous pour le moment (sa configuration est traitée dans le chapitre 7).

Accueil / Résultats de recherche pour : 'riz long'

SHOP BY

AFFINER LA RECHERCHE

CATÉGORIE
Riz Simples (1)

Résultats de recherche pour 'riz long'

1 article(s)

Afficher 9 par page

Afficher en: Grille Liste Trier par Pertinence ↑

Figure 4–3
Résultats d'une recherche

La prochaine recherche qui sera effectuée bénéficiera d'une assistance. En pratique, si vous entrez le début d'une recherche qui a déjà été saisie au préalable (par n'importe quel visiteur, sur n'importe quel ordinateur), celle-ci sera proposée automatiquement, comme sur l'exemple de la figure 4–4. On voit qu'ici, la recherche « riz long » a déjà été faite, et qu'elle aura un résultat.

Riz

riz long

Search

1

Départemental

Figure 4–4
Recherche assistée : un résultat disponible

À l'intérieur Un fil d'Ariane sans JavaScript

Le fil d'Ariane (*breadcrumbs*, en anglais, en référence au Petit Poucet), appelé parfois aussi chemin de navigation, est cet enchaînement de liens en haut de page permettant au visiteur de toujours savoir où il se trouve dans l'arborescence d'un site et de revenir en arrière. Par exemple : [Accueil](#) > [Catalogue](#) > [Riz](#) > [Riz bio](#).

Dans un site Magento, il ne contient pas de JavaScript, malgré ce principe de « retour en arrière » qui semblerait y convenir. Les auteurs du logiciel ont préféré mettre en place de véritables liens HTML, qui non seulement fonctionnent en permanence, mais favorisent aussi le référencement (sans compter l'accessibilité, puisqu'ils restent compatibles avec les navigateurs fonctionnant sans JavaScript).

À l'intérieur Toujours le même bouton

Si le bouton [Ajouter au panier](#) ou un autre bouton équivalent apparaît sur de nombreux types de page, non seulement mène-t-il toujours au même endroit, mais il fait aussi appel au même code interne. Ainsi, nous sommes donc bien exactement face au même comportement, quelle que soit la manipulation réalisée par l'internaute pour son achat.

À savoir Quelques absences de traduction

L'effort de traduction de Magento en français est important, mais il ne couvre pas encore la totalité de l'application. Les éléments manquants seront faciles à ajouter par vous-même, comme cela est expliqué dans le chapitre 10, à la section « Design et internationalisation ».

Pour trouver d'autres produits, le visiteur dispose du bandeau de menus, toujours présent, qui permet de naviguer entre les différentes rubriques. De plus, un fil d'Ariane (*breadcrumbs*) permet à chaque instant de revenir en arrière.

Figure 4–5
Le fil d'Ariane

[Accueil](#) / [Riz Simples](#) / [Riz long](#)

Acheter

Le panier d'achat

L'internaute est poussé à l'achat par de nombreux boutons [Ajouter au panier](#), associés à une quantité. Le panier regroupe tout ce que le client va acheter en une fois ; c'est une métaphore de marchés ou supermarchés.



Figure 4–6
La page de produit avec un bouton d'ajout au panier

À tout instant avant d'avoir conclu son achat, l'utilisateur peut retrouver son panier et le modifier :

- après chaque ajout d'un produit ;
- en cliquant sur [Mon panier](#), en haut de l'écran.

Le bouton [Mettre à jour le panier](#) permet de modifier les quantités. Le gros bouton [Proceed to Checkout](#) (ne vous inquiétez pas de la version anglaise pour le moment) mène au paiement. Vous pouvez tester l'ensemble du fonctionnement tel que présenté ici, car il n'y aura pas de conséquence sur vos finances réelles.

Le processus de commande

L'achat est réalisé en plusieurs phases distinctes, dont l'ordre ne peut varier.

Panier

Proceed to Checkout

Le produit Riz long a bien été ajouté à votre panier.

Retirer	Nom du produit	Prix unitaire	Quantité	Sous-total
	Riz long	2,40 €	<input type="text" value="2"/>	4,80 €

Poursuivre vos achats **Mettre à jour le panier**

*** CODES DE REMISES**
Saisissez votre code de réduction

Utiliser un bon de réduction

Sous-total 4,80 €
Montant global 4,80 €

Proceed to Checkout

Figure 4–7 Le panier d'achat

- 1 La première phase consiste en l'identification. L'achat peut se faire en tant qu'utilisateur enregistré (nouveau ou ancien) ou anonyme. Choisissez de créer un nouveau client.

1 Mode de passage de commande

RÉGLER EN TANT QU'INVITÉ OU S'ENREGISTRER

Enregistrez-vous et profitez de nombreux avantages :

Régler en tant qu'invité

S'enregistrer

Gagnez du temps !

Enregistrez-vous et profitez de nombreux avantages :

- Passez vos commandes plus rapidement
- Consultez et suivez vos commandes

SE CONNECTER

Vous avez déjà un compte ?
Veuillez vous identifier

Votre adresse email *

Mot de passe *

* Champs obligatoires

Poursuivre **Mot de passe oublié ?** **Se connecter**

2 Informations de facturation

3 Informations de livraison

4 Mode de livraison

5 Informations de paiement

Figure 4–8
Premier volet : l'identification

2 Entrez des données quelconques dans les différents champs de la facturation (l'adresse par défaut), et choisissez la livraison à la même adresse.

1 Mode de passage de commande

2 Informations de facturation

Prénom *	Nom de famille *
<input type="text" value="Mickaël"/>	<input type="text" value="Blanchard"/>
Entreprise	Votre adresse email *
<input type="text"/>	<input type="text" value="mblanchard@example.org"/>
Adresse *	
<input type="text" value="12, rue de Magenta"/>	<input type="text"/>
Ville *	État/Région/Département *
<input type="text" value="Paris"/>	<input style="width: 150px;" type="text" value="Paris"/>
Code postal *	Pays *
<input type="text" value="75001"/>	<input style="width: 150px;" type="text" value="France"/>
Téléphone *	Fax
<input type="text" value="0101010101"/>	<input type="text"/>
Mot de passe *	Confirmer votre mot de passe *
<input type="password" value="*****"/>	<input type="password" value="*****"/>

Livrer à cette adresse Livrer à une autre adresse

Figure 4–9

Deuxième volet : adresse de facturation

3 Un seul mode de livraison est disponible, acceptez-le. Bien sûr, si nous avions choisi une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation, elle nous aurait été demandée juste avant, dans un troisième volet identique au second. Les modes de livraison disponibles dépendent du lieu de livraison.

4 Mode de livraison

Flat Rate

Fixed 10,00 €

[↑ Retour](#)

Poursuivre

Figure 4-10

Quatrième volet : le mode de livraison

4 Lors de l'étape suivante, vous observez deux modes de paiement, pour le moment. Payons par chèque.

5 Nous pouvons désormais valider la commande (*Place Order*). Là encore, ne vous inquiétez pas de l'anglicisme.

4 Mode de livraison

5 Informations de paiement

Check / Money order
 Credit Card (saved)

* Champs obligatoires

↑ Retour Poursuivre

6 Vérification de commande

Figure 4-11

Cinquième volet :
choix du mode de paiement

5 Informations de paiement

6 Vérification de commande

Nom du produit	Prix	Quantité	Sous-total
Riz long	2,40 €	2	4,80 €
			Sous-total 4,80 €
			Frais de port (Flat Rate - Fixed) 10,00 €
			Montant global 14,80 €

Vous avez oublié un article ? [Modifiez votre panier](#)

Place Order

Figure 4-12

Sixième volet : résumé de la commande

- 6 La page suivante est une page d'information. Elle indique la possibilité d'accéder à la commande réalisée, et annonce qu'un mail va être envoyé (si vous utilisez une installation locale, ceci échouera probablement).

Votre commande a été reçue

Merci de votre achat !

Votre n° de commande est : [100000001](#).

Vous allez recevoir un mail de confirmation avec les détails de votre commande ainsi qu'un lien pour suivre son avancement.

Cliquez [ici pour imprimer](#) une copie de la confirmation de votre commande.

Poursuivre vos achats

Figure 4-13

La commande est terminée !

Vous pouvez tester la robustesse du processus en actualisant votre navigateur ([F5](#)). Vous observez alors que contrairement à ce que vous auriez pu redouter, il ne passe pas une seconde commande – la catastrophe est évitée !

CULTURE Acheter sans compte ?

Pour des raisons de simplicité, certaines boutiques conçues sans Magento ne proposent pas de compte pour les acheteurs. Cela oblige alors les clients à entrer de nouveau chaque fois leurs adresses, et ne leur permet généralement pas de consulter l'état de leurs commandes. Nul doute que la possibilité de s'enregistrer saura séduire et fidéliser vos acheteurs !

Figure 4-14
Le tableau de bord de l'utilisateur

Le compte de l'utilisateur

Comme nous venons de créer un nouveau compte client en commandant, nous pouvons dès lors visiter les pages dédiées à ce compte. Il suffit pour cela de cliquer sur *Mon compte*, en haut de la page. Le tableau de bord est indicatif et compréhensible. Il permet de nombreuses actions en correspondance avec les commandes et leur évolution.

The screenshot shows the 'Mon compte' dashboard with the following sections:

- MON COMPTE** sidebar: Tableau de bord du compte, Informations du compte, Carnet d'adresses, Mes commandes, Mes commentaires, Mes tags, Abonnements à la newsletter, Ma liste d'envies, Mes produits téléchargeables.
- Mon tableau de bord**: Greeting (Bonjour, Mickaël Blanchard!), Message about keeping account up-to-date, and a 'COMMANDES RÉCENTES' table.
- COMMANDES RÉCENTES** table:

N° de commande	Date	Livré à	Total de la commande	Statut	Actions
100000001	19/08/09	Mickaël Blanchard	14,80 €	En attente	Voir la commande Renouveler la commande

- Did you know?**: Our customer service is available 24/7, phone number (555) 555-0123, and a small note about help.
- INFORMATIONS DU COMPTE**: Informations de contact (Mickaël Blanchard, mblanchard@example.org), Newsletter (You're not subscribed to any newsletter).

Un utilisateur peut avoir plusieurs adresses. Celles-ci peuvent être créées à chaque commande ou être inscrites dans le carnet d'adresses, afin d'être utilisées comme adresses de facturation ou livraison.

The screenshot shows the 'Carnet d'adresses' (Address Book) page with the following sections:

- MON COMPTE** sidebar: Tableau de bord du compte, Informations du compte, Carnet d'adresses, Mes commandes, Mes commentaires, Mes tags, Abonnements à la newsletter, Ma liste d'envies, Mes produits téléchargeables.
- Carnet d'adresses**: Buttons for Ajouter une adresse and Ajouter une adresse supplémentaire.
- ADRESSES PAR DÉFAUT**: Facturation address (Mickaël Blanchard, 12, rue de Magenta, Paris, Paris, 75001, France, T: 0101010101) and Livraison address (Mickaël Blanchard, 12, rue de Magenta, Paris, Paris, 75001, France).
- SAISIES D'ADRESSES SUPPLÉMENTAIRES**: Note that no additional addresses have been entered.
- Did you know?**: Information about addresses.

S'il le désire, l'utilisateur peut se déconnecter. Sinon, sa session est maintenue par un cookie, qui reste en place jusqu'à la fermeture du navigateur.

The screenshot shows the website footer with the following links: Bienvenue, Mickaël Blanchard!, Mon compte, Ma liste d'envies, Mon panier, Régler mes achats, and Déconnexion. A red circle highlights the 'Déconnexion' link.

Figure 4-16
Le lien de déconnexion

Contribuer

En plus de consulter les pages et d'acheter des produits en ligne, le visiteur, et potentiellement futur client peut avoir une réelle interaction avec le site. Ceci aura pour effet bénéfique de :

- créer une communauté autour du site ;
- renforcer l'implication du client ;
- permettre d'améliorer le site ;
- vous apporter des informations marketing.

Les grands sites de vente ont mis en place et évalué depuis longtemps ces fonctionnalités supplémentaires, et n'hésitent pas à multiplier des accessoires pour les mettre en avant, preuve de leur réelle valeur ajoutée !

Associer des tags aux produits

Chaque produit peut être associé à un ou plusieurs « tags » (étiquettes, mots-clés). Chaque tag peut être associé à un ou plusieurs articles. Le visiteur est invité à proposer des tags pour chaque article, qui sont bien sûr soumis à validation de l'administrateur.

Tags du produit

Ajoutez vos tags :

Ajouter des tags

Utilisez des espaces pour séparer les tags. Utilisez les apostrophes ('') pour les phrases.

Figure 4-17
Ajouter des tags

Tag

Tag, en anglais, signifie balise. C'est un élément permettant l'ajout d'informations de contenu ou de mise en forme dans un texte, en HTML, par exemple, mais dans le monde du Web interactif, cela désigne aussi un mot-clé associé à un article, une photo, une vidéo ou un produit par les clients. Cela permet ensuite notamment d'améliorer la recherche vers ces éléments. Vous retrouvez ces tags notamment sur les blogs et sur les sites communautaires comme YouTube, Flickr, etc.

Souvent, les tags sont regroupés en « nuage de tags » (*tag cloud*), c'est-à-dire une représentation graphique d'un ensemble de tags qui rend visible la prépondérance de certains tags sur les autres.

Une fois un certain nombre de tags attribués, un « nuage de tags » s'affichera sur certaines pages publiques, les tags prépondérants étant mis en valeur en fonction de leur importance. Cela offre l'avantage de proposer une navigation plus intuitive, transversale aux catégories.

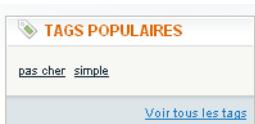


Figure 4-18
Le nuage de tags

Créer son catalogue personnel : la wishlist ou liste d'envies

La *wishlist*, littéralement « liste d'envies », est une liste de produits associée à un utilisateur et qui lui est propre. Il s'agit de produits qu'il souhaiterait et pourrait acheter potentiellement, chaque produit étant associé à

un commentaire optionnel. Cela lui permet en quelque sorte de se constituer un catalogue personnalisé ou de constituer une liste de mariage, de cadeaux, etc.

Sur une page produit, il est possible de demander à *Ajouter à la liste d'envies*. La liste apparaît alors, comme sur la figure ci-après. Le bouton *Partager la liste d'envies* permet d'envoyer cette liste à d'autres personnes, par e-mail, tandis que le bouton *Tout ajouter au panier* ajoute en une seule fois tout le contenu de la *wishlist* au panier. Enfin, notez qu'après modification des commentaires, il faut cliquer sur le bouton *Mettre à jour* pour qu'ils soient pris en compte.

The screenshot shows a user's wishlist titled "Ma liste d'envies". It contains one item: "Riz long" at 2,40 €. The item has a placeholder for comments: "Saisissez vos commentaires...". The table includes columns for Product, Commentaire, and Ajouté le. At the bottom, there are buttons for "Partager la liste d'envies", "Tout ajouter au panier", and "Mettre à jour".

Produit	Commentaire	Ajouté le
Riz long 2,40 €	Saisissez vos commentaires...	19 août 2009

Figure 4-19

La liste d'envies d'un visiteur

Comparer les produits entre eux

L'utilisateur peut comparer les produits suivant leurs différentes caractéristiques. Il faut pour cela tout d'abord ajouter des produits au comparateur. Pour comparer ensuite tous les articles ainsi ajoutés, utilisez le bouton *Comparer les articles* apparaissant à droite.



Figure 4-20

Le bouton pour comparer les produits

Une page prête à l'impression s'ouvre alors, proposant une comparaison de certains attributs (nom, description, prix...), comme sur la figure ci-après.

The screenshot shows a comparison interface for two products. At the top, there are two identical product cards for 'Riz long'. Each card includes a thumbnail, the product name 'Riz long', a price of '2,40 €', and three buttons: 'Ajouter au panier' (orange), 'Ajouter à ma liste d'envies' (grey), and 'Ajouter au comparateur' (blue). A red circle highlights the 'Ajouter au comparateur' button on the second card.

Riz Simples

1 article(s) Afficher 9 par page

Afficher en: Grille Liste Trier par Position ↑

Riz long
2,40 €
Ajouter au panier
Ajouter à ma liste d'envies
Ajouter au comparateur

1 article(s) Afficher 9 par page

Afficher en: Grille Liste Trier par Position ↑

Figure 4-21
Le lien d'ajout pour la comparaison

The screenshot shows the results of a comparison between two products. It features a header 'Comparer des produits' and a 'Imprimer cette page' button. Below is a table comparing the two products based on various criteria.

	Riz long 2,40 € Ajouter au panier Ajouter à ma liste d'envies
Description	Riz Indica classique, cultivé dans la plupart des pays à mousson, blanc et savoureux.
Description courte	Riz long classique
Réf.	0001
Fabriquant	

Figure 4-22
Le résultat d'une comparaison

Enfin, signalons une dernière interaction possible entre le client et le site : le contact direct, en passant par un formulaire très simple de mise en contact (page [Contactez-nous](#)), dont la mise en place est présentée dans « Les options du menu Général » du prochain chapitre.

Administre le site

5

Étape indispensable avant de mettre en vente tous vos produits, d'entrer vos données, préparons le site en configurant toutes les options nécessaires et assurons-nous que nous pourrons y travailler sereinement.

SOMMAIRE

- ▶ Connexion à l'interface d'administration
- ▶ Messages et gabarits
- ▶ Interface standard
- ▶ Création et configuration des magasins
- ▶ Configuration générale du logiciel
- ▶ Gestion de l'équipe

MOTS-CLÉS

- ▶ administrateur
- ▶ e-mail
- ▶ gabarit
- ▶ magasin
- ▶ vue magasin
- ▶ cache
- ▶ utilisateur
- ▶ rôle

Le terme « administrer » est considéré ici dans son sens le plus général. Il s'agit de toutes les tâches que l'on peut réaliser dans la partie privée du site, qu'on appelle l'interface d'administration. Si les chapitres qui suivent s'intéressent tous à ces différents points, celui-ci présente les aspects les plus généraux de cette administration.

Connexion à l'interface d'administration

L'accès à l'administration du site exige votre authentification. Chaque utilisateur est identifié par un nom et un mot de passe, définis lors de la création de cet utilisateur lors de l'installation de Magento (voir la section « Phases d'installation » du chapitre 3).

The screenshot shows the 'Connexion à l'administration' (Admin Login) page. It features a logo on the left, two input fields for 'Nom de l'utilisateur' (Username) and 'Mot de passe' (Password), a 'Mot de passe oublié ?' (Forgot Password?) link, a 'Connexion' (Login) button, and a copyright notice at the bottom.

Figure 5–1
Connexion à la partie d'administration

Vous avez (déjà) oublié votre mot de passe ? À condition d'avoir un système de courriel en place (voir la section « Configuration avancée »), vous pouvez demander la récupération de votre mot de passe grâce au lien [Mot de passe oublié ?](#). Attention, au bout de cinq essais, le compte administrateur est désactivé.

The screenshot shows the 'Nom d'utilisateur ou mot de passe oublié ?' (Username or password forgotten?) page. It has an input field for 'Adresse email' (Email address), a '« Retour à la connexion »' (« Back to login ») link, a 'Récupérer mot de passe' (Get password) button, and a copyright notice at the bottom.

Figure 5–2
Formulaire pour la réception du mot de passe

Entrez alors l'adresse e-mail que connaît cette installation de Magento (celle qui a été indiquée lors de la création de cet utilisateur), sachant que :

- 1 Il ne peut y avoir deux utilisateurs enregistrés pour la partie d'administration avec la même adresse e-mail.
- 2 Si vous ne vous souvenez plus de l'adresse indiquée, vous pouvez :
 - essayer toutes celles qui vous semblent justes ;
 - demander à un autre utilisateur inscrit qu'il se connecte et vous dise quelle adresse e-mail vous correspond (menu *Système>Permissions>Utilisateurs*), puis utiliser ce formulaire avec celle-ci.

Les deux formulaires qui précèdent ne concernent que les utilisateurs ayant accès à l'interface d'administration du site, c'est-à-dire les administrateurs et leurs délégués – à ne pas confondre avec les clients, visiteurs du site public, pour lesquels ces formulaires seront sans effet. Une fois connecté, le « tableau de bord » vous accueille. Éventuellement, un message apparaîtra lors de votre connexion (voir la section suivante).

The screenshot shows the Magento Admin Panel dashboard. At the top, there's a navigation bar with links for Ventes, Catalogue, Clients, Promotions, Newsletter, CMS, Rapports, Système, and Help. A search bar and user information ('Connecté sous admin | jeudi 20 août 2009 | Déconnexion') are also at the top. Below the navigation, a banner displays a message: 'Dernier message : Magento version 1.3.2.3 now available'. On the left, a sidebar titled 'Tableau de bord' shows 'Total des ventes' as 4,80 € and 'Moyenne des commandes'. The main content area has tabs for 'Commandes' and 'Montants', with a selection range set to '24 dernières heures'.

Figure 5–3 Le tableau de bord à l'accueil de l'interface d'administration



Figure 5–4 Un message d'information d'importance mineure vous accueille

Vous pourrez vous déconnecter plus tard grâce au lien *Déconnexion* en haut à droite.

CONSEIL Déconnexion et sécurité

Si vous vous absentez de votre poste de travail, la déconnexion ne se fera pas toute seule. Par contre, elle aura lieu si vous fermez le navigateur.

Les différents types de messages

Les messages publics émis par Magento

CONSEIL Messages de mises à jour

La majorité des messages concernent les mises à jour de Magento. Appliquez ces mises à jour seulement si leur descriptif indique des évolutions qui vous intéressent. La façon d'appliquer ces mises à jour est variable, consultez là-aussi le descriptif.

Le logiciel Magento installé chez vous se connecte régulièrement, autant que possible, au site officiel, afin de récupérer les messages généraux issus par ce site. La fréquence de récupération de ces messages est paramétrable via le menu de configuration *Avancé>Système* (voir la section « Configuration avancée » un peu plus loin). Après leur téléchargement, les messages sont affichés à destination de l'administrateur.

Afin d'en obtenir la liste, cliquez sur *Go to messages inbox* en haut à droite (à remarquer que quelques messages et informations ne sont quelques fois pas traduits, volontairement ou non). La liste des messages est une boîte de réception minimalistre, les messages utilisant un format propre à Magento. Il ne s'agit en aucun cas de courriels et il n'y a pas d'envoi possible. Chaque message contient : un objet, un degré d'importance (majeur, mineur, annonce), une date et un lien. Ce lien permet de lire le message sur le site officiel (*Lire le détail*). Vous pouvez *Marquer comme lu* le message afin qu'il n'apparaisse plus à chaque connexion, ou même le supprimer. La coloration est différente suivant l'état du message, voici le même exemple, une fois le second message marqué comme lu :

Actions			
Sévérité	Date d'ajout	Message	Actions
<input type="checkbox"/> MINEURE	23 juil. 2009 08:48:54	Magento version 1.3.2.3 now available Magento version 1.3.2.3 is now available for download and upgrade. This release includes issue resolution for Magento version 1.3.x. We recommend to upgrade to this version if PayPal payment modules are in use. To see a full list of changes please visit the release notes page http://www.magentocommerce.com/download/release_notes .	Lire le détail Marquer comme lu Supprimer
<input type="checkbox"/> MINEURE	2 juil. 2009 03:21:44	Magento version 1.3.2.2 now available Magento version 1.3.2.2 is now available for download and upgrade. This release includes issue resolution for Magento version 1.3.x. To see a full list of changes please visit the release notes page http://www.magentocommerce.com/download/release_notes .	Lire le détail Supprimer

Figure 5-5 Messages dans la boîte de réception, en état lu et non lu

La génération automatique de courriels

Magento est bien sûr en mesure de générer des e-mails. Lors de certains événements, il peut en envoyer aux administrateurs comme aux clients. Pour cela, deux conditions sont nécessaires :

- Magento doit avoir été configuré correctement (voir la section « Configuration avancée » de ce même chapitre) ;
- le système sous-jacent doit être capable d'envoyer des e-mails (cela implique, sous Windows, que le serveur SMTP soit disponible, et sous les systèmes de type Unix, que Sendmail ou Postfix fonctionnent).

Attention, l'échec d'envoi de courriel sera généralement silencieux.

Par ailleurs, des adresses e-mail sont indiquées pour la boutique elle-même. Elles ne sont pas utilisées pour l'envoi, puisqu'il s'agit d'un système d'envoi automatique, mais seulement comme information pour celui qui reçoit le message (adresse de réponse). Par exemple, l'adresse du *Représentant des ventes* est indiquée comme émetteur pour l'e-mail de confirmation de commande au client. Ainsi, lorsque le client recevra ce courriel, s'il clique sur le bouton *Répondre* de son logiciel, l'adresse du destinataire sera automatiquement celle-ci.

Pour paramétriser les adresses e-mail d'un magasin, le menu *Général>Adresses mail du magasin* (voir plus loin la « Configuration générale ») permet d'indiquer un nom (*Nom de l'expéditeur*) et une adresse e-mail (*Mail de l'expéditeur*), qui seront utilisés sous cette forme lors de l'envoi automatique de courriels vers les clients ou les administrateurs.

from: nom <nom@example.org>

Les gabarits de courriels

Les gabarits par défaut

La plupart des courriels envoyés automatiquement sont mis en forme selon des gabarits prédéfinis qui sont présentés à la section « Modifier les gabarits » du chapitre 10. Cela signifie que les données spécifiques sont écrites dans un modèle, et que l'ensemble forme le sujet et le texte de l'e-mail. Par exemple, lorsqu'un client signale un produit à un ami, un gabarit de courriel lui est spécialement proposé.

Personnaliser les gabarits

Pour certains traitements, l'administrateur peut directement réaliser des gabarits, en utilisant une syntaxe identique à celle des blocs statiques (voir la deuxième partie du chapitre 6 « Publier sur le site »), c'est-à-dire un mélange de HTML et de balises spéciales. Ces gabarits peuvent être créés et modifiés dans l'interface d'administration, via le menu *Système>E-mails transactionnels*.

CONSEIL Vérifier les gabarits par défaut

Vous pouvez gagner du temps en conservant les gabarits par défaut, mais il est préférable de les vérifier, car certains d'entre eux contiennent des données de test (noms de société, coordonnées...), en particulier dans les versions antérieures à Magento 1.4.



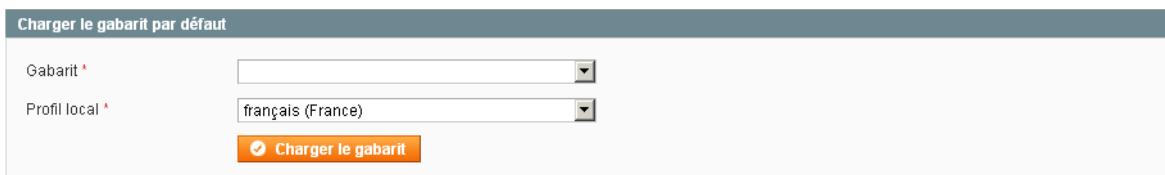
The screenshot shows a table titled "Emails transactionnels". The columns are: ID, Nom du gabarit, Date d'ajout, Date de mise à jour, Sujet, Type de gabarit, and Action. There is one entry in the table:

ID	Nom du gabarit	Date d'ajout	Date de mise à jour	Sujet	Type de gabarit	Action
1	Send product to a friend	12 juin 2009 20:10:07	12 juin 2009 20:10:07	Welcome, {{var name}}	HTML	Prévisualiser

At the top right, there are buttons for "Nouveau gabarit", "Réinitialiser le filtre", and "Rechercher". Below the table, there are pagination controls: "Page 1 sur 1 page(s)", "Voir 20 par page", and "Nombre d'enregistrements : 1".

Figure 5–6 Liste des gabarits des e-mails transactionnels

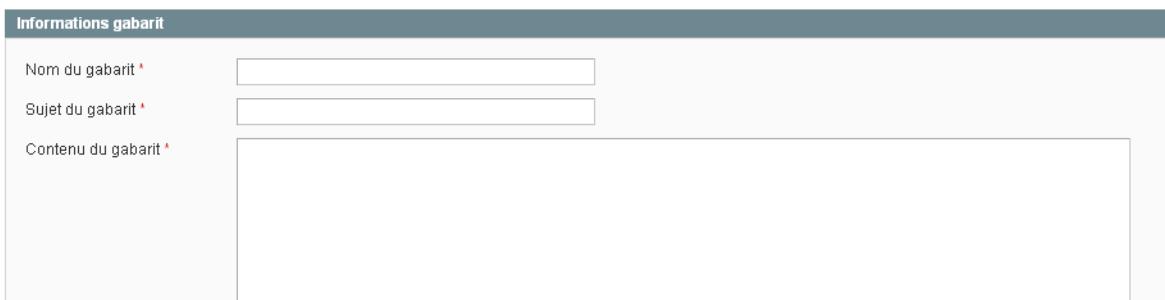
La liste contient au départ un gabarit par défaut (pour que le client puisse signaler un produit à un ami (*Send product to a friend*)). Il est possible de modifier un gabarit en cliquant dessus, ou de créer des gabarits supplémentaires avec le bouton *Nouveau gabarit*. Il est alors possible de prendre pour point de départ un gabarit standard, issu des modèles (*templates*). Ensuite, pour créer le vôtre, choisissez un nom. Le sujet et le contenu sont les éléments qui apparaîtront dans les courriels construits à partir de ce gabarit. Il utilisent la syntaxe des blocs statiques mentionnée précédemment.



This is a simple form with two dropdown menus and a button:

- "Gabarit *": A dropdown menu showing "standard".
- "Profil local *": A dropdown menu showing "français (France)".
- A large orange button labeled "Charger le gabarit" (Load the template).

Figure 5–7 Formulaire de choix d'un gabarit standard



This form has three fields:

- "Nom du gabarit *": An input field.
- "Sujet du gabarit *": An input field.
- "Contenu du gabarit *": A large text area.

Figure 5–8 La création du gabarit

Le gabarit ainsi créé pourra être indiqué dans certains paramètres de la configuration standard, voir la section « Configuration générale » plus loin dans ce chapitre.

Présentation de l'interface standard

L'en-tête et le menu

Une fois connecté en tant qu'administrateur, un grand nombre de pages sont à votre disposition (le tableau de bord, les panneaux de vente, les pages de configuration, etc.). Chaque page a sa propre adresse (contenant éventuellement une clé, voir la section « Configuration avancée » plus loin dans ce chapitre), n'hésitez donc pas à créer des marques-pages dans votre navigateur pour les espaces qui vous sont le plus utiles.

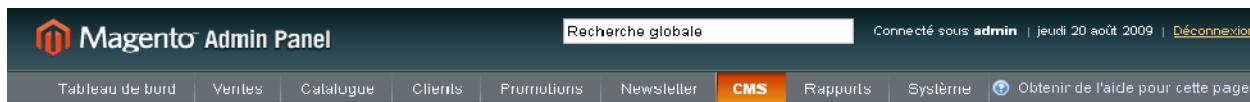


Figure 5–9 En-tête de l'interface d'administration

En haut de la page vous disposez dans l'ordre des éléments suivants :

- un logo, qui est un lien vers l'accueil (le tableau de bord) ;
- un champ de recherche qui peut vous amener, selon le ou les mots de votre requête, vers un espace de données particulier (produit, rubrique, client...) ;
- un indicateur de l'utilisateur en cours (ici *admin*) ;
- la date du jour ;
- un lien pour se déconnecter ;
- le menu déroulant (JavaScript est indispensable) ;



Figure 5–10 Message s'affichant lorsque JavaScript ne permet pas l'affichage du menu déroulant

- un lien vers une page de documentation associée à la page en cours (*Obtenir de l'aide pour cette page*) ;
- une barre pour les messages divers.

À SAVOIR Une documentation incomplète

Généralement, la documentation associée aux pages n'existe pas encore ; vous obtiendrez alors un message tel que *You've followed a link to a topic that doesn't exist yet.*

Le pied-de-page

En bas de la page, vous trouvez d'autres liens et informations permanents :

- un lien vers le système de gestion des bogues ; s'il vous semble avoir trouvé un bogue, la démarche est simple :
 1. cliquez sur ce lien qui vous dirige sur le site officiel ;

2. vérifiez, via le moteur de recherche, que ce bogue n'a pas été déjà signalé ;

3. si ce n'est pas le cas, créez un nouveau rapport de bogue (il faut alors être authentifié sur le site officiel), en anglais.

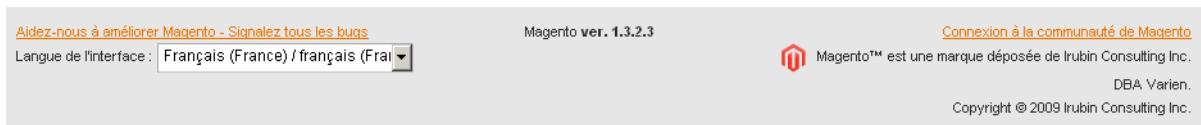


Figure 5-11 Le pied-de-page de la partie d'administration

Figure 5-12
Les bogues sur le site officiel

The screenshot shows the 'Magento Issue Tracking' page. It has a header 'Home > Magento Issue Tracking' and a main title 'Magento Issue Tracking'. Below it says 'Found a bug (or an 'issue' as we call it)? Please review the guidelines below:'. There are two sections: 'Step 1: Search' (with a binoculars icon) and 'Step 2: Report an Issue' (with a document icon). The 'Step 1' section explains that there's a good chance the issue has been reported before and suggests searching for it. The 'Step 2' section advises reporting the issue if it hasn't been reported, including screenshots and error messages. At the bottom, there's a list of items to include in the report: 'le numéro de version de Magento ;', 'un lien vers le site officiel ;', and 'une information légale.'

- le numéro de version de Magento ;
- un lien vers le site officiel ;
- une information légale.

Les listes

L'interface d'administration se présente le plus souvent sous forme de listes, dont la présentation varie peu. La figure ci-après montre une liste représentative, la liste des produits (menu Catalogue>Gérer les produits).

Voici à quoi correspondent les différentes zones de cette liste :

- ① le type des éléments de la liste (autrement dit, le titre) ;
- ② le bouton pour ajouter des éléments ;
- ③ la pagination, dans le cas où ces éléments sont nombreux (aller de 20 en 20, de 50 en 50...) ;
- ④ un bouton de recherche, en fonction des critères définis dans le champ ⑥ ;

The screenshot shows a web-based application for managing products. At the top, there's a header with a logo, the title "Gérer les produits 1", and a button "Ajouter un produit". Below the header is a toolbar with buttons for "Réinitialiser le filtre" (4), "Rechercher" (4), and "Valider" (5). The main area contains a table with columns: ID (sorted by ID), Nom, Type, Nom du groupe d'attributs, Réf., Prix, Quantité, Visibilité, Statut, and Action. A row of filters is positioned above the table, with dropdown menus for "Tous" (7), "Entre:" (7), "Et:" (7), and "En:" (7) with a currency dropdown set to "EUR". The table itself has rows numbered 1 through 9. Row 1 (7) contains the product details: Nom = "Riz long", Type = "Simple Product", Réf. = "Default", Prix = "2,40 €", Quantité = "98", Visibilité = "Catalogue, Recherche", and Statut = "Activé". Row 2 (8) contains the same information. Row 3 (9) is partially visible.

Figure 5–13 Une page représentative des listes, la liste des articles

- ⑤ des actions, ayant un effet sur les éléments sélectionnés via la case à cocher ⑦ ;
- ⑥ les critères de recherche ou attributs : indiquez ici des filtres ou autres paramètres utiles, tels que le type de produit ou une fourchette de prix, sur lesquels pourront porter une recherche ④ ;
- ⑦ les éléments sélectionnés pour l'action ⑤. Parmi les enregistrements, cochez la case de ceux sur lesquels vous souhaitez exercer une action, puis utilisez la liste déroulante ⑤ afin de choisir une action qui s'appliquera à tous les éléments cochés ;
- ⑧ sur tout le reste de la ligne, les informations, le résultat de la recherche ;
- ⑨ les actions disponibles pour chaque enregistrement.

Ce système de listes permet donc d'afficher les enregistrements, suivant éventuellement un tri ou un filtrage, et de réaliser des actions sur ces enregistrements.

Les formulaires

Lorsque vous créez ou modifiez un enregistrement d'une liste, un formulaire apparaît. Les formulaires sont spécifiques à chaque type d'enregistrement. Deux mécanismes sont notables dans cette interface, comme nous pouvons le voir dans ce formulaire de création d'un produit.

- Lorsque vous atteignez un formulaire de taille importante et que vous faites défiler la page vers le bas, un bandeau translucide jaune apparaît afin de vous donner accès facilement en permanence aux boutons essentiels (*Enregistrer*, *Annuler*...).

ASTUCE Trier les éléments des listes

Les en-têtes de chacune des colonnes permettent d'ordonner les enregistrements de la liste selon le contenu de chacune de ces colonnes : cliquez sur un en-tête pour trier les éléments (par exemple, cliquer sur *Prix* aura pour effet d'ordonner la liste dans l'ordre croissant ou décroissant des prix des produits).

À L'INTÉRIEUR Des formulaires web

Les formulaires web sont envoyés en une seule fois sur le poste client. Cela peut donc être long et, en cas d'échec, il est possible de les renvoyer avec le bouton *Actualiser* du navigateur (ou *F5*).



Figure 5-14 Bandeau jaune pour réinitialiser depuis n'importe où

- Si le formulaire est encore plus long, il sera alors découpé en plusieurs sections, accessibles par des onglets ; cela évite de se retrouver face à une page trop longue et difficilement navigable. Ceci est réalisé uniquement en JavaScript, c'est-à-dire que le découpage de la page en onglets successifs est seulement un artifice d'affichage : les onglets peuvent être complétés dans n'importe quel ordre, et l'information de l'ensemble ne sera enregistrée que lors du clic sur le bouton orange *Sauvegarder*.



Figure 5-15
Nombreux onglets pour morceler
la création des articles

Création et configuration des magasins

Avec une seule installation de Magento, il est possible d'établir toute une hiérarchie pour vos espaces de vente en ligne :

- pour une installation, un certain nombre de sites web ;
- pour chacun de ces sites, un certain nombre de magasins ;
- pour chacun de ces magasins, un certain nombre de vues magasin.

Un site web correspond par exemple à un nom de domaine, ce qui est significatif pour la fragmentation de votre activité de e-commerce (deux sites web signifient généralement deux boutiques). Avoir plusieurs sites web pour une même installation permet d'administrer tous ces sites en même temps. Chaque site web peut avoir son propre paramétrage.

Chaque site web est associé à un magasin par défaut, mais il pourra contenir d'autres magasins. Chaque magasin est relié à une catégorie « racine » de produits. Cela signifie que deux magasins peuvent présenter exactement les mêmes produits, ne variant que dans la façon dont ils sont présentés, par exemple par leurs couleurs dominantes ou les polices de caractères utilisées, ou bien, et c'est leur raison d'être, des listes de produits différentes.

Chaque vue magasin correspond à un affichage particulier d'un certain magasin, dans une certaine langue, par exemple, si votre boutique est multilingue. Les URL permettent d'accéder exactement à la vue magasin (et donc aussi au magasin, au site et à l'installation) de son choix.

Les figures 5-16 et 5-17 présentent deux exemples d'utilisation de ces mécanismes, du plus simple (un site web, un magasin, une vue magasin) à une organisation plus complexe (un site web, deux magasins et trois vues magasin).



Figure 5-16
Au plus simple : un site web, un magasin,
une vue magasin

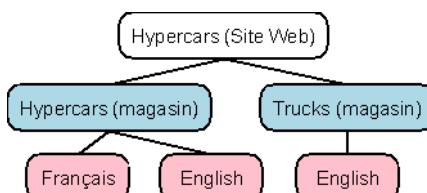


Figure 5-17
Plus complexe : pour un site web,
deux magasins et trois vues magasin

Configuration des magasins et des différentes vues

La modification de votre installation est disponible à la page [Système > Gérer les magasins](#). Comme vous le constatez, il y a par défaut, pour votre installation, un site web ([Main Website](#)), un magasin ([Main Website Store](#)) et une vue magasin ([Default Store View](#)).

Vous avez la possibilité de créer de nouveaux sites web, magasins et vues magasins. Dans cet exemple, nous allons créer un second magasin, en plus du premier à l'aide duquel nous vendons du riz, pour la vente de livres de recettes à réaliser avec notre riz. De plus, le site principal sera disponible en une version française et une anglaise.

ASTUCE Plusieurs installations de Magento

À une seule installation correspond un répertoire physique et une base de données. Vous pouvez donc tout à fait créer plusieurs installations sur un même serveur (chacune avec un répertoire et une base), indépendantes les unes des autres. Cela n'est pas abordé plus loin dans cet ouvrage, mais cela implique la multiplication de chacune des tâches en fonction du nombre d'installations : il faut toutes les mettre à jour, les extensions de chacune peuvent différer, il faut se connecter à chacune, etc.

CONSEIL Préparez bien cette configuration

Bien que ces paramètres, comme tous ceux qui suivent, pourront être modifiés librement plus tard, les choix qui suivent sont très importants, et auront un fort impact sur la suite. Assurez-vous d'avoir bien compris le chapitre précédent avant de mettre en place votre ou vos magasins.

Gérer les magasins			Créer un site web	Créer un magasin	Créer une vue magasin
Page <input type="button" value="1"/> sur 1 page(s) Voir <input type="button" value="20"/> par page Nombre d'enregistrements : 1				Réinitialiser le filtre	Rechercher
Nom du site web	Nom magasin	Nom de vue magasin			
Main Website	Main Website Store	Default Store View			

Figure 5–18 Installation par défaut des niveaux des magasins

- Modifions tout d'abord les éléments existants, à commencer par le magasin par défaut, pour le nommer *Magasin principal*. Il suffit de cliquer sur celui-ci, et de changer le nom (le bouton d'enregistrement est, comme toujours, en haut à droite).

Informations magasin

Site web *	<input type="text" value="Main Website"/>
Nom *	<input type="text" value="Magasin principal"/>
Catégorie racine *	<input type="text" value="Default Category"/>
Vue magasin par défaut	<input type="text" value="Default Store View"/>

Figure 5–19
Création d'un magasin

- Ensuite, changeons de manière identique le nom de la vue, afin de l'intituler *Français*. Afin de les distinguer, les vues ont aussi un code, mais laissons *default* pour celle-ci.

Information de vue magasin

Magasin *	<input type="text" value="Magasin principal"/>
Nom *	<input type="text" value="Français"/>
Code *	<input type="text" value="default"/>
Statut *	<input type="text" value="Activé"/>
Ordre de tri	<input type="text" value="0"/>

Figure 5–20
Création d'une vue magasin

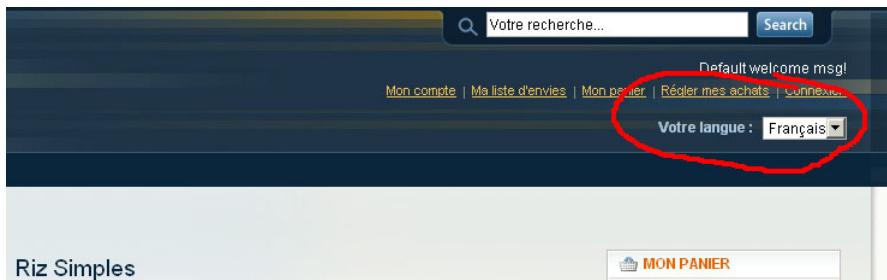
- Créons maintenant la vue en anglais. Après un clic sur le bouton *Créer une vue magasin*, choisissons le *Magasin principal*, un nom et un code quelconque, activons-la et indiquons 10 pour l'ordre de tri. (Pourquoi 10, vous demanderez-vous, et pourquoi pas 1, puisque l'autre valait 0 ? Parce que nous pourrions plus tard avoir envie d'insérer une nouvelle vue entre les deux.)

Information de vue magasin

Magasin *	Magasin principal
Nom *	English
Code *	en
Statut *	Activé
Ordre de tri	1

Figure 5–21
Création d'une nouvelle vue magasin,
en anglais

Le résultat peut tout de suite être observé dans la partie publique du site. Une liste déroulante y est apparue, via laquelle vous pouvez choisir *Votre langue*. Comme souvent, cet affichage sous forme de liste déroulante en haut dépend des choix effectués lors de la création des thèmes (voir chapitre 10).



À SAVOIR **Les vues magasin proposées par la liste « Votre langue »**

Il est supposé, avec le thème graphique par défaut, que les vues magasin correspondent à différentes langues, ce qui est effectivement le cas le plus courant.

Figure 5–22
Menu déroulant du choix de la langue

Changeons de vue au moyen de cette liste déroulante. L'URL devient alors : http://127.0.0.1/magento1.3/riz-simples.html?__store=en&__from_store=default. On y retrouve le code de vue magasin choisi auparavant, ici « en ». Le choix linguistique que nous venons de faire sera conservé pour l'accès aux pages suivantes, jusqu'à ce que le client revienne éventuellement volontairement à la vue en français.

L'association de cette vue en anglais à l'affichage des textes dans cette langue se fera à un autre emplacement de la configuration, voir la section « Options générales » de la configuration générale.

Créer un magasin supplémentaire

La configuration d'un magasin supplémentaire n'est pas plus difficile. Il s'agit tout d'abord de créer ce nouveau magasin. Cliquez sur *Créer un magasin*, indiquez ensuite un *Nom* et, pour la *Catégorie racine, Default Category* (la catégorie de produit qui existe déjà).

Figure 5–23
Formulaire pour la création d'un nouveau magasin

Nouveau magasin

Informations magasin

Site web * Main Website

Nom * Recettes des Riz du monde

Catégorie racine * Default Category

Figure 5–24
Nouvelle vue dans le magasin qui vient d'être créé

Nouvelle vue magasin

Information de vue magasin

Magasin * Recettes des Riz du monde

Nom * Français

Code * default

Statut * Activé

Ordre de tri 0

À L'INTÉRIEUR Le stockage des hiérarchies

Les modifications que nous venons d'effectuer n'ont aucun impact sur l'installation réelle dans le répertoire sur le disque dur. C'est bien la base de données qui enregistre tous ces paramètres.

Voilà, notre site est complet ! En bas des pages (du thème graphique par défaut), nous trouvons maintenant une liste déroulante pour choisir le magasin. Il sera possible plus tard d'ajouter ou de modifier cette hiérarchie librement, au fur et à mesure de l'évolution de notre activité.

Nom du site web	Nom magasin	Nom de vue magasin
Main Website	Magasin principal	Français
Main Website	Magasin principal	English
Main Website	Recettes des Riz du monde	Français

Figure 5–25 La liste complète : trois vues dans deux magasins

Figure 5–26
Le visiteur peut changer de magasin au moyen d'une liste déroulante, s'il y en a plusieurs.



Configuration générale de Magento

Il est temps d'aborder maintenant la configuration complète de Magento. Si vous préférez tout de suite tester les fonctionnalités principales de Magento, vous pouvez dès lors passer aux chapitres suivants et revenir ensuite épisodiquement à cette configuration, aux moments où vous en avez besoin.

Les zones de configuration du système

La configuration de Magento est un petit peu ardue. Distinguons deux parties :

- les données courantes (utilisateurs, clients, magasins, produits...) ;
- la configuration indiquant le fonctionnement de Magento.

Tout ce qui concerne le fonctionnement du logiciel peut être modifié via le menu *Système*. Il s'agit en fait de l'ensemble des paramètres et données que l'on modifie rarement. Cet ouvrage vous présentera toutes les possibilités de ce menu, que ce soit dans cette section ou par la suite, dans les chapitres 8 et 9 (livraison, paiement, services web) ; nous y avons déjà vu *Gérer les magasins*.

Attachons-nous maintenant au contenu de *Système>Configuration*. Il s'agit des paramètres techniques de notre installation.

Fonctionnement général du paramétrage

La liste déroulante qui se trouve en haut à gauche permet de choisir la portée des paramètres que l'on se propose de modifier. Il peut s'agir de toute l'installation (*Configuration par défaut*), d'un site web en particulier ou d'une vue particulière. Cela signifie, dans notre cas, qu'un paramètre pourrait avoir une certaine valeur (1, par exemple) partout, exception faite de la vue *English* du *Magasin principal* dont la valeur serait 2. Certains paramètres ne sont configurables que pour le niveau « vue », d'autres uniquement pour le niveau « magasin ».

À SAVOIR Comment les magasins se distinguent-ils ?

Notez bien que deux magasins ne peuvent pas se distinguer par leurs paramètres, ce n'est pas leur fonction. Les différences principales entre deux magasins concernent essentiellement la constitution de catégories racines de produits. Ensuite, à partir de chacun des magasins, on pourra créer des vues différentes.



Figure 5–27
Liste déroulante des configurations et vues

Rendons-nous dans la configuration de la vue *English*. On y observe cet héritage entre installation, site et vue magasin : des boîtes à cocher (cochées par défaut), nous indiquent que la valeur pour cette vue est la même que la valeur du niveau du dessus. Dans notre cas, dans la catégorie *Général>Général>Options de locale*, nous décochons la case *Utiliser le site web* afin de passer en anglais du Royaume-Uni.

Figure 5–28

Dans la vue magasin « English » uniquement, réglage des paramètres locaux



CONSEIL Évitez le sur-mesure

Autant que possible, utilisez le niveau *Configuration par défaut* pour les paramètres, profitant ainsi du système d'héritage. Il est en effet difficile de maintenir des paramètres mis en place dans les niveaux inférieurs sans risque de se perdre inutilement...

Les paramètres de configuration sont répartis par catégories et sous-catégories, comme vous le voyez dans la colonne de gauche. Attention, contrairement au formulaire évoqué précédemment, ces catégories ne sont pas des onglets d'un même menu, il faut donc bien penser à sauvegarder les modifications avant de changer de catégorie de paramètres. Par contre, dans une sous-catégorie, constituant une page de paramètres, les sous-sous-catégories (par exemple *Options de pays* dans *Général>Général*) sont toutes enregistrées en même temps.



Figure 5–29

Répartition de paramètres nombreux, par catégories

Les différentes catégories et leurs paramètres essentiels sont présentés dans les pages qui suivent. Vous pourrez ainsi déterminer en conséquence si vous les modifiez, et à quel niveau. Pour certains paramètres dont la description est traitée en contexte plus loin dans cet ouvrage, la référence du chapitre concerné est alors indiquée dans un aparté de type « À suivre... ».

Les options du menu Général

Options générales (menu Général>Général)

Le *Pays par défaut* est le pays indiqué par défaut lors de l'achat, pour les adresses des clients. *Autoriser les pays* permet d'interdire, lors de l'entrée de l'adresse de facturation, certaines provenances.

Profil local indique la langue utilisée, tandis que *Premier jour de la semaine* et *Jours de weekend* sont des informations pouvant être utilisées dans les états générés, par exemple (voir la section « Mieux connaître votre clientèle : utiliser les rapports » au chapitre 9).

Options Web

Dans le menu *Général>Web*, *Utiliser les réécritures du serveur web* permet de profiter de la réécriture d'URL (*URL Rewriting*), abordée dans les chapitres 3 et 8, afin d'éviter les URL inintelligibles.

Les paramètres *Non sécurisé* et *Sécurisé* correspondent respectivement aux accès en HTTP et HTTPS.

Paramétrage des URL

Pour chacun, l'*URL de base* indique la façon d'accéder au site. C'est à partir de l'URL de base que sont formées les autres URL, d'où l'emploi de `{{unsecure_base_url}}` et `{{secure_base_url}}` dans tous les champs suivants, qui vous évite de les réécrire à chaque fois. En cas de changement de nom de domaine, vous devez modifier la base de ces URL (premier champ), mais les extensions définies ici pourront rester les mêmes.

- L'*URL de base lien* est l'adresse de base pour les liens hypertextes sur les pages, dans le menu.
- L'*URL de base habillage* est l'adresse de base pour les fichiers CSS.
- L'*URL de base Media* est l'adresse de base pour les images.
- L'*URL de base JavaScript* est l'adresse de base pour les fichiers JavaScript.
- L'*URL Web par défaut* correspond à celle qui est saisie dans le navigateur lorsque le visiteur n'indique que le nom de domaine (`http://www.rizdumonde.fr`) ; c'est l'URL de la page d'accueil.

Paramétrage du système de gestion de contenu (CMS)

Certaines URL correspondent à un sous-ensemble du site créé par Magento, le CMS. Il s'agit des pages statiques de contenu (voir la première section du chapitre 6 « Publier sur le site »).

RAPPEL Fil d'Ariane

Le fil d'Ariane, appelé *breadcrumb* en anglais, et parfois chemin de navigation, est cet enchaînement de liens indiqué en haut de page permettant à l'utilisateur de savoir exactement où il se trouve dans l'architecture du site (niveau et page). Par exemple : [Accueil](#)>[Catalogue](#)>[Riz](#)>[Riz bio](#).

À SAVOIR Le vol de cookies

Des attaques par vol de cookies sont rares et difficiles sur un site tel que Magento, vous ne devriez pas modifier les paramètres par défaut.

À SUIVRE... Paramétrage du design et des devises

Les options des menus [Général>Paramétrage des devises](#) et [Général>Design](#) sont traitées respectivement dans les chapitres 8 « Gérer les ventes » et 10 « Personnaliser l'apparence de sa boutique ».

RAPPEL Paramétrage des adresses e-mail du magasin

Les options du menu [Général>Adresses mail du magasin](#) ont été vues dans la première section de ce chapitre, consacrée à la génération automatique d'e-mails.

Si l'utilisateur entre la valeur indiquée dans l'option [URL web par défaut](#), l'option [Page d'accueil CMS](#) indique quelle page est alors affichée.

Lorsque l'internaute tente d'accéder à une page qui n'existe pas, via un lien erroné ou une erreur de saisie dans la barre d'adresses, par exemple, c'est l'[URL non trouvée par défaut](#) qui est utilisée, et le contenu de la page indiquée par [Page non trouvée CMS](#) est utilisé. Si les cookies ne sont pas activés, une page [Page pas de Cookies CMS](#) est appelée. Enfin, vous pouvez choisir d'afficher ou non le [Fil d'Ariane](#) dans les pages du CMS.

Paramétrage des cookies

Le cookie de session est celui qui maintient, sur les parties publiques comme privées, l'utilisateur connecté. Il est possible de modifier le [Domaine du cookie](#), afin de partager des cookies avec un site d'un autre domaine, mais surtout le [Chemin du cookie](#) si sur le même site plusieurs applications les utilisent. Plusieurs choix sont également proposés au sujet de la [Durée de vie des cookies](#) (en secondes) avant disparition, ainsi que la tentative ou non de les transporter en HTTPS plutôt que d'[Utiliser uniquement le HTTP](#). Ne modifiez pas ces informations si seul Magento est installé sur votre site.

Afin d'éviter les conséquences d'un vol d'identité par un vol de cookie de session, il est possible de demander une nouvelle authentification dans le cas où l'utilisateur d'un cookie de session change d'adresse IP ([REMOTE_ADDR](#)), de navigateur ([HTTP_USER_AGENT](#)) ou que le chemin des paquets envoyés est dévié par un proxy ([HTTP_VIA](#), [HTTP_X_FORWARDED_FOR](#)).

Si les cookies ou le JavaScript sont désactivés, il est bon éventuellement d'afficher une page particulière du CMS ([Rediriger vers la page CMS si les cookies sont désactivés](#)) ou un bandeau ([Afficher une notification si JavaScript est désactivé](#)).

Enfin, une option permet, dans les sondages (voir le chapitre 6 section « Administrer les sondages »), d'[Interdire les votes depuis une même adresse IP](#), plutôt que de faire confiance aux cookies. Ceux-ci peuvent en effet être supprimés, afin d'éviter qu'un même visiteur vote plusieurs fois.

Paramétrier la page « Contactez-nous »

Dans le menu [Général>Contact](#), [Activer la page Contactez-nous](#) permet de bénéficier d'une page avec un formulaire classique de mise en contact. Sur le site public, le lien vers cette page se trouve en bas des pages du thème par défaut.

Lorsqu'un visiteur aura validé le contenu du formulaire, le système va alors [Envoyer les mails](#) à l'adresse indiquée dans ce champ, en utilisant un

Expéditeur du mail et un *Gabarit du mail* tels que spécifiés lors de la configuration (voir la section « Les gabarits de courriels » plus haut dans ce chapitre pour créer un gabarit différent).

The screenshot shows a contact form titled "Contactez-nous". It includes fields for "Nom" (Name) and "Email", both marked with a red asterisk indicating they are required. There is also a "Téléphone" (Phone) field and a large "Commentaire" (Comment) text area. At the bottom right of the form is a blue "Valider" (Validate) button.

À SAVOIR Une seule page de contact ?

Il n'y a qu'une seule page de contact pour l'ensemble d'une installation de Magento, avec des champs prédéfinis. Ceci est une limitation, qui pourrait être dépassée au moyen d'extensions.

Figure 5–30
Le formulaire de contact

Option d'envoi à un ami

Un site conçu avec Magento permet au visiteur d'envoyer la description d'un produit vers l'adresse e-mail d'un ami. Vous pouvez activer ou non cette fonctionnalité via le menu *Général>Envoi à un ami*. L'usage de cette fonction peut également être limité afin d'éviter les abus ; par exemple, il est conseillé de ne pas l'*Autoriser pour les invités*, c'est-à-dire que seuls les utilisateurs inscrits pourront en profiter.

Les options du menu Catalogue

Le menu *Catalogue* est destiné à paramétrier tout ce qui concerne le catalogue de vos produits vendus en ligne, que ce soit son organisation, son apparence, la recherche, la navigation, etc. (voir à ce sujet le chapitre 7 « Mettre en place sa boutique »).

Options générales

Le menu *Catalogue>Catalogue* propose des paramètres de configuration assez disparates, touchant tout aussi bien à la présentation du catalogue et à sa structure qu'à la recherche ou à l'autorisation ou non des commentaires.

Autoriser les commentaires

Vous êtes libre d'autoriser ou non les invités à écrire des commentaires sur vos articles. Désactiver les commentaires ne supprime pas pour autant la fonction. Vous pouvez à tout moment les réactiver via ce même menu.

Affichage en mode liste ou grille

Il est possible pour l'administrateur de paramétrier l'affichage général des différentes rubriques du catalogue ou des résultats de recherche en *Mode Liste* (ou en *Mode Grille*, c'est-à-dire en plusieurs colonnes). Pour la vue grille, le visiteur peut choisir d'afficher un certain nombre de produits, orienté par le *Nombre par défaut d'articles par page en vue grille*, et de même pour la vue liste. De même, pour l'affichage de ces grilles et listes, vous pouvez définir un *Tri des listes de produits* par défaut.

Catalogue à plat

Le *Catalogue à plat* (traduit par erreur en « fixe » dans Magento 1.4) est une optimisation disponible si ce catalogue à plat a lui-même été généré, voir la section « Gestion du cache ». Il est alors possible d'utiliser le catalogue à plat pour les catégories de produits comme pour les produits, cela sans conséquence pour les visiteurs, si ce n'est un temps de réponse inférieur. L'administration (ajout de produit et catégories) est elle-même très légèrement ralentie par le catalogue à plat.

Plan du site

Deux plans de site sont générés automatiquement, sous forme d'arbre ou à plat, bien que pour le moment l'un comme l'autre restent sommaires. Sur le site public, on y accède via un lien en bas des pages du thème par défaut. L'affichage de ces plans peut être mieux contrôlé, via les options *Utiliser le plan de site des catégories sous forme d'arbre* et *Nombre mini de lignes par page*.

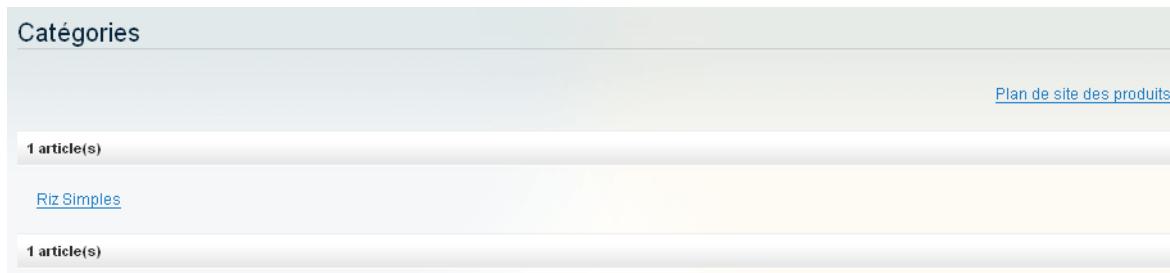


Figure 5–31 Plan du site minimal

E-mails d'alerte

Les alertes sont des courriels envoyés automatiquement à vos visiteurs lorsque ceux-ci le désirent, dans certaines conditions, lors d'un changement de prix ou lorsqu'un produit auparavant épuisé est à nouveau disponible. Utilisez pour cela les options *Autoriser l'alerte quand le prix du produit change* ou *Autoriser l'alerte quand le produit est de nouveau disponible*. Pour chacun de ces cas, on vous demande alors d'indiquer un *Gabarit du mail d'alerte* et un *Expéditeur du mail d'alerte*.

Sur le site public, un lien apparaîtra alors permettant au visiteur de demander à être alerté, comme sur la figure ci-après. Les alertes seront envoyées périodiquement, et il vous faut en paramétrier la *Fréquence*, avec une *Heure de début*, et un e-mail envoyé à une adresse de votre choix dans le cas d'une erreur (*Erreur de mail destinataire*).



Figure 5–32
Lien pour l'abonnement au mail d'alerte

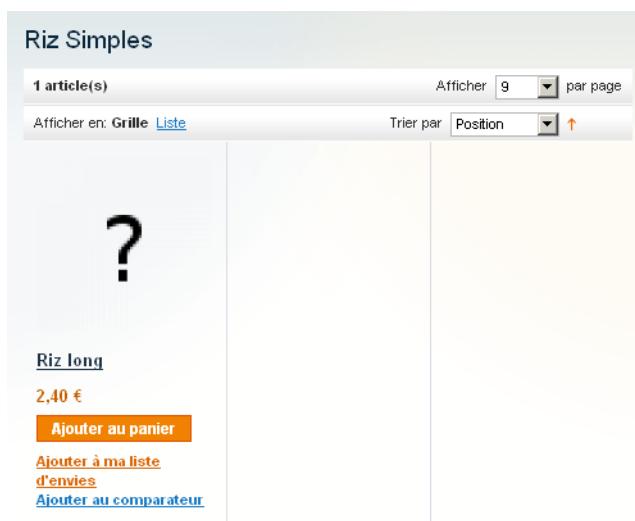


Figure 5–33
Utilisation de la petite image par défaut

Images des produits

Vous pouvez changer les images attribuées par défaut aux produits. La différence entre *Image de base* (ou *Base image*), *Petite image* (*Small image*) et *Miniature* (*Thumbnail*) est expliquée dans le chapitre 7, à la section « Associer des images » lors de la création d'une fiche produit. Voici le résultat de l'attribution d'une image représentant un point d'interrogation pour la petite image par défaut. Vous pourrez ensuite modifier cette image pour chaque produit, comme indiqué dans le chapitre 7.

Consultation du catalogue

Tout au long de sa visite du site, un client dispose sur la droite d'une boîte lui affichant les produits récemment consultés, voire comparés. À vous de définir ici le *Nombre de produits récemment consultés par défaut*.

De plus, lors de la visite, le client peut être amené à consulter des produits se trouvant dans des sous-catégories de profondeurs hiérarchiques différentes, au risque de se perdre. Le nombre de niveaux de sous-catégories peut donc être limité au moyen de l'option *Profondeur maxi* (0 signifiant aucune limite). Lors de la construction du catalogue (voir chapitre 7), vous ne devriez ensuite pas créer de produit à une profondeur supérieure.

Prix des produits

Les prix des différents produits peuvent varier ou pas entre les différents sites, suivant la *Portée des prix catalogue*.

Recherche dans le catalogue

Le paramétrage de la recherche dans le catalogue par le visiteur est autrement plus intéressant : il peut être limité en fonction des longueurs minimale et maximale des requêtes, en nombre de lettres (*Longueur mini de requête* et *Longueur maxi de requête*), voire de mots (*Nombre maxi de mots dans la requête*). Quant au *Type de recherche*, il permet de définir si la recherche portera sur des morceaux de mots (*like*), des mots entiers (*fulltext*) ou les deux.

La navigation par filtre, c'est-à-dire le choix des produits par une recherche de plus en plus précise via des filtres sur certains critères, peut être lente à l'affichage, c'est pourquoi il est possible de n'appliquer la navigation par filtres qu'à partir d'un certain nombre de résultats de recherche obtenus.

Optimisation du référencement

Le HTML étant quelque peu optimisé pour le référencement par les moteurs de recherche, certains mécanismes sont à votre disposition pour

À SUIVRE... Produits téléchargeables

Certains produits peuvent être de nature téléchargeable (documents PDF, vidéos, etc.). Les options y afférent, par exemple *Autoriser le partage* entre l'acheteur et d'autres visiteurs, sont simples et traitées dans le chapitre 7, section « Les différents types de produits ».

que votre boutique soit potentiellement mieux classée dans les résultats. Vous pouvez en particulier :

- inscrire dans les pages les *Termes de recherche populaires* ;
- avoir un *Plan du site généré automatiquement* ;
- choisir un *Suffixe d'URL de produit* et un *Suffixe d'URL des catégories* standard (laissez .html) ;
- *Utiliser le chemin de catégorie dans les URLs produit*, les espaces étant remplacés par un *Séparateur de titre de page* standard (tiret ou souligné). (Voir aussi la section « Optimiser le référencement de votre boutique via les URL » dans le chapitre 7.)

Date et heure

Enfin, lorsqu'une date, associée éventuellement à une heure, doit être indiquée, il est possible d'utiliser le *Calendrier JavaScript*. Alors le format d'entrée, et notamment le *Format d'heure*, peut être indiqué.

Création d'un plan de site Google

Le plan de site Google (ou *sitemap*) est un fichier XML généré automatiquement afin que les robots de Google indexe votre site plus rapidement et plus exactement. Sa configuration s'effectue via le menu *Catalogue>Plan de site Google*.

Tout d'abord, le plan de site doit être *activé*. Il sera alors généré régulièrement automatiquement, à une certaine *Heure de début*, et un mail peut être envoyé en cas d'erreur (*Erreur de mail destinataire*).

Il vous faut, en plus, ajouter le fichier de plan du site lui-même. Pour le créer, utilisez le menu *Catalogue>Plan de site Google>Créer un nouveau plan de site*. Le *Nom de fichier* est habituellement *sitemap.xml*, avec un *Chemin* vers la racine. Il faut enfin spécifier la *Vue magasin* concernée, puis sauvegarder, en demandant une génération (*Sauvegarder & générer*). Observez alors le fichier créé à la racine de votre site.

Nouveau plan de site

Plan de site

Nom de fichier * : exemple : sitemap.xml

Chemin * : exemple : "sitemap" ou "/" pour le chemin de base (le chemin doit permettre l'accès aux fichiers)

Vue magasin * :

Ensuite, pour les différentes données, vous pouvez paramétrier la *Fréquence*, qui indique au robot de Google une fréquence de retour sur votre site pour l'analyser, plus ou moins rapide (habituellement, une journée

RAPPEL Référencement

Par référencement, on désigne l'indexation par les moteurs de recherche et le classement dans leurs premiers résultats. Un bon référencement est une des clés primordiales du succès de votre boutique. Celui-ci est influencé par un grand nombre de facteurs, incluant les paramètres du catalogue, mais aussi la propreté et la clarté du thème graphique de la partie publique, la qualité des descriptions des produits, etc. Plusieurs ouvrages vous permettront d'aller plus loin sur ce sujet et de comprendre le fonctionnement et les problématiques du référencement, et Magento met à votre disposition les mécanismes techniques nécessaires.

- O. Andrieu, *Réussir son référencement web*, Eyrolles, 2^e édition, 2009.
- I. Canivet, *Bien rédiger pour le Web... et réussir son référencement naturel*, Eyrolles, Accès libre, 2009.

À SUIVRE... Les options du menu Catalogue>Inventaire

Les paramètres de configuration liés à l'inventaire des produits sont abordés dans le chapitre 7, à la section « Propriétés d'inventaire pour la gestion des stocks » lors de la création d'une fiche produit.

CULTURE Les plans de sites Google

Il est fortement conseillé d'activer ce plan de site, tant pour s'assurer d'un référencement correct que pour contrôler le trafic dû aux robots des moteurs de recherche.

OUPS ! Le fichier n'a pu être généré

Si le fichier n'a pas pu être créé à cause des droits en écriture, demandez une génération dans le répertoire */var/*, ou autorisez l'écriture dans le répertoire racine (voir la section « Les droits d'accès » dans le chapitre 3).

Figure 5-34

Création d'un plan de site

Flux ou fil RSS

RSS (pour *RDF Site Summary* ou *Really Simple Syndication*) est un format de documents publiés par des sites web à destination d'autres sites web (ou autres applications), afin d'en signaler l'actualité et d'en permettre la référence. C'est un fichier XML généré automatiquement par le site émetteur. Les flux sont reçus après abonnement, et les lecteurs de flux sont appelés agrégateurs. Il est plus que conseillé d'activer les flux RSS, cela contribuera à fidéliser votre clientèle et à améliorer votre référencement. Voir à ce sujet le site suivant : ▶ <http://www.rssboard.com>

CULTURE Le logo orange des flux RSS

Nombreux sont les visiteurs qui maîtrisent l'utilisation des flux RSS, et ainsi recherchent le logo orange standard pour s'y abonner. Vous le trouverez ainsi, identique, sur la plupart des sites d'information.

Figure 5–35

L'icône et le lien RSS sur la partie publique

est une période suffisante), et définir une *Priorité* en fonction de l'importance de ces données.

Activation des flux RSS

Le flux RSS est un mécanisme appartenant aux services web. Il s'agit d'un format particulier très répandu de syndication, qui consiste à publier régulièrement les nouveautés d'un site afin que d'autres en soient informés.

La génération de flux RSS est *Activée* via le menu *Catalogue>Flux RSS*. Ensuite, vous devrez déterminer chaque type d'informations ou d'événements susceptibles d'intéresser ceux qui seront abonnés à vos flux, comme par exemple les *Nouveaux produits* ou les *Coupons/réductions*. Le flux peut enfin être créé, et apparaît alors disponible en bas de page sur le site public (pour le thème par défaut), tel que sur la figure 5–35. Après avoir cliqué dessus, on obtient une liste de liens (en fonction des informations clés que vous aurez prédefinies), comme sur la figure 5–36, dont chacun produit des informations XML. Le visiteur n'a plus qu'à cliquer sur celui qui l'intéresse pour s'abonner.



Flux RSS



Flux divers

Nouveaux produits

Récupérer le flux

Coupons/Réductions

Récupérer le flux

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<rss xmlns:content="http://purl.org/rss/1.0/modules/content/" version="2.0">
  <channel>
    <title><![CDATA[Nouveaux produits de Recettes des Riz du monde]]></title>
    <link>http://127.0.0.1/magento1.3/rss/catalog/new/</link>
    <description><![CDATA[Nouveaux produits de Recettes des Riz du monde]]></description>
    <pubDate>Thu, 20 Aug 2009 01:40:15 +0000</pubDate>
    <generator>Zend_Feed</generator>
    <language>fr_FR</language>
    <docs>http://blogs.law.harvard.edu/tech/rss</docs>
  </channel>
</rss>
  
```

Figure 5–37

Un exemple de flux RSS

Ces flux peuvent ensuite être réutilisés par d'autres sites web, appelés agrégateurs de flux, qui affichent leur contenu. Les agrégateurs peuvent également être des sites web ou des applications destinés à afficher directement ces informations à un utilisateur (par exemple, Netvibes, pour ne citer que lui).

Les options du menu Clients

Les options concernant les clients de votre boutique se trouvent dans le menu *Clients>Configuration client*. Elles permettent de régler les paramètres des comptes et, dans une certaine mesure, de la navigation. Enfin, la « liste d'envies » (*wishlist*) est paramétrable via le menu *Clients>Liste d'envies*.

Paramètres des comptes clients

Les noms et adresses enregistrés par le client doivent suivre certaines contraintes raisonnables ; vous pouvez ainsi par exemple spécifier un *Nombre de lignes dans l'adresse de rue* (2 ou 3), ajouter le choix d'une civilité ou *Préfixe* (M., M^{me}...), d'un *Suffixe* (Jr, Sr...), d'une *Date de naissance*, ou encore un *Numéro de TVA intracommunautaire* s'il y a lieu.

Si vous avez plusieurs sites web, vous pouvez autoriser ou non un client inscrit sur un site à réutiliser son compte sur tous vos sites. Cela s'effectue au moyen du paramètre *Partager les comptes client*.

Quant aux groupes de clients, ils sont expliqués dans le chapitre 8, dans la section « Gérer sa clientèle ». Le menu *Configuration client* permet de spécifier un gabarit de courriel d'accueil (*E-mail d'accueil par défaut*), et si les clients doivent ou non confirmer leur inscription afin de vérifier que leur adresse e-mail est juste (option *Nécessite la confirmation par e-mail*).

Enfin, pour le renvoi du mot de passe en cas d'oubli, il existe aussi un courriel type dont on peut spécifier ici le gabarit (*Gabarit du mail d'oubli*).

Paramètres de navigation

Lorsque le client se connecte, vous pouvez décider de le faire arriver sur sa page *Mon tableau de bord*, au moyen de l'option non encore traduite *Redirect customer to account dashboard after logging in* (rediriger le client vers le tableau de bord après connexion).

L'option accessible par le menu *Client>Client en ligne* permet à l'administrateur d'observer la présence en ligne du client à des fins d'étude de comportement pour améliorer son offre, par exemple. En effet, lorsqu'un client navigue sur un site web, il n'est concrètement pas possible de savoir s'il a fermé son navigateur ou s'il est parti sur un autre site. L'option *Intervalle en minutes* vous permet alors de définir le temps durant lequel on suppose qu'il se trouve encore sur le site après y avoir effectué une action. Un intervalle de 15 minutes semble raisonnable.

À SAVOIR

Les données personnelles des clients

En France, toutes les informations enregistrées concernant des personnes doivent être sécurisées, éventuellement déclarées, et les personnes doivent en être informées. Rendez-vous sur l'excellent site de la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) :

► <http://www.cnil.fr>

Magento ne propose pas de mécanisme particulier associé au droit à l'oubli, habituellement associé à la capture d'informations nominatives dans les différentes législations, obligeant par exemple à la destruction de ces données au bout de deux ans.

À SUIVRE... *Clients>Newsletter*

Les paramètres de configuration de la newsletter sont traités dans le chapitre 9, consacré à la relation clientèle.

Activation de la « liste d'envies »

Pour en terminer avec le client, la liste d'envies (catalogue personnel ou *wishlist*, voir la dernière section du chapitre 4) peut être *Activée* ou non. Vous devez alors comme toujours spécifier un *Gabarit du mail* et un *Expéditeur du mail*.

Les options du menu Ventes

Pour paramétrier tout ce qui concerne les ventes effectuées via votre site, vous trouverez votre bonheur dans le menu *Ventes*. Ses options concernent tout aussi bien le déroulement de la vente, la facturation et l'impression de documents, le règlement des achats, la TVA, la livraison ou encore l'obtention de statistiques au moyen d'outils comme Google Analytics.

Paramétriser le déroulement d'une vente en ligne

Concernant le déroulement d'une vente en ligne, il est possible de configurer les éléments suivants via le menu *Ventes>Ventes* :

- Dans l'affichage de la commande, vous pouvez spécifier l'ordre des éléments du total (*Sous-total*, *TVA*, etc.).
- Afin de faciliter l'achat, on peut *Autoriser le renouvellement de commande*, le client pourra ainsi repasser une commande déjà effectuée précédemment en quelques clics.
- Si vous souhaitez *Activer* un montant de commande minimum, il faut alors indiquer le *Montant minimum*, et quelques messages comme l'erreur à *Afficher dans le panier*, lorsque le client n'atteint pas ce montant. La figure 5-38 montre un exemple du résultat dans le panier du client :

The screenshot shows a shopping cart page titled "Panier". At the top right is a "Proceed to Checkout" button. Below it, a message box displays a yellow exclamation icon and the text "Montant minimal d'achat activé, à 4 €.". The main table lists items with columns: Retirer, Nom du produit, Ajouter à la liste d'envies, Prix unitaire, Quantité, and Sous-total. One item, "Riz long", is listed with a quantity of 1 and a total of 2,40 €. At the bottom are buttons for "Poursuivre vos achats" and "Mettre à jour le panier".

Retirer	Nom du produit	Ajouter à la liste d'envies	Prix unitaire	Quantité	Sous-total
	Riz long	<input type="checkbox"/>	2,40 €	1	2,40 €

Figure 5-38 Le montant de commande minimum, indiqué dans le panier du client

- Enfin, vous pouvez *Autoriser les messages cadeau au niveau de la commande* et *Autoriser les messages cadeau pour chaque article*. Le message cadeau est un court texte laissé par l'acheteur à l'intention d'un destinataire à qui il ferait cadeau de sa commande. Charge au préparateur de la commande, de placer le message cadeau dans le colis.

Pour chaque opération (commande, livraison...), un courriel peut être envoyé. Il faut alors l'*Activer* dans le menu *Ventes>Mails des ventes*, puis spécifier les options habituelles comme l'*Expéditeur* du courriel.

Impression de documents PDF

Pour la facturation, les documents de livraison ou ceux concernant un remboursement, Magento propose à l'administrateur la création de documents PDF prêts à être imprimés. PDF (*Portable Document Format*) est un format standard et idéal pour ce genre d'opération, car la mise en forme voulue est conservée quel que soit l'équipement du client.

Pour chacun des documents générés, il est possible d'afficher l'*Identifiant de commande dans l'en-tête* ou non. Cette option est disponible dans le menu *Ventes>Impressions PDF*.

Quant aux factures et bordereaux de livraison, ils peuvent aussi être légèrement configurés, en leur ajoutant un logo, par exemple : activez l'option *Logo pour les impressions PDF*, dans le menu *Ventes>Ventes*.

Paramétrier la commande et le règlement des achats

Les différentes options qui suivent sont paramétrables via le menu *Ventes>Régler mes achats*.

Affichage de la commande

Sur le site public, l'ensemble du déroulement d'une commande (adresse, livraison...), ce qu'on appelle d'un point de vue plus technique le flot (ou flux) de commande, ou encore le tunnel de vente, est conçu par défaut pour tenir sur une seule page écran, comme nous l'avons vu au début de cette ouvrage. S'il est possible de *Désactiver le passage de commande en une seule page*, ce mécanisme est toutefois maintenant suffisamment bien conçu pour être utilisable dans tous les cas.

Conditions générales de vente

Rappelons tout d'abord que les visiteurs du site peuvent être soit des clients enregistrés, soit de simples invités (des visiteurs de passage, en quelque sorte...). Par défaut, aussi bien les invités que les clients enregistrés sont autorisés à passer commande. Vous pouvez bien entendu limiter cette autorisation aux seuls clients enregistrés, en désactivant

À SUIVRE... Paramétrier la TVA

Les paramètres de configuration de la TVA disponibles dans le menu *Ventes>TVA & autres taxes* sont présentés à la section « Définir les taxes » du chapitre 8 « Gérer les ventes ».

Astuce Utiliser PayPal

Magento propose nativement la mise en place de transactions via le système de paiement en ligne de la société PayPal. Concrètement, il s'agit d'un intermédiaire sécurisé de paiement par carte bancaire, afin d'éviter aux utilisateurs de disperser leurs informations bancaires sur l'Internet. Le menu *Ventes>Comptes PayPal* propose différents paramètres de configuration en fonction de l'utilisation souhaitée de ce service.

À suivre...

Configurer les modes de paiement

Les paramètres de configuration du menu *Ventes>Modes de paiement* sont étudiés à la section « Modes de paiement » du chapitre 8.

À suivre...

Paramétrier les modes de livraison

Les paramètres de configuration du menu *Ventes>Modes de livraison* sont décrits à la section « Modes de livraison et frais de port » du chapitre 8.

l'option *Autoriser le passage de commande en tant qu'invité*, mais pensez que ce n'est peut-être pas la meilleure idée pour gagner des clients et augmenter vos ventes !

Vous pouvez également ajouter des *Conditions générales de vente* comme nous le détaillons dans la section « Les conditions générales de vente et d'utilisation » du chapitre 7.

Paramétrage du panier

C'est également dans ce même menu *Ventes>Régler mes achats* que vous pouvez configurer le comportement du panier.

- Le panier du visiteur est sauvegardé d'une connexion à l'autre, suivant la *Durée de vie du panier* que vous aurez choisie. Une fois cette durée écoulée, le panier est détruit. Habituellement, on considère qu'un panier laissé quelques jours est abandonné.
- Il est également possible de faire en sorte de systématiquement *Rediriger [le client] vers le panier après l'ajout d'un produit*.
- Concernant l'affichage, certains éléments peuvent être contrôlés, tel le fait d'afficher ou non le *Résumé du panier* qui apparaît en haut à droite de toutes les pages visitées.

Paiement

Les différents modes de paiement et leur fonctionnement sont traités dans le chapitre 8 « Gérer les ventes ». Le menu *Ventes>Régler les achats* permet déjà néanmoins de configurer l'envoi d'un courriel en cas d'échec du paiement. Il faut alors spécifier le *Destinataire du mail d'erreur de paiement* avec les paramètres classiques d'envoi de courriel (gabarit, etc.).

Paramètres de livraison

La livraison est configurée dans le menu *Ventes>Paramètres de livraison*. On y indique notamment l'origine de la livraison (le dépôt, où se trouve le stock), ce qui peut permettre dans certains cas de réaliser des calculs de frais d'envoi, suivant le mode d'envoi choisi par le client. Vous devez donc spécifier ici le *Pays*, ainsi que les *Région/état/département...*

Par ailleurs, vous êtes libre d'autoriser les *Livraisons à des adresses multiples*.

Configurer l'accès aux services Google

La société Google propose nombre de services utiles pour les statistiques, l'optimisation du référencement ou la gestion technique d'un commerce électronique. Ces services s'interfacent parfaitement avec

Magento, et vous pouvez donc les configurer dans le menu *Ventes>API Google*. Chaque outil y dispose d'une rubrique spécifique :

- **Google Analytics** : système avancé de mesure et d'analyse du trafic sur votre site (nombre de visiteurs, origine, etc.) ;
<http://www.google.com/analytics/>
- **Google Base** (appelé aussi Merchant Center) : système de maintien d'une base d'articles pour boutiques en ligne, favorisant leur indexation et référencement par Google ;
<http://base.google.com/base/>
- **Google Checkout** : système de gestion des achats de même type que PayPal permettant au visiteur de payer via le site de Google plutôt que directement sur le site de votre boutique ;
<https://checkout.google.com>
- **Google Website Optimizer** : « optimiseur de site » pour le référencement par Google de votre site, proposant de nombreux tests et l'ajout de balises, notamment.
<http://www.google.com/websiteoptimizer>

Les options de ces différents services sont à ajuster à l'aide des documents fournies par Google (voir les URL ci-contre).

Configuration avancée

Le menu *Avancé* permet de paramétrier tout ce qui concerne l'administration de Magento, les opérations système, les modules et quelques options utiles au développeur.

Paramètres pour l'administration

Ces paramètres se configurent dans le menu *Avancé>Admin*.

Pour la connexion à la partie d'administration, nous avons vu en début de chapitre la possibilité de bénéficier d'un envoi de courriel de rappel du mot de passe, avec les paramètres habituels d'envoi de courriel vu précédemment, et mis à disposition ici.

Ce menu permet également de sélectionner la *Page de démarrage* des administrateurs.

Vous pouvez également choisir d'*Utiliser une URL d'admin personnalisée*, bien que l'effet sur la sécurité soit négligeable. Enfin, vous aurez peut-être pu observer des éléments étranges (</key/047ed6de6af14cc7f68d384eb35c67aa/>) dans les URL de l'interface d'administration. Ces clés de chiffrement sont une sécurité, afin d'éviter que les URL d'administration puissent être forgées (c'est-à-dire que de fausses URL puissent être créées). Vous pouvez bien entendu désactiver cette option (*Add Secret Key to URLs*).

CULTURE Pourquoi Google ?

En plus d'être prééminent sur le Web, Google met en place des outils nombreux, homogènes, plutôt ouverts (et gratuits) et bien documentés. C'est pourquoi les auteurs de Magento lui ont fait une place particulière.

API

Le terme API (*Application Programming Interface*) désigne l'ensemble des outils permettant de communiquer avec une application donnée, ainsi que les particularités de la communication avec cette application (depuis les autres). Il peut aussi désigner la documentation qui la décrit.

À SAVOIR Les options du menu Services>API Core de Magento

À part le paramètre *Durée de session client*, qui permet de définir la durée de vie d'une section Soap ou XML-RPC, rien n'est utile dans ces paramètres pour le moment, les prochaines évolutions de Magento pourraient les développer, à l'intention probablement des créateurs d'extensions.

Paramètres système

Tâches cron

C'est au moyen du menu *Avancé>Système* que les tâches cron sont mises en place pour le site (voir la section « Les tâches cron » dans le chapitre 3 sur l'installation). Vous devrez alors spécifier la fréquence de génération de la tâche (*Générer la programmation tous les...*), en minutes, ainsi qu'une marge d'avance en raison des retards possibles dus au système (*Programmer en avance de...*) sachant que si le retard est trop important (*Erreur si non exécuté en moins de...*), on enregistre une erreur.

Un historique, appelé *log* ou journal, va être produit, puis effacé au fur et à mesure (*Historique de réussites, Historique d'échecs*).

Envoi de courriels

Il s'agit ici de configurer le *Serveur* et le *Port* pour l'envoi d'e-mails. Sous Windows, le plus courant consiste à utiliser un serveur SMTP, tandis que pour les systèmes de type Unix, on utilisera des serveurs comme Sendmail ou Postfix.

Devises

Toujours dans ce menu *Avancé>Système*, l'option *Devises installées* permet de spécifier les devises utilisables pour le paiement des achats ; il s'agit des devises qui apparaîtront notamment dans la configuration des taux de change. La gestion des devises est abordée plus en détail dans la section « Devises et taux de change » du chapitre 8.

Gestion des journaux

Divers journaux (*logs*), à savoir des historiques des diverses opérations réalisées par le système, vont être produits petit à petit au fur et à mesure de l'utilisation de Magento, comme ceux que nous avons évoqués au sujet des tâches cron. Vous pouvez alors *Activer le nettoyage de logs* et indiquer la fréquence et l'e-mail envoyé en cas d'échec.

Messages officiels

Enfin, la fréquence de mise à jour et de récupération des messages officiels (voir la section « Les différents types de message » plus haut dans ce même chapitre) peut être diminuée, toujours via ce même menu *Avancé>Avancé*. Il est également possible d'utiliser le *HTTPS pour récupérer le flux*, mais ce n'est pas utile.

À SAVOIR Historiques des modules

Les modules (composants techniques de Magento) émettent potentiellement des historiques (*logs*), qui peuvent être désactivés via le menu *Avancé>Avancé*. Cela n'est utile qu'en phase de développement.

Paramètres utiles au développeur

Dans le menu *Avancé > Développeur*, quelques paramètres utiles aux développeurs (les créateurs d'extensions, par exemple – voir le chapitre 11) peuvent être activés. Éventuellement, ils ne seront actifs que pour certaines *IPs autorisées* (les machines identifiées de vos développeurs, par exemple).

Le *Profileur* affiche les temps d'exécution, pour aider à l'amélioration des performances.

La traduction en ligne, *Activée pour le frontend* ou *Activée pour l'admin*, est destinée à favoriser l'internationalisation du site. Les textes à traduire sont affichés sur le site, pour l'administrateur (voir « Design et internationalisation » au chapitre 10). Les petits rectangles rouges permettent d'indiquer une traduction, en cliquant dessus. La figure 5-39 présente l'interface obtenue lorsque la traduction est activée pour la partie publique (*frontend*) :



Figure 5–39 La partie publique, une fois la traduction en ligne activée

Le log destiné tout spécialement aux développeurs peut être *Activé*. Il faut alors choisir deux *Noms de fichier*, un pour le log général et un pour les exceptions (erreurs graves). Le log se trouve créé alors dans le répertoire */var/* de votre installation.

Enfin, le JavaScript produit peut être regroupé en un seul fichier (*Merge JavaScript files*), ce qui est une petite optimisation. *Enable Prototype depreciation log* (Activer l'historique d'information de dépréciation de Prototype) est un détail, destiné aux développeurs de fonctionnalités Ajax entre Prototype 1.5 et les versions suivantes.

Gestion du cache

Nombreuses sont les applications disposant d'un système de cache. Le principe général consiste à ne pas recalculer ou rechercher une informa-

CULTURE Le cache du navigateur

Votre navigateur utilise lui-même un système de cache. Si vous accédez deux fois de suite à une même page statique, il devrait, la seconde fois, être beaucoup plus rapide. Il n'aura pas été chercher la page de nouveau sur l'Internet, mais l'aura relue dans un espace du disque dur où il l'avait placée auparavant.

tion, mais à réutiliser à la place le résultat d'une opération identique qui a déjà eu lieu auparavant, et qui a été conservé en mémoire rapide.

Magento utilise un ensemble homogène de caches pour toutes les opérations de longue durée (quelques centièmes ou dixièmes de seconde) qu'il a besoin de réaliser. Le système de cache peut être manipulé dans le menu *Système > Gestion du cache*. On voit sur la figure 5-40 qu'il est activé par défaut, pour tous les mécanismes (sauf ceux qui ne sont pas encore parfaitement testés, comme ici *Layered Navigation*). Cette configuration sera généralement satisfaisante, sauf si vous avez besoin de modifier les systèmes concernés (en tant que développeur).

Gestion du cache

Contrôle de cache	
Tout le cache	Pas de changement
Configuration	<input checked="" type="checkbox"/>
Agencements	<input checked="" type="checkbox"/>
Sortie de blocs HTML	<input checked="" type="checkbox"/>
Traductions	<input checked="" type="checkbox"/>
Données de collections	<input checked="" type="checkbox"/>
Types EAV et attributs	<input checked="" type="checkbox"/>
Configuration des Web Services	<input checked="" type="checkbox"/>

Contrôle de cache (bêta)

Contrôle de cache (bêta)	
Layered Navigation	<input checked="" type="checkbox"/>

Catalogue

Réécritures du catalogue	Refaître
Cache des images	Effacer
Indexes de navigation par filtre	Refaître la file Refaître maintenant*
Index de recherche	Reconstruire
Statuts d'inventaire	Refaître
Rebuild Catalog Index	Reconstruire
Catalogue à plat des catégories	Reconstruire
Catalogue à plat des produits	Reconstruire

* - Si l'indexation est en cours, elle sera arrêtée et un nouveau process démarrera

Figure 5-41

Boutons de reconstruction du cache

La partie suivante de la configuration vous permet de reconstruire certains systèmes de cache pour le catalogue (voir figure 5-41). Dans le cas du catalogue à plat, ce cache n'est pas réalisé automatiquement, donc si vous avez activé cette petite optimisation (voir la section « Options générales » pour le menu *Catalogue*), il vous faut faire cette manipulation vous-même en cliquant sur ces boutons.

Gestion de votre équipe d'administrateurs

Plusieurs utilisateurs peuvent être inscrits pour administrer le site. Par la suite, nous les nommerons administrateurs et éventuellement délégués. Si vous êtes seul administrateur de votre boutique, vous pouvez passer cette partie.

Ces différents acteurs constituent votre équipe. Certains peuvent bénéficier d'un contrôle complet, d'autres ne s'occupent que du traitement des commandes, d'autres enfin de la visualisation des états, etc. Des droits peuvent ainsi être affectés à chacun, afin de permettre ces limitations individuelles. Ces droits sont regroupés en rôles, afin de gagner du temps pour l'affectation de vos délégués. Chaque utilisateur se voit doté d'un rôle.

Mon compte

Le menu *Système>Mon compte* permet de modifier les paramètres des comptes de chacun (*Nom, Prénom, Nouveau mot de passe...*).

Informations du compte	
Nom de l'utilisateur *	admin
Prénom *	admin
Nom de famille *	admin
Email *	test@example.org
Nouveau mot de passe	*****
Confirmation du mot de passe	

Figure 5–42
Modification du compte

Les rôles

Les rôles correspondent à un ensemble de droits. Ces droits sont spécifiques à Magento, organisés par grande fonctionnalité. Par défaut, seul un

À SAVOIR L'administrateur est tout-puissant

L'administrateur complet a tous les droits, en particulier celui de choisir les droits des autres utilisateurs. Il est possible, mais déconseillé, de donner le rôle d'administrateur à tous les acteurs de votre projet.

rôle d'administrateur complet existe, que nous utilisons depuis le début. Les rôles peuvent être créés et modifiés via le menu *Système>Permissions>Rôles*.

The screenshot shows a table titled 'Rôles' with two columns: 'ID' and 'Nom du rôle'. There is one row visible, labeled '1 Administrators'. At the top of the page, there are navigation links for 'Page 1 sur 1 page(s)', 'Voir 20 par page', and 'Nombre d'enregistrements : 1'. On the right side, there are buttons for 'Nouveau rôle', 'Réinitialiser le filtre', and 'Rechercher'.

Figure 5–43 La liste des rôles avec, pour le moment, le seul rôle d'administrateur

Préparons-nous à créer un rôle de spécialiste du riz, qui s'occupera de l'ajout de produits et du traitement des commandes. Cliquons sur *Nouveau rôle* et choisissons un nom. Puis, cliquons à gauche sur le second volet pour indiquer les ressources auxquelles il peut accéder, avant de sauvegarder ce rôle.

The screenshot shows the 'Nouveau rôle' creation form. The first tab, 'Informations du rôle', is selected. It contains a field 'Nom du rôle' with the value 'Producteur, Livreur'.

Figure 5–44
Premier onglet de la création
des rôles : le nom

The screenshot shows the 'Nouveau rôle' creation form with the 'Ressources des rôles' tab selected. On the left, there is a tree view of resources under 'Accès aux ressources' with the 'Personnaliser' dropdown set to checked. The tree includes categories like Sales, Orders, Actions, Hold, Creditmemo, Unhold, Ship, Comment, Invoice, Capture, View, Reorder, Edit, Cancel, and Create, each with its own checkboxes.

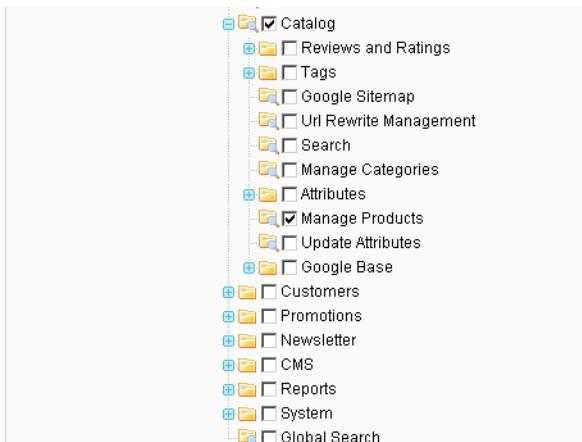


Figure 5–45
Deuxième onglet : l'affectation des ressources

Les utilisateurs

Les utilisateurs peuvent être créés et modifiés au moyen du menu *Système>Permissions>Utilisateurs*.

Utilisateurs						Nouvel utilisateur
ID	Nom de l'utilisateur	Prénom	Nom de famille	Email	Statut	
2	admin	admin	admin	test@example.org	Actif	

Figure 5–46 Liste des utilisateurs

- 1 Vous pouvez alors créer un nouvel utilisateur en indiquant ses (*Nom*, *Prénom*, *Nom de famille*, *Email*, *Nouveau mot de passe*) et si le compte est actif ou non.

Informations du compte	
Nom de l'utilisateur *	<input type="text" value="bk"/>
Prénom *	<input type="text" value="Bertrand"/>
Nom de famille *	<input type="text" value="Koushnjard"/>
Email *	<input type="text" value="bk@example.org"/>
Nouveau mot de passe	<input type="password"/>
Confirmation du mot de passe	<input type="password"/>
Ce compte est	<select>Actif</select>

Figure 5–47
Formulaire de création d'un utilisateur

2 Chaque utilisateur est associé à un rôle. Choisissons celui que nous avons créé précédemment.

Page 1 sur 1 page(s) | Voir 20 par page | Nombre d'enregistrements : 2

Affecté	Nom du rôle
Tous	
<input type="radio"/>	Administrators
<input checked="" type="radio"/>	Producteur, Livreur

Figure 5–48

Deuxième onglet : association à un rôle au choix

3 Enregistrons, et déconnectons-nous afin de tester l'utilisateur « délégué » que nous venons de créer. Nous voyons clairement qu'il a des droits limités (seulement deux éléments de menu, *Ventes* et *Catalogue*).

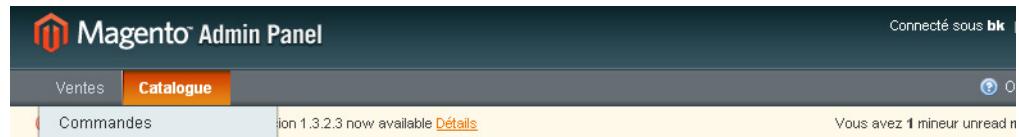


Figure 5–49 Interface d'administration, une fois connecté avec un compte restreint

Vous pouvez ainsi constituer les différents comptes de vos équipiers, chacun n'accédant qu'aux fonctionnalités dont il a besoin.

Voilà pour l'administration générale de votre site. Les chapitres suivants discutent d'aspects spécifiques de cette administration, telles la publication, la mise en place de la boutique ou la gestion des ventes.

Publier sur le site

6

Au-delà de la boutique en ligne, un site conçu avec Magento est alimenté par des contenus indépendants du processus d'achat. La page d'accueil, les textes d'introduction des rubriques, voilà des informations faciles à mettre en place et essentielles pour le succès du site. À ne pas rater !

SOMMAIRE

- ▶ Créer des pages
- ▶ Insérer des blocs statiques
- ▶ Administrer des sondages

MOTS-CLÉS

- ▶ CMS
- ▶ page
- ▶ bloc
- ▶ HTML
- ▶ contenu
- ▶ statique
- ▶ dynamique
- ▶ URL
- ▶ sondage

RAPPEL CMS

Un CMS (*Content Management System*) est un système de gestion de contenu, le plus généralement pour le Web. Ce type d'application est destiné à la publication de contenus au moyen d'interfaces graphiques, afin d'être utilisable par tout un chacun. Les CMS les plus populaires sont Spip, Joomla, Drupal, WordPress, Dotclear, eZ Publish, etc. et nombre d'entre eux sont des logiciels libres (en l'occurrence, tous ceux cités ici). Vous trouverez une liste de centaines de CMS comparés sur :

- ▶ <http://www.cmsmatrix.org>

▲ Erreur 404

L'erreur 404 est un code d'erreur dans le code HTTP renvoyé lorsque la page ou autre ressource web demandée n'existe pas (mauvaise URL, page obsolète...). Par défaut, le navigateur du client affichera un message tel que « *404 File Not Found* » ou « *404 Page Not Found* », mais il est tout aussi bien de personnaliser cette page en indiquant une alternative au client ou en la renvoyant vers la page d'accueil.

Bien que la mission première de Magento soit de mettre en place une boutique en ligne, le logiciel manipule aussi des informations qui ne sont pas reliées au processus d'achat, mais qui présentent les contenus, votre société ou tout autre contenu que vous jugerez utile pour séduire votre client ou vous aider à mieux le connaître. Concrètement, ces informations se présentent au niveau du site sous la forme de pages, de blocs ou de sondages. Magento assume ici la mission de CMS, comme toute autre application de publication en ligne (Spip, Joomla!, WordPress...).

Créer des pages de contenu

Pour enrichir votre site en contenu, vous avez la possibilité de créer des pages web statiques, mises en place indépendamment des autres données de la boutique. Chaque page possède sa propre adresse et son contenu est en HTML. La page d'accueil est sans aucun doute la plus importante d'entre elles.

CONSEIL Utiliser Magento comme un CMS ?

Magento dispose d'un système de gestion de contenu plutôt léger en comparaison des autres outils libres ou propriétaires spécialisés dans cette tâche. Si jamais votre boutique devait être associée à un site web complet, composé de centaines de pages rédactionnelles réparties en rubriques et sous-rubriques, utilisez plutôt l'un de ces outils dédiés (voir aparté précédent) ou optez pour la version entreprise de Magento, qui apporte des fonctionnalités plus avancées comme une arborescence de contenus ou la gestion de versions.

Pour créer une page, rendez-vous dans le menu *CMS>Gestion des pages*. Vous observez que de nombreuses pages sont déjà prévues par défaut : *About Us* (à propos de nous, présentation de la société), *Customer Service* (service clients), *Home Page* (page d'accueil), *Enable Cookies* (autoriser les cookies), *404 Not Found 1* (page d'erreur 404, page non trouvée).

Chaque page est indépendante des autres. Bien qu'il ne s'agisse pas de fichiers HTML sur le disque dur mais de fichiers temporaires, l'utilisateur y accède de la même manière, grâce à l'*Identifiant* indiqué. Cet identifiant correspond au suffixe de l'URL d'accès à la page. Vous pouvez ainsi atteindre la première page par une adresse telle que <http://localhost/rizdumonde/about-magento-demo-store>.

Titre	Identifiant	Agencement	Vue magasin	Statut	Date de création	Modifié le	Action
About Us	about-magento-demo-store	1 column	Toutes les vues magasin	Activé	30 août 2007 16:01:18	30 août 2007 16:01:18	Prévisualiser
Customer Service	customer-service	3 columns	Toutes les vues magasin	Activé	30 août 2007 16:02:20	30 août 2007 16:03:37	Prévisualiser
Enable Cookies	enable-cookies	1 column	Toutes les vues magasin	Activé	12 juin 2009 18:13:14	12 juin 2009 18:13:14	Prévisualiser

Figure 6–1 Liste des pages prévues par défaut dans le CMS

Ajouter une page

Ajoutons une nouvelle page, avec quelques données : un *Titre de page*, un *Identifiant de réécriture d'URL*, la *Vue magasin* où elle apparaît, un *Statut* (activé ou non) et un *Contenu*. L'identifiant de réécriture ne doit pas contenir de caractères spéciaux (ni même, en principe, d'espaces ou de majuscules). Quant au contenu, il est écrit en HTML et peut être édité grâce à l'éditeur de texte riche (éditeur Wysiwyg).

Éditeur Wysiwyg

D'après l'acronyme anglais de *What You See Is What You Get*, l'éditeur HTML Wysiwyg permet de mettre en forme le texte sans passer par les balises HTML, au moyen de boutons de mise en forme visuelle : gras, italique, couleur, etc. (un peu comme dans un logiciel de traitement de texte).

Figure 6–2
Création d'une nouvelle page

On observe que la page peut éventuellement n'être placée que dans certains sites ou certaines vues : par exemple, une page en français n'apparaîtra pas dans la version anglaise du site.

Les aspects du *Design personnalisé* seront vus dans le chapitre 10, à la section « Personnaliser le design via l'interface d'administration ». Pour le moment, choisissez simplement un *Agencement* (par exemple, en trois colonnes : *3 columns*).

Renseigner les métadonnées

Quant aux *Données meta Mots clés* et *Description*, elles correspondent à des métadonnées (contenues dans le fichier mais non apparentes), servant encore une fois à optimiser le référencement auprès des moteurs de recherche. Concrètement, ces données sont insérées sous forme de balises `<meta...>` dans le code HTML produit.

En réalité, ces balises sont plus ou moins bien prises en compte par les moteurs de recherche, mais il est tout de même utile d'y placer quelques informations. La description est textuelle et doit permettre d'identifier rapidement le contenu, dans ce qui apparaîtra à l'internaute comme un « snippet » dans les résultats des moteurs. Il s'agit de la balise HTML `<meta name="description">`. Quant aux mots-clés, contenus dans la balise `<meta name="keywords">`, ils doivent être fournis sous la forme de mots ou expressions séparés par des virgules. Cinq à six mots-clés peuvent être suffisants.

Données meta	
Mots clés	recettes, riz, riz pilaf
Description	La recette la plus simple du riz pilaf

Figure 6–3
Données méta de la page

ATTENTION Créer des liens pour permettre la navigation

Avec le thème par défaut, aucun menu n'est prévu pour les pages statiques créées par le CMS, car celles-ci sont rares, de fait, dans les sites de e-commerce. Si vous en avez créées pour votre site, il vous faut donc créer des liens dans le contenu des pages afin de permettre la navigation à vos utilisateurs.

Sauvegardons la page et visualisons-la. Le résultat semble tout à fait convenable.

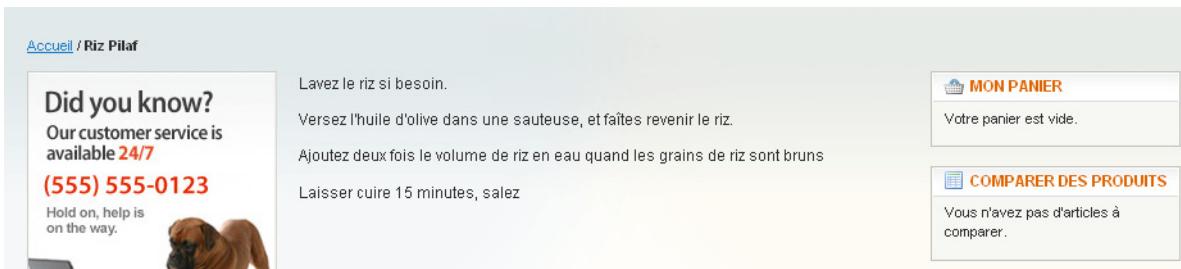


Figure 6–4 La nouvelle page sur le site public

Insérer des blocs statiques

Sans forcément nécessiter une page complète, il est parfois judicieux d'insérer du contenu supplémentaire au sein d'autres pages du site (boutique, panier ou autre page de contenu). Cela offre notamment l'avantage de pouvoir réutiliser un morceau de page (un texte, une image, un lien...) à plusieurs endroits. On a alors recours aux blocs statiques, dont le contenu est similaire à celui des pages, mais qui ne disposent pas d'URL puisque insérés dans d'autres pages.

Créer un bloc

Pour créer un bloc, rendez-vous dans le menu *CMS>Blocs statiques*. Un seul bloc existe par défaut, *Footer Links* (liens du pied de page). Il possède un titre, un identifiant et un contenu, lui aussi en HTML éditable grâce à l'éditeur Wysiwyg.

Blocs statiques		Ajouter un nouveau bloc			
Page <input type="button" value="<"/> <input type="text" value="1"/> <input type="button" value=">"/> sur 1 page(s) Voir <input type="button" value="20"/> par page Nombre d'enregistrements : 1		Réinitialiser le filtre Rechercher			
Titre	Identifiant	Vue magasin	Statut	Date de création	Modifié le
Footer Links	footer_links	Toutes les vues magasin	Activé	12 juin 2009 20:13:10	12 juin 2009 20:13:10

Figure 6–5 Liste des blocs

Ajoutons un nouveau bloc contenant un lien qui mènera de notre premier site vers le second. Comme pour une page statique, il faut alors renseigner le *Titre*, l'*Identifiant*, la *Vue magasin* et le *Statut*, puis inscrire un *Contenu*. Ici, le code HTML correspond simplement à un lien vers le second site.

Nouveau bloc

Retour Réinitialiser Sauvegarder le bloc Sauve

Informations générales

Titre bloc * Recettes à vendre

Identifiant * recettes

Vue magasin * Toutes les vues magasin

Main Website
Magasin principal
Français

English
Recettes des Riz du monde
Français

Statut * Activé

Contenu Découvrez toutes nos recettes dans des livre de grande qualité

Figure 6–6
Page de création d'un bloc statique

Affecter un bloc à une page

Nous pouvons placer, au moyen d'une syntaxe spéciale, le bloc que nous venons de créer dans la page précédente. On utilise alors les doubles accolades :

```
 {{block type="cms/block" block_id="identifiant-du-bloc"}}
```

Pour insérer le lien en fin de page, modifions le code de la page en conséquence :

Ajout d'un bloc statique dans une page

```
<p>Lavez le riz si besoin.</p>
<p>Versez l'huile d'olive dans une sauteuse, et faites revenir le riz.</p>
<p>Ajoutez deux fois le volume de riz en eau quand les grains de riz sont bruns</p>
<p>Laisser cuire 15 minutes, salez</p>
{{block type="cms/block" block_id="recettes"}}
```

Lavez le riz si besoin.
Versez l'huile d'olive dans une sauteuse, et faites revenir le riz.
Ajoutez deux fois le volume de riz en eau quand les grains de riz sont bruns
Laisser cuire 15 minutes, salez
[Découvrez toutes nos recettes dans des livre de grande qualité](#)

Figure 6–7
Visualisation de la page incluant un bloc statique sur le site public

On peut aussi vouloir insérer un bloc sur la page de présentation d'une catégorie. Cette fois, pas besoin d'entrer dans le code, le menu *Catalogue > Gérer les catégories* à tout prévu ! Sélectionnez par exemple la catégorie « Riz Simples » créée précédemment (voir le chapitre 4) et, dans l'onglet des *Paramètres d'affichage*, choisissez *Bloc statique et produits* pour le champ *Mode d'affichage*, et sélectionnez votre bloc dans la liste déroulante intitulée *Bloc CMS*.

Riz Simples (ID : 4) Réinitialiser Supprimer cette catégorie

Informations générales Paramètres d'affichage Design personnalisé Prod

Paramètres d'affichage

Mode d'affichage	Bloc statique et produits	[STORE]
Bloc CMS	Recettes à vendre	[STORE]
Ancre	Non	[GLOBE]

Rendez-vous sur cette catégorie. Le bloc y apparaît en haut, sous le titre de la catégorie.



Figure 6–8
Utilisation d'un bloc CMS statique pour une catégorie

Administre des sondages

Les sondages forment une autre sorte de contenu ne faisant pas partie de la boutique elle-même. Techniquement, les sondages ne sont certes pas des éléments statiques. Il s'agit simplement de blocs à afficher, avec un comportement dynamique : les visiteurs peuvent voter, et vous observerez et pourrez afficher le résultat.

L'emplacement d'affichage des sondages est déterminé par le thème graphique, dont la personnalisation est abordée dans le chapitre 10.

Pour mettre en place un sondage, allez dans le menu *CMS > Gestion des sondages*. Un sondage d'ordre esthétique (*quelle est votre couleur préférée...*) y existe déjà. Désactivez-le en cliquant dessus, puis en changeant son *Statut* en *Fermé*. Une fois cette modification sauvegardée, rendez-vous sur la partie publique : plus aucun sondage n'est affiché.

CONSEIL Placer des blocs statiques ailleurs dans la page

Le système de présentation graphique décrit au chapitre 10 permet d'afficher des blocs statiques n'importe où dans les pages du site public, par exemple en en-tête. Le nouveau système des widgets, présenté dans ce même chapitre, est encore une solution additionnelle.

CONSEIL Faites vivre vos sondages

Renouvelez vos sondages régulièrement, et profitez de cette manne d'informations gratuites et volontaires de la part de vos clients. Cela vous permettra d'une part de mieux les connaître et de mieux ajuster votre offre à la demande, et d'autre part, d'animer le site en incitant le visiteur à participer. Celui-ci se sentant plus impliqué aura alors sans doute envie d'y revenir...

The screenshot shows the 'Gestion des sondages' (Survey Management) page. At the top right are buttons for 'Ajouter nouveau sondage' (Add new survey), 'Réinitialiser le filtre' (Reset filter), and 'Rechercher' (Search). Below is a table with columns: ID, Question, Nombre de réponses (Number of responses), Posté le (Posted on), Date de fermeture (Closure date), Visible dans (Visible in), and Statut (Status). A single survey is listed with ID 1, question 'What is your favorite color', 5 responses, posted on June 12, 2009, and closed. It is visible in 'Main Website', 'Magasin principal', and 'Français' and is currently 'Ouvert' (Open).

Figure 6–10 Le sondage par défaut

Créons notre propre sondage en cliquant sur le bouton *Ajouter nouveau sondage*. Il faut alors renseigner la *Question* du sondage, son *Statut* (ouvert ou fermé), et un ou plusieurs emplacements (vues magasin).

The screenshot shows the 'Nouveau sondage' (New survey) creation form. On the left, there's a sidebar with tabs: 'Informations sondage' (selected), 'Informations sondage' (disabled), and 'Réponses du sondage'. The main area has tabs: 'Informations sondage' (selected), 'Nouveau sondage' (disabled), and 'Retour' (Return) and 'Réinitialiser' (Reset) buttons. In the 'Informations sondage' tab, there are fields for 'Question' (containing 'Quelle riz avec des poivrons ?'), 'Statut' (set to 'Ouvert'), and 'Visible dans' (a dropdown menu showing 'Main Website', 'Magasin principal', 'Français', 'English', 'Recettes des Riz du monde', and 'Français').

Figure 6–11
Formulaire de création d'un nouveau sondage

Dans un second onglet, nous indiquerons les réponses possibles au sondage, l'une après l'autre (*Titre de la réponse* et *Nombre de votes*). Nous voyons alors que nous avons un contrôle complet sur les votes, si nous désirons en changer le résultat, à des fins marketing par exemple.

Sauvegardez le sondage et testez-le sur le site public, en page d'accueil, par exemple. Il apparaît tel quel sur la figure 6–13, sur toutes les pages pour lesquelles il a été prévu dans le gabarit (par défaut, ce sera seulement la première).

Si plusieurs sondages ont été mis en place, c'est le premier sondage auquel le visiteur n'a pas répondu qui sera affiché. À l'inverse, s'il a été reconnu comme ayant répondu à tous les sondages, ceux-ci n'apparaîtront plus sur la page lors de sa consultation du site.

Nouveau sondage

Retour Réinitialiser Sauvegarder le sondage

Réponses assignées

Titre de la réponse : *	Riz long	<input type="button" value="Supprimer"/>
Nombre de votes : *	0	
Titre de la réponse : *	Riz rond	<input type="button" value="Supprimer"/>
Nombre de votes : *	0	
Titre de la réponse : *	Riz long complet	<input type="button" value="Supprimer"/>
Nombre de votes : *	0	

Figure 6–12 La création des réponses du sondage

SONDAGE

Quelle riz avec des poivrons ?

Riz long
 Riz rond
 Riz long complet

Figure 6–13
Un bloc de sondage sur la partie publique,
attendant une réponse

SONDAGE

Quelle riz avec des poivrons ?

Riz long	0 (0%)
Riz rond	1 (100%)
Riz long complet	0 (0%)

Figure 6–14
Le même sondage, une fois le vote réalisé

Mettre en place sa boutique

7

Nous voilà maintenant au cœur de notre site : la boutique ! Grâce à Magento, la réalisation complète d'un catalogue riche et complexe est entièrement prévue. Comment créer les catégories, les produits et les images, et autres données qui leur sont associées ?

SOMMAIRE

- ▶ Les catégories de produits
- ▶ Les attributs
- ▶ Les produits et types de produits
- ▶ Les promotions
- ▶ Les conditions générales de vente et d'utilisation
- ▶ Réécriture d'URL pour le référencement

MOTS-CLÉS

- ▶ catalogue
- ▶ catégorie
- ▶ produit
- ▶ attribut
- ▶ lot
- ▶ promotion
- ▶ CGV, CGU
- ▶ alerte

À l'intérieur Une base efficace

Avec Magento, les données sont contenues dans une base de données MySQL récente et bien conçue. Cela signifie que vous pouvez créer autant d'éléments présentés ensuite (catégories, attributs, produits...) que vous le souhaitez, sans généralement aucune conséquence sur les performances (à nuancer peut-être si vous avez des centaines de milliers de produits...).

CONSEIL De l'organisation !

Les visiteurs profiteront de ces catégories pour fouiller votre catalogue. Une bonne organisation est donc primordiale. N'hésitez pas à préparer dans un document à part les différentes catégories ainsi que leur contenu.

Nous abordons dans ce chapitre le cœur du contenu de votre boutique : les produits et les données qui leur sont associées. Les différents contenus vous sont donc présentés, dans l'ordre le plus évident pour les créer. Attention, cette partie de votre travail est essentielle et inévitable. Elle peut s'avérer la tâche la plus longue de toutes, pour peu que votre catalogue soit particulièrement important.

Structurer les produits en catégories

Les catégories, ou rubriques, sont des répertoires dans lesquels les produits sont placés. Ces répertoires peuvent être inclus les uns dans les autres, à la manière de leurs équivalents sur un disque dur. Chaque catégorie peut ainsi contenir des produits et d'autres catégories, sans limitation.

L'affichage le plus courant consiste à montrer le premier niveau de catégories en tant que menu, à gauche ou en haut des pages du site. Le nom des catégories, qui doit être court et compréhensible, et leur nombre (4 à 10) sont donc particulièrement importants.

Il existe deux types de catégories, les catégories racines et les sous-catégories :

- une catégorie racine n'a pas de catégorie parente ;
- une sous-catégorie a une catégorie parente.

Nous l'avons vu précédemment : un magasin est associé à une seule catégorie racine. Il est donc tout à fait raisonnable que vous n'ayez qu'une seule catégorie racine en tout. Les visiteurs ne verront jamais le nom ou l'organisation des différentes catégories racines, mais seulement les sous-catégories.

Arborescence des catégories

Pour créer une catégorie, rendez-vous dans le menu *Catalogue > Gérer les catégories*. Vous observez qu'il ne s'agit pas d'une liste classique, mais d'une arborescence, qui apparaît de façon traditionnelle à gauche.

Vous pouvez bien sûr cliquer sur les petits – et + à gauche des catégories, afin de déployer ou de refermer les différentes branches de l'arbre. Les liens *Tout réduire* et *Tout développer* permettent d'effectuer ces opérations sur l'ensemble des branches de l'arborescence. Enfin, vous pouvez choisir de n'afficher que les catégories associées à une certaine vue magasin (et donc celles contenues dans la catégorie racine de son magasin).

Pour modifier une catégorie, cliquez sur son nom dans l'arborescence. Pour en créer une nouvelle, utilisez les deux boutons *Ajouter* à gauche.



Figure 7-1
Arborescence des catégories

Créer et paramétrier une catégorie

Informations générales

Créons une nouvelle sous-catégorie « Riz épices », dont les propriétés apparaissent sur la figure 7-2.

Nouvelle catégorie

Réinitialiser Sauvegarder

Informations générales Paramètres d'affichage Design personnalisé Produits de la catégorie

Informations générales

Nom * Riz épices [STORE VIEW]

Actif Oui [STORE VIEW]

Clé d'URL [GLOBAL]

Description

```
<p>Des riz spéciaux que nous préparons pour vous</p>
<p>Nous nous inspirons des recettes traditionnelles du sous-continent indien et de l'extrême Orient.</p>
```

[STORE VIEW]

Éditeur WYSIWYG

Image agento\img\epices.png Parcourir... [STORE VIEW]

Titre de page [STORE VIEW]

Figure 7–2
Formulaire de création
d'une rubrique ou catégorie

- Le *Nom* est essentiel, car il apparaît partout sur le site ; il doit donc avoir du sens pour votre visiteur.
- La catégorie est active ou non. Inactive, tout son contenu sera caché.
- La *Clé d'URL* n'est utile que pour les sous-catégories. Il s'agit de rédiger la fin de l'URL, qui apparaîtra après le dernier slash /. Par exemple, notre catégorie dont la clé d'URL est *riz-simple* sera accessible via l'URL <http://127.0.0.1/magento1.3/riz-simples.html>. Si vous ne spécifiez rien, la clé d'URL sera créée automatiquement, à partir du nom.
- La *Description* de la catégorie, en HTML, apparaît sur les pages du site comme défini dans le gabarit des catégories (voir le chapitre 10). Idem pour l'*Image*, que vous devez charger ici. La *Description* bénéficie, comme les autres champs acceptant du HTML, de l'éditeur Wysiwyg intégré depuis la version 1.4 de Magento ; il suffit pour cela de cliquer sur le bouton se trouvant en dessous.
- Le *Titre de page*, les *Mots-clés meta*, et la *Description meta* ont le même rôle que pour les pages statiques (voir chapitre 6). Ce sont des infor-

mations utiles aux moteurs de recherche. Vous pouvez tout à fait reprendre la *description* précédente, bien que celle-ci puisse en plus contenir du HTML, ce qui n'est pas le cas de la métadescription.

Paramètres d'affichage

Le second volet des propriétés concerne la façon dont s'affiche la page consacrée à la catégorie.

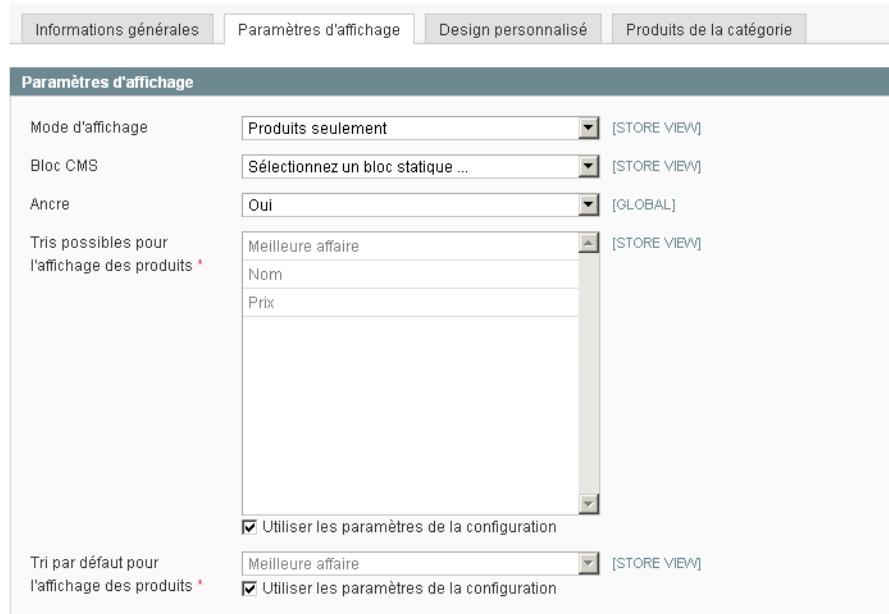


Figure 7–3
Volet consacré
aux paramètres d'affichage

- Le *Mode d'affichage* permet de choisir entre l'affichage de la liste des produits et l'affichage d'un simple bloc statique, ou les deux. Le bloc de texte est utile, mais demandera un effort supplémentaire de rédaction. Il peut même contenir des liens vers des produits ou des sous-catégories, et ainsi vous dispenser d'afficher les produits ici. Dans le cas de l'affichage d'un bloc statique, il faut le choisir comme *Bloc CMS*.
- La propriété *Ancre* indique si la page principale de la catégorie affiche seulement les produits de cette catégorie (*Non*), ou aussi ceux de ses catégories enfants (*Oui*).
- Enfin, certains *Tris* sont disponibles pour l'affichage des produits de la catégorie (*Meilleure affaire*, *Nom*, *Prix*), ainsi qu'un *Tri par défaut*. Les meilleures affaires sont expliquées dans le paragraphe suivant. Ces propriétés peuvent être spécifiques à la rubrique, mais peuvent aussi être indiquées par défaut une fois pour toutes dans la configuration du catalogue.

À SUIVRE...

Design personnalisé d'une catégorie

Le paramétrage du design des catégories, contenu dans l'onglet *Design personnalisé*, est traité en détail dans le chapitre 10, section « Personnaliser le design via l'interface d'administration ».

Produits de la catégorie

Dans le dernier onglet, *Produits de la catégorie*, on indique quels produits on associe à la catégorie en cours de création. À l'inverse, il est aussi possible d'indiquer à partir des pages de création des produits les catégories auxquelles appartiennent ces produits. Ainsi, nous nous trouvons devant un mécanisme d'association dite « plusieurs à plusieurs » entre produits et catégories, à savoir qu'un même produit peut apparaître dans plusieurs catégories, voire dans plusieurs magasins.

Afin d'ajouter des produits dans une catégorie, il faut rechercher les produits qui vous intéressent. Si le filtre par défaut consiste à n'afficher que les produits qui sont déjà dans la catégorie, il suffit d'indiquer *Tous* dans la liste déroulante de filtrage à gauche pour tous les faire apparaître. Il est ensuite aisément de rechercher un produit et de l'associer à la catégorie en cliquant dans sa boîte à cocher.

	ID	Nom	Réf.	Prix	Position
<input type="button" value="Tous"/>				Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	1	Riz long	0001	2,40 €	<input type="text"/>

Pour chaque produit est disponible, à droite, la *Position*. Il s'agit de l'ordre des différents produits lors de l'affichage des catégories, si vous y avez choisi *Meilleure affaire* comme ordre de tri. Donnez ici un numéro entre 0 et l'infini. Généralement, on va de 10 en 10, afin de pouvoir insérer plus tard des produits entre deux autres sans avoir à tout renuméroter.

Hiérarchie des catégories

Lorsque vous sauvegardez la catégorie, elle apparaît à gauche systématiquement comme catégorie racine. Il suffit ensuite de la déplacer par un simple glisser-déposer à l'intérieur de la catégorie racine existante.



Figure 7–5 Catégorie dans la hiérarchie, lors de sa création

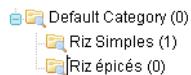


Figure 7–6 Catégorie déplacée dans la catégorie racine par défaut

CONSEIL Produits dupliqués

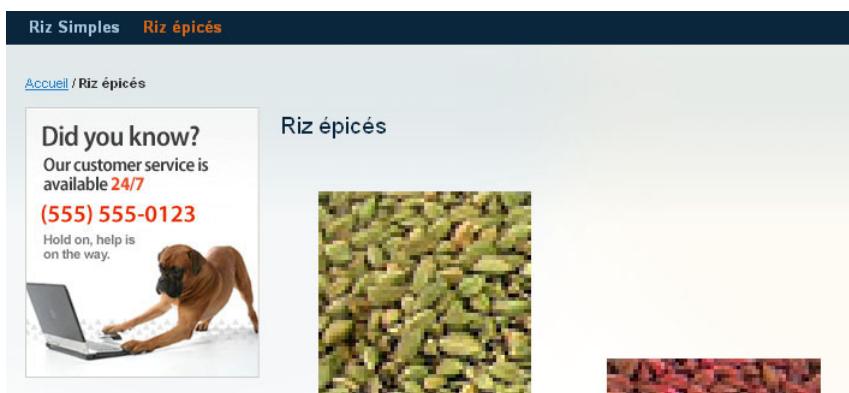
Grâce à ce système, vous devriez pouvoir éviter complètement de dupliquer intégralement des produits. La seule utilité de la duplication est de créer un produit à partir d'un autre, et non de maintenir un même produit à deux endroits distincts !

CONSEIL Taille de la hiérarchie

La profondeur de la hiérarchie des catégories n'est pas limitée. Toutefois, plus de deux ou trois niveaux risquent de devenir difficile à gérer ensuite, au moment de définir la structure visuelle de la boutique, sans compter que cela peut s'avérer un frein pour le visiteur lorsqu'il explore votre catalogue.

Figure 7–7
La nouvelle rubrique en pleine page et dans le menu

Visualisez ensuite le résultat de votre ajout. La catégorie apparaît dans le menu principal, et l'image choisie s'affiche. Si vous trouvez que l'image est un peu grande, il y a possibilité d'y remédier, comme nous le verrons, encore une fois, lors du contrôle de la présentation graphique au chapitre 10.



Caractériser les produits grâce aux attributs

Il est possible d'attribuer différentes propriétés aux produits, grâce à un système d'attributs. Ces attributs permettent notamment de retrouver facilement un produit en fonction de ses caractéristiques, au moyen de la recherche par exemple. Chaque attribut possède une ou plusieurs valeurs, et ainsi pourrait-on avoir un attribut « couleur » qui pourrait prendre soit la valeur « rouge », la valeur « vert », la valeur « bleu »...

Contrairement aux données telles que les sondages ou catégories, les attributs des produits ne sont pas déterminés par avance. Il est possible d'en ajouter ou d'en enlever au besoin. Par exemple, on peut déterminer un attribut « encombrement » pour certains produits. Certains attributs comme le prix ou le nombre d'exemplaires en stock seront toutefois indispensables et ne pourront être supprimés.

Afin de créer nos produits rapidement et de façon homogène, les attributs seront associés dans des groupes d'attributs. Chaque attribut peut appartenir à un nombre quelconque de groupes d'attributs. Ensuite, chaque produit utilisera un groupe d'attributs particulier. Pour reprendre l'exemple précédent, on pourra avoir un groupe de produits « normaux » et un autre groupe de produits « encombrants », ces derniers ayant un attribut supplémentaire, l'encombrement. Les attributs indispensables seront bien sûr présents dans tous les groupes d'attributs.

Créer des attributs

Utilisez le menu *Catalogue>Attributs>Gérer les attributs* afin d'afficher la liste des attributs déjà existants. Remarquez qu'ils sont nombreux. Il s'agit de tous les attributs indispensables (nom, prix, stock, etc.), additionnés de quelques autres présents à des fins de démonstration.

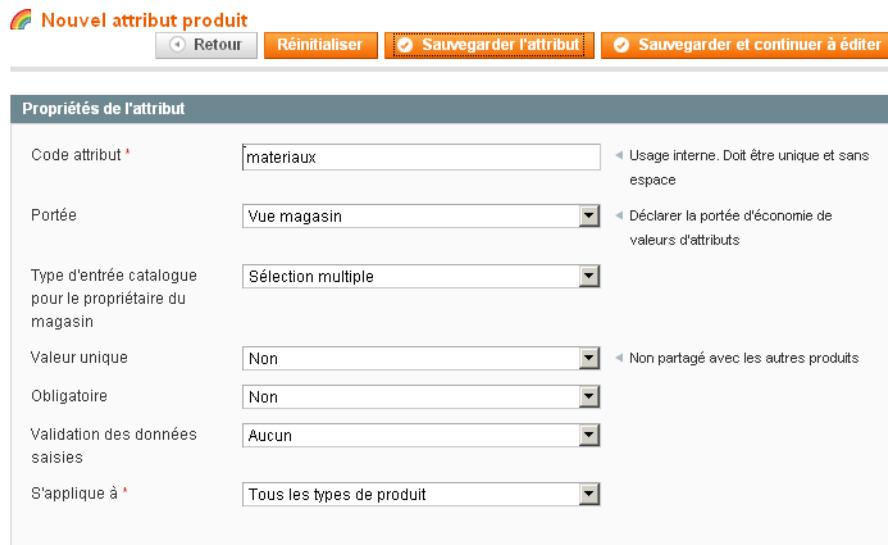


The screenshot shows a table titled 'Gérer les attributs' (Manage Attributes). At the top right are buttons for '+ Nouvel' (New), 'Réinitialiser le filtre' (Reset filter), and 'Rechercher...' (Search...). Below the header are buttons for 'Page' (Page), 'Visible' (Visible), 'Portée' (Scope), 'Obligatoire' (Mandatory), 'Système' (System), 'Utilisable dans la recherche' (Usable in search), and 'Utiliser dans la navigation par' (Use in navigation by). The table has columns for 'Code attribut', 'Libellé attribut', 'Visible', 'Portée', 'Obligatoire', 'Système', 'Utilisable dans la recherche', and 'Utiliser dans la navigation par'. There are three rows of data:

Code attribut	Libellé attribut	Visible	Portée	Obligatoire	Système	Utilisable dans la recherche	Utiliser dans la navigation par
color	Color	Non	Global	Non	Non	Oui	Filtrable (avec résultats)
cost	Cost	Non	Site web	Non	Non	Non	Non
custom_design	Custom Design	Non	Vue magasin	Non	Oui	Non	Non

Figure 7–8 Attributs existants

Créons maintenant un *Nouvel attribut*, « matériaux », sachant que tous les attributs ajoutés de cette façon ne seront jamais indispensables comme les précédents.



The screenshot shows a form titled 'Nouvel attribut produit' (New Product Attribute). At the top are buttons for 'Retour' (Back), 'Réinitialiser' (Reset), 'Sauvegarder l'attribut' (Save attribute), and 'Sauvegarder et continuer à éditer' (Save and continue editing). The main area is titled 'Propriétés de l'attribut' (Attribute properties) and contains the following fields:

- Code attribut ***: materiaux (with a note: Usage interne. Doit être unique et sans espace)
- Portée**: Vue magasin (with a note: Déclarer la portée d'économie de valeurs d'attributs)
- Type d'entrée catalogue pour le propriétaire du magasin**: Sélection multiple
- Valeur unique**: Non (with a note: Non partagé avec les autres produits)
- Obligatoire**: Non
- Validation des données saisies**: Aucun
- S'applique à ***: Tous les types de produit

Figure 7–9
Premier volet de création des attributs

Dans le volet consacré aux *Propriétés de l'attribut*, le *Code attribut* est un identifiant, c'est-à-dire un mot unique, qui ne doit pas contenir de caractères spéciaux (dont les espaces).

La *Portée* permet d'indiquer si cet attribut peut avoir plusieurs valeurs, pour un même produit, suivant son emplacement. Par exemple, les vues magasin étant souvent utilisées pour la localisation, la portée d'un champ textuel est souvent « vue magasin ». Ainsi, le produit pourra avoir une valeur différente dans un magasin ou dans un autre, ce qui permet d'inscrire cette valeur dans une autre langue notamment. Si la portée avait été globale, le texte de la valeur aurait été le même quels que soient la vue, le magasin et le site.

Le *Type d'entrée* est déterminant. Il s'agit du format des données à spécifier dans l'attribut, parmi des types prédéfinis :

- un champ texte avec une seule ligne de texte ou une zone de texte avec plusieurs lignes ;
- une date, un prix ou une taxe produit de type DEEE, équivalente à un prix ;
- un choix oui/non avec une case à cocher ;
- des sélections multiples ou un élément à sélectionner dans une liste déroulante ;
- une galerie avec une image ou un ensemble d'images.

Suivant le type d'entrée, il est possible d'indiquer une *Valeur par défaut*. Si l'attribut a une *Valeur unique*, il ne pourra pas y avoir deux produits ayant la même valeur pour cet attribut.

Selon le type d'entrée, il peut être judicieux de procéder à la *Validation des données saisies*. Ainsi, les erreurs seront signalées lors de la création des produits. Les différentes possibilités couvrent les besoins courants (un nombre, par exemple, pourra être exigé ; alors, l'entrée d'une lettre provoquera une erreur).

Enfin, la propriété *S'applique à* permet de faire en sorte que seuls certains types de produits (voir la section « Les différents types de produits » de ce chapitre) soient concernés (par exemple, un type de fichier, uniquement pour les produits téléchargeables).

Paramétrier le comportement des attributs pour le visiteur

La série de propriétés du volet intitulé *Propriétés du front-office* détaille le comportement des attributs face aux visiteurs, sur le site public (*front-office* par opposition au *back-office*, qui est l'interface de gestion, dans le jargon des informaticiens). L'attribut peut être en effet *Utiliser dans la recherche rapide* et/ou dans la *Recherche avancée*, dans la *Comparaison* et dans la *Navigation par filtres*, mécanismes que nous avons abordés dans le chapitre 4, lors de la découverte des fonctionnalités offertes au visiteur.

Use for Price Rule Conditions indique que l'attribut sera utilisé pour la réalisation de règles spéciales susceptibles de modifier le prix, comme lors des promotions par exemple (voir plus loin la section « Gérer les promotions »).

Propriétés du front-office

Utiliser dans la recherche rapide	Non	
Utiliser dans la recherche avancée	Non	
Comparable sur le front-office	Non	
Utiliser dans la navigation par filtres	Non Filtrable (avec résultats) Filtrable (pas de résultats)	Ne peut être utilisé qu'avec un type de saisie "liste déroulante", "choix multiple" ou "prix"
Utiliser dans la navigation par filtres des résultats de recherche	Non Oui	Ne peut être utilisé qu'avec un type de saisie "liste déroulante", "choix multiple" ou "prix"
Use for Price Rule Conditions	Non	
Position	<input type="text"/>	Position de l'attribut dans le bloc de navigation par filtres
Autoriser les tags HTML dans le frontend	Non	
Visible dans la fiche produit sur le frontend	Non	
Utilisé dans la liste de produits	Non	Dépend du thème
Utilisé pour le tri dans la liste de produits	Non	Dépend du thème

Figure 7–10
Propriétés du front-office

Ensuite, il est possible d'indiquer la *Position* dans la navigation par filtre (encore une fois, un numéro entre 0 et l'infini). Les attributs utilisés seront ainsi affichés dans l'ordre indiqué, ce qui permet de mettre en avant (nombre faible) les attributs les plus importants pour les clients.

Il faut également indiquer comment les Tags HTML (à savoir les balises HTML que l'auteur peut utiliser dans son texte) seront interprétés dans la partie publique du site. S'ils sont autorisés, alors ils seront placés tels quels, effectivement intégrés au code HTML de la page sur la fiche produit.

Enfin, il est très important de déterminer si l'attribut sera *Visible dans la fiche produit sur le frontend*, mais aussi, en fonction du thème d'affichage, s'il sera visible dans les listes (*Utilisé dans la liste de produits*, voire *Utilisé pour le tri dans la liste de produits*).

Intitulés et valeurs des attributs

Le second onglet (à gauche) propose une courte page permettant d'indiquer deux informations essentielles : l'intitulé de l'attribut (titre) et ses différentes valeurs possibles (options).

The screenshot shows two tabs: 'Gérer les titres (Taille, Couleur, etc.)' and 'Gérer les options (valeurs de vos attributs)'. The first tab has a note: 'Si vous ne spécifiez pas de valeur d'option pour une vue magasin, alors c'est la valeur par défaut (Admin) qui sera utilisée.' The second tab displays a table of attribute options:

Admin	Français	Français	English	Position	Valeur par défaut
Autres			Others	50	<input type="checkbox"/>
Carton, papier			Paper	40	<input type="checkbox"/>
Plastique			Plastic	30	<input checked="" type="checkbox"/>
Métal			Metal	20	<input type="checkbox"/>
Bois			Wood	10	<input type="checkbox"/>

Figure 7-11

Intitulés et valeurs des attributs

À SAVOIR Afficher ou non les intitulés des attributs

C'est lors de la mise en place de la présentation de la boutique que sera décidé si tel intitulé d'attribut est affiché ou non dans la fiche produit. Par exemple, on choisira un titre entre « Nom : Riz complet » ou simplement « Riz complet » en haut de la fiche.

Dans l'onglet précédent, nous n'avions pas pu indiquer un titre, mais seulement un identifiant. Or, il est utile, si nous décidons d'afficher cet attribut dans la partie publique du site, de disposer d'un texte correct et traduit. C'est là l'utilité de la section *Gérer les titres*. On vous propose alors de choisir un nom pour la partie d'administration (qui sera utile pour ceux qui créeront des produits par la suite), dans le champ *Admin*. Puis, vous pouvez décider, pour des raisons d'internationalisation par exemple, que lorsque cet attribut est affiché dans certaines vues magasin du site public, il ait un autre nom (traduit dans la langue de cette vue). Un champ non rempli possède par défaut la même valeur que celle du champ *Admin*.

En dessous, dans la section *Gérer les options*, un mécanisme de traduction similaire est proposé pour les différentes valeurs possibles des attributs. Cela n'est utile que pour les types d'entrées à *Sélection multiple* ou pour une *Liste déroulante*. Ce sont ces différentes valeurs, ordonnées (de 10 en 10, par exemple), qui seront à disposition de vos créateurs de produits. Dans le cas d'une liste déroulante, l'une des options peut être indiquée comme *Valeur par défaut*. Dans le cas d'une sélection multiple, vous pouvez en cocher plusieurs.

Sauvegardez. L'attribut doit maintenant apparaître dans la liste des attributs.

Gérer les groupes d'attributs

Comme nous l'avons annoncé en début de section, les groupes d'attributs servent à gagner du temps lors de la création de produits, car ils permettent d'attribuer tout un ensemble d'attributs, défini à l'avance, d'un seul coup.

Pour créer un groupe d'attributs, rendez-vous dans le menu *Catalogue > Attributs > Gérer les groupes d'attributs*. Un groupe existe déjà, *Default*. Il s'agit du groupe d'attributs affecté par défaut à tous les produits. Il contient les attributs obligatoires, auxquels s'ajoutent quelques autres usuels (la couleur, par exemple).

The screenshot shows a list titled 'Gérer les groupes d'attributs'. At the top, there are navigation links for 'Page 1 sur 1 page(s)', 'Voir 20 par page', and 'Nombre d'enregistrements : 1'. Below this is a table with one row. The first column is labeled 'Nom du groupe' and contains the value 'Default'.

Nom du groupe
Default

Figure 7–12
Page de gestion des groupes d'attributs

Création d'un nouveau groupe

Nous pourrions bien sûr ajouter dans ce groupe l'attribut « matériaux » que nous venons de créer, mais cela signifie qu'il serait demandé pour tous les produits, ce qui n'a pas de sens dans notre cas. Nous allons donc créer un groupe supplémentaire.

- 1 Cliquons sur *Ajouter un nouveau groupe*.
- 2 Une première page propose d'indiquer le *Nom* (à usage interne, c'est-à-dire qu'il n'apparaîtra pas sur le site public) et un groupe déjà existant sur lequel nous nous basons (champ *Basé sur*).

The screenshot shows a form titled 'Nouveau groupe d'attributs'. It has a header 'Éditer le nom du groupe'. Below it, there are two input fields: 'Nom (usage interne)' containing 'Outil' and 'Basé sur' containing 'Default'.

Figure 7–13
Création d'un groupe d'attributs

- 3 Sauvegardons (l'enregistrement prend un certain temps). Une seconde page s'affiche, afin de nous permettre d'indiquer quels attributs appartiennent à ce groupe. Sur la gauche apparaissent, sous forme d'arborescence, les attributs qui appartiennent à ce groupe, à droite ceux qui n'y

sont pas. Les attributs avec un petit symbole de sens interdit sont ceux qui sont indispensables, ils ne peuvent pas être retirés.

The screenshot shows the 'Attribut Grouping' section in the Magento Admin. On the left, there's a tree view of attributes under 'General' and 'Prices' groups. On the right, a list titled 'Attributs non assignés' (Unassigned attributes) shows 'materiaux'. At the top, there are buttons for 'Ajouter' (Add) and 'Supprimer le groupe sélectionné' (Delete the selected group). A note says 'Double-cliquez sur un groupe pour le renommer' (Double-click on a group to rename it).

Figure 7-14

Association des attributs aux groupes

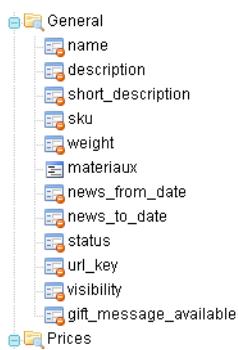


Figure 7-15

Le groupe d'attributs a été créé.

- Il suffit de déplacer par glisser-déposer les attributs de gauche à droite ou de droite à gauche pour les inclure ou non.

Répartition dans les sous-groupes

À gauche, les attributs sont classés par groupes (il s'agit en fait de sous-groupes), *General*, *Prices*, etc. (quelques groupes ont été créés par défaut). Ces sous-groupes visent à faciliter la tâche de l'administrateur (ou délégué) lors de la création des produits, par une organisation en onglets qui évite de faire apparaître tous les attributs sur une même grande page où il serait aisément oublier.

Nous pouvons cliquer sur un nom de sous-groupe pour le modifier, et surtout, déplacer et ordonner les attributs à l'intérieur de ces sous-groupes. Plaçons par exemple notre nouvel attribut « matériaux » dans la rubrique *General*, à la place de « color », que nous enlevons. Nous enlevons aussi « manufacturer ». Ces suppressions devront être effectuées aussi dans le groupe d'attributs *Default*, puisque nul n'est besoin de couleurs et de fabricants pour décrire nos riz. Le résultat apparaît sur la figure 7-15.

Nous sauvegardons notre groupe d'attributs (attention, ceci est de nouveau très long).

Mettre en place les produits

Une fois nos catégories et nos rubriques créées, nous sommes maintenant en mesure de mettre en place nos produits dans la boutique. Chaque produit sera déterminé par les caractéristiques suivantes :

- s'il est activé ou pas ;
- son groupe d'attributs et ses valeurs pour chacun des attributs du groupe choisi ;
- son type parmi six disponibles, décrits dans la section suivante ;
- les catégories où il apparaît ;
- quelques autres informations supplémentaires, comme les stocks.

Création d'une fiche produit

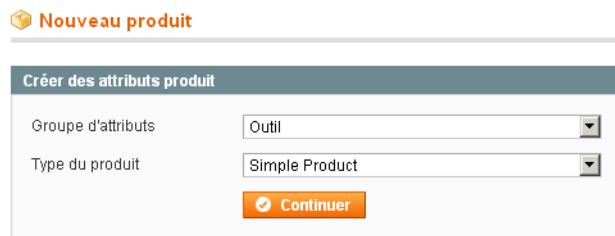
Comme nous l'avons déjà vu, le menu *Catalogue > Gérer les produits* nous présente la liste des produits. Nous pouvons choisir de visualiser uniquement les produits d'une certaine vue magasin (à savoir ceux appartenant à la catégorie racine du magasin de la vue en question), ou de les voir tous en même temps.

Figure 7-16 Liste des produits

Le bouton *Ajouter un produit* vous amène sur une page qui vous demande d'indiquer un *Groupe d'attributs* et un *Type du produit*. Ces deux informations ne seront pas modifiables par la suite. Les types de produits sont expliqués dans la section suivante. Créez pour le moment un produit simple (*Simple Product*) en utilisant un groupe d'attributs parmi ceux disponibles.

À SAVOIR N'y a-t-il vraiment aucun moyen de changer le type de produit ?

Le type de produit engageant un grand nombre de mécanismes spécifiques, il ne peut être modifiable. Pour choisir un autre type de produit, il est donc nécessaire de supprimer le produit existant et d'en créer un nouveau.

**Figure 7-17**

Création d'un produit : première étape

CONSEIL Sauvegarder de temps en temps

En raison du nombre important d'informations enregistrées pour chaque produit, il est judicieux de sauvegarder régulièrement, au fur et à mesure de la création des produits.

Vous êtes invité ensuite à entrer toutes les informations concernant le produit, notamment les valeurs de chacun des attributs. Nous allons les détailler au fil des sections suivantes, avant de nous intéresser aux produits de types spéciaux.

Figure 7-18

Propriétés des produits

Informations générales

Le premier onglet affiché, *Général*, est le plus important, car il contient les données principales décrivant le produit.

La portée de chaque information renseignée est indiquée sur la droite du champ : *GLOBAL* pour une portée sur l'ensemble des sites, *WEBSITE* pour le seul site web ou *STORE VIEW* pour la vue magasin seulement. Pour les données n'ayant pas une portée globale, il est possible de changer leur valeur en fonction de l'emplacement du produit (site web ou vue magasin) : utilisez la liste déroulante *Choisir une vue magasin* en haut à gauche de la page.

- Le *Nom* du produit sera repris à de nombreux endroits du site. La *Description* complète (en HTML) sera affichée sur la page dédiée au produit, alors que la *Description courte* accompagnera le produit dans une liste ou dans une comparaison de produits.

Général	
Nom *	<input type="text" value="Passoire"/> [STORE VIEW]
Description *	<input type="text" value="<p>Une passoire en plastique de fort bonne qualité.</p><p>Elle devrait durer 20 ans, et son utilisation n'est pas réservée au riz.</p><p>Contenance : 4l</p>"/> [STORE VIEW]
Description courte *	<input type="text" value="Passoire en plastique simple"/> [STORE VIEW]
Réf. *	<input type="text" value="0011"/> [GLOBAL]
Poids *	<input type="text" value="8"/> [GLOBAL]

Figure 7–19
Propriétés générales des produits

- La référence (*Réf.*) est un identifiant unique du produit. Elle correspond à votre unité de gestion des stocks (UGS, ou SKU en anglais pour *Stock-Keeping Unit*), en fonction de votre logistique par exemple. Pour le moment, indiquez une valeur quelconque. Quant au *Poids*, il peut se révéler utile pour le calcul des frais de transport. Il peut être en kilogrammes, il n'y a pas d'unité explicite indiquée, et aucun calcul automatique ne sera réalisé plus tard utilisant ce poids (si des extensions, ayant trait par exemple à la livraison, viennent à l'utiliser, alors elles indiqueront ce qu'il faut choisir ici, ce qui sera alors à respecter dans tout le site).

Produit nouveau à partir du	<input type="text" value="21/09/10"/> [WEBSITE]
Produit nouveau jusqu'à	<input type="text" value="31/10/10"/> [WEBSITE]
Statut *	<input type="text" value="Activé"/> [WEBSITE]
Clé d'URL	<input type="text"/> [GLOBAL]
Visibilité *	<input type="text" value="Catalogue, Recherche"/> [STORE VIEW]
Autoriser les messages cadeau	<input type="text" value="Utiliser la config"/> [GLOBAL]

Figure 7–20
Propriétés générales (suite)

- Afin d'attirer l'attention des visiteurs, un produit peut être doté d'un statut « Nouveau », de manière à bénéficier d'une présentation spéciale sur le site. On peut donc indiquer, si besoin, les dates entre lesquelles le produit aura ce statut particulier (du 21 septembre au 31 octobre 2010, dans notre exemple).

- Pour apparaître dans la boutique, le produit doit être *Activé*. Quant à sa *Visibilité*, elle peut être restreinte : le produit n'apparaîtra par exemple que dans la recherche, mais pas dans le catalogue.
- La *Clé d'URL*, comme pour les catégories, sera automatiquement calculée si vous ne l'indiquez pas.
- Enfin, il vous est possible d'autoriser ou non les messages cadeau pour ce produit (*oui*, *non* ou *Utiliser la config*, qui appliquera les paramètres que vous avez établis lors de la configuration générale, voir chapitre 5).

Fixer les prix

Il est temps d'en venir à un paramètre essentiel, le *Prix* du produit et plus exactement ses prix... En effet, comme dans un commerce physique, un produit n'a pas forcément un prix unique, mais peut varier en fonction des promotions, des quantités achetées, des différentes taxes, etc. La devise utilisée est celle du magasin, telle qu'indiquée dans la configuration, dans le menu *Général>Paramétrage des devises* (pour en savoir plus, référez-vous au chapitre 8, à la section « Devises et taux de change »).

Site web	Groupe de clients	Quantité	Prix	Action
Tous les sites web	TOUS LES GRO	10 et plus	8.2	

Figure 7-21
Définition des prix d'un produit

À L'INTÉRIEUR Utilisation des dates de validité du prix spécial

Magento ne fait pas usage d'un mécanisme d'horloge pour changer le prix des produits en fonction des dates indiquées (par exemple, tous les jours à minuit). C'est à chaque affichage du produit que sera déterminé si on se trouve ou non entre les deux dates indiquées. Ces dates ne sont donc pas soumises à des contraintes particulières : elles n'ont pas nécessairement besoin d'être dans le futur, et elles pourront toujours être modifiées par la suite.

Le prix de base est indiqué dans le premier champ *Prix*. Pour une remise exceptionnelle, dans le cas d'une promotion saisonnière par exemple, utilisez le champ *Prix spécial*, en indiquant la période durant laquelle il sera valide (*Date de début* et *Date de fin*). Dans notre exemple, la passoire sera vendue à 8,3 € au lieu de 8,5 € du 12 au 31 août 2010. Cela aura pour effet, sur le site public, de barrer le prix normal, en le remplaçant

par le prix spécial. La dernière section de ce chapitre est consacrée exclusivement aux promotions.

Quant aux *Prix par palier*, ils vous permettent de faire du commerce de gros. Vous devez alors indiquer le ou les sites concernés, le type de clients à qui cette offre s'adresse (voir la section « Gérer sa clientèle » du chapitre 8), la quantité minimale pour que la remise s'applique, et un prix pour cette quantité. Par exemple, si on achète plus de dix passoires, le prix unitaire sera réduit à 8,2 €. Il est possible d'indiquer plusieurs paliers avec des prix régressifs. Bien sûr, si le *Prix spécial* indiqué est plus bas que le *Prix par palier*, c'est ce prix promotionnel qui sera appliqué lors d'un achat en quantité durant la période de promotion.

Le *Coût* du produit, son prix de revient, vous permet uniquement de faire des analyses ; il n'est pas visible par le public. Quant à la *Classe de TVA*, elle est expliquée à la section « Définir les taxes » du chapitre 8. Pour le moment, vous pouvez y laisser *Taxable Goods*.

Enfin, le produit peut être rendu ou non *Disponible pour Google Checkout*, le système de paiement par l'intermédiaire de Google dont nous avons parlé lors de la configuration au chapitre 5, selon votre intention ou non de faire appel à cet outil.

Ajouter des informations métas

Cette section permet tout simplement d'indiquer les informations classiques des balises <meta>, à savoir des mots-clés et une métadescription, à disposition notamment des moteurs de recherche, de la même manière que lors de la création de contenu dans le chapitre 6.

Informations métas	
Titre métá	<input type="text" value="Passoire simple"/> [STORE VIEW]
Mots-clés métá	<input type="text" value="Passoire, ustensile, riz"/> [STORE VIEW]
Description métá	<input type="text"/> [STORE VIEW] «

Figure 7–22
Informations métas d'un produit

CONSEIL**Redimensionner ses images**

Magento propose un redimensionnement automatique des images. De même, cela peut être fait directement par le navigateur du client, par des gabarits au code HTML approprié, bien que cela ait pour effet de déformer le résultat. Il est cependant conseillé de préparer soi-même ses images en leur donnant les dimensions finales souhaitées, car cela vous permet de contrôler exactement le résultat. Utilisez pour cela votre logiciel de traitement d'images favori (Gimp, Photoshop ou un utilitaire de type Image Resizer pour Windows).

Associer des images

Chaque produit peut être associé à un grand nombre d'images. Ces images sont attribuées exclusivement à un produit, et ne peuvent donc pas être partagées entre les produits. Vous pouvez ajouter différents types d'images, en fonction de leur emploi sur le site. Pour chaque image chargée, il vous faudra ainsi préciser son statut en cochant la case appropriée. Avec le gabarit standard, seules trois images seront utilisées :

- l'image de base (*Base Image*), qui est l'image principale figurant sur la fiche produit ;
- la petite image (*Small Image*), qui apparaît dans la grille des produits d'une catégorie par exemple ;
- la vignette (*Thumbnail*), correspondant à l'icône affichée dans la liste d'envies, la comparaison de produits, etc.

Les images seront redimensionnées automatiquement par Magento en fonction de l'emploi spécifié.



Figure 7–23 Cette image de la passoire sera utilisée comme petite image et comme vignette.

La manipulation pour envoyer les images est un peu particulière.

- 1 Cliquez sur *Browse Files*, et parcourez votre disque pour sélectionner l'image. Pour ajouter d'autres images, faites de même.
- 2 Une fois toutes les images sélectionnées, cliquez sur *Upload Files*. Celles-ci s'affichent alors juste à côté.
- 3 Les images ne s'affichent pas immédiatement, vérifiez celles que vous souhaitez en les survolant avec la souris, au cas où une erreur d'envoi ait eu lieu.
- 4 Enfin, choisissez un intitulé pour chacune d'elles, éventuellement un ordre de tri, et leurs emplacements d'apparition (*Base Image*, *Small Image*, *Thumbnail*).

À SUIVRE... Design du produit

L'onglet *Design* permet d'indiquer des informations liées à la présentation graphique du produit. Nous en reparlons au chapitre 10.

Propriétés d'inventaire pour la gestion des stocks

Dans l'onglet *Inventaire*, Magento propose un outil de gestion des stocks, dont vous ne saurez vous passer pour certains produits. Pour

l'activer pour le produit en cours de création, fixez le champ *Gérer les stocks* sur *Oui*. Voici le fonctionnement général de l'inventaire, pour les produits auxquels vous l'appliquez.

- Chaque produit dispose d'une certaine *Quantité* en stock. Cette valeur sera diminuée à la validation de chaque achat, si vous l'avez décidé ainsi dans la configuration (voir la section « Les options du menu Catalogue » au chapitre 5). Cette quantité est entière ou non (*La quantité utilise des décimales*) : s'il s'agit de produits quantifiables au poids, vous pouvez par exemple maîtriser des kilogrammes au gramme près.
- La quantité pouvant être commandée par un même client peut être limitée : spécifiez une *Quantité mini autorisée dans le panier* et une *Quantité maxi autorisée dans le panier*.
- La *Commande en rupture de stock* peut être autorisée ou non. Si c'est interdit, le client verra effectivement un message de rupture de stock. La limite de la rupture de stock peut être fixée à plus de zéro (*Qty for Item's Status to become Out of Stock*), c'est-à-dire que si vous indiquez 10 dans ce champ, le produit apparaîtra en rupture dès que le stock aura atteint ce chiffre.
- Enfin, si vous le désirez, vous pouvez *Notifier quand la quantité passe en dessous* d'une certaine valeur.

Inventaire	
Gérer les stocks	<input checked="" type="checkbox"/> Oui [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Quantité*	25 [GLOBAL]
Qty for Item's Status to become Out of Stock	0 [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Quantité mini autorisée dans le panier	1 [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Quantité maxi autorisée dans le panier	10000 [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
La quantité utilise des décimales	Non [GLOBAL]
Commande en rupture de stock	<input type="radio"/> Pas de commandes au delà des stocks [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Notifier quand la quantité passe en dessous de	1 [GLOBAL]
	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Disponibilité en stock	En stock [GLOBAL]

Figure 7–24
Propriétés d'inventaire d'un produit

Affecter le produit aux sites web et catégories

Pour indiquer sur quel(s) site(s) doit être vendu le produit, rendez-vous dans l'onglet *Sites web*. N'oubliez pas de cocher ici au minimum une case. De même, il vous faudra préciser à quelle(s) catégorie(s) appartient ce produit, en cochant les cases appropriées dans l'onglet *Catégories*.

Figure 7–25 Choix du site web

Figure 7–26 Catégories du produit

Produits apparentés, ventes incitatives et ventes croisées

Voyons maintenant une fonctionnalité qui ne manquera pas d'éveiller votre fibre commerciale. En effet, Magento facilite la mise en œuvre des techniques telles que les ventes incitatives ou les ventes croisées, en permettant d'indiquer des relations entre un nouveau produit et des produits déjà existants dans le catalogue. C'est là l'objet des onglets intitulés *Produits apparentés*, *Ventes incitatives* et *Ventes croisées*.

- Les *Produits apparentés* apparaissent sur la fiche produit, à acheter en plus de ce produit. C'est par exemple le cas des produits introduits sur Amazon.fr par « Les clients ayant acheté cet article ont également acheté... ».
- Les *Ventes incitatives* concernent des produits qui seront également affichés sur la fiche produit, mais à acheter en montée de gamme (mieux et plus cher !).
- Les *Ventes croisées* concernent quant à elles des produits apparaissant avec le panier, proposés pour compléter l'achat (par exemple, un livre de recettes à proposer avec vos différents riz).

CONSEIL À utiliser sans modération

Les techniques commerciales d'appariement de produits sont efficaces, d'autant plus si la présentation de la boutique est simple, sans risque de perdre les clients. Bien que ce soit un travail long et systématique, il est judicieux de bien prendre le temps d'y réfléchir et de les cumuler.

Figure 7–27
Produits apparentés

	ID	Nom	Type	Nom du groupe d'attributs	Statut	Visibilité	Réf.	Prix	Pos.
Tous									
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Riz long	Simple Product	Default	Activé	Catalogue, Recherche	0001	2,40 €	

Abonnements aux alertes sur les produits

Sur un site conçu avec Magento, vous pouvez faire en sorte que les clients puissent demander à recevoir des alertes e-mail sur un produit : lorsqu'il sera à nouveau disponible, lorsque son prix baisse, etc. Cela s'établit lors de la configuration, comme nous l'avons vu dans la section

« E-mails d’alerte » de la configuration du menu *Catalogue*, dans le chapitre 5. L’onglet *Alertes du produit* permet de visualiser et de gérer les abonnements des clients.

Alertes du produit						
L’abonnement à l’alerte sur le prix a bien été sauvegardée						
Prénom	Nom de famille	Email	Prix	Date d’abonnement	Dernière notification	Nombre d’envois
Il n'y a aucun client pour cette alerte						

Figure 7–28

Liste des alertes client sur les produits

Ajouter des options personnalisables : choix de la taille, de la couleur, etc.

Les *Options personnalisables* correspondent aux choix laissés au client lorsqu'il achète un produit par exemple une taille ou une couleur à cocher parmi une liste à choix multiples. Il peut tout aussi bien s'agir d'un simple champ de texte à remplir (permettant au client de vous laisser un message ou encore son texte au choix si vous vendez des tee-shirts personnalisés, par exemple). Indiquez tout d'abord un titre générique (par exemple, *Couleur*), puis le type de saisie qu'aura à effectuer le client parmi les options suivantes :

- *Drop down* : liste déroulante ;
- *Radio Buttons* : un choix parmi une liste, en cochant des boutons radio ;
- *Checkbox* : oui ou non, case à cocher ;
- *Multiple select* : zone de choix multiples.

Précisez ensuite si cette option est obligatoire ou non, ainsi qu'un ordre d'apparition si plusieurs options sont disponibles. Puis, vous n'avez plus qu'à détailler chacune des valeurs pour chaque option :

- son *Titre* ou intitulé (*Gris*, *Vert fluo*, etc., dans le cas d'une option de couleur) ;
- le prix additionnel, si certaines options sont plus chères que d'autres. Ce prix est alors une augmentation soit fixe (*Fixé*), soit en pourcentage du prix d'origine (*Pourcent*) ;
- la *Réf.* de chaque option (en remplacement de la référence principale) ;
- l'*Ordre de tri*, pour l'affichage.

Titre *	Type de saisie *	Obligatoire	Ordre de tri	Supprimer l'option
Couleur	Radio Buttons	Oui	100	
				Ajouter une ligne
Titre *	Prix	Type de prix	Réf.	Ordre de tri
Gris		Fixé	0011	10
Vert fluo	110	Pourcent	0011A	20

Figure 7–29
Définir des options personnalisables

Tous ces choix étant faits, vous pouvez sauvegarder votre produit et vérifier sur le site public son bon fonctionnement. Voici la fiche produit, résultat de notre création.

Accueil / Ustensiles / Passeoire

Passeoire

Soyez le premier à commenter ce produit

Soyez alerté des changements de prix

Disponibilité : en stock.

8,50 €

Achetez-en 10 à 8,20 € pièce et économisez 4%

[Ajouter à ma liste d'envies](#) | [Ajouter au comparateur](#)

Description rapide

Passeoire en plastique simple

PLUS DE VUES

Couleur *

Gris

Vert fluo +9,35 €

Figure 7–30
Fiche du produit créé

Les différents types de produits

Le produit que nous venons de créer, à savoir la passeoire, était un produit simple (*Simple Product*). Or, il est possible avec Magento de mettre en vente cinq autres types de produits. En voici la liste complète :

- les produits configurables, pour lesquels certains choix sont laissés au client ;
- les produits groupés, via lesquels on propose des ensembles judicieux ;

Astuces Dupliquer un produit

Lors de l'édition d'un produit, vous pouvez le *Duplicer* (bouton en haut de la page d'édition de ce produit). Un second produit strictement identique est alors créé, les seules différences concernant le stock et la référence. Il s'agit d'un simple clonage, les données dupliquées étant ensuite strictement indépendantes ; les deux produits peuvent ensuite être modifiés sans conséquences ni pour l'un ni pour l'autre.

<input type="checkbox"/>	3	Passoire	Simple Product	Outil		8,50 €	0	Catalogue, Recherche	Désactivé
<input type="checkbox"/>	2	Passoire	Simple Product	Outil	0011	8,50 €	25	Catalogue, Recherche	Activé
<input type="checkbox"/>	1	Riz long	Simple Product	Default	0001	2,40 €	98	Catalogue, Recherche	Activé

Figure 7-31 Liste des produits, après duplication de la passoire

- les produits en lot, permettant de proposer des réductions, des ensembles, etc. ;
- les produits téléchargeables, livrables directement sur l'ordinateur du client ;
- les produits virtuels, pour lesquels nulle livraison n'est nécessaire.

Les produits configurables

Un produit configurable est un produit pour lequel plusieurs variantes sont disponibles : à partir du produit de base, le client devra sélectionner une ou plusieurs options. Par exemple, pour un produit de base « Riz rond pour Sushi », il pourra choisir entre du riz lavé ou non, sachant que le riz lavé aura un surcoût de 65 centimes d'euro. Contrairement aux options personnalisables, ceci permettra de limiter le choix des clients à certaines configurations du produit.

Nouveau produit (Outil)

Sélectionner les attributs configurables

💡 Il sont disponibles que les attributs ayant une portée "Global", un type de saisie "Liste déroulante" et ayant la valeur "Oui" à Utiliser pour créer un produit configurable.

This attribute set don't have attributes which we can use for configurable product

Retour

Figure 7-32
Erreur à la création d'un produit configurable

Pour créer un produit configurable, on devra choisir son groupe d'attributs pour qu'il comporte au minimum un attribut à valeur variable, c'est-

à-dire de type *Liste déroulante*. Celui-ci doit également avoir une portée globale (afin de ne pas varier suivant les vues ou les magasins), et être défini comme pouvant servir à créer des produits configurables. Si le groupe d'attributs est mal choisi, voilà le résultat (figure 7-32).

- 1 Ajoutons par exemple, à notre groupe d'attributs par défaut (*Default*), un attribut supplémentaire « lavé » (à valeur possible *oui/non*), puis créons notre produit configurable, à savoir le « Riz rond pour Sushi ».

Nouveau produit

Créer des attributs produit

Groupe d'attributs: Default

Type du produit: Configurable Product

Continuer

Figure 7-33
Création d'un produit configurable

- 2 Nous sélectionnons ensuite l'attribut utile pour la configuration.

Nouveau produit (Default)

Sélectionner les attributs configurables

Il est recommandé de sélectionner les attributs ayant une portée "Global", un type de saisie "Liste déroulante" et ayant la valeur "Oui" à utiliser pour créer un produit configurable.

Lavé

Continuer

Figure 7-34
Choix de l'attribut configurable

- 3 Le produit est similaire au produit simple, avec ses attributs propres. Vous observez que l'inventaire est réduit, il n'y a pas de quantité indiquée.

Inventaire

Gérer les stocks: Oui [GLOBAL]

Utiliser les paramètres de la configuration:

Disponibilité en stock: En stock [GLOBAL]

Continuer

Figure 7-35
Inventaire pour un produit configurable

- 4 Rendons-nous maintenant dans le volet *Produits associés*. Nous allons pouvoir y créer des produits supplémentaires, qui serviront en fait de configurations différentes pour le produit de base. Le visiteur, quant

à lui, ne verra que le produit principal, avec ses différentes options à définir. Chaque produit associé est un produit simple, qui aura son propre prix, sa propre référence, son propre stock, etc.

ID	Nom	Nom du groupe d'attributs	Réf.	Prix	Inventaire	Lavé	Action
Tous				Entre:			
				Et :			

Aucun enregistrement trouvé.

- 5 Pour ajouter des produits associés, il est possible de réutiliser des produits existants et d'en créer de nouveaux au moyen du bouton *Créer vide*. Mais le plus pratique est de sauvegarder notre produit de base, puis de revenir l'édition dans ce même onglet (section *Création rapide de produit simple*). Ainsi pouvons-nous alors créer rapidement des produits, un par un, à partir d'un même produit de base.

Figure 7–36
Création de produits associés
au produit configurable

CONSEIL Masquer les sous-produits

Les produits simples qui ne servent que pour les choix des produits configurables ne devraient pas être eux-mêmes affichés. Utilisez pour cela l'attribut « visibilité » de chaque produit.

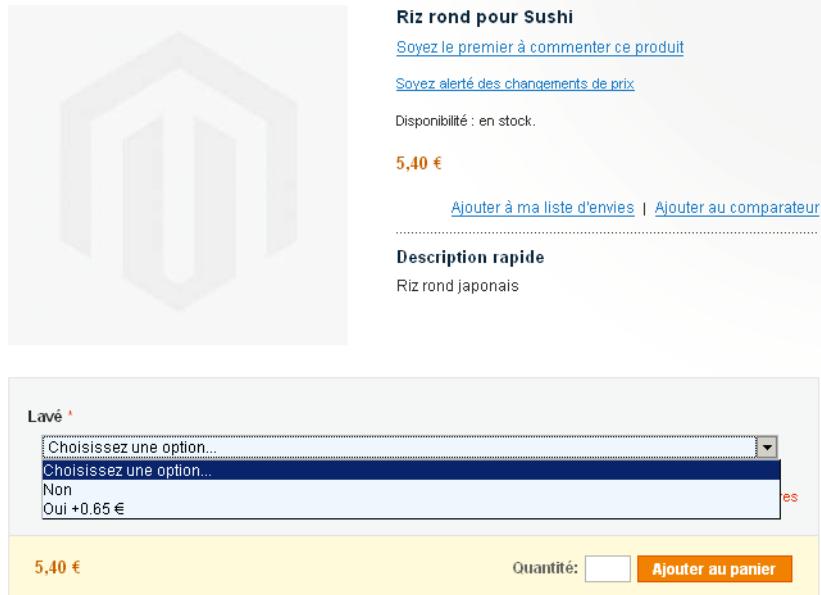
Figure 7–37
Création rapide d'un produit à partir d'un produit configurable

Le résultat de nos créations est visible sur la fiche produit du site public : ici, notre produit « Riz rond pour Sushi » est bien disponible en option *Lavé* ou non.

Figure 7–38
Produits associés à un produit configurable

	ID	Nom	Nom du groupe d'attributs	Réf.	Prix	Inventaire	Lavé	Action
Oui					Entre:			
<input checked="" type="checkbox"/>	5	Riz rond pour Sushi-Oui	Default	0002-Oui	5,40 €	En stock	Oui	Éditer
<input checked="" type="checkbox"/>	6	Riz rond pour Sushi-Non	Default	0002-Non	5,40 €	En stock	Non	Éditer

Figure 7–39
Configuration d'un produit par le client, sur le site public



The screenshot shows a product configuration interface for a 'Riz rond pour Sushi'. It includes a placeholder image, social sharing links, availability status, price, and a 'Description rapide' section. Below this, a dropdown menu for 'Lavé' (Washed) offers two choices: 'Non' (0€) and 'Oui +0.65€' (0.65€). At the bottom, there's a summary row with the price '5,40 €', a quantity input field, and an 'Ajouter au panier' (Add to Cart) button.

Lavé *
<input type="button" value="Choisissez une option..."/>
<input type="button" value="Choisissez une option..."/>
Non
Oui +0.65 €

5,40 €

Quantité: Ajouter au panier

Les produits groupés

Un produit groupé est un produit constitué d'autres produits, afin de proposer une offre idéale. Il peut s'agir d'une certaine quantité d'un même produit : par exemple, 8 kg de riz rond pour sushi, sachant que le produit de base est vendu par unité de 1 kg, ce qui revient à vendre 8 unités de ce produit ensemble, l'offre étant proposée comme la quantité de riz servant à confectionner 20 kg de sushis. La liste de ces produits associés peut être constituée à partir de n'importe quel produit du magasin (si tant est que nous vendions aussi du poisson cru, nous pourrions donc aussi le grouper à cette offre). À la différence des produits vendus par lot (voir section suivante), le client pourra modifier la propor-

sition pour l'accorder à ses souhaits, par exemple ne prendre que 7 kg de riz ou échanger le saumon contre du thon.

- 1 Un *Produit groupé* se crée comme un produit simple. Vous devez bien sûr lui donner un nom (ici, pourquoi pas « 20 kg de sushi » puisque c'est le but de la manœuvre) et décrire en quoi le groupe consiste dans les champs de description (« 8 kg de riz rond de haute qualité », par exemple).
- 2 Ensuite, les onglets *Prix* et *Inventaire* sont très restreints, se limitant à la disponibilité pour Google Checkout et au stock restant.

Prix	
Le produit est-il disponible pour Google Checkout	Oui [GLOBAL]

Inventaire	
Gérer les stocks	Oui [GLOBAL] <input checked="" type="checkbox"/> Utiliser les paramètres de la configuration
Disponibilité en stock	Épuisé [GLOBAL]

Figure 7-40
Onglets Prix et Inventaire d'un produit groupé

- 3 Comme pour le produit configurable, il va nous falloir sélectionner des *Produits associés* pour constituer notre groupe. Nous choisissons donc le *Riz rond pour Sushi-Oui* dans la liste des produits en cochant la case à gauche et en choisissant une quantité par défaut.

	ID	Nom	Réf.	Prix	Qté par défaut	Position
Tous				Entre: Et:	Entre: Et:	Entre: Et:
<input type="checkbox"/>	6	Riz rond pour Sushi-Non	0002-Non	5,40 €		
<input checked="" type="checkbox"/>	5	Riz rond pour Sushi-Oui	0002-Oui	5,40 €	9	10
<input type="checkbox"/>	1	Riz long	0001	2,40 €		

Figure 7-41
Liste des produits constituant un produit groupé

- 4 Sauvegardons ces données et voyons le résultat dans la partie publique : le produit « 20 kg de sushi » apparaît avec sa disponibilité, sa description et, surtout, le nom des produits qui le composent. Le client peut alors modifier la quantité selon ses souhaits (éventuellement 0) ou retirer un produit du groupe, et le prix total s'affichera alors en fonction.

20kg de sushi

Soyez le premier à commenter ce produit

Soyez alerté des changements de prix

Disponibilité : en stock.

Nom du produit	Prix	Quantité
Riz rond pour Sushi-Oui	5,40 €	8

Ajouter au panier OU [Ajouter à ma liste d'envies](#) [Ajouter au comparateur](#)

Description rapide

8kg de riz rond de haute qualité

Figure 7–42
Fiche d'un produit groupé

Les produits packagés

Le *Produit packagé*, ou produit en lot, est très similaire au produit groupé, quel que soit le produit, si ce n'est que le client n'aura pas le choix de modifier la composition du ou des lots inclus. Il ne saura d'ailleurs pas nécessairement que c'est un lot qu'il achète. Prenons l'exemple d'un lot destiné à vendre la quantité de riz nécessaire à la confection d'une paella pour vingt personnes, soit 6 kg de riz long. Contrairement au produit groupé, la fiche produit du lot ne montrera pas forcément que l'on vend en fait six unités du produit que nous avons dénommé « Riz long » et, surtout, le client n'aura pas le loisir de modifier cette quantité. Le prix est donné pour le lot et le prix unitaire du produit n'est cette fois pas précisé.

- 1 Lors de la création du produit, l'onglet *Général* nous propose de générer automatiquement la référence et le poids, en faisant la somme de tout le contenu, à partir des informations fournies à l'étape n° 3 suivante. Il suffit pour cela de sélectionner *Dynamique* dans la liste déroulante *Réf.*.

Général

Nom * Paëlla géante [STORE VIEW]

Description * <h2>De quoi réussir votre soirée d'été!</h2><p>Du riz pour 20</p> [STORE VIEW]

Éditeur WYSIWYG

Description courte * Suffisamment de riz pour une paella de 20 personnes [STORE VIEW]

Réf. * Dynamique [GLOBAL]

Éditeur WYSIWYG

Figure 7–43
Onglet Général d'un produit en lot

- 2** De même, le prix peut être dynamique (la somme de tout le contenu) ou fixe. Nous choisissons un *Prix Fixe*. Comme pour les produits simples, vous pouvez aussi spécifier des prix spéciaux pour les promotions exceptionnelles.

Prix	
Prix *	Fixe <input type="button" value="▼"/> 1 [EUR]
Prix spécial	[%] <input type="button" value="[]"/>

Figure 7-44
Choix d'un prix pour le produit en lot

- 3** Quant au contenu de notre lot, nous allons le préciser dans l'onglet *Articles packagés* spécifique à ce type de produits. Nous devons tout d'abord indiquer si tous les produits sont livrés en même temps, avant de choisir la composition des lots. Chaque lot est considéré comme une option à activer ou non par le client (le lot peut être obligatoire, le client ne peut alors pas le désactiver). Il faut ensuite cocher pour chaque lot les produits concernés, en précisant leur quantité.

ID	Nom du produit	Nom du groupe d'attributs	Réf.	Prix	Obligatoire	Oté à aj.
6	Riz rond pour Sushi-Non	Default	0002-Non	5,40 €	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Riz rond pour Sushi-Oui	Default	0002-Oui	5,40 €	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	Riz long	Default	0001	2,40 €	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figure 7-45
Choix des produits composant le lot

Notre lot est prêt. Observez comment il se présente sur les interfaces d'administration (figure 7-46) et publique (figure 7-47). Nous avions choisi une « option » obligatoire, donc le client devra acheter le riz. Observez le prix total, égal au prix de l'article additionné au prix de l'option.

Articles packagés

Ajouter une option

Titre par défaut * Riz associé **Supprimer l'option**

Type d'entrée Obligatoire Position
Checkbox Oui 10 **Ajouter une sélection**

Item	Prix	Type de prix	Qté par défaut	Position	Par défaut
Riz long Réf.: 0001	3.20	Fixe	6	0	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Figure 7–46

Le lot tel qu'il apparaît pour l'administrateur

Paella géante
[Soyez le premier à commenter ce produit](#)
[Soyez alerté des changements de prix](#)
 Disponibilité: Disponible
 20,20 €
Prix de cette configuration: 20,20 €
[Ajouter à ma liste d'envies](#) | [Ajouter au comparateur](#)

Description rapide
 Suffisamment de riz pour 20 personne à la paëlla

Riz associé *
 6 x Riz long +19,20 € * Champs obligatoires

Prix de cette configuration: 20,20 € Quantité: **Ajouter au panier**

Les produits téléchargeables

Un produit téléchargeable (*downloadable*, en anglais) consiste en un ou plusieurs fichiers que l'acheteur pourra récupérer directement sur son ordinateur par téléchargement. Par exemple, notre magasin pourra proposer à l'achat un livre pour apprendre à cuisiner le riz pour les enfants, à télécharger sous forme d'un fichier PDF.

Les données à renseigner sont les mêmes que pour un produit simple, si ce n'est que vous devrez les compléter par des *Informations téléchargement*.

- La première section de cet onglet, *Exemples*, permet d'indiquer des fichiers de démonstration du produit final (quelques pages d'un livre, une version réduite ou limitée dans le temps d'un logiciel...) qui

seront téléchargeables gratuitement par le visiteur. Leur nombre n'est pas limité. Donnez-leur un *Titre*, une position pour le *Tri* et spécifiez soit un fichier sélectionné (*File*) en parcourant l'arborescence de votre serveur, soit l'*URL* complète de ce fichier.

Titre *	Fichier	Tri
<input type="text" value="Page 11"/>	<input checked="" type="radio"/> File: <input type="text" value="87recettes_example.pdf (6 o)"/> <input type="button" value="X"/> <input type="radio"/> URL: <input type="text"/>	<input type="button" value="X"/>
	<input checked="" type="radio"/> File: <input type="text"/> <input type="button" value="..."/> <input type="button" value="X"/> <input type="radio"/> URL: <input type="text"/>	<input type="button" value="X"/>

Ajouter une ligne **Télécharger les fichiers**

Figure 7–48
Sélection des extraits
à télécharger gratuitement

2 Ensuite, il vous faut créer le véritable contenu à vendre dans la section *Liens*. Il est possible d'indiquer plusieurs fichiers, chacun avec un prix supplémentaire et son propre exemple. Enfin, vous pouvez spécifier un nombre limité de téléchargements, ou alors cocher la case *Unlimited* (illimité) pour que l'acheteur puisse télécharger ce même fichier autant de fois qu'il le souhaite.

Titre *	Prix	Téléchargements max.	Partage	Exemple	Fichier
<input type="text" value="vrage"/>	<input type="text" value="0 [EUR]"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="button" value="Use config"/>	<input type="radio"/> File: <input type="text" value="87recettes_example.pdf (6 o)"/> <input type="radio"/> URL: <input type="text"/>	<input checked="" type="radio"/> File: <input type="text" value="87recettes_example.pdf (6 o)"/> <input type="radio"/> URL: <input type="text"/>

Ajouter un

Figure 7–49
Sélection des fichiers vendus
au téléchargement

Les produits téléchargeables seront disponibles aux acheteurs, sur le site, comme tous les autres produits, sous forme de fiche produit. Une fois acheté, le client pourra télécharger son ouvrage à partir de sa page de gestion de compte, dans l'onglet *Mes produits téléchargeables*. Il lui suffit alors de cliquer sur le lien disponible.



Figure 7–50
Achat d'un produit téléchargeable

The screenshot shows a client account page titled 'Mes produits téléchargeables'. It displays a table with one row of data. The columns are labeled 'N° de commande', 'Date', 'Titre', 'Statut', and 'Téléchargements restants'. The single entry is: '100000002' (N° de commande), '21/08/09' (Date), 'Le riz pour les enfants : 87 recettes - L'ouvrage' (Titre), 'Available' (Statut), and 'Illimité' (Téléchargements restants). Above the table, there's a note '1 article(s)' and a 'Afficher 10 par page' dropdown. Below the table, another note '1 article(s)' and a 'Afficher 10 par page' dropdown are shown. At the bottom left is a '« Retour' link.

Figure 7–51
Résultat de l'achat sur la page de gestion de compte du client

À SAVOIR Configuration des produits téléchargeables

Les options de partage des produits téléchargeables sont spécifiées par défaut dans la configuration générale, dans le menu *Catalogue* (voir chapitre 5).

Le client devrait être obligé d'attendre que le produit soit facturé pour télécharger (*Statut de l'article commandé pour activer les téléchargements*). Le *Nombre maximum de téléchargements par défaut* est à 0, afin de permettre un nombre illimité de téléchargements.

Le partage du fichier entre clients peut être autorisé ou non, via l'option *Autoriser le partage*. S'il ne l'est pas, pour télécharger, il faut se connecter sur le site avec les identifiants de l'acheteur, mais attention, cela ne vous protège pas de la copie illégale.

Pour les exemple, il est possible d'indiquer un *Titre par défaut*.

Pour ce qui est du lien de téléchargement, les possibilités habituelles du HTML sont disponibles : *Ouvrir les liens dans une nouvelle fenêtre* et *Proposer le contenu En ligne ou Comme pièce jointe*.

Les produits virtuels

On appelle « produit virtuel » tout produit n'étant pas un objet matériel (ni même un fichier informatique). Il peut s'agir par exemple d'un abonnement, d'une licence ou de toute sorte de service. Il ne nécessite donc pas de livraison, de stock, et bien évidemment, nul besoin de lui spécifier un poids !

Gérer les promotions

Outre le prix spécial et le prix par palier décrits dans la section précédente, présentant une offre exceptionnelle sur la fiche produit durant un certain laps de temps, deux autres types de promotions peuvent être mises en place, afin de réduire les prix de façon conditionnelle :

- les promotions catalogue, qui s'appliquent à un seul produit, selon des critères que vous aurez choisis ;
- les promotions panier, qui s'appliquent à tout le panier, en fonction de la somme totale de ce panier par exemple.

Les promotions catalogue

Les conditions de ces promotions sont définies au sein de règles, qu'il va falloir établir pour chacune des promotions proposées : par exemple, une remise de 30 % pour tous les riz dont le prix est supérieur à 4 €.

Définir une règle

Pour mettre en place ces règles, utilisez le menu *Promotions>Règles de prix catalogue*. Il n'y en existe pas par défaut. Pour créer une nouvelle promotion, cliquez sur *Ajouter une nouvelle règle*.

Règles de prix catalogue		Appliquer les règles	Ajouter une nouvelle règle
Page	<input type="text" value="1"/>	sur 1 page(s) Voir <input type="text" value="20"/> par page Nombre d'enregistrements : 0	Réinitialiser le filtre Rechercher
ID	Nom de la règle	Date de démarrage	Date d'expiration
Aucun enregistrement trouvé.			

Figure 7–52 Liste des promotions catalogue

Le *Nom de la règle* et sa *Description* vous serviront de référence : « Riz moins cher – Une promotion sur tous les riz trop chers », par exemple.

Son *Statut* sera *Actif* ou *Inactif*, et elle ne pourra s'appliquer éventuellement qu'à certains *Sites web* ou à certains *Groupes clients* (les groupes clients sont abordés dans le chapitre 8). Vous pouvez également lui donner deux dates de validité et une *Priorité*, dans le cas où plusieurs règles puissent interférer.

The screenshot shows the 'Informations générales' (General Information) tab of a Magento catalog rule configuration page. The form includes the following fields:

- Nom de la règle**: Riz moins cher
- Description**: Une promotion sur tous les riz trop chers
- Statut**: Actif
- Sites web**: Main Website
- Groupes clients**: NOT LOGGED IN, General, Wholesale, Retailer
- Date de début**: (empty input field)
- Date de fin**: (empty input field)
- Priorité**: (empty input field)

Figure 7-53

Création d'une règle de promotion catalogue

Conditions d'application de la règle

Le deuxième onglet *Conditions* nous permet d'indiquer que la règle ne va s'appliquer que dans certaines conditions. Dans notre cas, elle s'appliquera à tous les produits dont le nom contient le mot « riz » et dont le prix est supérieur à 4 €. Le + sert à ajouter des conditions. Vous ajoutez alors une condition sur un attribut ou bien une combinaison de plusieurs conditions (qui alors disposent de nouveau d'une phrase du type « Si toutes... »). Chaque attribut, suivant son type, sera pris en compte selon un opérateur (inférieur, supérieur, égal à, contient...) et une valeur (numérique, texte...).

Dans l'énoncé des conditions, le mot *Toutes* peut être remplacé par *Une ou plusieurs de*. Cela correspond aux opérateurs booléens ET et OU utilisés habituellement en informatique. Quant au mot *Vraies*, il peut être remplacé par *Fausses*. Il s'agit de l'habituel NON.

Figure 7–54
Ajouter les conditions d'application d'une règle

Résultat

Le troisième et dernier onglet, *Mettre à jour les prix de la façon suivante*, permet d'indiquer l'action qui sera effectuée si toutes les conditions sont réunies. Comme il s'agit d'une règle de promotion, il s'agit nécessairement d'une modification du prix :

- une remise fixe (1 €) ou en pourcentage (30 %) ;
- un nouveau prix fixe (3 €) ou en pourcentage du précédent (70 %).

Une fois sélectionné le type de réduction à appliquer, indiquez sa valeur (entier ou pourcentage). Si vous décidez d'*Arrêter de traiter les règles suivantes*, cela signifiera que si cette règle s'applique, toutes les règles de priorité inférieure seront ensuite ignorées.

Comme pour le prix spécial, la promotion sera visible par le client sur la fiche des produits concernés, le *Prix normal* étant barré et remplacé par le *Prix promotionnel*.

Figure 7–55
Exemple de remise de 30 % du prix d'origine

Figure 7–56 Promotion sur un article affichée sur la fiche produit

À SAVOIR Priorité des promotions

Les promotions catalogue sont appliquées avant les promotions panier. Ces dernières ne sont en effet visibles que lors de la finalisation de l'achat. Cela n'empêche pas, bien sûr, de les annoncer à d'autres endroits du site, dans des encarts promotionnels, tels que « 10 € offerts pour plus de 100 € d'achat ! », mais leur calcul n'interviendra qu'après toute autre réduction.

Les promotions panier

Les promotions panier seront appliquées en fonction des achats du visiteur, sur la totalité du panier en cours. On pourrait imaginer, par exemple, que pour plus de 100 € d'achat, le client bénéficie d'une remise de 20 %. De même, le client peut déjà posséder un bon de réduction et vouloir le déduire du montant total de sa commande. Le principe de fonctionnement est très proche de celui des promotions catalogue.

Définir une règle

Pour atteindre les règles de promotions panier, utilisez le menu *Promotions > Règles de prix panier*. Il n'y en existe pas par défaut. Pour en créer une nouvelle, cliquez sur *Ajouter une nouvelle règle*. Les informations de base de la règle (nom, description, domaine d'application...) sont identiques aux précédentes, hormis la possibilité de déduire des bons de réduction.

Figure 7–57 Listes de règles de prix panier

Bons de réduction

Si un *Code du bon de réduction* est indiqué, seuls les possesseurs de ce code bénéficieront de cette promotion. C'est vous qui fixez ce code, et vous n'aurez plus qu'à le communiquer à votre client de quelque façon que ce soit (e-mail, courrier, téléphone, publicité, etc.) en fonction de vos pratiques commerciales. Vous pouvez aussi limiter le *Nombre d'utilisations par bon de réduction* (pour limiter le nombre total d'utilisations de ce bon : pas plus de 1 000 fois, pour éviter une trop grande diffusion du code de réduction, par exemple) et le *Nombre d'utilisations par client* (1 semble une valeur raisonnable).

Code du bon de réduction	123456A
Nb d'utilisations par bon de réduction	1000
Nb d'utilisations par client	1

Figure 7–58

Ajout d'un bon de réduction à une promotion

Pour utiliser son code de réduction, le client n'aura qu'à le saisir dans le champ approprié sur la page de son panier, puis valider. Le total (ou sous-total) de sa commande se verra alors réduit du montant du bon de réduction, comme on le voit sur la figure ci-après.

Sous-total	15,12 €
Remise (123456A)	-1,51 €
Montant global	13,61 €

Figure 7-59

Une remise, une fois le bon de réduction appliqué

Conditions d'application de la règle

Dans le dixième onglet, *Conditions d'application de la règle*, les conditions indiquées dépendent d'informations sur le panier lui-même :

- la présence de certains produits en certaines quantités (par exemple, le client achète plus de 10 kg de riz) ;
- la présence de certains attributs de produits (si le panier contient des produits d'origine française – si tant est que l'on ait ajouté l'origine du produit comme attribut) ;
- un sous-total d'un certain montant, une quantité minimale d'articles, un poids total minimal (un minimum d'achat de 100 €, un nombre de produits supérieur à 10, un poids supérieur à 10 kg) ;
- le mode de paiement, le mode de livraison, le lieu de livraison (si le client paye via PayPal plutôt que par carte bancaire, s'il accepte d'être livré à un point de retrait ou s'il habite la ville où sont stockées vos marchandises).

Dans le dernier onglet, *Mettre à jour les prix de la façon suivante*, de nombreuses possibilités sont disponibles.

Il est possible d'appliquer une modification d'une certaine *Valeur* fixe ou en pourcentage (comme pour les promotions catalogue), mais aussi de limiter la *Quantité maximum d'articles bénéficiant de la remise* ou d'indiquer une *Quantité minimum d'articles pour bénéficier de la remise*. Notez que la remise peut aussi être de type *Livraison gratuite*. Là encore, si on lui a accordé une priorité, elle peut empêcher le *Traitement de règles* avec une priorité plus faible. Enfin, on peut créer une condition supplémentaire qui permet simplement de choisir à quels articles la promotion s'applique, lorsqu'elle s'applique.

Mettre à jour les prix de la façon suivante

Appliquer	Remise en pourcentage du prix du produit
Valeur à appliquer *	10
Quantité maxi d'articles bénéficiant de la remise	0
Quantité pour obtenir la remise (Achetez-en X)	
Livraison gratuite	Non
Arrêter de traiter les règles suivantes	Non

Appliquer la règle seulement aux articles du panier qui remplissent les conditions suivantes (laisser vide pour appliquer à tous les produits du panier)

Si **TOUTES** ces conditions sont **VRAIES** :

...

Figure 7–60

Mise à jour des prix selon la promotion

Les conditions générales de vente et d'utilisation

NE PAS CONFONDRE CGV OU CGU ?

Les conditions générales d'utilisation (CGU) ne sont qu'une généralisation du principe de conditions générales de vente (CGV), applicable à tout commerce, à tout domaine d'utilisation. Les CGV ne sont donc qu'une partie des CGU.

« Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service. En cas de litige, il appartient au vendeur de prouver qu'il a exécuté cette obligation. » Comme le montre cet article du Code de la consommation (article L111-1), les conditions générales de vente (CGV) et d'utilisation (CGU) de votre commerce doivent pouvoir être consultées (et imprimées) en permanence sur votre site. Il s'agit de toutes les garanties, limitations de responsabilité, indications sur la livraison, etc., que le client est en droit de connaître avant de conclure un achat. Il doit les valider avant achat pour que la vente soit conclue en toute légalité, et cela lui est traditionnellement demandé via une case à cocher de type « J'accepte les conditions générales... » avant d'effectuer la dernière validation avant paiement. Vous devez avoir déterminé soigneusement celles qui s'appliquent à votre activité en particulier.

Magento permet de créer plusieurs textes de conditions générales de vente et d'utilisation, en permettant que certaines ne s'appliquent qu'à certains sites web ou certaines vues magasin. Rendez-vous sur la liste Catalogue>Gérer les conditions générales de vente. Aucune condition n'est présente par défaut. Cliquez sur Ajouter une condition.

CULTURE Législation en matière de commerce électronique

Le Code de la consommation, valable pour tout type de commerce, est disponible en ligne sur le site Legifrance.gouv.fr :

► [http://www.legifrance.gouv.fr/
affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565)

En France, une dizaine de lois différentes indiquent des cas particuliers pour la vente par Internet et la vente à distance, notamment la Loi Chatel pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, en vigueur depuis juin 2008.

► [http://www.legifrance.gouv.fr/
affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000017785995](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000017785995)

Pour vous aider à rédiger ces conditions, la Chambre de commerce et de l'industrie de Paris propose un contrat type de commerce électronique, téléchargeable à l'adresse suivante :

► <http://www.etudes.ccip.fr/dossier/13-commerce-electronique>

Gérer les conditions générales de ventes			
Ajouter			
Page	<input type="text" value="1"/>	<input type="checkbox"/> sur 1 page(s) Voir <input type="text" value="20"/> par page Nombre d'enregistrements : 0	Réinitialiser le filtre
ID	Nom de la condition	Vue magasin	Statut
		Toutes les vues magasin	
Aucun enregistrement trouvé.			

Figure 7–61 Liste des CGV

Le *Nom de la condition* est quelconque. La condition doit avoir son *Statut* activé pour apparaître. Son contenu peut être du HTML ou du texte brut, vous avez donc le choix pour l'affichage. Le contenu de la condition est composé du *Texte* et du *Texte de la case à cocher* qui apparaîtra à côté de celle-ci (par exemple : « Je valide »). Comme ce texte peut être très long, vous pouvez indiquer une *Hauteur du contenu* en nombre de pixels (40 px, par exemple). Cela limitera la taille du bloc où s'afficheront ces conditions. Enfin, si votre site est bilingue, il vous est bien sûr conseillé de traduire vos conditions en choisissant une *Vue magasin* appropriée.

Enregistrez la condition, vérifiez que les CGV sont activées dans le menu *Système>Configuration>Ventes>Régler mes achats>Options de règlement>Activer les CGV* et observez le résultat lors d'un achat. Le texte apparaît sous le total des achats dans le panier, accompagné d'une case à cocher. Cette case doit être impérativement cochée pour que la commande soit envoyée.

Nouvelle condition

Informations de conditions générales de ventes

Nom de la condition *	Age limite
Statut *	Activé
Afficher le contenu comme *	Texte
Vue magasin *	<input type="checkbox"/> Toutes les vues magasin <input checked="" type="checkbox"/> Main Website <input type="checkbox"/> Magasin principal <input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Recettes des Riz du monde <input type="checkbox"/> Français
Texte de la case à cocher *	<input type="checkbox"/> Je valide

Figure 7–62
Propriétés d'une nouvelle condition

5 Vérification de commande

Nom du produit	Prix	Quantité	Sous-total
Paëlla géante	20,20 €	1	20,20 €
Riz associé			
6 x Riz long 19,20 €			
	Sous-total		20,20 €
	Frais de port (Flat Rate - Fixed)		5,00 €
	Montant global		25,20 €

Si vous commandez un article sur le Site Internet, vous garantissez que les conditions suivantes sont remplies :
 1 Vous êtes en droit de conclure des contrats ayant force obligatoire.

Je valide

Vous avez oublié un article ? [Modifiez votre panier](#)

Place Order

Figure 7–63
Demande de validation des CGV lors de l'achat

Optimiser le référencement de votre boutique via les URL

Comme nous en avons déjà parlé à plusieurs reprises, la qualité du référencement d'un site est sa propension à apparaître bien classé parmi les résultats d'une recherche utile dans un moteur de recherche (Google),

Bing, etc.). À l'évidence, avoir un référencement de bonne qualité est essentiel pour le développement d'un commerce en ligne, car c'est par là qu'il gagnera en visibilité.

CULTURE Techniques de référencement

Une très grande majorité des recherches sur le Web sont réalisées en France avec Google. Un bon référencement auprès de Google est difficile, car la formule exacte de son indexation et de son classement est complexe et secrète. Voici cependant quelques techniques éprouvées qui peuvent contribuer à améliorer votre référencement :

- avoir un site accessible et valide du point de vue des standards HTML du W3C ;
- disposer d'un grand nombre de liens depuis d'autres sites vers votre site, en particulier des sites qui sont également bien référencés ; il existe plusieurs méthodes pour obtenir ce genre de liens (*cross-linking* ou échange de liens, *linkbaiting* ou « pêche aux liens » en éveillant l'intérêt des autres sites... et même le spam par les liens, qui est une technique réprouvée par Google et qui risque au final de vous nuire plus que de vous rapporter !) ;
- présenter des pages claires, avec des titres bien définis (balises `h1`, `h2`, etc.), des contenu textuels bien rédigés et intéressants ;
- renseigner pour chaque page la balise `title` et les balises métas `keywords` et `description` de façon correcte et variée d'une page à l'autre ;
- proposer pour chaque page une URL claire (et non remplie de chiffres et autres signes incompréhensibles par l'homme), contenant les mots-clés ;
- mettre à disposition un plan du site ;
- éviter les pages multiples ayant le même contenu, considérées comme de la fraude au référencement et pénalisées comme telle ;
- avoir eu la visite et l'approbation d'un visiteur employé de Google (quelques centaines sont affectés à cette tâche) ;
- ne pas avoir d'antécédents de fraude connus.

Pour rappel, nous vous conseillons les deux ouvrages suivants :

- O. Andrieu, *Réussir son référencement web*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.
- I. Canivet, *Bien rédiger pour le Web... et améliorer son référencement naturel*, Eyrolles, 2009.

CULTURE Et Bing !

Bing, le moteur de recherche mis au point par Microsoft, bien que longtemps négligé pour sa médiocre qualité, a été récemment complété et amélioré par le système Wolfram Alpha. Son utilisation étant faible mais croissante, il est utile de se soucier de l'apparition de votre boutique dans ses résultats. Mais pas d'inquiétude, les techniques de référencement sont peu ou prou identiques à celles valables pour Google.

Les URL automatiques

Parmi les éléments utiles à un bon référencement, nous venons de citer la formulation des URL. En effet, il s'agit de ne pas avoir ce type d'adresses : <http://www.rizdumonde.fr/catalog/product/view/id/9/>, mais plutôt celui-ci : <http://www.rizdumonde.fr/le-riz-pour-les-enfants-87-recettes.html>, qui a le mérite d'être à la fois déchiffrable et mémorisable par un être humain, et de contenir des mots-clés relatifs au produit présenté sur la fiche. Heureusement, la créa-

tion d'URL de qualité fait partie des fonctionnalités mises en place automatiquement par Magento, pourvu que :

- Apache soit configuré pour la réécriture d'URL (*URL Rewriting*) ;
- le fichier `.htaccess` à la racine de Magento soit en place (c'est le cas lors d'une installation standard telle que celle proposée au chapitre 3).

Réécrire manuellement les URL

La liste des URL créées automatiquement est accessible via le menu *Catalogue > Gestion de la réécriture d'URL*. On y observe tous les remplacements déjà réalisés, dans les champs *Chemin de requête* (URL réécrite) et *Chemin cible* (URL originale).

ID	Vue magasin	Type	ID chemin	Chemin de requête	Chemin cible	Options	Action
57	Main Website Magasin principal English	Système	product/9	le-riz-pour-les-enfant-87-recettes.html	catalog/product/view/id/9		Éditer
56	Main Website Magasin principal English	Système	product/9/7	ustensiles/le-riz-pour-les-enfant-87-recettes.html	catalog/product/view/id/9/category/7		Éditer
55	Main Website Recettes des Riz du monde Français	Système	product/9	le-riz-pour-les-enfant-87-recettes.html	catalog/product/view/id/9		Éditer

Figure 7–64 Liste des réécritures d'URL

Mais il est bien sûr possible de réécrire manuellement une URL, afin qu'elle corresponde de plus près à vos attentes. Cliquez sur *Ajouter une réécriture d'URL*. Trois types de réécriture sont disponibles, selon que la cible de l'URL soit une catégorie (*Pour la catégorie*), un produit (*Pour un produit*) ou une autre page du site (*Personnaliser*).

Choisissons par exemple une adresse *Pour la catégorie*, puis la catégorie désirée dans l'arborescence. Nous sommes alors redirigés vers la page complète de la réécriture. Le *Type* vient d'être choisi et le *Magasin* est tout simplement la vue magasin vers laquelle on se dirige. L'identifiant du chemin (*ID chemin*) et le *Chemin cible* correspondent aux répertoires de la catégorie choisie, tandis que le *Chemin de requête* est celui que saura le visiteur dans son navigateur. La *Description* n'est pas utile. Enfin, pour ce qui est du type de redirection (*Rediriger*), vous pouvez choisir parmi les alternatives suivantes :

Nouvelle réécriture d'URL

Créer une réécriture d'URL : Pour la catégorie

- Pour la catégorie
- Pour le produit
- Personnaliser

Sélectionner une catégorie

- Default Category (0)
- Riz Simples (3)
- Riz épicés (1)
- Ustensiles (2)

Information de réécriture d'URL

Type *	Personnaliser
Magasin *	Français
ID chemin *	category/4
Chemin de requête *	riz-simples.html
Chemin cible *	catalog/category/view/id/4
Rediriger	Non
Description	

Figure 7–65
Nouvelle réécriture d'URL

- *Non* : l'utilisateur reste à l'adresse choisie, et voit la catégorie demandée. C'est généralement la bonne solution.
- *Temporaire (302)* : réponse HTTP spéciale indiquant au navigateur de changer de page pour celle indiquée. Lorsque le navigateur du visiteur reçoit cette réponse, l'URL change automatiquement dans la barre d'adresse, et il voit la catégorie demandée.
- *Permanente (301)* : même résultat, mais lors des prochaines visites le navigateur se dirigera directement vers la cible.

Sauvegardez et testez l'URL créée, à savoir le *Chemin de requête*.

CONSEIL Pourquoi utiliser les redirections ?

L'utilité principale des redirections est de maintenir une adresse dont la page a disparu, afin que les moteurs de recherche, et ceux qui avaient enregistré un marque-page, ne soient pas perdus.

Gérer les ventes

8

Une fois la boutique mise en place, il reste à configurer le processus de vente en ligne : devises, paiements, taxes, facturation, livraison... Toutes les étapes suivies par vos clients lorsqu'ils valident leur panier, sont paramétrables à souhait. Cartes bancaires, livraison postale et monnaies sont à choisir. De l'ajout au panier par le client jusqu'à la validation de la commande et l'expédition par le gestionnaire du site, découvrez toutes les possibilités offertes par Magento !

SOMMAIRE

- ▶ Devises et taux de change
- ▶ Les clients et leurs groupes
- ▶ Calcul des taxes
- ▶ Modes de livraison et de paiement
- ▶ Administration des commandes

MOTS-CLÉS

- ▶ commande
- ▶ facture
- ▶ expédition
- ▶ frais de port
- ▶ remboursement
- ▶ TVA
- ▶ tableau de bord

Nul ne sera surpris d'apprendre que la gestion de l'étape d'achat est essentielle dans la réussite d'un projet e-commerce. Toutes les actions effectuées par le client lors de ce processus devront être configurées par l'administrateur, qui devra ensuite traiter les commandes pour les honorer.

Le processus complet d'achat

Pour commencer, voici l'ensemble des actions qui composent le processus d'achat, de l'ajout d'un produit au panier jusqu'à la réception de la commande par le client :

- 1 Le client ajoute des produits à son panier, en choisissant parmi les différentes options, le cas échéant.
- 2 Le système enregistre le panier.
- 3 Le client demande à régler ses achats (validation du panier).
- 4 Le client se connecte, crée un compte ou indique qu'il commande comme simple visiteur (si vous avez autorisé cette possibilité).
- 5 Le client indique l'adresse de facturation, puis l'adresse de livraison, si elle est différente.
- 6 Le système calcule les types de livraisons autorisés, et leurs prix.
- 7 Le client choisit un type de livraison.
- 8 Le système calcule les types de paiement autorisés.
- 9 Le client choisit un type de paiement.
- 10 Le client vérifie l'ensemble des informations, valide les CGV et passe la commande.
- 11 Le client effectue les actions immédiates de paiement en conséquence (noter l'adresse pour un chèque, payer directement en ligne pour une carte bancaire).
- 12 Le client est renvoyé au site principal. Il peut alors faire de nouvelles commandes, consulter ses informations, etc.
- 13 Le gestionnaire valide la commande et la facture.
- 14 Le gestionnaire expédie la commande.

Devises et taux de change

En fonction de la cible de votre activité commerciale, il est éventuellement possible de proposer sur votre boutique le paiement en différentes devises (ou monnaies). L'une d'entre elles sera alors la devise principale,

et les autres s'y référeront systématiquement, via un taux de conversion (par exemple : 1 euro pour 1,4150 dollars américains). Lors de l'achat, selon la devise et les taux choisis, le client s'acquittera d'une certaine somme, dans la devise qu'il aura sélectionnée.

Configurer les devises

Les devises doivent tout d'abord avoir été choisies lors de l'étape de configuration du système Magento : *Système > Configuration > Général > Paramétrage des devises*. Sur la page de configuration, vous devez choisir en premier lieu votre *Devise de base*. C'est à partir de cette devise que les autres seront calculées, et c'est cette devise qui sera utilisée par défaut pour afficher les prix dans le catalogue et pour le paiement en ligne. Habituellement, cela correspond à la devise du pays du marchand.

Figure 8–1
Options de configuration des devises

On vous propose ensuite une seconde devise, *Devise affichée par défaut*. Cela permet notamment de modifier la devise d'affichage dans le catalogue pour une vue particulière, qui correspondrait à un pays spécifique. Enfin, les *Devises autorisées* sont les autres devises à disposition du client. Choisissez par exemple, en plus de l'euro (EUR), le dollar américain (USD). Un paramètre supplémentaire permet, pour des raisons de différences d'usage dans certaines parties de l'Europe, de *Supprimer l'espace du symbole de devise* (lors de l'affichage).

Ajoutez une devise, sauvegardez et testez cette première fonctionnalité sur le site public : le client peut, au moyen d'un menu déroulant, choisir

soit l'euro, soit le dollar des États-Unis. Il voit alors tous les prix dans la devise sélectionnée.



Figure 8–2
Choix de la devise pour le client

EN SAVOIR PLUS Webservicex et les taux de change

Pour savoir comment ces taux sont obtenus et avec quelle régularité, voir le site officiel de Webservicex :

▶ <http://www.webservicex.net>

Fixer les taux de change

Pour fixer les taux de change, Magento fait appel à un service web gratuit (WS-*), Webservicex, qui propose la mise à jour automatique périodique des taux de change. Ses options de configuration se trouvent à la suite des précédentes concernant les devises.

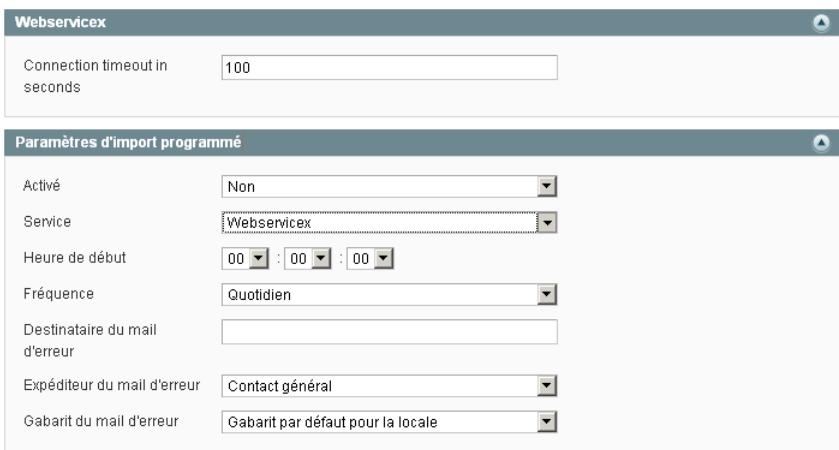


Figure 8–3
Paramètres de Webservicex

Une fois le service *Activé*, vous pouvez indiquer notamment sa *Fréquence* de mise à jour, et paramétriser l'e-mail à envoyer en cas d'erreur. Ce système met à jour un tableau de correspondances disponible dans le menu *Système > Gérer les taux des devises*.

	EUR	MAD	USD
EUR	1.0000	11.3854	1.4150

Figure 8–4
Gestion des taux des devises

Les devises choisies y apparaissent, et vous avez la possibilité d'indiquer librement les taux de change entre les unes et les autres. À gauche apparaît la monnaie de base (ici, l'euro – EUR), ensuite les taux en corres-

pondance avec leur valeur établie en fonction de la monnaie de base (ici, le dirham marocain – MAD – et le dollar américain – USD). Le bouton *Importer* permet de bénéficier immédiatement du service web, sans attendre sa mise à jour périodique. Les valeurs récupérées sont alors affichées automatiquement dans les cases en remplacement des précédentes.

EUR	1.0000	MAD	11.2933	USD	1.4226
			Ancien taux : 11.3854		Ancien taux : 1.4150

À SAVOIR Choisir ses taux

Vous êtes libre d'appliquer le taux que vous voulez, ou de refuser des monnaies qui ne vous conviennent pas. Veillez simplement à ce que vos clients ne soient pas trompés lors de la confirmation de l'achat.

Gérer sa clientèle

En tant que bon commerçant, vos clients doivent être au cœur de vos préoccupations. Magento propose plusieurs fonctions intéressantes de gestion de la clientèle : visualisation des clients en ligne, traitement des informations renseignées par le client lors de son inscription, constitution de groupes de clients privilégiés pour leur faire bénéficier de certains avantages ou encore traitement des commandes par téléphone.

Voir les clients en ligne

Comme nous l'avons vu dans le chapitre 5 au sujet de la configuration des options s'appliquant aux clients, le client est considéré comme étant encore en ligne un certain temps après avoir effectué une action (durée fixée dans le champ *Intervalle en minutes* du menu *Clients>Configuration clients*). Par défaut, cette durée est fixée à quinze minutes. Sur ce principe, vous pouvez visualiser la liste grâce à la fonction *Clients>Clients en ligne*. Cela peut donc vous donner une indication de la fréquentation de votre site, mais aucune autre action n'est possible depuis ce menu.

ID	Prénom	Nom de famille	Email	Adresse IP	Début de session	Dernière activité	Type	Dernière url
Entre:					Entre:		Réinitialiser le filtre	
Et:					Et:			
n/a	Invité	n/a	n/a	127.0.0.1	21 août 2009 07:25:13	21 août 2009 07:25:13	Visiteur	http://127.0.0.1/mag

Figure 8–6

Liste des clients en ligne au moment de la consultation

Constituer des groupes de clients

Afin de faciliter la gestion de la clientèle, Magento permet la constitution de groupes de clients. Chaque client appartient ainsi à un groupe au moins, et vous pouvez bien entendu modifier ces groupes. Vous pouvez par exemple utiliser ces groupes pour faire des réductions auprès de privilégiés (clients VIP), comme cela est expliqué au chapitre 7, section « Gérer les promotions », ou appliquer différentes conditions de vente si l'il s'agit de vente en gros (*wholesale*) ou au détail (*retail*).

Le menu *Clients > Groupes de clients* vous propose la liste des groupes de clients existants. Un de ces groupes (*1 – General*) accueille tous les clients qui viennent de s'inscrire. Le groupe *0 – Not logged in* est le groupe des clients non authentifiés (les acheteurs visiteurs, si vous les avez autorisés). Enfin, chaque groupe peut être associé à une *Classe de TVA* (voir section suivante).

ID	Nom de groupe	Classe de TVA
1	General	Retail Customer
0	NOT LOGGED IN	Retail Customer
3	Retailer	Retail Customer
2	Wholesale	Retail Customer

Figure 8–7
Les groupes de clients

Astuce Exporter la liste des clients

Le bouton *Exporter* vous permet d'obtenir un fichier CSV (Comma Separated Values), format de données tabulaires, ou un fichier XML pour utiliser la liste des clients dans une autre application.

Informations sur les clients

Le menu *Clients > Gérer les clients* propose la liste de tous les clients. Pour chaque client, un certain nombre d'informations sont disponibles, telles ses coordonnées, ses dates de connexion, sa langue, ses dernières commandes, etc. Vous avez accès à toutes les fonctionnalités dont dispose le client lui-même via le site public (changer le mot de passe, visualiser les dernières commandes, etc.).

Gérer les clients										Ajouter un nouveau
Page 1 sur 1 page(s) Voir 20 par page Nombre d'enregistrements : 1 Tout sélectionner Tout désélectionner Sélectionner les éléments visibles Désélectionner les éléments visibles 0 éléments cochés										Exporter vers : CSV
	ID	Nom	Email	Groupe	Téléphone	Code postal	Pays	Région	Client depuis le	Actions
	1	Mickaël Blanchard	mblanchard@example.org	General	0101010101	75001	France	Paris	19 août 2009 02:00:09	Tou

Figure 8–8
La liste des clients

Informations client

Mickaël Blanchard

Retour Réinitialiser

Informations du compte

- Adresses
- Commandes
- Panier
- Liste d'envies
- Newsletter
- Commentaires de produits
- Tags de produits

Informations personnelles

Dernière connexion le : 21 août 2009 05:05:46 : (Déconnecté)	Adresse de facturation principale Mickaël Blanchard 12, rue de Magenta Paris, Paris, 75001 France T: 0101010101
Email confirmé : Confirmé	
Compte créé le : 19 août 2009 02:00:09	
Compte créé dans : Français	
Groupe de clients : General	

Statistiques de ventes

Site web	Magasin	Vue magasin	Total des ventes	Vente moyenne
Main Website	Magasin principal	Français	66,79 €	22,26 €
Toutes les vues magasin			66,79 €	22,26 €

Dernières commandes

Panier - 1 article(s)

Liste d'envies - 1 article(s)

Figure 8–9 Informations à propos d'un client

Créer un client pour une commande par téléphone

Afin de réaliser une commande indirecte (par exemple, auprès d'un client par téléphone), vous pouvez créer un nouveau client, en faisant usage du bouton *Ajouter un nouveau client* sur la page *Gérer les clients*, ou créer une nouvelle commande pour un client existant (bouton *Créer une commande* sur la fiche du client). Une fois la commande indirecte créée, elle n'est pas différente d'une commande qu'un client aurait passé lui-même depuis le site public.

- Une fois votre nouveau client et la nouvelle commande créés, vous vous retrouvez sur une page vous proposant de choisir un magasin et une vue magasin. Toutes les informations de la commande sont accessibles. À gauche, les données issues de l'utilisateur réel sont affichées (si lui-même a commencé un panier, par exemple).

À SAVOIR **Magento en tant que simple logiciel de traitement de commandes**

Il est tout à fait possible d'utiliser Magento uniquement pour des commandes indirectes, par exemple en tant que logiciel isolé sur un ordinateur derrière un comptoir de magasin réel. Dans ce cas, bien sûr, toute la partie concernant l'apparence du chapitre 10, notamment, vous est inutile.

Créer une nouvelle commande pour Mickaël Blanchard

Sélectionnez un magasin

Main Website

Magasin principal

Français

English

Recettes des Riz du monde

Français

Figure 8–10

Choix d'une vue magasin pour une nouvelle commande

Figure 8–11
Choix de la devise pour la nouvelle commande

2 Commencez par choisir une devise, puis ajoutez des produits et leurs quantités. Pour trouver des produits, vous pouvez utiliser les filtres classiques. Pour sélectionner un produit, cochez la case à droite et indiquez une quantité (supérieure ou égale à 1), puis terminez par *Ajouter les produits sélectionnés à la commande*.

Créer une nouvelle commande pour Mickaël Blanchard

Devise de la commande : euro

Sélectionnez les produits à ajouter						+ Ajouter les produits sélectionnés à la commande	
		Page 1 sur 1 page(s) Voir 20 par page Nombre d'enregistrements : 5				Réinitialiser le filtre	Rechercher
ID	Nom de produit	Réf.	Prix	Oté	Qté à ajouter		
9	Le riz pour les enfant : 87 recettes	0201	14,99 €	<input checked="" type="checkbox"/>	1		
6	Riz rond pour Sushi-Non	0002-Non	5,40 €	<input checked="" type="checkbox"/>	2		
5	Riz rond pour Sushi-Oui	0002-Oui	5,40 €	<input type="checkbox"/>			
2	Passoire	0011	8,50 €	<input type="checkbox"/>			
1	Riz long	0001	2,40 €	<input type="checkbox"/>			

Figure 8–12
Sélection des produits à ajouter

3 Un récapitulatif de la commande s'affiche alors. Si besoin, vous pouvez choisir un autre groupe de clients que celui indiqué par défaut, ainsi qu'une adresse e-mail et des adresses physiques différentes, ou encore indiquer un code de réduction.

Articles commandés							+ Ajouter des produits
Produit	Prix	Oté	Sous-total	Remise	Sous-total de la ligne	Action	
Le riz pour les enfant : 87 recettes Réf.: 0201 Options personnalisables	14,99 € <input type="checkbox"/> Prix personnalisé*	<input checked="" type="checkbox"/> 1	14,99 €	0,00 € <input checked="" type="checkbox"/> Appliquer	14,99 €		<input type="button" value=""/>
Riz rond pour Sushi-Non Réf.: 0002-Non Options personnalisables	5,40 € <input type="checkbox"/> Prix personnalisé*	<input checked="" type="checkbox"/> 2	10,80 €	0,00 € <input checked="" type="checkbox"/> Appliquer	10,80 €		<input type="button" value=""/>
2 produit(s) au total			Sous-total : 25,79 €	0,00 €	25,79 €		

* - Entrez le prix personnalisé HT
Appliquer un bon de réduction

[Mettre à jour les articles et quantités](#)

Informations du compte	
Customer Group *	<input type="button" value="General"/>
Email	<input type="text" value="mblanchard@example.org"/>

Mode de paiement		Mode de livraison	
<input type="radio"/> Check / Money order	<input type="radio"/> Credit Card (saved)	Récupérer les modes de livraison et les taux	

Figure 8–13
Bilan de la commande,
avant le processus d'achat

- 4 Choisissez ensuite (en dessous) un *Mode de paiement*, et demandez à *Récupérer les modes de livraison et les taux*, afin de proposer ceux-ci, parmi ceux disponibles en fonction des produits et adresses indiqués.

Mode de paiement	Mode de livraison
<input checked="" type="radio"/> Check / Money order <input type="radio"/> Credit Card (saved)	Flat Rate <input type="radio"/> Fixed - 10,00 €
Historique	Totaux commande
Commentaires de commande	Sous-total 25,79 € Montant global 25,79 € <input type="checkbox"/> Ajouter les commentaires <input checked="" type="checkbox"/> Envoyer la confirmation de commande par mail Envoyer la commande

Figure 8–14
Terminer la commande

Vous pouvez alors *Envoyer la commande*, qui se comporte ensuite comme toute autre commande, que ce soit au niveau de la facturation, de la livraison ou des rapports d'analyse.

Définir les taxes

Le système de taxes de Magento est assez complexe. L'objectif est de permettre de déterminer la TVA en fonction du client (selon son territoire d'origine) et du produit (pour certains produits, le taux peut être réduit).

- À chaque produit est associée une classe de taxe produit.
- Chaque client fait partie d'un groupe de clients et chaque groupe de clients est associé à une classe de taxe client.
- Une TVA produit et une TVA client sont associées à une adresse de facturation pour obtenir un taux.

▲ TVA

La taxe sur la valeur ajoutée ou TVA est un impôt indirect sur la consommation, conçue pour ne toucher que le consommateur final (et non les revendeurs intermédiaires). Française à l'origine, elle a été ensuite été adoptée dans de nombreux pays, notamment dans l'Union européenne. Son montant est fixé par l'État et il est proportionnel au prix de vente (pourcentage). En matière de prix, on parle de prix hors taxe (HT) et de prix toutes taxes comprises (TTC).

Dans l'Union européenne, ces taux s'élèvent de 15 % (Chypre) à 25 % (Danemark). En France, il est de 19,6 %, avec certaines réductions exceptionnelles pour certains produits (5,5 % sur le livre et les exceptions cul-

turelles, par exemple, ou 2,1 % pour la presse et certaines billetteries de théâtre). Il existe également des taux réduits pour les résidents corsés et des DOM-TOM. En Belgique, la TVA est de 21 %, avec des taux réduits à 12 % et 6 %. En Suisse, le taux normal est de 7,6 % tandis que le taux réduit est à 2,4 %.

Pour retrouver toutes les informations sur la TVA, à jour :

- ▶ <http://www.eic.ccip.fr/informations/tva/tva5.htm>
- ▶ <http://www.eurotax.fr>

Les classes de taxe produit

Les classes de taxe produit peuvent être obtenues par le menu *Ventes>TVA>Classes de taxe produit*. On obtient alors une liste en anglais, que nous pouvons franciser. Cliquez par exemple sur *Taxable goods* pour le transformer en *TVA normale* et sur *Shipping* pour le traduire en *Livraison*. Chaque classe de taxe produit n'est composée ici que d'un nom. Ajoutons enfin une classe *TVA réduite*, au moyen du bouton *Add*.

Figure 8–15
Création d'une nouvelle classe de taxe

Nouvelle classe

Information de la classe de TVA produit

Nom de la classe *	TVA réduite
--------------------	-------------

Figure 8–16
Résultat de nos créations

Classe de TVA supprimée avec succès

Classes de TVA produit

Page	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="2"/>	sur 1 page(s)	Voir	20	<input checked="" type="checkbox"/>	par page	Nombre d'enregistrements : 3
Nom de la classe								
Livraison								
TVA normale								
TVA réduite								

Lors de sa création, chaque produit devrait être soigneusement affecté à une classe de taxe produit (voir le chapitre 7).

Les classes de taxe client

L'utilité d'avoir plusieurs classes de taxe client est marginale. Cela peut cependant servir dans le cas où le client bénéficie d'une exonération ou d'une réduction de TVA. Les classes de taxe client peuvent être obtenues par le menu *Ventes>TVA>Classes de taxe client*. On y observe une seule classe de taxe client, qui a déjà été appliquée à tous nos groupes de clients (voir section précédente). Nous nous contenterons ici de renommer cette classe de la même manière que les classes de taxe produit, en « Client général ».

Classes de TVA client

Page sur 1 page(s) | Voir par page | Nombre d'enregistrements : 1

Nom de la classe
Client général

Figure 8–17
Liste des classes de taxe client

Les taux de TVA en fonction des zones de taxe

Une zone de taxe associe un emplacement géographique, plus ou moins précis, à un taux (c'est-à-dire un chiffre en pourcentage). Les zones de taxe sont accessibles par le menu *Ventes>TVA>Gérer les zones de taxes et les taux*. On y voit en exemple les taux appliqués pour les états de New York (NY) et de Californie (CA) aux États-Unis. Ajoutons les taux concernant la France, pour commencer. Cliquez sur *Ajouter un taux de TVA*.

Gérer les taux de TVA

Page sur 1 page(s) | Voir par page | Nombre d'enregistrements : 2

Exporter vers : CSV

Identifiant de taxe	Pays	État/Région/Département	Code postal
	Tous les pays		
US-CA-*-Rate 1	États-Unis	CA	*
US-NY-*-Rate 1	États-Unis	NY	*

Figure 8–18
Les zones de taxe

Ajouter un taux de TVA

Information du taux de TVA

Identifiant de taxe *	19.6 - tva normale
Pays *	France
État/Région/Département *	*
Code postal	*
Taux *	19.6

Titres de taxe

Français	Français	English
TVA		VAT

Remarque : Laissez vide pour utiliser l'identifiant de TVA

Figure 8–19
Formulaire de création d'un taux de TVA

CULTURE Taxe en fonction du code postal ?

Dans certains pays, en particulier aux États-Unis, la TVA est fixée par les régions, comtés ou municipalités. Pour certaines zones, il existe même des exemptions complètes. Par exemple, en Corse, le taux réduit n'est pas de 5,5 % mais de 2,1 %.

- L'*Identifiant de taxe* est un intitulé quelconque. Il lui sera adjoint les *Titres de taxe*, c'est-à-dire le nom de la taxe intelligible pour le client, en vue de l'affichage sur les différentes vues magasin (TVA en français, VAT en anglais, par exemple).
- La zone géographique à laquelle s'applique cette taxe peut être détaillée suivant le *Pays*, voire l'*État*, la *Région* ou le *Département* (suivant le pays), voire le *Code postal*. Une étoile signifie « tout ».
- Enfin, indiquez le *Taux* proprement dit (il s'agit d'un pourcentage ; pour un décimal, utilisez le point, comme le veut l'usage anglo-saxon, et non la virgule).

Créez de même le taux réduit de 5,5 % (pour la France, toujours). Voici le résultat final.

Identifiant de taxe	Pays	État/Région/Département	Code postal	Taux
	Tous les pays			Entre: Et :
19.6 - tva normale	France	*	*	19.6
5.5 - TVA réduite	France	*	*	5.5
US-CA-*Rate 1	États-Unis	CA	*	8.25
US-NY-*Rate 1	États-Unis	NY	*	8.375

Figure 8–20 Liste des taux de TVA courants pour une boutique française

Les règles de taxes

Pour clore cette partie, les règles de taxes associent les données précédentes pour calculer les taxes qui devront être payées lors de l'achat. Pour afficher les règles, rendez-vous dans le menu *Ventes>TVA>Gérer les règles de taxes*. Notez que l'affichage est incomplet, les classes n'apparaissent pas.

Gérer les règles de TVA

Page sur 1 page(s) | Voir par page | Nombre d'enregistrements : 1

Nom (usage interne)	Classe de TVA clients	Classe de TVA produits
Retail Customer-Taxable Goods-Rate 1		

Figure 8–21
Liste des règles de taxes originelles

Nous allons maintenant ajouter deux règles de taxes pour la France, à partir des deux taux indiqués précédemment.

- 1 Cliquez sur le bouton *Ajouter une règle de TVA*.
- 2 Entrez un *Nom* de règle, puis associez votre seule *Classe de TVA clients* avec les deux premières *Classes de TVA produits*.

Informations de règle de TVA

Nom (usage interne) * Règle 19.6

Classe de TVA clients * Client général

Classe de TVA produits * TVA normale
Livraison
TVA réduite

Figure 8–22
Création d'une nouvelle règle de TVA

- 3 Associez à tout cela le *Taux de TVA* normal. Étant donné que vous n'aurez généralement pas de recouplement, la *Priorité* et l'*Ordre de tri* ne vous sont pas utiles.

Taux de TVA *

US-CA-*:Rate 1
US-NY-*:Rate 1
19.6 - tva normale
5.5 - TVA réduite

Priorité * 0

Ordre de tri * 0

Les taux de taxe ayant la même priorité sont additionnés, les autres sont combinés.

Figure 8–23 Choix pour une règle de TVA du taux, de la priorité et de l'ordre

- 4 Enfin, créez de manière similaire une règle pour le taux réduit.
Bravo ! Vous avez terminé la mise en place des taxes.

À SAVOIR **Et si plusieurs taxes s'appliquent ?**

Si plusieurs taxes s'appliquaient à un même achat, la priorité donnée serait alors prise en compte dans le calcul. Toutes les taxes seraient appliquées, additionnées en cas de même priorité, appliquées les unes après les autres, le cas échéant.

ASTUCE Importer et exporter les règles

Les règles étant longues à mettre en place, si vous destinez vos ventes à un grand nombre de pays, le menu *Ventes>TVA>Importer/exporter les taux de TVA* vous mène à deux actions symétriques : exporter les règles déjà créées pour pouvoir les copier en les modifiant, puis les réimporter. L'importation comme l'exportation ne se font que sur l'ensemble des règles.

Figure 8–24 Formulaire d'importation et d'exportation des règles de taxes

Le format est encore une fois le CSV. Voici un exemple correspondant à nos manipulations précédentes (les dernières colonnes correspondent aux noms des langues) :

```
"Code", "Pays", "État/Région/Département", "Code postal", "Taux",  
"default", "recettesfr", "en"  
"19.6 - tva normale", "FR", "*", "*", "19.6000", "TVA", "", "VAT"  
"5.5 - TVA réduite", "FR", "*", "*", "5.5000", "TVA réduite", "", "VAT  
limited"  
"US-CA-*Rate 1", "US", "CA", "*", "8.2500", "", "", ""  
"US-NY-*Rate 1", "US", "NY", "*", "8.3750", "", "", ""
```

L'affichage des taxes et leurs options

Lors de la visite ou du paiement, l'affichage des prix peut être réalisé avec ou sans les taxes. Ceci est déterminé dans les options de la configuration : *Système>Configuration>TVA et autres taxes*.

En particulier, il est possible d'y indiquer quel est le pays supposé (et donc ses règles de TVA) du visiteur non authentifié (*Estimation de calcul de la taxe par défaut>Pays par défaut*), ou de configurer l'affichage des prix dans les factures (*Paramètres d'affichage des commandes, factures, avoirs>Afficher les prix : HT, TTC, HT et TTC*).

L'une de ces options doit être choisie en correspondance avec le pays du siège de l'entreprise : il s'agit de l'application des taxes sur le total, ou sur chacun des produits (*Paramètres de calcul>Méthode de calcul de la taxe basée sur*). Un arrondi sera en effet réalisé après l'application de la taxe, donc sur chaque produit, si vous choisissez *Prix unitaire* ou à l'inverse, à la fin, si vous choisissez *Total*. En France, c'est bien cette seconde solution qu'impose la loi (même si la différence n'est souvent que d'un centime).

Modes de livraison et frais de port

Le client va pouvoir choisir, pendant l'achat, le mode de livraison parmi ceux disponibles, c'est-à-dire ceux qui seront activés et acceptables pour l'adresse de livraison indiquée. Il devra en sélectionner un, en fonction du prix et du mode lui-même (associé à un temps de livraison, une assurance...). L'administrateur doit donc préparer, en fonction des pays qu'il a autorisés, des règles de livraison.

Les modes de livraison se configurent via le menu *Système>Configuration>Ventes>Modes de livraison*. La liste de tous les modes de livraison disponibles s'affiche alors. Les derniers modes de livraison de cette liste (UPS, USPS, FedEx et DHL) sont spécifiques à des transporteurs, et ne seront pas vus dans le détail ici. Par contre, les trois premiers, *Tarif unique*, *Tarification* et *Livraison gratuite* sont particulièrement intéressants. Cliquez sur un mode pour le paramétrier.

Modes de livraison

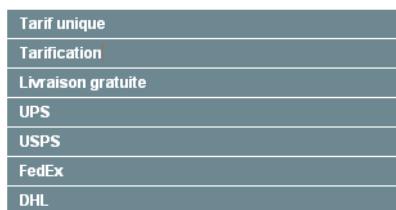


Figure 8-25
Modes de livraison disponibles

Points communs entre tous les modes

Les modes de livraison ont certains paramètres communs :

- Le mode peut être *Activé* ou non. S'il est activé, encore faut-il qu'il le soit en fonction des *Pays sélectionnés*, voire qu'il soit *Proposé pour tous les pays*.
- Le *Titre* est l'intitulé du mode qui est affiché au client.
- Le *Nom de méthode* est un détail technique.
- Le *Message d'erreur affiché* le sera s'il y a effectivement une erreur (cas inhabituel).
- L'*Ordre de tri* correspond à l'ordre d'affichage pour le client.

À SAVOIR Modes de livraison disponibles

Un certain nombre de modes de livraison parmi les plus courants sont disponibles, d'autres (tels les colis, en France) seront présentés comme exemple d'extension dans l'annexe A.

CONSEIL Ordonner les modes de livraison en fonction de leur prix

Si plusieurs modes de livraison sont disponibles, l'habitude, pour que les clients s'y retrouvent, est de les ordonner en fonction de leur prix moyen. Par exemple, la livraison en Colissimo avant la livraison en Chronopost ou en DHL.

Activé	<input type="text" value="Non"/>
Titre	<input type="text" value="Free Shipping"/>
Nom de méthode	<input type="text" value="Free"/>
Message d'erreur affiché	<p>This shipping method is currently unavailable. If you would like to ship using this shipping method, please contact us.</p>
Mode de livraison proposé pour	<input type="text" value="Tous les pays"/>
Mode de livraison proposé pour les pays sélectionnés	<input type="text" value="Afghanistan"/> <input type="text" value="Afrique du Sud"/>

Figure 8–26

Paramètres communs des modes de livraison

Le mode « Tarif unique »

Le calcul du tarif unique est basé sur deux éléments. Tout d'abord, le *Prix*, fixé par article ou en tout. Ensuite, on donne un second tarif, la *Valeur des frais de traitement*, fixée ou en pourcentage de la commande totale. Chaque marchand peut ainsi reporter sur le client ce qu'il estime être le coût en interne de la livraison (temps, emballage...). Dans l'exemple ci-après, les frais de transport pour deux articles de 100 € seraient de $2 \times 5 + 5/100 \times 200 = 12,5$ €.

Type	<input type="text" value="Par article"/>
Prix	<input type="text" value="5.00"/>
Calcul des frais de traitement	<input type="text" value="Pourcent"/>
Valeur des frais de traitement	<input type="text" value="5"/>

Figure 8–27

Paramètres pour le tarif unique de livraison

Le mode « Tarification »

Trois modes de fonctionnement sont disponibles pour les frais par tarification. En plus de frais de traitement fixes ou en pourcentage, vous pouvez indiquer un coût en fonction d'une condition de calcul parmi celles-ci, au choix :

- poids et destination ;
- prix et destination ;
- nombre d'articles et destination.

Ces données ne peuvent pas être entrées globalement, mais pour un site. Activez ce mode, choisissez par exemple *Poids et destination*, et allez (liste déroulante en haut à gauche) sur le site en question.

Activé	Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Titre	Best Way	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Nom de méthode	Table Rate	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Condition de calcul	Nombre d'articles par destination	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Exporter	Exporter en CSV	
Importer	<input type="button" value="Parcourir..."/>	
Calcul des frais de traitement	Fixé	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Valeur des frais de traitement		<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut

Figure 8–28

Paramètres du mode par tarification, une fois un site choisi

Vous pouvez alors préparer un fichier au format CSV et l'importer.

Exemple de fichier CSV spécifiant les frais de port en fonction du poids

```
"Pays","Région/État","Code postal","Poids (et au-delà)","Prix de transport"
"France","*","*",0,4          De 0 à 0,05 kg, les frais de port sont de 4 €.
"France","*","*",.05,4.55    De 0,05 à 0,25 kg, les frais de port sont de 4,55 €.
"France","*","*",.25,6.18    De 0,25 à 0,45 kg, les frais de port sont de 6,18 €.
"France","*","*",.45,7.14    De 0,45 à 1 kg, les frais de port sont de 7,14 €.
"France","*","*",1,11.20     Au-delà de 1 kg, les frais de port sont de 11,20 €.
```

À tout moment, vous pouvez éditer ces données : exportez-les, modifiez le fichier CSV, et importez-les de nouveau.

Le mode « Livraison gratuite »

Cette méthode propose tout simplement une livraison gratuite à partir d'une certaine valeur de commande.

Modes de paiement

À la fin de l'achat, le client va choisir une méthode de paiement parmi celles autorisées pour sa localisation et la valeur totale de sa commande. L'administrateur doit donc préparer, en fonction des pays qu'il a autorisés, des systèmes de paiement utiles. Un certain nombre de modes sont disponibles par défaut dans Magento, d'autres seront présentés comme exemples d'extension à l'annexe A, notamment les systèmes français de paiement par carte bancaire. Vous pouvez tout à fait ne proposer qu'un

seul mode de paiement, mais varier les modes de paiement vous permettra de ne pas vous aliéner une partie de la clientèle.

Les modes de paiement se configurent via le menu *Système>Configuration>Ventes>Modes de livraison*. Dans la liste proposée, vous trouverez tous les modes disponibles par défaut.

Modes de paiement

Carte de paiement enregistrée
Règlement d'un sous-total nul
Chèque / Mandat
Bon de commande
Authorize.net
Payflow Pro
PayPal Express Checkout
PayPal Website Payments Pro - Paiements directs
PayPal Website Payments Standard
PayPal Website Payments Pro (Payflow Edition) - Express Checkout
PayPal Website Payments Pro (Payflow Edition) - Direct Payments
Amazon Simple Pay
Checkout by Amazon

Figure 8–29

Configurer le mode de paiement

CONSEIL PayPal et autres intermédiaires de paiement

Les systèmes de paiement qui dépendent de mécanismes tiers, tel PayPal, sont plus ou moins intéressants en fonction de votre clientèle cible. En effet, les coûts sont reportés sur le vendeur par des commissions qui peuvent être très élevées.

- ▶ <http://www.paypal.fr>
- ▶ <http://www.authorize.net>
- ▶ <https://payments.amazon.com>

Chaque pays a ses habitudes, et certains systèmes sont tout à fait dépendants de la région où se situe votre commerce. Les derniers éléments de cette liste (PayPal, Amazon Simple Pay et Checkout, Authorize.net) sont associés à des systèmes d'intermédiaires de ventes qui vous fourniront directement les méthodes de configuration. Les quatre premiers modes sont détaillés ci-après.

Sauf si le mode de paiement le permet (à voir au cas par cas pour les modules de paiement par carte bancaire), ce qui n'est presque jamais le cas, on ne peut pas indiquer qu'un mode de paiement particulier apporte un coût supplémentaire (sauf en passant par le système de « promotions », voir la section dédiée au chapitre 7).

Points communs entre les différents modes de paiement

Comme pour les modes de livraison, tous les modes de paiement ont certains paramètres communs :

- Le mode peut être activé ou non. S'il est *Activé*, encore faut-il qu'il le soit en fonction des *Pays sélectionnés*, voire qu'il soit *Proposé pour tous les pays*.
- Le *Titre* est l'intitulé qui sera affiché au client, tandis que l'*Ordre de tri* est l'ordre d'affichage pour le client.

- Le *Statut d'une nouvelle commande* permet d'indiquer, suivant la façon de payer, la commande comme étant *En attente* (pour un paiement par chèque ou virement) ou directement *En cours de traitement* (pour un paiement par carte bancaire par exemple).

Titre	No Payment Information Required	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Activé	Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Statut d'une nouvelle commande	En attente	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Mode de paiement proposé pour	Tous les pays	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Mode de paiement proposé pour les pays sélectionnés	Afghanistan Afrique du Sud Albanie Algérie Allemagne Andorre Angola Anguilla Antarctique Antigua-et-Barbuda	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut
Ordre de tri	1	<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser la valeur par défaut

Figure 8–30
Configuration commune
à tous les modes de paiement

Paiement par carte enregistrée

Le paiement par *Carte de paiement enregistrée* consiste à enregistrer sur le serveur de Magento le numéro de carte bancaire du client, afin que l'administrateur réalise ensuite la transaction et active la commande. Ce système est dangereux, une intrusion dans votre système pouvant avoir des conséquences catastrophiques. Il est très rare en France.

Types de cartes de paiement	American Express Visa Master Card Discover Switch/Solo Other
Vérification de carte de paiement	Non

Figure 8–31
Choix des cartes de paiement

Astuces Règlement d'un sous-total nul

Le mode de paiement intitulé *Règlement d'un sous-total nul* peut vous paraître bien étrange... En effet, si le sous-total de la commande est nul, il n'y a pas de paiement. Ce genre de situations peut se produire si vous mettez en place un produit spécial, par exemple une offre de type « Recevez notre catalogue gratuit ! ».

Il est possible de n'autoriser que certains *Types de cartes de paiement*. De plus, le système peut procéder à une *Vérification de carte de paiement*, permettant de vérifier que le numéro entré n'est pas déjà celui d'un client

adhérent. Il s'agit d'un mécanisme de sécurité basique, mais c'est un premier pas. Ensuite, le gestionnaire lui-même devra procéder au paiement sur un système bancaire hors de Magento, à partir de ce numéro.

Paiement par chèque, mandat ou virement

Le mode *Chèque/mandat* correspond aux moyens de paiement traditionnels par chèque, mandat postal ou virement bancaire. Il faut indiquer ici les informations nécessaires au client, le *Chèque libellé à l'ordre de* (ou coordonnées bancaires comme on les trouve sur un RIB, pour un virement) et l'adresse d'envoi du chèque. Il est possible aussi de limiter cette méthode entre un *Montant mini de commande* et un *Montant maxi de commande*.

Chèque libellé à l'ordre de	<input type="text"/>
Envoyer le chèque à	<input type="text"/>
Montant mini de commande	<input type="text"/>
Montant maxi de commande	<input type="text"/>

Figure 8-32
Paramètres pour les chèques et mandats

Paiement par bon de commande

Quant au mode intitulé *Bon de commande*, il fonctionne de manière similaire au précédent. Il permet au client d'indiquer un numéro de commande, librement, le commerçant validant alors la commande si c'est bien lui qui a émis ce numéro (par exemple, par un avoir précédent).

À L'INTÉRIEUR Relations entre documents

Chaque facture est associée à une et une seule commande, de même que chaque expédition et chaque remboursement. Un paiement en plusieurs fois ne sera éventuellement disponible que par l'organisme bancaire auquel vous êtes associé, Magento ne fournissant rien à ce sujet. À ce jour, il n'existe pas d'extension à cet effet, pour la France.

Administre les commandes

Une fois la commande validée par le client, l'administrateur (ou ses délégués) la reçoit et devra la traiter. Cette phase de traitement inclut quatre étapes intéressantes à connaître, chacune d'entre elles étant matérialisée par un document : les commandes, les factures, les expéditions et les remboursements.

Traiter les commandes

Atteignez la liste des commandes passées par le menu *Ventes>Commandes*. Comme nous l'avons expliqué en début de chapitre, il est possible de créer de nouvelles commandes. Observez une commande existante en cliquant dessus.

The screenshot shows a table listing orders. The columns include: Numéro de commande (Order #), Acheté sur (Bought on), Date d'achat (Purchase Date), Nom (Fact.) (Name (Bill)), Nom (Livr.) (Name (Ship)), Montant total (Devise de base) (Total amount (Base currency)), Montant total (Devise de la commande) (Total amount (Currency of the order)), Statut (Status), and Action (Action). One order is visible in the list:

Nº de commande	Acheté sur	Date d'achat	Nom (Fact.)	Nom (Livr.)	Montant total (Devise de base)	Montant total (Devise de la commande)	Statut	Action
Tous		Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>			Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	En attente	Voir
<input type="checkbox"/> 100000003	Main Website Magasin principal Français	21 août 2009 06:07:51	Mickaël Blanchard	Mickaël Blanchard	29,60 €	29,60 €	En attente	Voir

Figure 8–33 Liste des commandes

The screenshot shows the details of an order. On the left, there's a sidebar with tabs: Information, Factures, Remboursements, Expéditions, and Historique de commentaires. The main area has tabs for Order # 100000003 | Order Date 21 août 2009 06:07:51: Retour, Éditer, Annuler, Bloquer, Invoice, Expédier, and Renouveler la commande. The 'Information' tab is active, showing the following details:

Commande N°100000003 (Mail de confirmation envoyé)		Informations du compte	
Date de commande	21 août 2009 06:07:51	Nom du client	Mickaël Blanchard
Statut de commande	En attente	Email	mblanchard@example.org
Acheté sur	Main Website Magasin principal Français	Groupe de clients	General
Adresse IP	127.0.0.1	<input type="button" value=""/>	

Below this are tabs for Adress de facturation and Adress de livraison.

Figure 8–34 Commande déjà passée

Le premier onglet *Information* présente la commande. Il est possible de la modifier (*Éditer*), de la *Bloquer* (une commande bloquée ne peut plus être poursuivie comme nous l'expliquons ci-après), lui créer sa facture (*Invoice*), lancer son expédition (*Expédier*), ou la *Renouveler*.

En bas de la page, suivant les documents déjà produits et l'état actuel, il est possible de changer l'état de la commande (créée, en attente, complétée, terminée, annulée, bloquée). Vous pouvez alors aussi laisser un

commentaire (pour vous-même, plus tard), et envoyer un courriel au client. L'historique de ces évolutions, automatiques ou manuelles, apparaît en bas, et dans l'onglet *Historiques de commentaires*.

Ajouter des commentaires de commande
Statut
 Commentaire
 Avertir le client
□ 21 août 2009 06:07:52 | En attente
Client Notifié ✓

Figure 8–35

État d'une commande et commentaire associé

Les onglets *Factures*, *Remboursements* et *Expéditions* permettent d'accéder aux différents documents qui ont pu être produits pour cette commande. Sur notre exemple, on voit qu'aucune facture n'existe pour cette commande.

Page □ 1 □ sur 1 page(s) | Voir 20 □ par page | Nombre d'enregistrements : 0

N° de facture	Nom (Fact.)	Date de facture	Statut	Montant
Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>				

Aucun enregistrement trouvé.

Figure 8–36

Factures d'une nouvelle commande

Produire des factures

Une facture peut être produite à partir d'une commande. Cliquez pour cela sur le bouton *Invoice* (facture, en anglais). La facture produite est très détaillée, indiquant les produits, leurs valeurs, les coordonnées du vendeur et du client et les informations de taxe, de livraison et de paiement.

En bas, un bouton permet de la valider. Indiquez éventuellement un commentaire, et cliquez sur *Submit Invoice*. La facture peut maintenant être retrouvée dans la commande, ou dans la liste des factures, accessible par le menu *Ventes > Factures*.

Le statut de la commande est passé de « En cours de traitement » à « Payé ». La facture peut être imprimée par le client ou l'administrateur sous forme de fichier PDF.

New Invoice for Order #100000003

Commande N°100000003 (Mail de confirmation envoyé)	
Date de commande	21 août 2009 06:07:51
Statut de commande	En attente
Acheté sur	Main Website Magasin principal Français
Adresse IP	127.0.0.1

Informations du compte	
Nom du client	Mickaël Blanchard
Email	mblanchard@example.org
Groupe de clients	General

Figure 8–37 Informations sur la facture

Historique de la facture	Totaux de la facture
Commentaires de facture	Sous-total 9,60 € Frais de port 20,00 € Montant global 29,60 €
	<input type="checkbox"/> Ajouter les commentaires <input type="checkbox"/> Envoyer une copie de la facture par mail
	<input checked="" type="button" value="Submit invoice"/>

Figure 8–38 Formulaire de validation de la facture

Factures

Page sur 1 page(s) | Voir par page | Nombre d'enregistrements : 2

Tout sélectionner | Tout désélectionner | Sélectionner les éléments visibles | Désélectionner les éléments visibles | 0 éléments cochés Actions

	N° de facture	Date de facture	N° de commande	Date de commande	Prénom (Fact.)	Nom de famille (Fact.)	Statut
<input type="checkbox"/> Tous	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>						
<input type="checkbox"/>	100000002	21 août 2009 10:07:18	100000003	21 août 2009 06:07:51	Mickaël	Blanchard	En cours de traitement
<input type="checkbox"/>	100000001	21 août 2009 05:08:33	100000002	21 août 2009 05:06:09	Mickaël	Blanchard	Payé

Figure 8–39 Liste des factures

INVOICE # 10000002 ORDER # 10000003 DATE DE COMMANDE : 21 AOÛT 2009																															
VENDU À :	LIVRÉ À :																														
MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101	MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101																														
Mode de paiement	Mode de livraison :																														
CHECK / MONEY ORDER	FLAT RATE - FIXED (MONTANT TOTAL DE LA LIVRAISON 20,00 €)																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>PRODUITS</th><th>RÉF.</th><th>PRIX</th><th>QTÉ</th><th>TVA</th><th>Sous-total</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>RIZ LONG</td><td>0001</td><td>2,40 €</td><td>4</td><td>0,00 €</td><td>9,60 €</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>Sous-total:</td><td>9,60 €</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>Livraison et traitement:</td><td>20,00 €</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td>Montant global:</td><td>29,60 €</td></tr> </tbody> </table>		PRODUITS	RÉF.	PRIX	QTÉ	TVA	Sous-total	RIZ LONG	0001	2,40 €	4	0,00 €	9,60 €					Sous-total:	9,60 €					Livraison et traitement:	20,00 €					Montant global:	29,60 €
PRODUITS	RÉF.	PRIX	QTÉ	TVA	Sous-total																										
RIZ LONG	0001	2,40 €	4	0,00 €	9,60 €																										
				Sous-total:	9,60 €																										
				Livraison et traitement:	20,00 €																										
				Montant global:	29,60 €																										

Figure 8–40 PDF issu d'une facture

Préparer les expéditions

Une expédition, ou plus exactement un bordereau d'expédition est produit lui aussi à partir d'une commande. Cliquez sur le bouton *Expédier*. Sur le bordereau d'expédition préparé, une zone permet d'ajouter le numéro de suivi qui vous sera fourni par votre transporteur.

Informations de livraison

Flat Rate - Fixed Montant total de la livraison: 20,00 €

Transporteur	Titre	Numéro	Action
Valeur personnelle	Suivi	28823280001	Supprimer

Ajouter un numéro de suivi

Figure 8–41
Saisie du numéro de suivi

Si vous ne faites qu'une livraison partielle, vous trouvez en bas du formulaire un résumé qui vous permet de le signaler. En dessous, vous pouvez commenter cette expédition et la valider. Envoyer en même temps un courriel au client peut être une bonne idée. Validez l'expédition. Elle peut maintenant être retrouvée dans la commande, ou dans la liste des expéditions, accessible par le menu *Ventes>Expéditions*. Bien sûr, prenez en charge l'expédition réelle, sans quoi ce document n'aurait aucun sens !

La commande a maintenant pour statut « Terminée ». Il est possible, pour le client comme pour l'administrateur, d'imprimer le bordereau, Magento permettant de le générer en PDF.

Articles à expédier		Qté	Qté à expédier
Produit	Riz long	Commandé 4	4
	Réf.: 0001	Facturé 4	

Commentaires sur la livraison

Commentaires de livraison

Ajouter les commentaires

Envoyer une copie de la livraison par mail

Valider l'expédition

Figure 8–42 Formulaire de validation d'une expédition

Expéditions

Page 1 sur 1 page(s) | Voir 20 par page | Nombre d'enregistrements : 2 **Réinitialiser le filtre**

Tout sélectionner | Tout désélectionner | Sélectionner les éléments visibles | Actions

Désélectionner les éléments visibles | 0 éléments cochés

	Expédition N°	Date d'expédition ↓	N° de commande	Date de commande	Nom de famille (Livr.)	Prénom (Livr.)	Qté totale
Tous	Entre: <input type="text"/> Et : <input type="text"/>			Entre: <input type="text"/> Et : <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/>	100000002	21 août 2009 10:16:48	100000003	21 août 2009 06:07:51	Mickaël	Blanchard	
<input type="checkbox"/>	100000001	21 août 2009 05:08:08	100000002	21 août 2009 05:06:09	Mickaël	Blanchard	

Figure 8–43 Liste des expéditions

BORDEREAU DE LIVRAISON N°100000002
ORDER # 10000003
DATE DE COMMANDE : 21 AOÛT 2009

VENDU À :	LIVRÉ À :
MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101	MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101
Mode de paiement	Mode de livraison :
CHECK / MONEY ORDER	FLAT RATE - FIXED (MONTANT TOTAL DE LA LIVRAISON 20,00 €)
	Titre <input type="text"/> Numéro <input type="text"/> SUIVI 28823280001
QTÉ PRODUITS	RÉF.
4 RIZ LONG	0001

Figure 8–44 PDF d'un bordereau d'expédition

À SAVOIR Pas de remboursement par la banque

Si vous utilisez un système bancaire, Magento ne contactera pas la banque pour demander le remboursement réel associé, c'est à vous de réaliser cette opération sur l'interface de gestion fournie par la banque.

Figure 8–45
En-tête d'une commande terminée

Gérer les remboursements

Selon les conditions générales de vente et d'utilisation que vous aurez fixées, en cas de réclamation du client ou pour toute autre raison, une commande en cours de traitement ou terminée peut être remboursée. Rendez-vous dans la liste des commandes, sélectionnez la commande, et observez que presque tous les boutons ont disparu, sauf *Remboursement* et *Renouveler la commande*.



Cliquez sur *Remboursement*. Un document est préparé, identique à une facture. La confirmation se fait au moyen du bouton *Rembourser*.

This screenshot shows the "Validation de remboursement" (Refund Validation) page. It has two main sections: "Commentaires de remboursement" (Refund comments) and "Total remboursé" (Total refunded). The "Total remboursé" section displays a breakdown of the refund amount:

Sous-total	9,60 €
Remboursement de livraison	20
Remboursement des frais de dossier	0
Frais de dossier	10
Total Refund	29,60 €

Below this, there are two checkboxes: "Ajouter les commentaires" (Add comments) and "Envoyer une copie du remboursement par mail" (Send a copy of the refund by email). A large orange button at the bottom right is labeled "Rembourser".

Figure 8–46 Formulaire de validation d'un remboursement

Un résumé du remboursement est alors affiché. Vous pouvez laisser un commentaire, éventuellement diminuer le remboursement, et cliquer sur le bouton *Rembourser*.

La figure 8–47 présente l'état de la commande, après toutes nos manipulations (elle a conservé son statut « Terminée »).

This screenshot shows the "Totaux commande" (Order Totals) table. It lists various fees and the total amount:

Totaux commande	
Sous-total	9,60 €
Frais de port	20,00 €
Frais de dossier	10,00 €
Montant global	29,60 €
Total payé	29,60 €
Total remboursé	19,60 €
Total dû	0,00 €

Figure 8–47
Totaux d'une commande remboursée

Retrouvez tous les remboursements via le menu *Ventes>Remboursements*. Les remboursements n'ont qu'un seul statut, « Remboursé ». Et comme pour les factures et bordereaux, un document PDF est produit.

Remboursements							
Page <input type="text" value="1"/> sur 1 page(s) Voir <input type="text" value="20"/> par page Nombre d'enregistrements : 1							
Actions <input type="button" value="Réinitialiser le filtre"/> <input type="button" value="Rechercher"/>							
Tout sélectionner Tout désélectionner Sélectionner les éléments visibles Désélectionner les éléments visibles 0 éléments cochés							
N° de remboursement	Créé le	N° de commande	Date de commande	Prénom (Fact.)	Nom de famille (Fact.)	Statut	
Tous <input type="button" value="▼"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>				
<input type="checkbox"/> 100000001	21 août 2009 10:24:19	100000003	21 août 2009 06:07:51	Mickaël	Blanchard	Rembou	

Figure 8–48 Liste des remboursements

CREDIT MEMO # 10000001 ORDER# 10000003 DATE DE COMMANDE : 21 AOÛT 2009						
VENDU À :	LIVRÉ À :					
MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101	MICKAËL BLANCHARD 12, RUE DE MAGENTA PARIS, PARIS, 75001 FRANCE T: 0101010101					
Mode de paiement	Mode de livraison :					
CHECK / MONEY ORDER	FLAT RATE - FIXED (Montant total de la livraison 20,00 €) <table border="1"><tr><td>TITRE</td><td>NUMÉRO</td></tr><tr><td>SUIVI</td><td>28823280001</td></tr></table>	TITRE	NUMÉRO	SUIVI	28823280001	
TITRE	NUMÉRO					
SUIVI	28823280001					
PRODUITS	RÉF.	TOTAL (HT)	REMISE	QTÉ	TVA	TOTAL (TTC)
RIZ LONG	0001	9,60 €	0,00 €	4	0,00 €	9,60 €
				Sous-total:		9,60 €
				Livraison et traitement:		20,00 €
				Frais de dossier:		10,00 €
				Montant global:		19,60 €

Figure 8–49 Document PDF pour un remboursement

Analyser le tableau de bord des commandes

Retrouvez sur votre tableau de bord (la page d'accueil administrateur) les informations à propos de ces commandes. En haut, choisissez une vue magasin, ou *Toutes les vues magasin* pour le total.

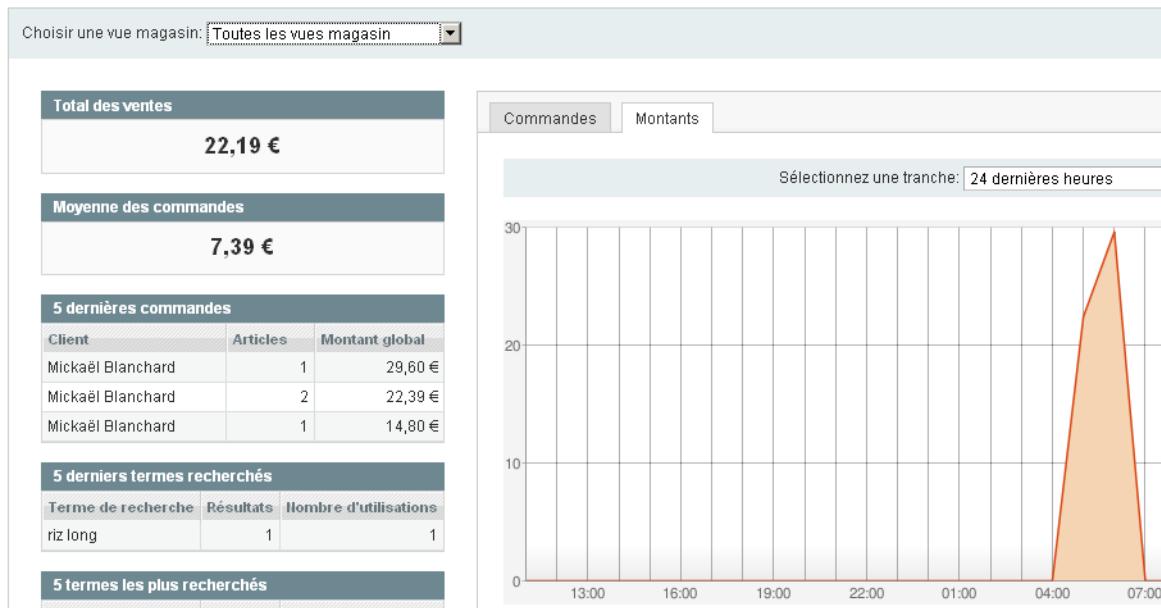


Figure 8–50 Tableau de bord des commandes

Quelques bilans sont disponibles à gauche (total des ventes, moyenne des commandes, dernières commandes, termes recherchés, etc.) et en bas à droite de l'écran (meilleures ventes, produits les plus consultés, nouveaux clients, etc.). En haut à droite, vous trouverez des graphiques représentant le nombre de commandes et leur montant total sur une durée donnée. La durée totale affichée est contrôlable ([Sélectionnez une tranche](#)).

Promotion de la boutique : communiquer avec ses visiteurs

9

Communiquer avec ses clients internautes va bien au-delà de l'achat et de la livraison. Adapté aux modes participatifs actuels de consultation du Web, Magento vous donne les moyens de connaître et de satisfaire votre visiteur à tout point de vue, et ainsi de promouvoir du mieux possible votre boutique.

SOMMAIRE

- ▶ Les avis sur les produits
- ▶ Gérer les mots-clés
- ▶ Améliorer la recherche interne
- ▶ Publier une newsletter
- ▶ Mieux connaître sa clientèle : les rapports ou états
- ▶ Services web

MOTS-CLÉS

- ▶ visiteur
- ▶ commentaire
- ▶ notation
- ▶ tag
- ▶ recherche
- ▶ newsletter
- ▶ rapport
- ▶ état

Ce dernier chapitre consacré aux manipulations d'administration couvre la relation entre les clients ou simples visiteurs du site et vous-même, administrateur du site marchand. Elle vient compléter les éléments déjà abordés dans le chapitre 6, au sujet de la publication de contenus sur votre site, avec la mise au point de sondages, notamment. Un cas à part porte sur l'utilisation des données du site par une application tierce via un service web, traitée dans la dernière section de ce chapitre. Enfin, sortant un peu du cadre de la promotion en tant que telle, l'une des sections est consacrée aux différents rapports pouvant vous aider dans les décisions stratégiques. En effet, le meilleur moyen de satisfaire votre clientèle n'est-il pas de commencer par mieux la connaître ?

Autoriser les avis sur les produits

Magento offre une fonction précieuse qui permet aux utilisateurs de donner leur avis à propos des produits mis en ligne dans la boutique. Ceci peut prendre la forme d'une note sur un critère donné (qualité, prix, etc.) ou d'un commentaire en texte libre. Il appartient ensuite à l'administrateur de valider ces avis (ou non).

Configurer les notations

CONSEIL Laissez votre client s'exprimer !

Si aucune notation n'est activée, les commentaires ne seront pas disponibles. N'hésitez donc pas à activer un seul type de notation, même vague (appelez-le « Appréciation », par exemple), afin que la zone de texte libre qui lui est associée soit à la disposition de vos visiteurs. Laisser la possibilité à votre utilisateur de s'exprimer est en effet une valeur ajoutée indéniable aux services que vous proposez.

Figure 9–1
Gérer les notations

Gérer les notations

Page sur 1 page(s) | Voir par page | Nombre d'enregistrements : 3

ID	Nom de notation
3	Price
1	Quality
2	Value

Pour activer un type de notation, commencez par cliquer sur l'une d'entre elles (ici, *Quality*). Chaque notation a un nom (*Libellé de notation*). Comme nous l'avons vu de nombreuse fois, il y a plusieurs champs à remplir ici, le premier étant la valeur par défaut, et les suivants spécifiques aux vues magasin. Ici, faites en sorte que chacun dispose de sa bonne traduction. Au-dessous, la section *Visibilité de classement* permet de choisir les différentes vues magasin dans lesquelles la fonction de notation sera disponible. Sélectionnez les vues dans la liste, selon leur nom et leur emplacement.

Figure 9–2
Modifier la notation

Sauvegardez la notation et rendez-vous maintenant sur une fiche produit sur le site public : un lien est présent, de type « Soyez le premier à commenter ce produit ».



Figure 9–3
Le lien des notations dans une page produit

En cliquant sur ce lien, le visiteur peut désormais entrer un commentaire et noter le produit. Un message lui indique ensuite que son commentaire est en attente de modération avant d'être publié.

Figure 9-4
Notation et rédaction d'un commentaire

Figure 9-5
Notre commentaire, bientôt accepté

Modérer les commentaires

En tant qu'administrateur, vous pouvez alors valider le commentaire en vous rendant dans le menu *Catalogue>Commentaires et notations>Commentaires des clients>Commentaires en attente*. La liste des commentaires en attente de validation est alors affichée.

Figure 9-6
Liste des commentaires en attente

À SAVOIR Le contrôleur n'est pas contrôlé

Si vous refusez de valider un commentaire ou si vous faites des modifications sur un commentaire, son auteur ne sera pas averti de cette modération. À vous de déterminer ce qui respecte l'éthique et les convenances de votre site.

Il est possible de visualiser l'un des commentaires postés, et même de le modifier (via le lien *Éditer*, à droite). Pour le valider directement, utilisez l'action *Mettre à jour le statut*.

Détail du commentaire

Produit	Riz long										
Posté par	Mickaël Blanchard (mblanchard@example.org)										
Aperçu des notations	★★★★★										
Notation détaillée *	<table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>1 étoile</td> <td>2 étoiles</td> <td>3 étoiles</td> <td>4 étoiles</td> <td>5 étoiles</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input checked="" type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </table>	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	5 étoiles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	5 étoiles							
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>							
Statut *	En attente										
Visible dans *	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: fit-content;"> Main Website Magasin principal Français English Recettes des Riz du monde Français </div>										
Pseudo *	Mickaël										
Sommaire des commentaires *	Bien										

L'édition du commentaire est alors complète. Faites simplement un changement du *Statut* afin de l'indiquer comme *Approuvé*, puis enregistrez. Vérifiez enfin la note dans la partie publique du site. La note apparaît sous forme de petites étoiles jaunes, dont le nombre correspond à la qualité estimée par le visiteur, et un lien renvoie au commentaire textuel.



Figure 9–8
La notation visible, sur le site public

Gérer les mots-clés ou tags

Une autre fonction très courante à l'heure du Web participatif est la possibilité pour les visiteurs, de façon plus ou moins libre, d'ajouter des tags (ou mots-clés, les deux termes coexistent, et vous trouverez soit l'un, soit l'autre, selon la version de Magento utilisée) aux éléments de contenus d'un site (photos sur Flickr, morceaux de musique sur Deezer, vidéos sur YouTube., etc.) Sur un site Magento, les tags sont ajoutés librement aux produits par les visiteurs. Tout comme les commentaires, ils doivent être validés par l'administrateur.

Figure 9–7
Édition d'un commentaire

À SUIVRE... Un blog complet

Vous trouverez dans l'annexe A une extension permettant d'ajouter à votre site toutes les fonctionnalités d'un blog.

CULTURE Les tags sur l'Internet

Les tags, ces étiquettes qui permettent de catégoriser divers contenus, sont apparus avec un ensemble de technologies dites « Web 2.0 », qui permettent la participation des visiteurs sur les sites web. Vous les retrouvez notamment sur les blogs, les sites de partages de photos, musique ou vidéo, les boutiques en ligne, et même sur d'autres sites plus classiques. En général, il suffit de cliquer sur l'un de ces mots-clés pour accéder aux contenus ainsi caractérisés.

Souvent, les tags sont représentés visuellement sur le site en fonction de leur popularité au sein d'un « nuage de tags » (*tag cloud*) : les tags sur lesquels les visiteurs cliquent le plus souvent sont alors représentés plus gros que les autres.

Sur la page publique de chaque produit, les internautes peuvent proposer des tags en les inscrivant dans le champ *Ajoutez des tags* (ou *Ajoutez des mots-clés*, voir figure 9-9).

Figure 9-9
Ajout d'un ou plusieurs tags

Dans l'interface d'administration, vous les retrouvez ensuite dans *Catalogue > Mots-clés > Mots-clés en attente*. Chaque tag peut directement être validé (ou supprimé) sur cette page, en cochant les cases de gauche et en positionnant l'action *Modifier le statut* sur *Approuvé*.

Figure 9-10
Liste des tags proposés

Tag	Utilisations	Produits	Clients	Popularité
Tous	Entre: Et:	Entre: Et:	Entre: Et:	Entre: Et:
Espagne	1	1	1	1
monde	1	1	1	1

Figure 9-11
Le menu de confirmation ou suppression des tags

Le nuage de tags (*Tags populaires* ou *Mots-clés populaires*) de chaque page est maintenant à jour, chaque mot étant affiché avec une taille correspondant à l'abondance de son utilisation, à savoir le nombre de fois où des visiteurs auront cliqué dessus.

Figure 9-12
Les tags populaires, sur le site public

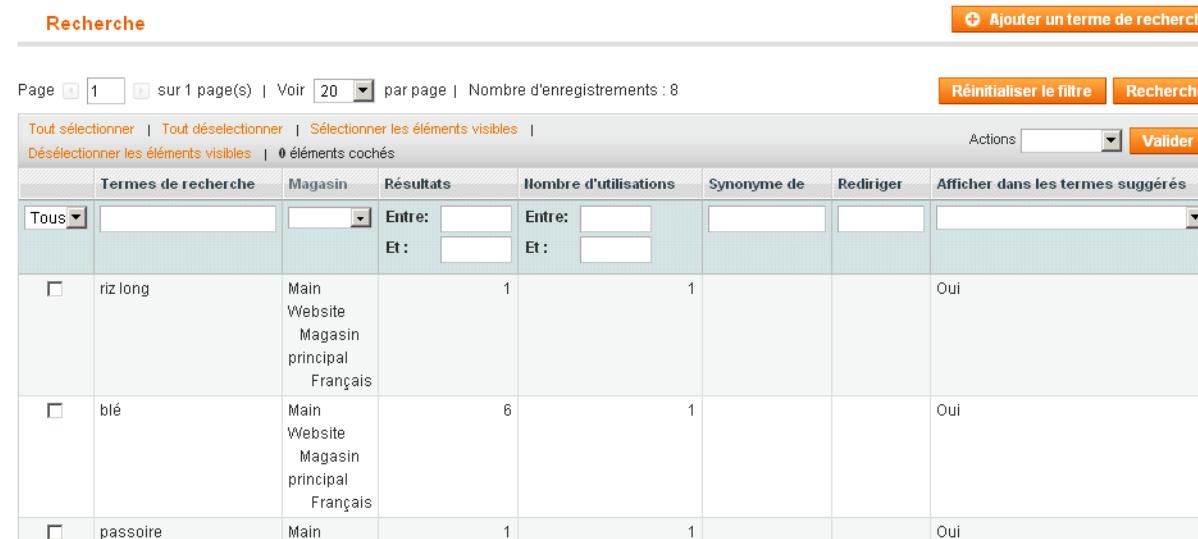


Améliorer la recherche interne

Comme tout site qui se respecte, un site marchand conçu avec Magento propose une fonctionnalité de recherche interne. Si vous proposez sur votre boutique un grand nombre de produits, les recherches de vos visiteurs seront abondantes. Il faut donc accorder la plus grande attention à cette fonctionnalité. En effet, l'abandon d'un client après l'échec d'une recherche est une vente perdue malheureusement. Il est donc conseillé de réaliser une observation efficace des recherches de vos clients, et de corriger votre site en conséquence.

Analyser les recherches des visiteurs

Dans le menu *Catalogue>Recherche*, vous avez à disposition une liste complète des termes recherchés par les internautes. Observez toutes les recherches qui ont été réalisées et, pour chacune, les termes recherchés, depuis quel magasin, le nombre de résultats retournés et le « nombre d'utilisations », c'est-à-dire le nombre de fois qu'une recherche sur ces termes a été effectuée. Enfin, la dernière colonne indique si le terme a été retenu ou non dans la liste des termes suggérés.



The screenshot shows a table titled 'Recherche' (Search) with the following columns: 'Termes de recherche' (Search terms), 'Magasin' (Store), 'Résultats' (Results), 'Nombre d'utilisations' (Number of uses), 'Synonyme de' (Synonym of), 'Rediriger' (Redirect), and 'Afficher dans les termes suggérés' (Display in suggested terms). The table contains three rows of data:

Termes de recherche	Magasin	Résultats	Nombre d'utilisations	Synonyme de	Rediriger	Afficher dans les termes suggérés
<input type="checkbox"/> riz long	Main Website Magasin principal Français	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	1	1		Oui
<input type="checkbox"/> blé	Main Website Magasin principal Français	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	6	1		Oui
<input type="checkbox"/> passoire	Main	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	1	1		Oui

At the top of the page, there are navigation links: 'Ajouter un terme de recherche' (Add a search term), 'Réinitialiser le filtre' (Reset filter), and 'Rechercher' (Search). There are also links for 'Tout sélectionner' (Select all), 'Tout désélectionner' (Deselect all), 'Sélectionner les éléments visibles' (Select visible elements), and 'Désélectionner les éléments visibles' (Deselect visible elements). The status bar at the bottom right shows 'Actions' and 'Valider' (Validate).

Figure 9–13 Liste des termes recherchés par les internautes dans votre moteur de recherche

Vous aurez remarqué que certaines des recherches effectuées ont échoué, aucun résultat n'ayant été retourné. Regardons ces termes de plus près : il peut s'agir d'un mot écrit avec une faute d'orthographe ou d'un terme non existant dans votre catalogue. Pour éviter que de telles recherches ne

À SAVOIR Les recherches depuis l'extérieur

Dans certains cas, il arrive que les internautes arrivent sur votre site via des recherches de produits effectuées depuis l'extérieur du site, en particulier depuis un moteur de recherche. Dans ce cas, la configuration présentée dans cette section est inutile, mais cela ne vous empêche pas de travailler votre référencement (voir notamment l'aparté sur les techniques de référencement au chapitre 7).

À SAVOIR Suggestion de termes

Lorsque le visiteur commence à saisir un terme dans le champ du moteur de recherche, il peut lui être suggéré, en aide à la recherche, une liste de termes parmi laquelle il n'a qu'à cliquer sur le terme désiré. C'est une fonctionnalité classique des moteurs de recherche, que vous retrouvez par exemple sur Google.

soient perdues et que votre visiteur quitte le site, déçu, il est heureusement possible de faire des améliorations sur les termes recherchés.

Éditer les recherches

Pour améliorer une recherche sur un terme déjà recherché, cochez la case qui le précède et cliquez sur le lien [Éditer la recherche](#). Prenons un mot mal orthographié et faisons en sorte qu'il renvoie les résultats correspondant au terme correct et que la recherche n'échoue pas. Il faut pour cela lui créer un alias : « paela » pour « paella », par exemple. Ainsi, les recherches vers le premier renverront sur les résultats du second.

The screenshot shows a form titled 'Éditer la recherche 'Paela''. At the top right is a 'Retour' button. Below it is a section titled 'Informations générales'. The form contains the following fields:

- Termes de recherche ***: Paela
- Magasin ***: Français
- Nombre de résultats (Depuis la dernière fois) ***: 0
- Nombre d'utilisations ***: 0
- Synonyme de**: paella
(Fera une recherche pour la requête ci-dessus. Retourne des
- URL de redirection**:
Par ex : http://domaine.com
- Afficher dans les termes suggérés**: Non

Figure 9-14
Éditer la recherche sur un terme mal orthographié

Dans la fenêtre d'édition, renseignez les champs suivants à propos des termes de recherche.

- Les *Termes de recherche* sont les mots saisis dans le champ de recherche (il peut s'agir d'un mot simple ou d'un terme composé).
- Le *Magasin* permet de spécifier pour quel magasin cette nouvelle règle de recherche s'appliquera (par exemple, pas besoin de l'appliquer à un magasin en anglais si le terme a peu de chance d'être saisi par un visiteur anglophone).
- *Synonyme de* : notre objectif est d'indiquer que ces termes sont synonymes d'un mot réellement utile. Alternativement, l'*URL de redirection* peut renvoyer directement sur une page dont vous aurez décidé.
- Enfin, on vous demande si vous souhaitez ou non les *Afficher dans les termes suggérés* : nous ne devrions pas proposer ici cette faute d'orthographe, donc choisissez *Non*.

Sauvegardons et testons notre nouveau terme dans la recherche en tant que visiteur. En saisissant « paela », vous obtenez bien les résultats correspondant à « paella ».

The screenshot shows a search interface with the following details:

- Title:** Résultats de recherche pour 'paela'
- Results Count:** 1 article(s)
- Display Options:** Afficher 9 par page
- View Options:** Afficher en: Grille Liste
- Sort Options:** Trier par Pertinence ↑
- Result Preview:** A large question mark icon is displayed above the result title.
- Result Title:** Paëlla géante

Figure 9–15

Les résultats d'une recherche sur le terme erroné « paela » correspondent bien au terme correct « paella ».

Autres améliorations possibles

D'autres modifications peuvent être intéressantes pour la recherche, notamment par le système d'attributs détaillé dans le chapitre 7.

- Indiquez judicieusement quels attributs sont à utiliser dans la recherche (en principe, tous les attributs textuels).
- De même, préoccupez-vous d'affiner la recherche, en précisant les attributs pour lesquels cet affinage sera possible (lorsque la recherche renvoie un très grand nombre de résultats). Par exemple, un visiteur qui cherche « riz » sur notre site sera intéressé ensuite de pouvoir affiner sa recherche selon la quantité (1 kg...) ou selon la variété de riz (riz complet, riz blanc...) ; donc, si les attributs « poids » et « type de riz » existent, il est bon de les indiquer comme permettant d'affiner la recherche (voir la section consacrée aux attributs dans le chapitre 7).

POUR ALLER PLUS LOIN **Externaliser la recherche**

Il est également possible, en modifiant le thème, de ne plus du tout utiliser le moteur de recherche interne de Magento, mais de le remplacer par un logiciel spécialisé, comme les moteurs de recherche Sphinx ou mnoGoSearch. Autre solution encore, faire un simple lien vers un moteur extérieur...

- ▶ <http://www.sphinxsearch.com>
- ▶ <http://www.mnogosearch.org>

Envoyer une lettre d'information (newsletter)

Une *newsletter*, ou lettre d'information, est un courriel d'information envoyé à régulièrement un grand nombre de receveurs, qui ont souhaité s'y inscrire. C'est un moyen précieux de se faire connaître, moins agressif que la publicité directe puisque ceux qui la reçoivent ont délibérément choisi de la recevoir. La publication d'une lettre d'information est une fonctionnalité offerte par Magento, bien que pour le moment encore un peu sommaire. Les visiteurs peuvent s'inscrire à la newsletter, cette inscription étant sans rapport avec l'authentification comme client ou

ALTERNATIVE **Utiliser un système externe de publication de newsletter**

Le système de newsletter de Magento étant pour le moment plutôt sommaire, vous pourriez préférer utiliser un système extérieur en remplacement, tel que MessageBusiness ou NetAtlantic, si vous avez des besoins plus évolués.

- ▶ <http://www.message-business.com>
- ▶ <https://www.netatlantic.com>

administrateur. L'inscription est proposée en permanence sur le site. Quant à l'édition de la lettre en soi, elle consiste essentiellement en la création de gabarits pour mettre en forme vos informations.

Gérer les inscriptions

Afin de comprendre comment fonctionnent les inscriptions à la lettre d'information, entrez une adresse e-mail quelconque sur le site public, dans la boîte d'inscription à la newsletter (à gauche des pages produits, par exemple, voir figure 9-16). Retournez ensuite dans l'administration, où vous pouvez visualiser les inscrits dans *Newsletter>Inscrits à la newsletter* (voir figure 9-17).

Figure 9-16
Boîte d'inscription à la newsletter

Figure 9-17
Liste des inscrits à la newsletter

En vue de réutiliser cette liste dans d'autres applications, un bouton en haut permet de demander l'exportation de la liste en fichier CSV ou XML.

Exemple de résultat d'exportation en fichier CSV (la première ligne indique les têtes de colonne) :

```
"ID","E-mail","Type","Prénom du client","Nom de famille du client","Statut","Site web","Magasin","Vue magasin"
"1","mblanchard@yopmail.fr","Client","Mickaël","Blanchard","Inscrit","Main Website","Magasin principal","Français"
```

Préparer un gabarit

Afin de faciliter l'édition de vos newsletters, il est conseillé de créer un gabarit, qui sera utilisé pour les multiples envois. Rendez-vous dans le menu *Newsletter>Gabarits newsletter*. Il n'y en a aucun par défaut.

ID	Nom du gabarit	Date d'ajout	Date de mise à jour	Sujet	Et
		Entre: <input type="button" value="..."/>	Entre: <input type="button" value="..."/>	Et: <input type="button" value="..."/>	Et: <input type="button" value="..."/>

Aucun enregistrement trouvé.

Figure 9–18
Liste des gabarits de la newsletter

Créez un nouveau gabarit, au moyen du bouton *Ajouter un nouveau gabarit*, en haut. Sur la page de création, entrez un *Nom* pour ce gabarit, puis choisissez le *Sujet du gabarit*, le *Nom de l'expéditeur*, l'*E-mail de l'expéditeur*, le *Contenu du gabarit* comme si vous écriviez un courriel. Dans le champ *Contenu*, inscrivez les éléments permanents et communs à toutes vos lettres (adressage, signature, coordonnées...), sans oublier de fournir un lien pour la désinscription. Sauvegardez votre gabarit.

Un bouton d'aide est disponible pour le lien de désinscription, dont voici le code, à insérer dans le lien HTML :

```
 {{var subscriber.getUnsubscriptionLink()}}
```

La lettre est, par défaut, en HTML, mais un bouton en haut, *Convertir en texte simple*, transformera ce gabarit (en supprimant les balises) pour envoyer une newsletter en texte brut.

Informations gabarit

Nom du gabarit * Lettre simple

Sujet du gabarit * [www.rizdumonde.fr] Nouvelles de Riz Du Monde

Nom de l'expéditeur * Max Risotto

Expéditeur de l'email * contact@rizdumonde.fr

Contenu du gabarit *

```

A bientot !
---
www.rizdumonde.fr

<!-- This tag is for unsubscribe link --> Désinscription ? <a href="{{var subscriber.getUnsubscriptionLink()}}">{{var subscriber.getUnsubscriptionLink()}}</a>

```

Figure 9–19
Création d'un nouveau gabarit de newsletter

CONSEIL

Laisser l'internaute aux commandes

Votre internaute n'appréciera pas de se sentir « prisonnier » d'une fonctionnalité, en fût-il demandeur au départ. Il est donc essentiel de lui fournir en permanence la possibilité de se désinscrire. Ainsi se sentira-t-il respecté et sera-t-il susceptible de recommander votre site à d'autres personnes.

Éditer et envoyer la lettre

Vous pouvez maintenant utiliser le gabarit pour réaliser un envoi. Sur la liste des gabarits de newsletter, utilisez l'action *Queue newsletter* (mettre la newsletter en file). Vous arrivez sur un formulaire de création de message.

Éditer la newsletter

Informations de file	
Date de démarrage de la file	21 sept. 2010 14:49
Abonnés de	Main Website Magasin principal Français English Recettes des Riz du monde Français
Sujet *	[www.rizdumonde.fr] Nouvelles de Riz Du Monde
Nom de l'expéditeur *	Max Risotto
Expéditeur de l'email *	contact@rizdumonde.fr
Message *	Bonjour, Vous avez il y a quelques jours demandé

Figure 9–20

Formulaire de création d'un envoi de newsletter à partir d'un gabarit

Vous devez fixer une *Date de démarrage de la file*, éventuellement immédiate. C'est la date du début de l'envoi. Indiquez aussi toutes les vues magasin dont les *Abonnés* recevront la newsletter, et modifiez selon vos besoins les éléments du gabarit (*Sujet*, *Nom de l'expéditeur*, *Expéditeur de l'e-mail*). C'est à ce moment que vous insérez son contenu, dans le champ *Message*.

CONSEIL Bien rédiger sa newsletter

Pour être efficace, la rédaction d'une lettre d'information doit souscrire aux principes suivants :

- concision (de 3 à 5 articles courts, avec un lien en fin d'article renvoyant sur votre site ; cela permettra entre autres de générer du trafic vers le site) ;
- clarté ;
- incitation (le titre et le premier paragraphe doivent être accrocheurs, informatifs et contenir les mots-clés) ;
- information (les contenus doivent être intéressants pour éviter que le visiteur ne se désinscrire).

□ I. Canivet, *Bien rédiger pour le Web*, Eyrolles, 2009.

Sauvegardez. Votre newsletter va apparaître dans la liste des newsletters, disponible via le menu *Newsletter>File de newsletter*. Dès la date de départ passée, un appel à la tâche cron correspondante (voir au chapitre 3) déclenchera l'envoi à tous les abonnés.

Mieux connaître votre clientèle : utiliser les rapports

Afin de vous permettre d'analyser en profondeur votre activité, Magento met à votre disposition une grande quantité de rapports (ou états). Ils sont mis à jour à chaque instant, en fonction des données enregistrées par votre site. Ils viennent compléter le tableau de bord (voir en fin de chapitre 8), et sont des aides à la décision stratégique (*Business Intelligence*), vous permettant d'avoir une vue d'ensemble de votre activité.

Les différents états disponibles

Voici les rapports disponibles dans Magento, classés par thème. L'étoile (*) indique les états qui offrent un certain nombre de données triées et ordonnées par période temporelle (jour par jour, mois par mois ou année par année). Les autres affichent les données sans datation.

Tableau 9–1 Rapports disponibles dans Magento

Thème	Nom du rapport	Tri par date (*)	Description
Ventes	Ventes	*	Bilan des commandes terminées
	TVA	*	Bilan des taxes perçues
	Livraison	*	Livrailles, par type
	Total Facturé	*	Bilan des sommes facturées, réglées ou non
	Total Remboursé	*	Bilan des sommes remboursées
	Bon de réduction	*	Utilisation des bons de réduction (promotions panier)
Panier	Produits dans les paniers		Produit par produit, quantités en cours de commande
	Paniers abandonnés		Paniers non suivis d'une commande
Produits	Meilleures ventes	*	Produits classés selon leurs ventes
	Produits commandés	*	Copie du rapport précédent, sans les prix
	Les plus consultés	*	Produits classés selon les visites des clients
	Stocks bas		Produits dont la quantité est la plus basse au moment du rapport
	Téléchargements		Téléchargement effectif des produits téléchargeables achetés

À L'INTÉRIEUR Envoi massif

Les auteurs de Magento ont réalisé un mécanisme d'envoi par lot plutôt efficace. Toutefois, envoyer plusieurs milliers ou millions de courriels, entraînera des difficultés tout à fait spécifiques, qui ne sont pas abordées dans cet ouvrage.

CULTURE Rapports et états

Rapport est une mauvaise traduction de *report*, en anglais, qui désigne habituellement en français un état, c'est-à-dire un document présentant des informations organisées et optimisées pour la visualisation et, par extension, pour l'impression. Strictement parlant, c'est à partir d'un état qu'on peut établir un rapport, c'est-à-dire un document où intervient l'analyse humaine. Ce terme se retrouve dans les noms d'outils spécialisés dans la génération d'états tels que Crystal Report ou Rave Report.

Tableau 9–1 Rapports disponibles dans Magento (suite)

Thème	Nom du rapport	Tri par date (*)	Description
Clients	<i>Nouveaux comptes</i>	*	Derniers comptes ouverts
	<i>Clients par montant de commande</i>	*	Clients classés par la valeur de leurs achats
	<i>Clients par nombre de commandes</i>	*	Les mêmes clients classés par leur nombre de commandes, indépendamment du montant
Commentaires	<i>Clients ayant commenté</i>		Clients classés par leur nombre de commentaires laissés sur les produits
	<i>Produits commentés</i>		Produits classés par le nombre de commentaires laissés par les clients
Mots clés (tags)	<i>Clients</i>		Clients ayant proposés des mots-clés pour les produits
	<i>Produits taggés</i>		Produits classés selon leur nombre de mots-clés (bilan global des produits et de leurs mots-clés)
	<i>Populaires</i>		Mots-clés les plus utilisés sur les produits
Recherche	<i>Termes de recherche</i>		Recherches saisies par les visiteurs, mot par mot

Manipuler les états

Concentrons-nous sur un rapport typique, qui montre l'association entre les tags et leurs produits (l'état *Produits taggés* dans le tableau ci-avant). Utilisez le menu pour rejoindre *Rapports>Tags>Produits*. Vous obtenez une liste classique, complète, que vous pouvez exporter au format CSV ou Excel/XML au moyen du bouton *Exporter*.

Produits taggés				
Page 1 sur 1 page(s) Voir 20 par page Nombre d'enregistrements : 2				
ID	Nom produit	Nombre de tags uniques	Nombre de tags total	Action
1	Riz long	2	2	Afficher les tags
8	Paëlla géante	3	3	Afficher les tags

Figure 9–21 Rapport des tags des produits

Les mêmes informations que sur la figure ci-dessus en CSV

```
"ID","Nom produit","Nombre de tags uniques","Nombre de tags total","Action"
"1","Riz long","2","2","<a href=""http://www.rizdumonde.fr/index.php/admin/report_tag/productDetail/id/1/key/7e47a7c104aef13fbb562b8c13ca0fe9/">Afficher les tags</a>"
"8","Paëlla géante","3","3","<a href=""http://www.rizdumonde.fr/index.php/admin/report_tag/productDetail/id/8/key/7e47a7c104aef13fbb562b8c13ca0fe9/">Afficher les tags</a>"
```

Les rapports qui présentent un classement par période nécessitent (une fois pour chacun uniquement) que vous indiquiez entre quelles dates vous désirez voir apparaître les données, et avec quelle périodicité. Le résultat est alors affiché (et exporté) période par période (ici, jour par jour).

Entre: Et: Afficher par:

Figure 9–22
Formulaire pour
les rapports par période

À SAVOIR Enregistrement
Si vous désirez faire des comparaisons régulières, vous pouvez enregistrer des rapports au fur et à mesure, ou bien faire usage des dates modifiables, ou encore les générer dans leur totalité au moment où vous en avez besoin. Aucune information n'est oubliée (même pour les très vieilles commandes).

17 août 2010	Aucune donnée pour cette période.						
18 août 2010	Aucune donnée pour cette période.						
19 août 2010	1	2	4,80 €	0,00	10,00 €	0,00 €	14,80 €
20 août 2010	Aucune donnée pour cette période.						
21 août 2010	2	6	26,99 €	0,00	25,00 €	0,00 €	51,99 €
22 août 2010	Aucune donnée pour cette période.						

Figure 9–23 Rapport des ventes, un rapport par période

Utiliser les services web

Si vous souhaitez élargir les possibilités offertes en interne par Magento, il est possible de faire appel à des systèmes extérieurs, applications autres qui viennent en tant que clients communiquer avec Magento. Nous avons vu par exemple dans le chapitre 8 une première utilisation des services web depuis Magento, sous forme de services du W3C (WS-*) : la récupération automatique de taux de change depuis un service distant.

À l'inverse, les services web peuvent aussi être utilisés pour qu'une application tierce ait accès aux informations de votre site, dans une certaine mesure. On parle alors d'application « cliente ». Les besoins d'une telle interaction peuvent être multiples : afficher vos produits sur un autre site, permettre la collection et l'agrégation des données sur un serveur central, permettre un système de Single Sign-On (un mot de passe pour plusieurs applications), etc. Il ne s'agit donc plus de communication avec le client au sens strict du terme, mais de permettre l'accès à vos données à un tiers. Dans certains cas, cela peut aussi servir à la promotion de votre site (en republant votre contenu sur un autre site, par exemple).

Pour permettre l'intégration de services web, Magento va mettre à disposition un grand nombre de méthodes, qui :

- modifieront les données, (ajouts de produits, de commandes, par exemple) ;
- retourneront les données, (en fournissant par exemple au client du service web la liste des produits).

Si mettre en place et vérifier le bon fonctionnement de ces services web de Magento est assez facile, en profiter depuis un autre système nécessite de bonnes connaissances en développement pour le système concerné (par exemple, être capable de réaliser des extensions en PHP, si c'est pour faire des appels depuis un autre site Magento). De plus, les combinaisons de services utilisés sont tellement variées que tout cela pourrait faire l'objet d'un ouvrage entier.

Vérification rapide du bon fonctionnement

RAPPEL Page web versus service web

Pour rappel, alors qu'une page web instaure une interaction entre un humain client et une machine serveur, un service web fait communiquer une machine client et une machine serveur.

Magento propose deux normes d'accès, deux protocoles de services web : XML-RPC et WS-*. Le premier est beaucoup plus simple, le second est plus standard. Assurez-vous que vous avez bien accès à chacun d'entre eux. La manipulation proposée n'a d'intérêt que pour le test, puisque nous allons, en tant qu'humain, accéder à un service web, chose qui est en principe réservée aux communications entre machines.

Services XML-RPC

Accédons aux services XML-RPC en allant, avec votre navigateur, à une adresse de ce type <http://www.rizdumonde.fr/index.php/api/xmlrpc>. Nous recevons alors un document XML, dans lequel nous observons le message d'erreur « *Failed to parse request* ». Cela vient du fait qu'un appel XML-RPC devrait transporter une information supplémentaire, l'information modifiée ou demandée, sous la forme d'un document XML. Or, en passant par un navigateur pour faire cet appel, nous n'avons pas l'occasion de préciser laquelle. Donc Magento indique qu'il n'a pas réussi à analyser notre demande. Nous avons toutefois bien la confirmation que le service est en place, et se conforme aux règles de XML-RPC.

Fichier XML confirmant que le service XML-RPC est conforme

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<methodResponse>
<fault>
<value>
<struct>
<member><name>faultCode</name>
<value><int>631</int></value></member>
```

```
<member><name>faultString</name>
<value><string>Failed to parse request</string></value></
member>
</struct>
</value>
</fault>
</methodResponse>
```

Services WS-*

Les services WS-* sont multiples, mais le plus courant est la manipulation suivante, tout à fait valide : accéder au fichier WSDL de notre Magento. Ce document WSDL décrit les services disponibles, la façon d'y accéder, etc. Il n'est ni en anglais ni en français, mais dans un format qu'un client générique WS-* accepte et peut utiliser facilement. On accède à ce fichier avec une adresse de type <http://www.rizdumonde.fr/index.php/api/?wsdl>.

Vous y trouvez des informations à propos des méthodes à appeler, de leurs arguments, etc.

Contenu du fichier WSDL

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<definitions xmlns:typens="urn:Magento"
  xmlns:xsd="http://www.w3.org/2001/XMLSchema"
  xmlns:soap="http://schemas.xmlsoap.org/wsdl/soap/"
  xmlns:soapenc="http://schemas.xmlsoap.org/soap/encoding/"
  xmlns:wsdl="http://schemas.xmlsoap.org/wsdl/"
  xmlns="http://schemas.xmlsoap.org/wsdl/"
  name="Magento" targetNamespace="urn:Magento">
  <types>
    ...
  </types>
  <service name="MagentoService">
    <operation name="catalogCategoryList">
      <input>
        <type>typens:categoryListType</type>
      </input>
      <output>
        <type>typens:categoryListType</type>
      </output>
    </operation>
  </service>
</definitions>
```

Méthode d'utilisation

Comment profiter de ces services web ? Bien que nous n'allons pas ici développer un exemple complet d'utilisation depuis un autre outil, que nous ferions sur mesure, voici les phases probables qu'il faudra mettre en œuvre (on suppose bien sûr qu'on dispose des codes sources de l'application cliente, et qu'on est capable de les modifier) :

- 1 Préparer l'application cliente. Il peut s'agir d'une toute nouvelle application dédiée, mais il s'agira plus probablement d'une application déjà existante, que l'on désire adapter afin de se connecter à notre système Magento. Cette application peut être écrite dans

WSDL

WSDL (*Web Services Description Language*) est le langage de description d'un service web spécifique aux services WS-*. Il permet d'indiquer quelles opérations sont disponibles, avec quels paramètres et à quelle adresse.

CONSEIL Travailleur avec un site tiers

Si un tiers, disposant de son propre site, vous demande un accès par service web, vous devez simplement lui fournir ces informations : le lien ci-contre vers le fichier WSDL, ainsi que la version de Magento que vous utilisez, avec éventuellement les extensions installées.

n'importe quel langage, bien que seuls les langages modernes disposent généralement de bibliothèques pour accéder aux services web (Java, Python, C#, PHP...).

- 2** Choisir l'un ou l'autre protocole d'appel. Utilisez WS-* si vous disposez des bibliothèques (pour Soap et le WSDL) dans le langage concerné.
- 3** Préparer Magento en créant des utilisateurs (voir la section suivante).
- 4** Réaliser les accès client-serveur sur l'application appelante.

Sécurité : créer des utilisateurs

Fort heureusement, toutes les données de notre serveur Magento ne sont pas à disposition de ceux qui voudront bien venir les lire. La sécurité de nos services web est identique à celle des pages web de l'interface de gestion du site (*back-office*). Il y a donc aussi des rôles et des utilisateurs, qu'il faut maintenir, afin de permettre l'accès au service. Une seule méthode peut être appelée sans droit particulier, dans chacun des deux protocoles : la méthode qui permet l'authentification. Les rôles et utilisateurs des services web sont complètement indépendants de ceux pour les pages web.

- 1** Pour administrer ces droits, rendez-vous, dans la partie d'administration, sur cette gestion de compte, par le menu *Système>Web Services>Rôles*.

Rôles	
Page	1 sur 1 page(s) Voir 20 par page Nombre d'enregistrements : 0
ID	Nom du rôle

Aucun enregistrement trouvé.

Figure 9-24
Liste des rôles pour les droits de services web

- 2** Aucun rôle n'existe pour le moment. Supposons que vous prévoyez l'accès aux informations de vente à une application utilisatrice distante. Cliquez sur *Nouveau Rôle*. Donnez un nom au rôle en cours de création.

Informations du rôle Infos du rôle Ressources du rôle	Nouveau rôle Informations du rôle Nom du rôle * Lecteur
--	--

Figure 9-25
Formulaire de création d'un rôle

- 3** Dans le second onglet, nous pouvons choisir de donner l'accès complet aux informations des ventes. Il suffit de cliquer dans la case à côté de *Ventes* pour donner un accès complet.

Figure 9–26
Choix des ressources accessibles par un rôle

- 4** Sauvegardez le rôle.

- 5** Maintenant, créez un utilisateur associé à ce rôle. Ceci est réalisé via *Système>Web Services>Utilisateurs*.

Figure 9–27
Liste des utilisateurs de services web

- 6** Cliquez sur *Nouvel utilisateur*. Si le *Nom de l'utilisateur* permettra l'authentification, le *Prénom*, le *Nom de famille*, l'*Email* ne sont pas utiles. La *Clé d'API* correspond au mot de passe, au choix (il faut l'entrer deux fois). Indiquez l'utilisateur comme *Actif*.

Figure 9–28

Formulaire de création d'un utilisateur

- 7** Dans le second onglet, il faut indiquer que cet utilisateur est associé au rôle que vous venez de créer. Cochez la case à côté. Chaque utilisateur ne peut avoir qu'un seul rôle.

Figure 9–29

Création d'un utilisateur : choix de son rôle

- 8** Sauvegardez cet utilisateur. Il est maintenant disponible pour toute application extérieure qui voudrait consulter nos ventes en tant que cliente de services web.

Personnaliser l'apparence de sa boutique

10

Les pages de votre boutique sont votre vitrine. Avant même de réaliser indépendamment une recherche graphique, étudiez les possibilités offertes par Magento en matière de design, ainsi que les difficultés à prendre en compte, afin de mettre en place la présentation idéale de votre boutique en ligne.

SOMMAIRE

- ▶ Configuration simple
- ▶ Créer un thème graphique
- ▶ Images, CSS et JavaScript
- ▶ Internationalisation
- ▶ Ajouter des widgets
- ▶ Gabarits et agencements
- ▶ Designs personnalisés

MOTS-CLÉS

- ▶ apparence
- ▶ widget
- ▶ feuille de style
- ▶ template
- ▶ layout
- ▶ thème
- ▶ paquet
- ▶ langue

Afin d'offrir la boutique en ligne la mieux adaptée à l'image de votre entreprise, vous souhaiterez sans doute personnaliser l'apparence de votre site :

- modifier les couleurs, les polices de caractères, les pictogrammes et images... ;
- modifier les textes ;
- déplacer des éléments.

Sur une simple page HTML, ce genre d'opérations ne présente aucune difficulté, grâce notamment à l'emploi des CSS (voir annexe B). Mais sur un site conçu avec Magento, ou tout autre outil du même type, ces éléments statiques de présentation graphique sont mélangés avec des contenus dynamiques, qui évoluent en fonction du temps, des manipulations précédentes des utilisateurs, de celles des administrateurs ou de systèmes extérieurs (via les services web). Il est donc nécessaire d'envisager d'autres solutions.

CULTURE La charte graphique au service de l'identité visuelle de votre société

Même si un site est voué à évoluer dans le temps, il est important d'assurer sa pérennité et sa cohérence graphique, afin de donner à votre société une identité visuelle reconnaissable et durable. Cette identité peut être formalisée au sein d'un document que l'on appelle charte graphique, qui décrit tous les éléments graphiques tels que :

- les polices de caractères (fonte et corps) ;
- l'interlignage ;
- la palette de couleurs ;
- le format et la taille des images ;
- les conventions de mise en forme pour les liens (selon qu'ils sont cliquables ou cliqués) ;
- l'utilisation du logo ;
- les types de listes à puces, à numéros utilisés, etc.

Ainsi, le site pourra avoir une présentation homogène et offrir à l'utilisateur un environnement familier, quel que soit la page où il se trouve. Il s'en dégagera ainsi une image de confiance, de crédibilité et de professionnalisme dont ne pourra que bénéficier votre entreprise.

Généralement, plusieurs solutions sont disponibles pour un même besoin. Comme critères de choix, nous nous efforcerons de prendre en compte leur caractère réversible (possibilité de revenir en arrière), la possibilité de mettre à jour Magento sans tout détruire et la maintenance facile (une solution claire, prévisible, sans redondance). Plusieurs méthodes sont présentées dans les sections qui suivent, ordonnées selon leur difficulté, du plus simple au plus compliqué, de la configuration simple via l'interface graphique d'administration à la modification du

code. À la fois la difficulté d'explication, de mise en œuvre, et le temps nécessaire sont pris en compte. Il sera donc préférable, autant que possible, de se contraindre aux premières solutions proposées.

Configuration de base du design

Vous trouvez dans la configuration du design, *Système>Configuration>Design*, des paramètres simples modifiant l'affichage du site public. Cela vous permettra au moins une personnalisation à minima de votre graphisme, à partir des balises HTML. Bien sûr, ces paramètres peuvent être modifiés en fonction des différentes portées (globale, site web, vue magasin).

L'en-tête HTML

L'en-tête HTML désigne les éléments contenus dans le code HTML à l'intérieur de la balise `<head>` identique sur toutes les pages utilisant ce design. Ce sont des informations sur le site à destination du navigateur, pour la plupart non visibles directement sur la page. Il ne s'agit donc pas de design à proprement parler ; mais soigner ses en-têtes visibles contribue à la mise en œuvre d'une charte graphique efficace.

En-tête HTML	
Titre par défaut	Recettes des Riz du Monde
Préfixe du titre	Riz du Monde ::
Suffixe du titre	
Description par défaut	Toutes les recettes de riz sous forme de livre de grande qualité.
Mots-clés par défaut	recettes, riz, monde, bourique, magento

Figure 10-1
Paramètres de l'en-tête HTML

Le titre de la page (title)

Pour n'importe quelle page de votre site, le contenu de la balise `<title>` correspond au titre de la page, celui qui s'affiche entre autres dans la barre supérieure du navigateur. Indiquez un *Titre par défaut*, qui s'affi-

chera pour les pages où rien d'autre n'a été spécifié, sachant que chaque page particulière (par exemple, une fiche produit) a déjà son propre titre (le nom du produit). Or même dans ces derniers cas, le titre peut recevoir un *Préfixe* et/ou un *Suffixe*. On peut par exemple envisager que chaque page commence par un préfixe « Riz du Monde », ce qui donnerait par exemple, pour la fiche produit du riz rond, un titre de page tel que « Riz du Monde :: Riz rond ».

Les balises métas et autres indications pour les moteurs de recherche

De même, comme nous l'avons vu, certaines pages (les pages de contenu informatif, par exemple) sont déjà dotées de balises métas contenant une description et des mots-clés, destinées à favoriser leur référencement sur les moteurs. Mais il est possible, pour les autres, d'indiquer une *Description par défaut* et des *Mots-clés par défaut*. Quant au champ *Robots par défaut*, il permet d'indiquer aux robots des moteurs de recherche s'ils doivent ou non indexer la page et suivre les liens qu'elle contient (voir l'aparté ci-après).

RÉFÉRENCEMENT Les balises métas robots

Il existe également un autre type de balise métas, adressé directement aux robots des moteurs de recherche : la balise `<meta name="robots" content="...>`, qui peut contenir les attributs suivants, dans le champ *content* :

- *index* ou *noindex*, qui indique si la page doit être ou non indexée par les robots ;
- *follow* ou *nofollow*, qui indique si les liens de la page doivent être utilisés pour l'indexation.

Le plus souvent, vous préférerez indiquer les attributs *INDEX* et *FOLLOW* afin d'optimiser vos chances de référencement. Seule contre-indication, si des utilisateurs malicieux profitent des zones de commentaires mises à leur disposition sur les pages pour insérer des liens et générer du spam.

Les petits plus

Vous pouvez indiquer des balises supplémentaires en tant que *Scripts divers*, en JavaScript, par exemple pour configurer un script utilisé dans les pages.

Enfin, le temps de la mise en place du site, pour indiquer que votre magasin est une boutique de démonstration, une note peut être affichée en activant la fonction *Display demo store notice*.

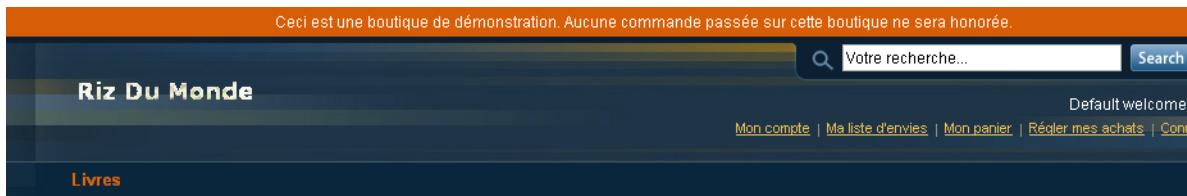


Figure 10–2 Affichage de la note de démonstration

L'en-tête visible de la page

Les paramètres suivants concernent l'en-tête visible des pages elles-mêmes, à savoir ce qui s'affiche en haut des pages. Si votre charte graphique est cohérente, cet en-tête sera le même pour tout le site. Il contient, de manière classique, le logo de votre société, dont vous indiquez le fichier source (en format GIF ou PNG, de préférence) dans le champ *Source du logo* et un slogan (appelé aussi *baseline* ou signature), correspondant ici au champ *Texte de bienvenue*. Comme toute image, le logo doit être doublé d'un *Texte alternatif* (correspondant au contenu des balises `alt`) pour des raisons d'accessibilité, notamment. L'emplacement du logo dans l'en-tête peut être modifié lors de l'édition du thème (voir la deuxième section de ce chapitre).

En-tête	
Source du logo	<input type="text" value="images/logo.gif"/>
Texte alternatif du logo	<input type="text" value="Magento Commerce"/>
Texte de bienvenue	<input type="text" value="Vos riz, vos recettes!"/>

Figure 10–3
Paramètres d'en-tête

Le texte qui s'affiche en haut à droite peut aussi être édité.



Figure 10–4
En-tête des pages

Le pied de page

Vous disposez aussi de paramètres pour définir le contenu du pied de page, pour toutes vos pages. Vous pouvez notamment y insérer un *Copyright* (pas nécessaire en Europe), alors que le *Code HTML divers* permet d'ajouter, en HTML, toute autre information que vous jugerez utile. Il

À L'INTÉRIEUR En-tête et pied de page dans le HTML

Si vous connaissez le HTML, observez où, dans le code HTML généré, apparaissent les trois informations – en-tête HTML, en-tête et pied de page. Cela vous permettra de prévoir s'il s'agit bien des emplacements utiles, ou si vous devez modifier le thème.

est souvent utilisé pour afficher les statistiques des visites (via Google Analytics, Xiti...), que l'on insère via un code d'appel approprié, fourni par l'application en charge des statistiques.

Pied de page

Copyright	© 2008 Magento, Mickaël Blanchard. Tous droits réservés
Code HTML divers	<!-- fin magento -->

Ceci sera affiché juste avant la balise de fermeture de body

Figure 10–5

Formulaire des paramètres du pied de page

CONSEIL Soyez clair sur vos objectifs

Il faut être bien clair concernant la raison pour laquelle vous mettriez en place un filigrane. Est-ce pour éviter absolument que l'on copie vos images (copyright), ou bien est-ce pour autoriser cette copie à condition que vous soyez cité ? En fonction de vos intérêts, choisissez un filigrane plus ou moins intrusif. Et sachez qu'un tel filigrane n'a rien d'obligatoire... Vous pouvez notamment largement vous en passer sur les vignettes !

Ajouter un filigrane sur les images de produits

Une dernière série de paramètres est disponible : des filigranes sur les images, c'est-à-dire une sorte d'empreinte que vous pouvez ajouter sur les images que vous publiez afin de les signer ou de les protéger contre les infractions au droit à la propriété intellectuelle.

Filigranes d'images de produits

Image de base Taille par défaut du filigrane	150
Image de base Filigrane	<input type="text" value="C:\temp\perso\magento"/> <input type="button" value="Parcourir..."/>
Image de base Positionnement du filigrane	<input type="button" value="Étirer"/>
Petite image Taille par défaut du filigrane	<input type="text"/>
Petite image Filigrane	<input type="text"/> <input type="button" value="Parcourir..."/>
Petite image Positionnement du filigrane	<input type="button" value="Étirer"/>
Miniatuue Taille par défaut du filigrane	<input type="text"/>
Miniatuue Filigrane	<input type="text"/> <input type="button" value="Parcourir..."/>
Miniatuue Positionnement du filigrane	<input type="button" value="Étirer"/>

Figure 10–6

Formulaire des paramètres des filigranes d'images de produits

Les filigranes sont disponibles pour chaque type d'image affichée correspondant à un produit (grande image, petite image et miniature). En pratique, cela consiste à ajouter une image partiellement transparente (en format GIF ou PNG), qui viendra se superposer à toutes les images du site. Pour chaque image en filigrane, vous devez indiquer une *Taille par défaut* et un *Positionnement*, dans le cas où elle ne fasse pas la même taille que l'image à recouvrir (étirer, faire une mosaïque ou placer dans un coin). Voici le résultat, pour un texte « Riz Du Monde » en filigrane, gris sur blanc ; ce n'est pas très visible, mais c'est suffisant.



Figure 10-7
Image avec un filigrane

Créer un thème graphique

Entrons maintenant dans le cœur de l'édition de l'apparence du site : la manipulation et la création de thèmes graphiques. Un thème est un ensemble cohérent d'images, de feuilles de style et autres qui vient habiller votre site pour personnaliser son apparence.

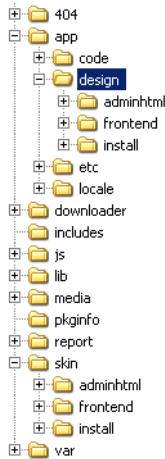
Organisation des fichiers

Organisation générale

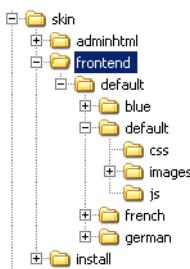
La grande majorité des manipulations que vous allez réaliser pour cette partie se font directement dans le système de fichiers. Il s'agira de modifier des fichiers textuels, de déplacer des images, etc. Les deux répertoires concernés par l'apparence graphique au sein de votre installation de Magento sont `/app/design/` et `/skin/`. Le répertoire `/app/design/` contiendra les textes (éléments d'interface susceptibles d'être traduits), templates et layouts, et le répertoire `/skin/` les éléments statiques (images, CSS, JavaScript...).

À SAVOIR Pourquoi deux répertoires ?

Cette séparation en deux répertoires est établie pour des raisons de sécurité. Les éléments de `/skin/` sont lus directement depuis les navigateurs des clients, ce répertoire doit donc être accessible en lecture par le HTTP. Les éléments de `/app/` ne sont pas accessibles directement, mais utilisés par le code PHP pour créer le HTML final. Le HTTP n'y a pas accès.

**Figure 10–8**

Répertoires concernés par le design du site

**Figure 10–9**

Répertoire /skin/frontend/ initial

VOCABULAIRE Les thèmes graphiques dans Magento

Le vocabulaire des éléments graphiques dans Magento est courant, bien que certains termes soient utilisés d'une manière légèrement différente qu'à l'accoutumée.

- Les thèmes (*skin*, en anglais) sont les éléments principaux de la structure de présentation de Magento. Un thème est un ensemble cohérent d'images, de feuilles de style, etc. C'est en quelque sorte l'habillage de votre site.
- Les thèmes sont regroupés dans des paquets. Chaque paquet contient un ou plusieurs thèmes. Les paquets servent notamment à importer et déployer des thèmes facilement.
- Interface est un synonyme de paquet.
- Une page correspond à une page web telle que vous la connaissez, associée à une URL.
- Un élément est dit statique s'il est affiché tel quel lorsque sa création est terminée. Une image est statique, de même qu'une page de simple contenu créée via le CMS.
- Par opposition, un élément est dynamique s'il est issu d'un calcul ou d'une recherche automatique dans la base, son contenu étant donc amené à changer selon l'opération effectuée par l'utilisateur lors de sa consultation. Les chiffres de ventes ou les prix des produits sont dynamiques.
- Un layout (mise en page, en anglais) est « l'agencement » général de votre page ou de votre site, qui détermine ce qui va être affiché et à quel emplacement, dans tel ou tel cas. Un template est un « gabarit », qui correspond à la manière dont le résultat d'un layout sera affiché (choix graphiques : couleur, polices, etc.). Ce sont les templates qui sont codés en HTML et PHP, tandis que le layout est une description en XML. À chaque appel d'un utilisateur, agencement et gabarits sont assemblés pour constituer l'affichage final.

Dans chacun de ces deux répertoires, on rencontre ces trois emplacements :

- `adminhtml` : affichage de l'interface d'administration, partie privée.
- `frontend` : affichage de la partie publique du site.
- `install` : affichage du système d'installation.

Nous allons ici nous consacrer essentiellement à la présentation du site public, nous n'agirons donc que dans chacun des répertoires `frontend`, mais il est évident que vous pourriez faire de même, si vous en avez le besoin, dans les deux autres parties.

Organisation des thèmes au sein des répertoires

Entrons dans le répertoire `/skin/frontend/`. Il contient un seul répertoire `default` et, à l'intérieur, les répertoires `blue`, `default`, `french`, `german`, `iphone` et `modern`.

- Le premier répertoire `default` est une interface, un paquet.

- Chacun des six répertoires à l'intérieur correspond à un thème.

Si nous installions des paquets supplémentaires, ils seraient donc placés au même niveau que le premier `default`. Nous pourrions aussi installer des thèmes supplémentaires, s'ajoutant aux quatre thèmes déjà existants.

Vous pouvez observer que dans `/app/design/frontend/`, il n'y a qu'une seule interface, `default`, et qu'un seul thème, lui aussi appelé `default`.

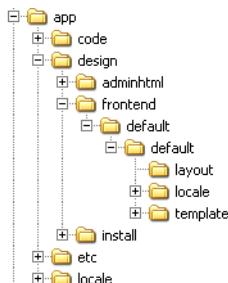


Figure 10–10
Répertoire `/app/design/frontend/` initial

Le principe de surcharge

Il serait possible de directement remplacer, dans `/skin/frontend/default/default/`, une image par une autre, et ainsi de transformer effectivement l'affichage du site, du moins en partie. Toutefois, Magento propose, à la place de ces remplacements en bloc, un système de « surcharge » (ou « redéfinition »), l'objectif étant de ne jamais modifier le travail de vos prédecesseurs, mais d'ajouter vos créations aux leurs. Ainsi, vous créez un thème en plus du thème `default`, qui subsiste, ce qui présente les avantages suivants :

- vous êtes capable de distinguer ce que vous avez fait du reste ;
- vous avez la possibilité de revenir en arrière ;
- vous pouvez appliquer de nouveau vos modifications après une mise à jour.

En procédant de cette manière, voilà ce qui se passe chaque fois qu'un fichier est appelé lors de la consultation du site :

- 1 Il est d'abord recherché dans le répertoire du thème indiqué dans la configuration (voir plus loin « Créer et appliquer un nouveau thème »).
- 2 S'il n'est pas trouvé, alors il est recherché dans le thème `default`.
- 3 S'il n'est toujours pas trouvé, c'est un échec.

Il n'y a que deux étapes, et `default` est toujours la seconde.

EN PRATIQUE Les thèmes standards

Six thèmes sont proposés avec Magento 1.4. `default` et `modern` sont deux thèmes simples et propres. `Blue` est une variation très proche de `default`, de même que `french` et `german`, qui indiquent simplement des traductions (voir la section dédiée plus loin). Enfin, `iphone` est une adaptation particulière de l'interface au smartphone d'Apple (petit écran et connexion limitée).

ATTENTION Gare à la casse !

Sous Windows, les majuscules dans les noms de fichiers n'ont pas d'importance. Par contre, elle en auront dans tout système de type Unix, notamment pour la surcharge. Veillez donc à garder exactement les mêmes noms de fichiers, en tenant compte de la casse.

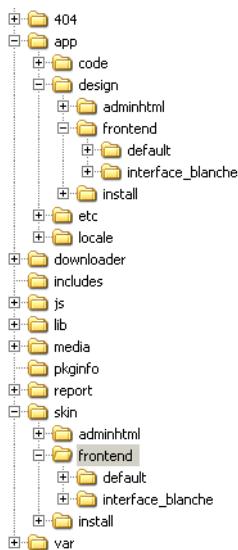


Figure 10-11
Création de deux répertoires
« interface_blanche »

Créer un paquet

La création d'un nouveau paquet (ou interface) n'est pas obligatoire avant de créer le thème en soi, mais nous allons la réaliser ici, afin d'observer deux situations bien distinctes (avant et après la création).

Le principe de surcharge ne vaut pas pour les paquets. Un paquet est en cours d'utilisation, ou un autre, mais aucun lien ne sera fait entre les deux. Cela est déterminé lors de la configuration, donc, bien sûr, les mécanismes habituels fonctionnent : une vue magasin peut utiliser un paquet, et une autre vue magasin, un autre paquet.

Créons un nouveau paquet, et utilisons-le :

- 1 Copiez les deux répertoires `default` de `/app/design/frontend/` et de `/skin/frontend/` dans deux autres répertoires (nommés de la même façon dans `/app/design` et dans `/skin/`, par exemple `interface_blanche`), à côté de chacun d'entre eux.
- 2 Rendez-vous dans la configuration de votre boutique, via le menu `Système>Configuration>Général>Design`, et changez la portée pour l'une de vos vues magasin, par exemple, pour que le paquet s'applique à la vue en français du magasin.



Figure 10-12
Changement de la portée des paramètres,
pour l'une des vues magasin

- 3 Changez *Nom du paquet actuel* pour le nom de répertoire que vous venez de créer, `interface_blanche`.

The screenshot shows the 'Design' section of the Magento Admin. The 'Paquet' tab is selected. In the 'Nom du paquet actuel' input field, the value 'interface_blanche' is entered.

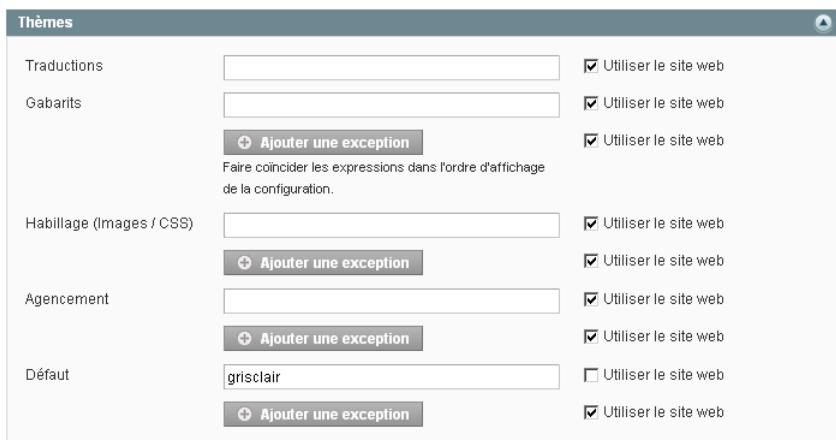
- 4 Vérifiez que la partie publique correspondant à cette vue magasin fonctionne encore, et restez dans cette vue magasin, pour la suite.

Créer et appliquer un nouveau thème

On se propose de créer un nouveau thème dans ce nouveau paquet. Concentrez-vous uniquement sur `/skin/` pour le moment. Nous avons

vu que seul un thème, voire deux (avec le thème `default`), étaient utilisés pour l'affichage final. Dans notre nouveau paquet, nous pouvons donc supprimer `blue`, `german`, `french`, `modern` et `iphone` et ajouter à la place un répertoire vide à côté de `default`. Appelons-le `grisclair`, par exemple.

Activez alors ce thème, en vous rendant, dans l'interface d'administration, dans *Système > Configuration > Général > Design*, toujours pour la portée de votre vue magasin. Dans le champ *Défaut* du volet *Thèmes*, indiquez le nom de votre thème, `grisclair`. Utilisez ainsi votre thème pour toutes les pages en l'indiquant comme thème par défaut.



Désormais, chaque fois qu'un document est nécessaire pour l'affichage, il est recherché dans votre propre thème (répertoire `grisclair`), puis dans `default`. Vérifions cela en pratique en modifiant le logo :

- 1 Dans votre nouveau thème, créez un répertoire `images`.
- 2 Dans celui-ci, créez un fichier `logo.gif` (environ 157 x 47 pixels).
- 3 Observez n'importe quelle page de cette vue magasin : le logo apparaît bien modifié !



Application partielle d'un thème

Si le plus évident semble être d'appliquer un thème par défaut au design du site dans son intégralité, la configuration de Magento permet aussi

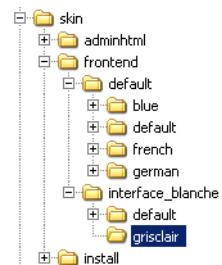


Figure 10–14
Nouveau répertoire pour un thème

Figure 10–15
Choix d'un autre thème
en tant que thème par défaut

de ne l'appliquer que partiellement, à certaines parties ou ressources du site uniquement. Par exemple, on peut ne modifier que le style des *Traductions*, voire utiliser des thèmes différents pour chaque type de ressource qui est lire dans les thèmes (*Gabarits*, *Habillage (Images/CSS)*, *Agencement*).

Essayez en modifiant de nouveau la configuration. Utilisez votre thème uniquement pour l'habillage, et non l'ensemble des éléments (pensez à cocher de nouveau la case *Utilisez le site web* à droite si besoin, comme expliqué dans la section « Configuration générale » du chapitre 5). Sauvegardez, et vérifiez que l'affichage ne change pas.

Thème	Champ	Utiliser le site web
Traductions		<input checked="" type="checkbox"/>
Gabarits		<input checked="" type="checkbox"/>
Habillage (Images / CSS)	grisclair	<input type="checkbox"/>
Agencement		<input checked="" type="checkbox"/>
Défaut		<input checked="" type="checkbox"/>

Figure 10-17
Utilisation du nouveau thème seulement pour l'habillage

EN PRATIQUE Exemples de User-Agent

Voici des valeurs classiques de User-Agent, pour Firefox 1.5 sous Mac, Firefox 1.5 pour Windows et Internet Explorer 7 pour Windows :
 Mozilla/5.0 (Macintosh; U; PPC Mac OS X Mach-0; en-US; rv:1.5a) Gecko/20030728 Mozilla Firebird/0.6.1

Mozilla/5.0 (Windows; U; Windows NT 5.1; fr; rv:1.8) Gecko/20051111 Firefox/1.5

Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 7.0; Windows NT 6.0)

Exceptions

Chacun des champs indiqués dans la section précédente peut posséder des exceptions, afin de proposer des présentations alternatives en fonction du navigateur utilisé par le client (navigateur de téléphone portable par exemple). Il s'agit alors de remplacer le paquet par un autre paquet, ou le thème par un autre thème, dans certains cas.

Le navigateur du client, ou agent utilisateur, est détecté par le serveur au moyen de ce qu'on appelle le User-Agent. Il s'agit d'une chaîne de caractères incluse dans l'en-tête d'une requête HTTP envoyée par le navigateur, donnant de façon vague et non normalisée des informations sur le logiciel utilisé (nom, version, langue...). C'est grâce au contenu de ce User-Agent que Magento va pouvoir détecter les cas où appliquer une exception.

Pour indiquer une exception, cliquez tout d'abord sur le bouton *Ajouter une exception*. L'exception est donnée sous la forme d'une expression rationnelle, à savoir une chaîne de caractères rédigée selon une norme spéciale, permettant de détecter un certain format via un User-Agent.

Expressions rationnelles

Les expressions rationnelles, ou régulières, correspondent à une façon standardisée d'indiquer, de rechercher un motif dans une chaîne de caractères. Les expressions rationnelles sont utilisées dans de nombreux domaines de l'informatique, où la comparaison de chaînes est utile. Par exemple, le point . correspond à n'importe quel caractère, l'étoile * à un nombre quelconque, tandis que l'expression a* reconnaît « aaaa », a . c . reconnaît « abcd » et . * reconnaît les deux.

Des références, et même des testeurs d'expressions rationnelles, sont disponibles en grand nombre sur le Web :

- ▶ http://fr.wikipedia.org/wiki/Expression_rationnelle
- ▶ <http://www.quanetic.com/Regex>

Imaginons par exemple que vous vouliez proposer le thème par défaut plutôt que votre thème *grisclair* aux utilisateurs de Microsoft Internet Explorer (quelle que soit sa version). Pour cela, le serveur devra détecter la présence de la chaîne de caractère *MSIE* dans le User-Agent. Vous devrez donc inscrire le texte *.*MSIE.** (qui signifie « User-Agent contient "MSIE" ») dans le champ *Expression correspondante*, et le thème *default* dans *Valeur*. Testez en accédant à votre page avec Microsoft Internet Explorer. Vous devriez voir l'ancien logo à la place du nouveau.

The screenshot shows a configuration interface for a theme. At the top, there's a field labeled "Habilage (Images / CSS)" containing the value "grisclair". Below it is a table with two columns: "Expression correspondante" and "Valeur". In the first row, the expression is ".*MSIE.*" and the value is "default". There are buttons for "Supprimer" (Delete) and "Ajouter une exception" (Add an exception).

Expression correspondante	Valeur
.*MSIE.*	default

ALTERNATIVE Télécharger un thème

Plutôt que de modifier ou de créer vous-même un thème, il est possible de télécharger des thèmes graphiques pour votre boutique (voir la première section du chapitre 11 suivant pour savoir où trouver ces thèmes et comment les installer). Il n'y a pas de difficulté particulière. Les thèmes sont disponibles sous forme de paquets. Souvent, dans un même paquet téléchargé, vous trouverez le thème principal et des variantes de couleur, de langue ou d'image.

La façon de l'installer et de l'appliquer est la même que pour un thème que vous aurez créé. Le résultat de cette installation est l'ajout, dans vos répertoires */skin/* et */app/design/*, de paquets supplémentaires. Il vous faut alors les utiliser comme les paquets et thèmes que vous auriez vous-même réalisés. Il est même possible, suivant la licence de l'extension graphique téléchargée, que vous soyez libre de modifier ce thème à votre convenance.

CONSEIL Prendre en considération le navigateur

Il est plutôt inhabituel de choisir un thème en fonction du navigateur, en particulier parce que les CSS elles-mêmes proposent des mécanismes pour le faire. Toutefois, les exceptions sont l'occasion de disposer d'un thème spécial pour les téléphones mobiles, par exemple.

Figure 10–18

Formulaire d'ajout d'une exception pour un navigateur particulier



Figure 10-19

Répertoire habituel des ressources d'un thème

Éléments statiques du thème : images, CSS et JavaScript

La manipulation des thèmes effectuée dans la section précédente est tout à fait représentative de la façon de procéder avec Magento pour personnaliser le graphisme du site. Images, fichiers JavaScript et CSS sont considérés de manière équivalente par Magento, il ne s'agit que de ressources à renvoyer au navigateur. Elles sont donc contenus dans le répertoire `/skin/`.

Les auteurs des thèmes de base de Magento ont proposé cette répartition, au sein du répertoire d'un thème :

- Le répertoire `css` contient les documents CSS.
- Le répertoire `images` contient... les images !
- Le répertoire `js` contient les fichiers JavaScript.
- Le fichier `favicon.ico` est l'icône représentative du site, appelée dans la balise `<head>` du code HTML et affichée par le navigateur s'il le désire (généralement dans ses marques-pages, ou sur les onglets).

Vous êtes en droit de bouleverser cette organisation, en choisissant par exemple tout autre nom de répertoires ou encore en plaçant certains des fichiers à la racine de `/skin/`, en particulier si, plutôt que de modifier une à une les images et les CSS, vous décidez de partir de zéro, d'un répertoire `/skin/` vide, et d'en ajouter progressivement.

Modifier des images ou fichiers JavaScript

Désormais, pour modifier une image, rien de plus simple : il suffit d'en créer une nouvelle, dans le répertoire `images` du nouveau thème, portant le même nom que la précédente (qui se trouve dans le thème `default`), par exemple `Logo.gif`. Elle sera alors utilisée automatiquement naturellement dans toutes les vues magasin qui auront fait appel à votre thème. Chaque image que vous n'aurez pas recréée sera naturellement lue dans l'ancien thème `default`, que vous ne modifiez jamais.

Si finalement, vous désirez revenir en arrière, supprimez (ou renommez) l'image de votre propre thème.

Vous pouvez remplacer les fichiers JavaScript, dans le répertoire `js`, de façon identique.

Modifier les styles grâce aux CSS

La première façon de procéder, afin de modifier les couleurs, les polices, la composition typographique des textes, etc. des pages de votre site, est

de réutiliser la feuille de style CSS présente dans le thème par défaut pour l'adapter à vos nouveaux besoins : copiez la CSS (le plus souvent `boxes.css`) depuis le thème par défaut dans le répertoire `css` de votre propre thème, et modifiez-la. Les nouveaux styles s'appliqueront désormais à vos pages.

Le tableau suivant présente les différents fichiers CSS disponibles :

Tableau 10–1 Les différentes CSS

Nom de la CSS	Description
<code>boxes.css</code>	Mise en forme des boîtes et des zones spécialisées de la page (généralement en colonnes gauche et droite). L'interface étant constituée presque uniquement de boîtes, ceci est la CSS principale.
<code>clears.css</code>	Toutes les classes et éléments identifiés qui, sous forme de blocs, réalisent la modification <code>clear:both</code> (c'est-à-dire le retour à la ligne, en dessous des blocs flottants à gauche ou à droite).
<code>ie7minus.css</code>	Adaptations particulières aux bogues de Microsoft Internet Explorer 7.
<code>iestyles.css</code>	Adaptations particulières aux bogues de Microsoft Internet Explorer, toutes versions.
<code>menu.css</code>	Mise en forme spécifique du bandeau de menu.
<code>print.css</code>	Mise en forme en cas d'impression, associée au <code>media='print'</code> .
<code>reset.css</code>	Fichier CSS classique pour la remise à zéro des styles, afin de rapprocher le comportement des différents navigateurs, par exemple pour que les écartements des différentes balises de textes ne varient pas entre eux.

Nous en avons fini avec le répertoire `/skin/`.

Design et internationalisation

Si votre cible commerciale s'étend à plus d'un seul pays, vous aurez très certainement besoin de créer un site bilingue, voire multilingue, et de l'adapter en fonction des besoins des différents pays (fuseau horaire, monnaie, etc.). C'est ce qu'on appelle l'internationalisation d'un site. La base de l'internationalisation est la *locale*, c'est-à-dire la langue associée éventuellement à un pays (français de Belgique, anglais d'Australie, etc.). Si, en apparence, cela ne semble pas concerter le graphisme mais le contenu textuel, design et internationalisation sont néanmoins liés, dans la mesure où certains éléments du thème graphique sont des textes (slogan, titres de rubriques, de champs, menu, etc.). C'est pourquoi nous avons choisi d'en traiter ici.

Répertoires de traduction

De nombreux textes sont présents dans la boutique, dans la partie privée comme dans la partie publique. Ces textes sont enregistrés dans des fichiers séparés, afin de pouvoir être traduits facilement (un répertoire

ATTENTION Utiliser une CSS dans un nouveau thème

Il ne suffit pas d'ajouter une CSS dans le répertoire `css` pour qu'elle soit utilisée. Il faut en effet la déclarer dans le thème, c'est-à-dire modifier les agencements, comme nous le verrons dans la dernière section du chapitre.

EN SAVOIR PLUS **Les codes langue et pays selon l'ISO 639-1 et l'ISO 3166-1**

Vous pouvez trouver une liste de ces codes à deux lettres sur Wikipédia, par exemple :

- ▶ http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_codes_ISO_639-1
- ▶ http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1

par locale). Magento propose deux emplacements possibles pour ces textes. Dans chacun de ces répertoires de traduction se trouvent autant de répertoires que de locales prises en charge. Leur nom est systématique : `[langue]_[PAYS]`. Par exemple `fr_FR` ou `en_US`. Cela suit deux anciennes normes ISO de désignation des langues et pays sur deux lettres (ISO 639-1 et ISO 3166-1).

Vous pouvez trouver une liste de ces codes à deux lettres sur Wikipédia, par exemple :

Les textes des pages de contenu (CMS), ou ceux des produits, n'apparaissent pas ici, car il ne sont pas systématiquement traduits.

Les textes intégrés au thème

Le répertoire `/app/design/` possède de nombreuses ressources réparties par thème. C'est ici que l'on trouve les textes associés à chaque thème, dans le répertoire `locale` de chacun de ces thèmes. Il s'agit des textes de la partie publique du site qui font partie intégrante de la présentation, comme *Dernières minutes !* ou *Actualités*. ; seul le texte de bienvenue n'est pas concerné. Ainsi, ces intitulés devront être redéfinis pour chaque thème spécifiquement.

Par exemple, dans la zone d'interface utilisateur (`frontend`), on trouve le paquet `interface_blanche` et le thème `default`, contenant deux répertoires pour les deux langues concernées (français et anglais) dans le répertoire `locale`. Dans chacun de ces répertoires, on trouve un fichier `translate.csv`, dont les chaînes de caractères pourront ensuite être librement utilisées dans le gabarit.

Les textes indépendants du thème

Le répertoire `/app/locale/` contient, classés par langue, les textes ne dépendant pas d'un thème, c'est-à-dire la majorité d'entre eux. La plupart des textes essentiels se trouvent dans ce répertoire, et pourront ainsi être réutilisés quel que soit le thème adopté. Chaque fichier texte (au format CSV) correspond à un module de votre installation, par exemple `Mage_Cms.csv` pour les textes du CMS, `Mage_Rss.csv` pour les textes des flux RSS.

Mécanisme de traduction

Dans tous les cas, il s'agit de fichier CSV qui se présentent sur deux colonnes. La première colonne est le texte original (habituellement en anglais), la seconde est la traduction dans la langue choisie.

Ainsi, lorsqu'un texte (un titre, une phrase...) est prévu dans un gabarit (dans la langue originale), celui-ci va devoir adapter la langue de cette

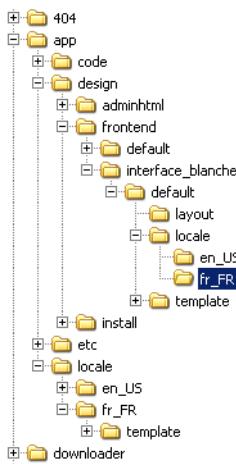


Figure 10-20

Les répertoires destinés aux traductions

phrase en fonction de la langue de l'interface choisie. Le système va alors chercher le fichier `translate.csv` dans le bon répertoire (zone/paquet/thème/langue), et prendre la traduction correspondant à la chaîne. S'il ne la trouve pas, il cherche alors dans le fichier de `/app/locale/`. S'il ne la trouve toujours pas, il garde alors la chaîne originelle. Voici donc les priorités respectées :

- 1 recherche dans `translate.csv` dans `app/design/.../locale/` ;
- 2 recherche dans `Paquet_Module.csv` dans `app/locale/.../` ;
- 3 utilisation de la chaîne d'origine.

Modifier les fichiers pour corriger ou ajouter une traduction

Vous pouvez librement modifier ces fichiers, afin d'adapter une traduction ou d'en ajouter une. Par exemple, ouvrez avec un éditeur textuel quelconque le fichier `translate.csv` de votre thème. Vous y trouvez de nombreux textes, mais pour le moment, comme nous n'utilisons pas la boutique de démonstration, seule la première ligne est utilisée, les autres étant inutiles. Modifiez cette ligne pour y inscrire un texte qui vous est propre.

```
"Keep your eyes open for our special Back to School items and
save A LOT!", "Réduction sur les riz de votre enfance"
"Activation Information", "Informations d'activation"
"Color", "Couleur"
...
```

Vous pouvez visualiser le résultat sur le site public. Il s'agit du texte qui s'affiche en alternative (attribut `alt`) à l'image de tableau noir à droite. Il faudra que vous interrompiez le cache de traduction (`Système > Gestion du Cache > Traduction`), comme il est expliqué à la section « Gestion du cache » du chapitre 5). Voici le code source HTML généré :

```
<div class="box">
    
</div>
```

Ajouter des widgets

Nouveauté de Magento 1.4, les widgets permettent de placer des blocs prévus et construits par avance à l'intérieur des pages. Ceci ce fait entièrement depuis l'interface d'administration, mais il ne peut s'agir que de

À SAVOIR Pas de traduction automatique

Il n'y a pas de système de traduction automatique dans Magento, seulement un mécanisme permettant d'utiliser un fichier correspondant à la langue de l'utilisateur. Il reste que ce fichier doit être créé manuellement par vous ou votre traducteur.

Widget

Un widget est un élément d'interface non statique, dont l'apparence et le comportement sont paramétrables. Le plus souvent, il s'agit d'éléments graphiques.

blocs, certes configurables, proposés par l'installation de Magento ou des extensions supplémentaires. Le résultat est systématiquement un affichage supplémentaire, sur une (ou plusieurs) pages de la partie publique. Toutefois, un widget peut tout à fait inclure une interface utilisateur complexe à destination d'un visiteur, tels des liens ou formulaires.

La procédure de création est la suivante : choisir un type de widget parmi ceux proposés, indiquer son emplacement et enfin, le configurer afin de choisir exactement ce qui va s'y afficher.

- Rendons-nous dans la liste des widgets au moyen du menu **CMS>Widgets**. Aucun n'existe par défaut.

Figure 10–21 La liste (vide, pour le moment) des widgets

- Le bouton *Ajouter une nouvelle instance de widget* permet de créer un nouvel exemplaire d'un certain type de widget, parmi ceux disponibles.

Figure 10–22
Choix du type pour un nouveau widget

- Nous devons alors choisir le *Type*, parmi ceux disponibles :
 - Bloc statique CMS* (affichage d'un bloc statique) ;
 - Lien page CMS* (affichage d'un simple lien vers une page CMS) ; *Lien produit catalogue* et *Lien catégorie catalogue* sont similaires, mais vers des produits ou catégories ;
 - Liste des nouveaux produits du catalogue*, *Produits récemment comparés* et *Produits récemment consultés* (widgets présentant des ensembles de liens, vers des produits particuliers).

Nous choisissons pour l'exemple d'afficher un lien vers l'une de nos pages CMS, qui s'affichera en en-tête de toutes les pages.

- 4 On indique aussi, dans le même formulaire, un paquet/thème d'habillage, qui correspond au design (voir la section précédente « Créer un thème graphique »). Ce sera l'affichage utilisé pour ce widget.

Figure 10–23 Création du widget : choix d'un nom et d'un emplacement

- 5 Il nous faut ensuite choisir un *Titre* (afin de différencier cette instance des autres) et un numéro d'ordre (numéro au choix, si plusieurs widgets sont au même endroit, les premiers auront le plus petit numéro). Nous précisons aussi l'emplacement (ou les emplacements) sur la partie publique du site. Nous avons choisi ici de l'afficher sur toutes les pages (plutôt qu'une page particulière), dans le *Bloc de Référence En-tête de page* (sont disponibles aussi, pour cet agencement, les colonnes de droite et de gauche, le centre et le pied de page).
- 6 Deux versions nous sont alors proposées, *Gabarit du bloc lien en ligne CMS* et *Gabarit du bloc lien page CMS*, ; il s'agit d'une indication sur la façon qu'aura le widget de s'afficher. Cela dépend de l'emplacement et du type de widget, dans notre cas, ça n'a pas de conséquence. Généralement on aura le choix entre *en ligne* (plus court) et une version plus décorée ou détaillée.
- 7 Les paramètres spécifiques du type de widget choisi sont détaillés sur une page séparée. Pour celui que nous avons choisi, *Présenter un texte personnalisé* indique le texte du lien, et *Présenter un titre personnalisé*, le contenu de l'attribut HTML *title* (l'infobulle). Le plus important, *Page CMS*, indique la page cible du lien.



Figure 10–24
Options spécifiques au type de widget

8 Pour terminer, enregistrons (bouton *Sauvegarder* en haut).



Figure 10–25
Le résultat, un widget de lien

Notre lien a bien été ajouté en tête de page.

Modifier les gabarits (templates)

Nous allons maintenant aborder le dernier point modifiable, mais aussi le plus complexe : le HTML généré par les templates ou gabarits, qui sont des fichiers PHP. Heureusement, la séparation des tâches proposée par le modèle MVC va nous faciliter la manœuvre.

Les avantages de l'architecture MVC

La stratégie générale de Magento est d'appliquer les principes de l'architecture MVC (Modèle-Vue-Contrôleur). Cette architecture propose de découper l'application en trois couches distinctes :

- le modèle : les calculs, la persistance (c'est-à-dire la base de données et le code PHP y accédant) ;
- la vue : l'interface graphique ;
- le contrôleur : le receveur des événements issus des utilisateurs, l'organisateur en quelque sorte.

Cette séparation s'applique comme telle pour la partie publique du site conçu avec Magento : les calculs et recherches dans la base de données ne doivent pas être faits dans les mêmes fichiers que ceux qui sont destinés à la mise en forme. Nous avons déjà réussi à externaliser une partie des éléments de présentation : les images, les CSS, le JavaScript, les

AVERTISSEMENT PHP

Cette section pourra s'avérer ardue pour qui ne connaît pas le PHP. Pour ceux qui auraient simplement besoin d'une piqûre de rappel, les bases sont rappelées dans l'annexe C.

CULTURE MVC

L'architecture MVC est très souvent utilisée dans les applications web, qu'elles soient en PHP, Ruby, Java ou Python. De par la séparation des tâches qu'il propose, il apporte des avantages utiles aux développeurs, notamment pour la maintenance de l'application et l'organisation du projet.

textes statiques ou dynamiques sont dans des fichiers clairement séparés qui ne se mélangent pas au code.

Par contre, le HTML reste potentiellement mélangé au PHP. Il n'est pas possible de les séparer complètement, strictement, car c'est dans le code PHP que se trouvent les instructions du type : « prendre les produits de la liste un par un, et les afficher » ou bien encore « afficher ici le prix » (sous forme de fonctions PHP).

Pour une requête effectuée sur le site, par exemple, la solution proposée est alors la suivante :

- 1** Le code PHP réalise de manière isolée (contrôleur et modèle) les calculs, les modifications dans la base issues des utilisateurs, etc. Nous ne touchons pas à ces fichiers PHP ici.
- 2** Ceci effectué, il ne reste plus que la tâche d'affichage. En fonction de la page demandée par l'utilisateur, la configuration définie dans les agencements appelle des fichiers PHP (les gabarits) qui vont générer le code HTML. Les agencements (*layouts*) ne sont ni en PHP ni en HTML, mais en XML (voir section suivante).
- 3** Tout étant bien préparé, chacun de ces fichiers PHP met en place le HTML. Il s'agit en fait de beaucoup de HTML avec seulement un peu de PHP pour les éléments dynamiques.

Ainsi :

- Dans l'essentiel du PHP il n'y a pas de HTML.
- Dans le HTML il y a très peu de PHP.

On a donc évité le plus possible de mélanger l'un et l'autre.

Modifier un gabarit

Chaque fonction de Magento est prise en charge par un module. Ainsi en est-il des thèmes graphiques comme des autres fonctions du logiciel. Pour chaque thème graphique, tous les gabarits se trouvent dans le répertoire `template`, répartis par module.

Les fichiers du répertoire `template` contiennent à la fois du PHP et du HTML. Leur extension est `.phtml`. Ils sont appellés ou non en fonction des agencements (voir section suivante) et des actions des utilisateurs.

Le mécanisme de surcharge que nous avons vu lors de l'ajout d'un thème est toujours valide. Dans votre paquet `interface_blanche`, créez un répertoire de thème `grisclair` (le même nom que précédemment dans `skin`). Vous y ajouterez un répertoire `template` à l'intérieur, qui lui-même contiendra les gabarits dépendant du module dédié à la gestion des produits dans le catalogue : créez les sous-répertoires `catalog/product`.

PERSPECTIVE

Applications Internet riches (RIA)

L'architecture MVC de Magento devrait en théorie permettre de faire abstraction de la couche de présentation HTML (vue) afin d'appliquer d'autres technologies comme Flash et réaliser des applications Internet riches (RIA, pour *Rich Internet Applications*) via son framework Flex, notamment. La réalité est un peu plus complexe et encore limitée, et à moins d'avoir l'âme d'un aventurier et d'aimer les risques, nous vous conseillons de vous en tenir à une présentation en XHTML/CSS.

CULTURE Les systèmes de templates

Toutes les applications web modernes utilisent un système de templates. Une particularité de Magento est de ne pas disposer d'un langage spécifique pour cela ou, autrement dit, de considérer que le PHP est le langage de template.

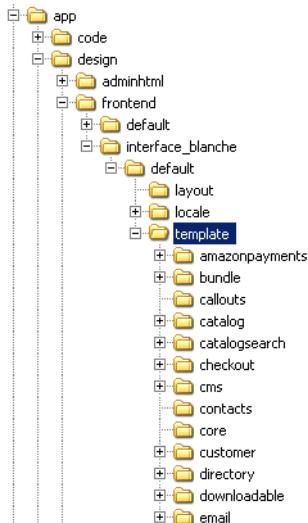


Figure 10-26
Répertoires des templates

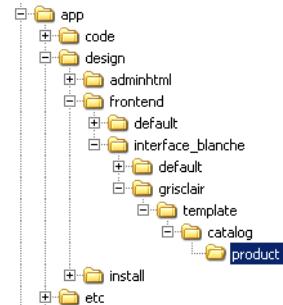


Figure 10-27
Nouveaux répertoires
pour les templates du thème

Copiez dans ce répertoire le fichier `view.phtml` que vous trouvez dans le répertoire équivalent dans le thème `default` du même paquet. Il correspond à l'affichage principal d'un produit.

Il faudra que vous interrompiez le cache des blocs HTML (*Système>Gestion du Cache>Sortie de blocs HTML*), et que dans la configuration, le thème que vous utilisez soit bien indiqué pour les gabarits (*Système>Configuration>Général>Design>Thèmes>Gabarits ou Default*).

Modifiez le nouveau fichier `view.phtml`, de manière à afficher le titre un peu plus haut, en déplaçant la balise HTML `<h3>` qui le contient, comme dans l'exemple ci-après.

Déplacement de la balise `<h3>` pour remonter le titre

```

<div class="product-info-box">
    <div class="product-essential">
        <form action=<?php echo $this->
getAddToCartUrl($_product)?> method="post"
id="product_addtocart_form"<?php if($_product->getOptions()):?>
enctype="multipart/form-data"<?php endif;?>>

        <h3 class="product-name">
            <?php echo $_helper->productAttribute($_product,
$this->htmlEscape($_product->getName()), 'name') ?>
        </h3>

        <div class="product-img-box">
            <?php echo $this->getChildHtml('media') ?>
        </div> <!-- ancien emplacement de la balise <h3> -->

        <div class="product-shop">

```

Observez le résultat sur le site public : le titre a bien été déplacé.

Toutes les modifications de gabarit se feront de la même manière. N'hésitez pas dès maintenant à faire des tentatives de toutes sortes, en observant chaque fois leurs effets dans le HTML généré et sur l'affichage dans le navigateur.

**Figure 10–28**

Fiche produit : le titre est déplacé.

CONSEIL Ne pas tout refaire !

Seuls les gabarits essentiels cités ici, ajoutés à quelques autres, ne devraient être modifiés. Il est tout à fait possible de créer une présentation nouvelle et différente en ne changeant qu'une dizaine de gabarits.

Tableau 10–2 Fonctions des gabarits spéciaux

Gabarit	Fonction du gabarit
frontend/.../catalog/product/view.phtml	Fiche produit.
frontend/.../catalog/category/view.phtml	Page de catégorie.
frontend/.../checkout/cart.phtml	Panier.
frontend/.../checkout/onepage.phtml	Page de passage de commande.
frontend/.../contact/form.phtml	Formulaire de contact.
frontend/.../page/3columns.phtml	Gabarit principal pour toutes les pages à trois colonnes. Vous trouverez tous les autres gabarits principaux du même ordre à côté de celui-ci. Ainsi, au final, une page de la partie publique est toujours composée de l'un de ces gabarits, avec à l'intérieur au moins l'un des autres gabarits correspondant à la fonction demandée (par exemple <code>contact/form.phtml</code> pour inclure un formulaire de contact).
adminhtml/.../login.phtml	Formulaire de connexion à l'interface d'administration.
adminhtml/.../page.phtml	Gabarit principal de toutes les pages de l'interface d'administration.

Syntaxe des gabarits

Les gabarits sont en PHP. Ils contiennent essentiellement du HTML. Malheureusement donc, si vous ne connaissez pas l'un de ces deux lan-

À L'INTÉRIEUR Licence et utilité du gabarit

Le code des gabarits est toujours précédé par deux commentaires, indiquant la licence et l'utilité du fichier. Tant que vous ne redistribuez pas votre version de Magento, vous pouvez vous abstenir de faire de même et éventuellement, si vous le souhaitez, nettoyer les gabarits que vous recopiez.

À SAVOIR Vos erreurs

Si vous faites des erreurs dans les modifications de templates, plusieurs choses peuvent se produire. La page peut s'interrompre, s'afficher en partie, ou avec des aberrations. Dans tous les cas, vous ne détruisez rien ici, vous pourrez toujours revenir en arrière en recopiant le fichier original.

gages, il vous sera presque impossible d'aller plus loin dans la modification de l'affichage de Magento.

Souvenez-vous qu'à la fin d'une requête, seul un document HTML est envoyé. Cela implique que lorsqu'une page est composée de multiples gabarits (c'est toujours le cas), le document contiendra tout le code HTML de tous ces gabarits. Il ne faut donc pas, par exemple, que deux d'entre eux aient ouvert et fermé la balise `<body>`.

Une bonne pratique, appliquée dans les fichiers disponibles, est de tenter le plus possible de séparer PHP et HTML. Vous observerez donc souvent, en début de fichier, une balise PHP qui définit des variables utilisées par la suite :

```
<?php  
$_helper = $this->helper('catalog/output');  
$_product = $this->getProduct();  
?>
```

Ceci est réalisé afin d'alléger le code HTML qui suit. N'hésitez pas à faire de même (rappelez-vous que dans les gabarits on ne fait jamais de modification des données de Magento, mais seulement de l'affichage ; nous sommes seulement dans la couche Vue du MVC).

Enfin, vous observerez que souvent les auteurs du thème par défaut n'ont pas utilisé cette syntaxe habituelle :

```
<?php if($a > 3) { ?>  
<img src='x.gif' />  
<?php } ?>
```

Mais celle-ci :

```
<?php if($a > 3): ?>  
<img src='x.gif' />  
<?php endif; ?>
```

Ne vous en inquiétez pas, le résultat est le même.

Classes et fonctions utiles

Au sein du code des gabarits, vous trouverez beaucoup d'appels de fonctions internes à Magento, qui permettent de lire une information, faire une mise en forme, etc. Voici les plus utiles.

Les gabarits sont appelés depuis la fonction d'un objet PHP, un bloc. Vous pouvez en consulter le code afin d'observer tout ce qui est disponible. Par exemple, le gabarit `catalog/product/view.phtml` est associé à l'objet PHP `/app/code/core/Mage/Catalog/block/product/View.php`. Cet objet est disponible dans la variable `$this`. Si vous observez cette

classe, vous verrez ainsi que cet appel renvoie les données du produit en cours (dans le fichier `view.phtml`) :

```
<?php $p = $this->getProduct(); ?>
```

Traduction

Parmi les fonctionnalités de tout bloc (`$this`), voici l'appel à traduction (fichier `translate.csv`) ; le nom de fonction peut sembler bizarre, mais il est valide, la chaîne de caractères `x` étant la chaîne à traduire (première colonne du fichier `.csv`) :

```
<?= $this->__(‘x’) ?>
```

Remplacement des caractères spéciaux

On a souvent besoin de transformer un texte afin de remplacer les caractères spéciaux (lettres accentuées, cédilles, etc. que l'on veut éviter d'inscrire telles quelles dans le HTML). La méthode privilégiée est la suivante :

```
<?= $this->htmlEscape(‘é è ç à …’ ) ?>
```

Affichage d'un bloc enfant

Vous trouverez très souvent cet appel de fonction, qui permet d'afficher un bloc inclus (enfant) d'après son intitulé. Cette façon de faire est fortement liée aux agencements (expliqués ci-après) :

```
<?= $this->getChildHtml(‘enfant1’) ?>
```

Les assistants

Parmi les autres classes du module, vous trouvez également un assistant : `helper`. Cette classe fournit des services divers (petits calculs, mise en forme spéciale, etc.). Le nom de l'assistant doit être indiqué (ici, `catalog/image`) :

```
<?php $h = $this->helper(‘catalog/image’); ?>
```

Ceci va chercher la classe du fichier `/app/code/core/Mage/Catalog/Helper/Image.php`, qui propose diverses méthodes d'affichage des images des produits.

Le modèle

Il reste une dernière information utile au gabarit : le modèle. Vous y trouverez toutes les données issues de la base de votre application. Un

modèle est la classe correspondant à un type de données particulières. Les modèles sont reliés les uns aux autres (par exemple, le produit est relié à sa catégorie). Le modèle permet la lecture et l'écriture des enregistrements qui lui sont associés, mais, dans le gabarit, seule la lecture devrait être utilisée.

Voici comment récupérer le modèle pour les produits :

```
<?php $m = Mage::getModel('catalog/product') ?>
```

Cette seconde solution est un petit peu plus rapide, si elle est réalisée souvent :

```
<?php $m = Mage::getSingleton('catalog/product'); ?>
```

Ceci correspond à la classe définie dans le fichier `app/code/core/Mage/Catalog/Model/Product.php`.

Une fois le modèle obtenu, vous pouvez lui demander des enregistrements. L'objectif ici est que vous n'ayez pas du tout de SQL à écrire. Voici la récupération du produit 18 (toutes les tables de Magento ont des identifiants numériques) :

```
<?php $p = $m->load(18); ?>
```

Pour aller chercher un objet particulier en fonction de filtres, d'ordre, etc., vous utiliserez les fonctions disponibles dans le modèle :

```
<?= $p->getPrice() ?>
```

Les fonctions disponibles dans les classes de blocs, assistants et modèles sont très diverses et nombreuses. Il vous faudra abondamment étudier les templates existants et le code PHP de ces fichiers afin de retrouver un chemin vers chaque donnée que vous désirez afficher.

Modifier les agencements (layouts)

Nous avons presque terminé notre tour des modifications possibles concernant la mise en forme d'un site conçu avec Magento. Voilà maintenant ce qu'il pourrait nous rester à faire...

- Ajouter des éléments de présentation qui n'ont pas été prévus du tout au départ, par exemple le résultat de l'appel à un service distant. Pour cela, nous verrons la modification du code même de Magento dans le chapitre 11.

- Indiquer quel bloc est affiché et à quelle occasion : c'est le rôle des agencements ou *layouts*.

Lorsqu'un internaute demande à voir une page du site (en saisissant une URL ou en cliquant sur un lien), il appelle en réalité toujours `index.php` sur le serveur. La façon dont cette page va s'afficher, à savoir sa mise en forme à l'écran, est déterminée en premier lieu par une instruction PHP, qui indique quel est l'agencement (fichier XML) à utiliser. En fonction de cet agencement vont être déterminés les blocs qui devront être affichés. Habituellement, c'est l'agencement du module en cours qui est utilisé et, à l'intérieur, le sous-agencement correspondant à la fonction en cours (exemple : fonction `product/view` du module `catalog`).

Syntaxe générale et surcharge

Les fichiers définissant les agencements se trouvent dans le répertoire `layout` du thème demandé. Le mécanisme de surcharge est valable une fois encore pour les agencements, ce qui permet de ne pas tout reprendre à zéro en cas d'erreur, de modification ou de mise à jour.

Structure d'un fichier d'agencement

Le principal fichier d'agencement utilisé sur le site public est `page.xml`. Examinons sa structure.

Structure du fichier d'agencement `page.xml`

```
<layout version="0.1.0">
    <default>
        <block ... >
        ...
        </block>
        ...
    </default>

    <print>
    ...
    </print>

    <page_empty>
    ...
    </page_empty>

    <page_one_column>
    ...
    </page_one_column>

    ...
</layout>
```

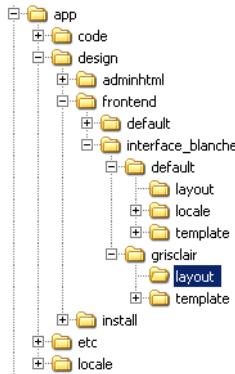


Figure 10-29
Nouveau répertoire des agencements

La première balise `<layout>` n'a pas d'importance. Elle signale simplement que l'on se trouve dans un fichier de type *layout*. À l'intérieur, chaque balise correspond à un sous-agencement. Le premier est toujours `<default>`, et les autres sont des mises à jour de `default`. Dans chacun de ces sous-agencements est indiqué ce qui sera affiché, sous forme de blocs (balise `block`).

En pratique

Faisons quelques essais afin de comprendre ce mécanisme complexe.

- 1 Créez, dans votre répertoire de thème, votre propre répertoire `layout`, et copiez-y le fichier `page.xml`.
- 2 Ouvrez le fichier dans un éditeur de texte et supprimez le contenu de la balise `default` !

```
...
<default></default>
...
```

- 3 Observez le résultat sur la page d'accueil : la page est blanche. Plus aucun gabarit n'est utilisé.

Le sous-agencement `default` de `page.xml` est un cas particulier. Tous les autres agencements, après `default`, l'utilisent.

- 4 Revenez en arrière dans la modification de `page.xml`, de façon à ce que `default` retrouve son contenu original, et rendez-vous sur le site, sur la page *About Us* (lien en bas de page). Vous obtenez alors une page de démonstration qui utilise l'agencement `1 colonne` (c'est-à-dire sans les colonnes de gauche et de droite avec des boîtes spéciales comme sur la page d'accueil ; en revanche, la composition du texte de la colonne peut être pour sa part réalisée en plusieurs colonnes, comme sur la figure qui suit).

Figure 10-30
Affichage d'une page de démonstration sur une colonne (le contenu lui-même est par contre sur trois colonnes)

5 Cette page fait partie du CMS (et du module associé), donc copiez dans votre répertoire `layout` le fichier `cms.xml` du répertoire `layout` d'origine. À l'intérieur, la structure est identique à l'agencement page, avec un sous-agencement `default`, suivi par d'autres sous-agencements.

6 Vitez la balise `cms_page` :

```
<cms_page> </cms_page>
```

Vous obtenez un résultat bien différent : seul ce qui était spécifique à cet agencement, à savoir l'affichage d'une page de contenu au milieu, a été supprimé.

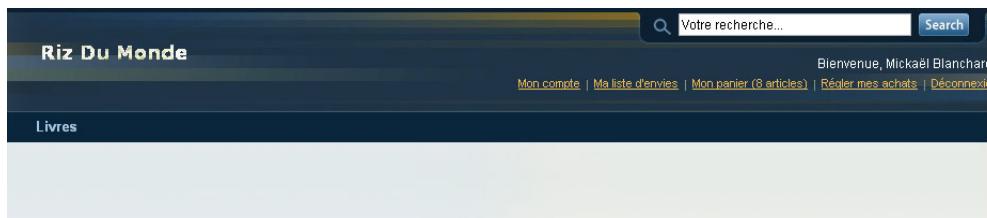


Figure 10–31
Page affichée sans
agencement spécifique
au contenu

Modification de la balise `<default>`

Faisons une dernière constatation. Ne revenez pas en arrière, mais modifiez la balise `default` de cet agencement, en y plaçant, au début, ce que nous venons de supprimer dans `cms.xml`.

Copie d'un bloc dans la balise `<default>`

```
<default>
    <reference name="footer">
        <block type="cms/block" name="cms_footer_links"
              before="footer_links">
            <!-- ... -->
            <action method="setBlockId">
                <block_id>footer_links</block_id>
            </action>
        </block>
    </reference>
    <reference name="content">
        <block type="cms/page" name="cms_page"/>
    </reference>
</default>

<cms_page> </cms_page>
::
```

Nous sommes revenu à un affichage correct. Que s'est-il passé ? Généralement (et c'est le cas ici), de multiples sous-agencements sont utilisés pour afficher une page, dans cet ordre :

- 1 `page.xml` : `default`.
- 2 ... `.xml` : `default` (c'est-à-dire le sous-agencement `default` de tous les agencements), qui mettent à jour `page.xml`.
- 3 ... `.xml` qui le mettent à jour (tous les sous-agencements dont le nom correspond à la page demandée).

C'est de nouveau un système de surcharge que nous voyons ici, qui vient s'ajouter à celui qui s'applique habituellement entre les thèmes.

Revenez en arrière complètement, afin que nous ayons un affichage correct sur toutes les pages.

Le contenu des agencements

Dans les agencements et sous-agencements, vous trouvez les balises `block`, `reference` et `action`. Ce sont ces trois simples balises qui vont former l'ensemble des agencements. Revenons au fichier `page.xml` :

Début du fichier `page.xml`

```
<default>
    <block type="page/html" name="root" output="toHtml"
template="page/3columns.phtml">
        <block type="page/html_head" name="head" as="head">
        ...
    </block>
```

La balise `<block>`

La balise `block` signifie : écrire un bloc.

- À l'intérieur, l'attribut `type` est primordial. Il correspond à une classe et à un fichier. Par exemple, le type `page/html` correspond à la demande d'affichage du bloc codé dans le fichier `Html.php` du répertoire `Block` de `/app/code/code/Mage/Page/`.
- L'attribut `name` est associé à l'attribut `name` de la balise `reference` (voir section suivante).
- L'attribut `as` correspond lui aussi à un nom, celui qui serait indiqué dans la fonction `getChildHtml` vue dans la section précédente au sujet des gabarits :

```
<?= $this->getChildHtml('head') ?>
```

Il s'agit donc du moyen de mettre des blocs, choisis par leur `as`, dans d'autres blocs : dans le fichier `.phtml` du bloc, utilisez le code ci-dessus et, dans le bloc dans le layout, mettre un bloc enfant avec pour `as` le même nom. Bien sûr, le bloc principal de `default` n'a pas de `as`, puisqu'il n'est jamais inclus.

Les autres attributs dépendent du type de bloc. En voici les principaux :

- `page/html` : la page complète. L'attribut `template` indique quel gabarit utiliser ;
- `page/html_head` : l'en-tête de page HTML. Il sera complété par des balises `action` ;
- `core/template` : un bloc quelconque, ce sont les blocs les plus simples. L'attribut `template` indique quel gabarit utiliser.

La balise `<reference>`

Dans ce même agencement, ou dans d'autres agencements, il peut y avoir des balises `reference`, qui viennent compléter un bloc. Dans `page.xml` nous trouvons le bloc principal :

Le bloc principal dans `page.xml`

```
<default>
    <block type="page/html" name="root" output="toHtml"
        template="page/3columns.phtml">
    ...

```

Puis, un peu plus loin, un autre sous-agencement vient compléter ce bloc :

Sous-agencement complétant le bloc précédent dans `page.xml`

```
<page_empty>
    <reference name="root">
        <action method="setTemplate">
            <template>page/one-column.phtml</template>
        </action>
    ...

```

Cela signifie que le bloc `root` de `default` sera modifié lorsque ce sous-agencement `page_empty` sera utilisé (ici, c'est l'attribut `template` qui est modifié).

Souvent, ce mécanisme ne servira pas à remplacer un attribut, mais à ajouter des éléments dans le bloc. Remarquez ainsi dans `cms.xml` :

CONSEIL Soignez l'attribut `as`

Il est préférable de choisir très méticuleusement la valeur de l'attribut `as`, sinon les gabarits seront incompréhensibles. Bien sûr, deux blocs ne peuvent pas avoir la même valeur pour cet attribut.

Ajout d'un bloc de type cms/page dans cms.xml

```
...  
    <cms_page>  
        <reference name="content">  
            <block type="cms/page" name="cms_page"/>  
        </reference>  
    </cms_page>  
...
```

Un bloc de type `cms/page` est ajouté dans le bloc `content`. Celui-ci est bien défini dans `page.xml` :

Le bloc content dans page.xml

```
...  
    <default>  
        <block type="page/html" name="root" output="toHtml"  
              template="page/3columns.phtml">  
            ...  
            <block type="core/text_list" name="content" ... />  
        ...
```

La balise <action>

Quant à la balise `action`, elle a des rôles variés, en fonction du type de bloc. L'action effectuée est définie dans le code par une méthode. Comme indiqué ci-dessus au sujet de la balise `reference`, dans un bloc `page/html`, elle permet de remplacer le gabarit (méthode `setTemplate`).

Dans un bloc `page/html_head`, la balise `action` sert à ajouter des fichiers CSS et JavaScript via la méthode `addJs` :

Méthode addJs appelée par la balise action

```
<block type="page/html_head" name="head" as="head">  
    <action method="addJs">  
        <script>prototype/prototype.js</script>  
    </action>
```

De par cette conception des agencements, une page sera donc assez difficile à analyser : il faut retrouver les agencements utilisés, d'après lesquels on pourra faire un bilan des blocs, et enfin analyser le contenu de ces différents blocs. Passons maintenant à la pratique au moyen de quelques exemples.

Exemple : changer la couleur du pied de page

Pour commencer, changeons la couleur du pied de page. Analysons tout d'abord les CSS. Dans `boxes.css`, nous trouvons les couleurs :

Les couleurs dans boxes.css

```
.footer-container { border-top:15px solid #B6D1E2; }
.footer { width:930px; margin:0 auto; padding:10px 10px 4em;
background-color:#618499; }
```

Quelle est la meilleure solution pour modifier la couleur ? Évitons de surcharger cette CSS, tellement complète qu'elle serait à reprendre à chaque mise à jour. À la place, créons notre propre CSS dans notre thème. Ajoutons le fichier `/skins/frontend/.../css/boxes2.css` dans notre paquet et thème, avec ceci comme contenu :

Contenu de boxes2.css

```
.footer-container { border-top-color:#CCC; }
.footer { background-color:#AAA; }
```

Il faut maintenant que notre CSS soit utilisée en plus de la précédente. Comme on veut que cela le soit dans toutes les pages,修改ons l'agencement `default` de `page.xml`, en y ajoutant la CSS que nous venons de créer (méthode `addCss`) à la suite des autres CSS déjà utilisées :

Ajout de notre CSS dans page.xml via la méthode addCss

```
<default ... >
...
<action method="addCss">
    <stylesheet>css/menu.css</stylesheet>
</action>
<action method="addCss">
    <stylesheet>css/clears.css</stylesheet>
</action>
<action method="addCss">
    <stylesheet>css/boxes2.css</stylesheet>
</action>
...
...
```

En résultat, les couleurs du pied de page seront bien modifiées selon le contenu de notre fichier `boxes2.css`.



À SAVOIR Ordre des actions

Les actions sont naturellement utilisées dans l'ordre de leur définition. Cela compte pour les CSS comme pour le JavaScript.

Figure 10–32
Pied de page modifié



Figure 10-33
Le bloc « Back to school »



Figure 10-34
Résultat sur le site public : le bloc a été enlevé.

Exemple : supprimer un bloc

Deuxième exemple : nous voulons supprimer le bloc dont le titre est *Back to school* qui s'affiche en permanence dans la colonne de droite, qui n'a pas de rapport avec notre activité.

Observons l'agencement dans `page.xml`, car la colonne apparaît sur toutes les pages.

Les différentes zones dans `page.xml`

```
<default ...>
...
<block type="core/text_list" name="content" as="content"/>
<block type="core/text_list" name="right" as="right"/>
<block type="page/html_footer"
```

Nous y trouvons la définition de la zone de droite, `right`.

Par quoi cette zone est-elle remplie ? Cherchons dans les autres agencements. On trouve que nombre d'entre eux l'utilisent, par exemple `catalog.xml`, dans son sous-agencement `default`.

La zone right dans l'agencement `catalog.xml`

```
<default>
...
<reference name="right">
    <block type="core/template" before="cart_sidebar"
        name="catalog.compare.sidebar"
        template="catalog/product/compare/
    sidebar.phtml"/>
    <block type="core/template"
        name="right.permanent.callout"
        template="callouts/right_col.phtml"/>
</reference>
```

Allons maintenant observer les différents gabarits appelés, en particulier `callouts/right_col.phtml`.

Le gabarit `right_col.phtml`

```
<div class="box">
    <img src=<?php echo $this->getSkinUrl('images/media/
    col_right_callout.jpg') ?>" width="195" alt="<?php echo
    __('Keep your eyes open for our special Back to School items and
    save A LOT!') ?>" style="display:block;" />
</div>
```

Aucun doute, nous l'avons trouvé. Plutôt que de le vider, faisons une simple surcharge dans le fichier `catalog.xml`, enlevant le lien (c'est-à-dire tout l'appel à ce bloc).

Suppression de l'appel au bloc right dans catalog.xml

```
<default>
...
<reference name="right">
    <block type="core/template" before="cart_sidebar"
        name="catalog.compare.sidebar"
        template="catalog/product/compare/sidebar.phtml"/>
</reference>
...
```

Sur le site public, le résultat est correct, le bloc a disparu.

Exemple : ajouter un bloc HTML

On aimerait maintenant ajouter un bloc en plus, sur la gauche de la page, pour afficher l'heure sur toutes les pages du catalogue. Après l'exemple précédent, celui-ci devrait être facile.

Commençons par préparer notre bloc. Créons un gabarit `infos.phtml` à la racine du répertoire des gabarits (`template`) de notre thème. Il s'agit d'un simple code pour afficher l'heure.

Création d'un gabarit `infos.phtml` pour afficher l'heure

```
<div class="box base-mini">
Il est <?= date('H:i:s') ?>
</div>
```

Maintenant, ajoutons ce bloc dans le fichier d'agencement, de manière à ce qu'il soit placé dans la colonne de gauche. Inspirons-nous des modifications précédentes et, toujours dans `catalog.xml` (on aurait pu modifier n'importe quel agencement), ajoutons un bloc avec une référence au bloc `left` (gauche) issu du layout à colonne de `page.xml`.

Ajout du bloc infos dans l'agencement catalog.xml (colonne de gauche)

```
<default>
...
<reference name="left">
    <block type="core/template" name="infos"
        template="infos.phtml"/>
</reference>
<reference name="right">
...
```

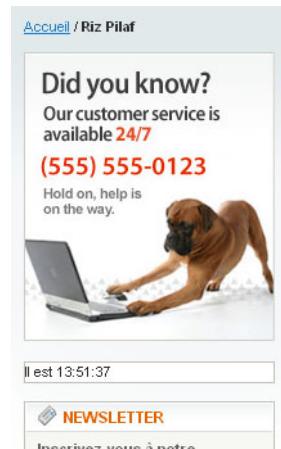


Figure 10-35

L'heure s'affiche dans la colonne de gauche.

Exemple : ajouter un lien vers une page

Cette fois, on se propose d'ajouter un lien vers notre page de contenu créée précédemment, « Recette du riz pilaf », dans le mini-menu en haut.



Figure 10-36

Emplacement souhaité pour un nouveau lien

Comment ces liens sont-ils créés ? Comme on sait qu'ils apparaissent sur toutes les pages, examinons notre fichier d'agencement `page.xml`. Entre les notices (`global_notices`) invisibles ici, sous le menu, et le fil d'Ariane (`breadcrumb`), se trouve un bloc d'en-tête (`header`).

Le bloc d'en-tête (header) dans `page.xml` contenant un bloc lien (`top.links`)

```
<block type="page/html_notices" name="global_notices"
      as="global_notices" template="page/html/notices.phtml" />

<block type="page/html_header" name="header" as="header">
    <block type="page/template_links" name="top.links"
          as="topLinks"/>
        <block type="page/switch" name="store_language"
              as="store_language" template="page/switch/
languages.phtml"/>
            <block type="core/text_list" name="top.menu" as="topMenu"/>
        </block>

    <block type="page/html_breadcrumbs" name="breadcrumbs"
          as="breadcrumbs"/>
```

Ce bloc contient trois autres blocs, dont un nommé `top.links`, de type `page/template_links`. Allons voir le gabarit de ce bloc, le fichier `/app/design/frontend/.../template/page/template/links.phtml`.

Gabarit des blocs de type `links`

```
<?php $_links = $this->getLinks(); ?>
...
<?php foreach($_links as $_link): ?>
...
    <?php echo $_link->getLabel() ?>
...
<?php endforeach; ?>
...
```

Ce fichier fait appel à `$this->getLinks()`. Nous allons trouver cette méthode dans le code du bloc correspondant : `/app/code/core/Mage/`

Page/Code/Block/Template/Links.php. Dans ce petit fichier, une seule fonction est intéressante.

La fonction addLink dans Links.php

```
public function addLink($label, $url=' ', ...) {
    ...
}
```

Il nous faut donc trouver quels sont les agencements qui font appel à cette méthode `addLink`, afin de voir comment elle fonctionne. Nous la trouvons dans plusieurs agencements, par exemple dans `customer.xml`.

La méthode addLink dans customer.xml

```
<default>
    <!-- Mage_Customer -->
    <reference name="top.links">
        <action method="addLink" translate="label title"
            module="customer">
            <label>My Account</label>
            <url helper="customer/getAccountUrl"/>
            <title>My Account</title>
            <prepare/><urlParams/>
            <position>10</position>
        </action>
    </reference>
</default>
```

Les attributs `translate` et `module` permettent de demander la traduction de l'intitulé et du contenu de l'infobulle qui apparaît au survol de la souris sur le lien. Les balises `label`, `url`, `title` correspondent aux attributs de la balise HTML de lien `<a>` qui va être générée.

Il nous suffit maintenant de faire une modification équivalente pour ajouter le lien vers notre page. Comme nous voulons que ce lien soit présent partout, nous allons l'ajouter à un sous-agencement `default`, dans notre propre fichier d'agencement `cms.xml`, puisque ce lien concerne le contenu géré par le CMS.

Ajout du bloc top.links dans le sous-agencement default de cms.xml

```
<default>
    <reference name="top.links">
        <action method="addLink">
            <label>Recette du riz pilaf</label>
            <url>riz-pilaf</url>
            <position>20</position>
            <prepare>true</prepare>
        </action>
    </reference>
```

Figure 10–37
Lien ajouté dans le menu



Personnaliser le design via l'interface d'administration

Enfin, pour finir le tour des possibilités de personnalisation de la mise en forme du site, signalons les options disponibles via l'interface d'administration de Magento. Elles permettent de donner une présentation particulière à une page (CMS), une catégorie ou un produit, au moyen de l'onglet *Design Personnalisé*.

Paramètres de design personnalisé

Pour notre page « Riz Pilaf », voici par exemple les paramètres proposés :

The screenshot shows the 'Design personnalisé' tab selected within the CMS page edit interface. The left sidebar lists 'Informations de la page' with sub-options: 'Informations générales', 'Design personnalisé' (which is selected and highlighted in blue), and 'Données meta'. The main content area has a header 'Éditer la page 'Riz Pilaf'' with buttons for 'Retour', 'Réinitialiser', 'Supprimer la page', 'Sauvegarder la page', and 'Sauvegarder et continuer'. The 'Design personnalisé' section contains the following fields:

- Thème personnalisé: A dropdown menu set to '-- Votre choix --'.
- Date de début du thème personnalisé: An input field with a calendar icon.
- Date de fin du thème personnalisé: An input field with a calendar icon.
- Agencement*: A dropdown menu set to '3 columns'.
- XML de mise à jour d'agencement: A large text area for XML code.

Figure 10–38 Onglet des designs personnalisés d'une page du CMS

Toutes ces options utilisent une valeur par défaut (afin de se comporter comme les autres pages), vous permettant de ne modifier que les options spécifiques à la page.

La première option, le *Thème personnalisé*, montre les différents paquets et thèmes disponibles, afin de nous permettre d'appliquer l'un d'entre eux. Ceci peut même être limité dans le temps, nous pouvons indiquer qu'il ne sera utilisé qu'entre une date de *Début du thème personnalisé* et une *Date de fin du thème personnalisé*. De même, nous pouvons choisir l'*Agencement* de départ (voir la section précédente), par exemple, en une seule colonne (*1 column*) au lieu de trois (*3 columns*).

Enfin, il est possible d'ajouter un code *XML de mise à jour d'agencement*, de la même manière que ce qui pourrait être fait dans un fichier layout, comme nous l'avons vu dans les exemples précédents (ici, le fichier serait plutôt `app/design/frontend/default/default/layout/cms.xml`, mais cela n'a pas d'importance, car les paramètres de tous ces fichiers s'ajoutent les uns aux autres).

Exemple d'ajout de paramètres de design personnalisé

Voici un exemple d'ajout : lorsque nous sommes sur cette page, indiquons l'utilisation d'un fichier CSS particulier, `skin/frontend/default/default/css/cms.css`, que nous allons créer, de manière à afficher les liens en vert (via l'attribut `color`) et dans une police de caractères de plus grand corps (`font-family` et `font-size`). De plus, nous allons ajouter une bordure à la zone centrale de texte (`border`). Voici à quoi ressemblera cette nouvelle feuille de style CSS.

Fichier CSS dans lequel on modifie l'apparence des liens

```
a, #nav span {  
    color:#0C4;  
    text-decoration:none;  
}  
  
a {  
    font-family: Tahoma, sans-serif;  
    font-size:120%;  
}  
  
a:visited {  
    color:#0C9;  
}  
  
#main {  
    border: 1px solid lightgray;  
    padding: 10px;  
    width: 50%;  
}
```

Pour utiliser cette nouvelle feuille de style en plus des autres fichiers CSS déjà spécifiés, il suffira d'ajouter dans le champ *XML de mise à jour d'agencement* le code suivant.

Application de la CSS modifiée via le champ XML de mise à jour d'agencement

```
<reference name="head">
<action method="addCss">
    <stylesheet>css/cms.css</stylesheet>
</action>
</reference>
```



Figure 10–39

Modifications personnalisées du design

Ajouter et créer une extension

11

Magento est un logiciel hautement extensible, ce qui signifie que par l'ajout de modules supplémentaires, on peut lui ajouter toutes sortes de fonctionnalités. Voici un guide complet pour l'extension de Magento : après l'installation de modules supplémentaires disponibles au téléchargement sur le site web de Magento, il indique les méthodes, fichiers et astuces utiles au développement d'une extension complète et complexe.

SOMMAIRE

- ▶ Installer une extension
- ▶ Créer une extension
- ▶ Exemples de création de modules

MOTS-CLÉS

- ▶ Magento Connect
- ▶ clé d'installation
- ▶ configuration
- ▶ XML
- ▶ PHP
- ▶ classe
- ▶ méthode
- ▶ bloc
- ▶ paquet

Magento est un logiciel à hautes capacités d'extension, ce qui signifie que ses auteurs ont prévu qu'on puisse le modifier à loisir en ajoutant toutes sortes de modules complémentaires offrant des fonctionnalités adaptées à tous les besoins. Certaines de ces extensions sont disponibles sur l'Internet et ne demandent qu'à être installées, mais il est tout à fait possible de développer un module en fonction de ses propres besoins. Toutefois, suivant le résultat souhaité, les difficultés seront plus ou moins importantes. En effet, si l'application d'une extension existante est aisée, le développement d'une nouvelle extension sera une tâche plus délicate, et nécessitera généralement une bonne connaissance du PHP.

Installer une extension préexistante

CONSEIL Consultez le catalogue des extensions

Il est indispensable que, votre projet en tête, vous alliez sur le site web officiel de Magento afin de consulter quelles extensions sont disponibles. Rendez-vous à l'adresse suivante et accédez à *Magento Connect*.
► <http://www.magentocommerce.com>

Des développeurs du monde entier ont préparé, créé et testé des extensions pour Magento, en les rendant disponibles au téléchargement sur le site web officiel afin qu'elles soient utilisables par tous. L'annexe A propose quelques extensions qui pourraient s'avérer particulièrement intéressantes pour un projet de e-commerce.

Sur le site de Magento, chaque extension dispose d'une page dédiée sur laquelle est indiquée notamment la clé d'installation de l'extension. Le visiteur utilise cette clé d'installation pour déclencher le téléchargement et la mise en place de cette extension depuis son propre répertoire de Magento. Il n'a donc pas lui-même à réaliser le téléchargement d'un fichier, sa décompression, son placement dans des répertoires particuliers. Or si cette méthode est pratique et rapide, elle s'avère toutefois moins robuste et moins pédagogique que les façons habituelles d'étendre une application avec un module existant.

L'outil qui réalise le téléchargement, et la partie du site qui y est associé, se nomme *Magento Connect*. Il est installé en même temps que Magento, mais c'est une application à part, qui exige une authentification secondaire. Sur le site officiel, *Magento Connect* est un dépôt d'extensions où vous trouverez les clés d'installation ainsi que des pages de présentation et de communication sur ces produits.

Choisir une extension

Sur la page d'accueil de *Magento Connect*, les extensions proposées sont de trois types, en fonction de leur origine et de leurs modalités de mise à disposition :

- *Magento Core* : extensions issues du travail des développeurs officiels de Varien Inc ;

- *Community* : extensions gratuites et souvent libres issues des développeurs de la communauté, où qu'ils se trouvent dans le monde ;
- *Commercial* : extensions payantes.



Dans la colonne de droite, les extensions sont classées par catégorie (correspondant au type de fonctionnalités proposées : paiement, livraison, design, etc.) et en fonction de leur origine. Cliquez sur un des liens de ce menu ou du précédent pour rejoindre les listes des extensions.

À SAVOIR État des extensions

Les extensions proposées sur le site de Magento peuvent se trouver en différents états de stabilité : alors que certaines sont encore en développement, d'autres sont en version alpha, bêta ou sont considérées comme stables. Cette information est indiquée dans le champ *Stability* de la fiche de l'extension.

- **Développement** : l'extension n'est pas terminée, et ne peut être proposée à la communauté.
- **Alpha** : l'extension n'a pas été testée abondamment, et comporte sans doute des bogues ; en principe, de tels développements ne devraient pas être publiés ici, mais certains auteurs, n'ayant plus de temps ou de volonté pour maintenir ces extensions, ils préfèrent les proposer malgré tout au public plutôt que de les abandonner.
- **Bêta** : après avoir été en alpha, l'extension a été éventuellement corrigée, et les tests internes qui ont alors été effectués n'ont pas montré de bogue.
- **Stable** : après avoir été en bêta, aucun bogue n'a été reporté depuis la dernière modification.

Attention, les extensions ne sont pas vérifiées systématiquement, et en fonction de l'honnêteté de son développeur, un module disponible peut être déclaré stable alors qu'il ne fonctionne pas correctement.

Supposons que nous désirions étendre notre Magento afin d'accepter des méthodes de livraison différentes, en particulier pour des envois en France. Cliquons dans le menu à droite sur *Shipping Methods*. Une liste nous est alors présentée, proposant plusieurs critères de tri (menu déroulant *Sort by*), comme la date de création, le nom du contributeur, le nom de l'extension ou sa notation. Nous allons ici la trier par notation

Figure 11–1
Catégories d'extensions

The screenshot shows the 'EXPLORE MAGENTO CONNECT' interface.
 - Top bar: 'EXPLORE MAGENTO CONNECT' with a magnifying glass icon.
 - Main area: 'Browse extensions by' with a 'View all' link.
 - Category sidebar:

- Category: Admin (154)
- Category: Catalog (247)
- Category: Design Packages (253)
- Category: Interfaces (313)
- Category: Languages / Locales (63)
- Category: Layouts (301)
- Category: Migration tools (40)
- Category: Other (316)
- Category: Payment Gateways (193)
- Category: Shipping Methods (53)
- Category: Skins (390)
- Category: Templates (400)
- Category: Themes (437)

 - Type sidebar:

- Type: Core (15)
- Type: Community (386)
- Type: Commercial (706)

Figure 11–2
Choix des catégories d'extensions

(Rating) afin de choisir les méthodes de livraison qui ont été considérées comme les meilleures par les utilisateurs.

Magento Connect | Shipping Methods

The screenshot shows the Magento Connect interface for shipping methods. At the top, there's a search bar and a dropdown menu labeled "Sort by: Rating". Below the search bar, there are two extension entries:

- indonesiakurir**: A shipping module for Indonesian Carrier Service, created by int2k. It has a 5-star rating from 2 votes, 263 downloads, and 4 reviews. The thumbnail shows a pink box with "No Image Available".
- Store Pickup Shipping Module**: A basic store pickup shipping module, created by CollinsHarper. It has a 5-star rating from 12 votes, 14 reviews, and no download count shown. The thumbnail also shows a pink box with "No Image Available".

Figure 11-3
Choix d'un critère de tri

Cela nous permet de voir un certain nombre de modules évalués par la communauté comme méritant cinq étoiles, puis, sur la deuxième page, nous découvrons une extension bien connue des utilisateurs français de Magento : Owebia Shipping 2, créée et mise en ligne par Owebia. Cliquons dessus pour accéder à sa fiche de présentation. Voici la description proposée par ses auteurs : « Ce module met à disposition trois modes de livraison configurables avec une syntaxe très souple. Le premier mode de livraison permet par défaut la gestion des modes de livraison Colissimo, Chronopost et Export 3J. »

Owebia Shipping 2

The screenshot shows the detailed page for the Owebia Shipping 2 extension. On the left, there's a logo for "owebia Shipping 2" with a purple background. Below the logo, there are links to "Get extension key", "Discuss this Extension", "Request New Feature", and "Report a Bug". A note says: "Please note that this extension is provided as is. It is recommended to always backup your installation prior to usage." On the right, there's a table of details:

Created	owebia
Last Updated	Tue, August 18, 2009
Version	2.0.5
Compatibility	Magento 1.3.*
Stability	stable
Locales available in this package	English (United States) - en_US, French (France) - fr_FR
Downloads	953
Community Rating	★★★★★ · 2 votes 5 reviews
Categories	Shipping Methods
License Type	Open Software License (OSL)
Tags	weight, items, mode de livraison, livarison, shipping, shipping method, owebia, chronopost, export3j, colissimo, destination, items count, amount, poids, nombre d'articles, montant

Figure 11-4
Page de présentation d'une extension

En plus des informations de base sur l'extension présentées dans la fiche en haut de page, cinq onglets sont disponibles afin d'en savoir plus :

- *Overview* : résumé et description, comme ci-dessus ;
- *Reviews* : commentaires d'utilisateurs, servant aussi souvent de documentation additionnelle ;
- *Releases* : différentes versions à télécharger, de la plus récente à la plus ancienne ;
- *Patches* : lien vers le forum de Magento, dans une section *patches* (corrections) dédiée à cette extension ; ainsi, chaque extension dispose d'une zone de forum qui lui est propre où vous pourrez poser vos questions et trouver des réponses ;
- *Documentation* : lien vers le forum de Magento, dans une section documentation dédiée à cette extension, où les auteurs peuvent poster des tutoriels et assistants.

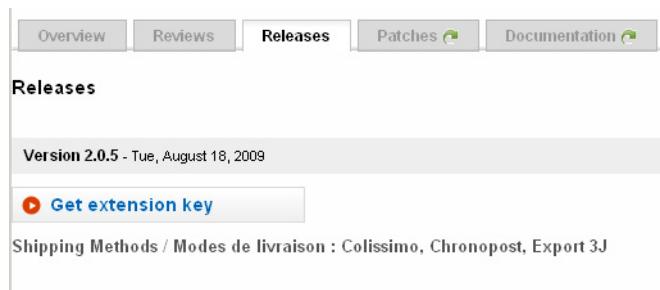


Figure 11–5
Onglets d'information sur l'extension

Obtenir la clé d'installation

Au vu des informations fournies, nous choisissons d'installer cette extension Owebia Shipping 2. Nous devons alors obtenir une clé d'installation, qui se trouve sur la page principale de l'extension, à gauche, ou bien parmi les *Releases* : demandez la clé en cliquant sur le bouton *Get extension key*. On vous demande alors de cocher une case pour accepter la licence sous laquelle l'extension est mise à disposition, puis de cliquer à nouveau sur un bouton *GET EXTENSION KEY*.



Figure 11–6
Accès à la clé de l'extension

Owebia Shipping 2 est proposée sous la même licence que Magento, à savoir la licence OSL v.3 (*Open Software License*), donc nous considérons cela convenable. Nous pouvons enfin obtenir la clé !

CONSEIL Lire la licence des extensions

La licence sous laquelle une extension est mise à disposition par son créateur peut être lue en cliquant sur le lien *Extension licence agreement* qui apparaît une fois que l'on a cliqué sur le bouton *Get extension key*. Lisez bien ce texte de licence, car ses conditions peuvent rendre l'extension inutilisable pour vous. Les licences des extensions peuvent varier. Chacune est rattachée à un organisme qui la diffuse ; pour ne pas relire tout le texte en entier à chaque fois, vous pourrez facilement trouver de leur part un résumé de la licence afin de savoir si elle vous convient ou pas.

Figure 11–7
La clé est obtenue.



ALTERNATIVE Extensions commerciales

Dans le cas d'une extension payante, la clé vous sera fournie par le site des auteurs (bouton *Visit Page*), dans les conditions commerciales définies par le distributeur, à moins qu'un mécanisme différent de distribution soit proposé.

À L'INTÉRIEUR Magento et Magento Connect

Bien que nous n'ayons réalisé qu'une seule installation, Magento et Magento Connect sont bien deux applications séparées. Les fichiers de la seconde se trouvent dans le répertoire *downloader* de la première.

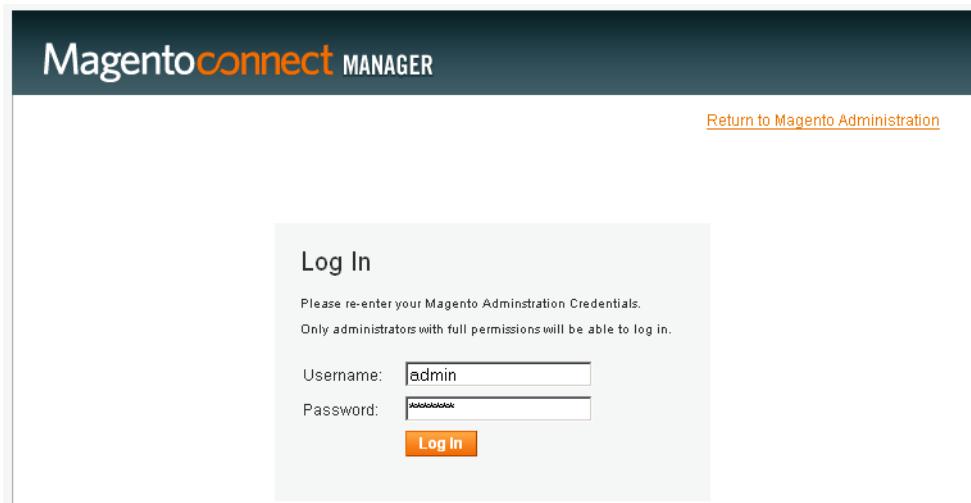
Figure 11–8
Authentification pour Magento Connect

Cette clé ne varie pas d'une version à l'autre ou d'un utilisateur à l'autre. Il ne s'agit pas d'un dispositif de sécurité, mais seulement d'identification. Le bouton *SELECT* ne fait que sélectionner la case, dont il faudra ensuite copier le contenu : `magento-community/Owebia_Shipping_2`.

Télécharger et installer l'extension avec Magento Connect

Nous allons maintenant utiliser l'outil Magento Connect de notre propre installation afin de demander le téléchargement et la mise en place de l'extension qui correspond à cette clé.

Dans l'interface d'administration, utilisez le menu *Système>Magento Connect>Magento Connect Manager*. Une authentification spéciale est demandée. Seul un administrateur complet peut la réaliser, avec ses *User-name* et *Password* habituels. Toute l'interface n'est malheureusement qu'en anglais.



En haut, les onglets permettent de passer de la configuration (*Settings*) aux listes d'extensions installées (*Extensions*). Le lien *Return to admin* permet de sortir de Magento Connect pour revenir à l'administration, tandis que *Log out* permet de se déconnecter de Magento Connect pour

s'y reconnecter avec un autre compte, ce qui est a priori inutile. Vérifions plutôt la bonne configuration de l'outil, via l'onglet *Settings*.

The screenshot shows the 'Settings' tab selected in the top navigation bar. Below it, a note states that Magento Extensions are available in three different versions: Stable, Beta, and Alpha. A note also advises backing up data before installing new extensions. A dropdown menu shows 'Stable' is selected. A 'Save Settings' button is at the bottom.

Figure 11–9
Onglets disponibles de Magento Connect

Le seul paramètre à configurer ici est la version minimum que vous exigerez des extensions, du point de vue de la stabilité. La valeur par défaut est *Stable* :

- *Alpha* : les extensions en version alpha, bêta ou stables seront acceptées.
- *Beta* : les extensions en version bêta ou stables seront acceptées.
- *Stable* : seules les extensions stables seront acceptées (paramètre conseillé).

Il n'y a pas de problème pour nous, l'extension Owebia Shipping 2 étant stable. Revenons à la liste (onglet *Extensions*), qui présente les extensions déjà installées. Nous pouvons alors désinstaller chacune d'entre elle (action *Uninstall*), ou bien la réinstaller (action *Reinstall*). Cette dernière opération est rare.

The screenshot shows the 'Manage Existing Extensions' page. It lists the 'Locale_Mage_community_fr_FR' module, which is installed (version 1.3.0.4, stable). Actions for this module include 'Reinstall' and 'Uninstall'. There are buttons for 'Check for Upgrades' and 'Commit Changes'. A checkbox for clearing sessions after installation is present.

Figure 11–10
Extensions installées

Cocher l'option *Clear all sessions after successfull install or upgrade* (Annuler toutes les sessions après une installation ou une mise à jour réussie) est une pratique raisonnable ; cela aura pour effet de déconnecter tous vos visiteurs en ligne à la fin de l'installation (sans perdre leur panier), évitant ainsi des états incohérents.

MÉTHODE Interrrompre la boutique

Si vous installez une nouvelle extension sur une boutique déjà en place, peut-être décidez-vous auparavant de l'interrompre pendant la durée de l'opération. L'idéal est de tester cet ajout sur un serveur de test, afin d'observer si le maintien des visiteurs pose problème. Tout dépend en fait de l'extension à installer.

Quant au système d'installation, il est disponible au-dessus de cette liste (*Install New Extensions*). Collez la clé de l'extension dans la case 2, et cliquez sur le bouton *Install*.

Figure 11–11
Formulaire d'installation d'une extension

Une fenêtre de console s'ouvre alors pour vous afficher les informations à propos du déroulement :

- 1 Un fichier compressé (.tgz) est téléchargé.
- 2 Il est décompressé et installé.

Cliquez sur le bouton *Refresh* (actualiser). L'extension apparaît comme installée.

Figure 11–12
Console d'information sur l'installation

```

✓ Auto-scroll console contents
downloading Owebia_Shipping_2-2.0.5.tgz ...
Starting to download Owebia_Shipping_2-2.0.5.tgz (13,395 bytes)
. . .done: 13,395 bytes
install ok: channel://connect.magentocommerce.com/community/Owebia_Shipping_2-2.0.5

```

Procedure completed. Please check the output frame for useful information and refresh the page to see changes.

Refresh

Figure 11–13
La nouvelle extension apparaît dans la liste des extensions installées.

Manage Existing Extensions

Channel: connect.magentocommerce.com/community

Check for Upgrades

Commit Changes

Clear all sessions after successfull install or upgrade:

Package Name	Installed	Actions	Summary
Locale_Mage_community_fr_FR	1.3.0.4 (stable)	<input type="button" value="Uninstall"/>	Magento Community Modules - French (France) Language Pack
Owebia_Shipping_2	2.0.5 (stable)	<input type="button" value="Uninstall"/>	Shipping Methods / Modes de livraison : Colissimo, Chronopost, Export 3J

D'autres extensions peuvent ainsi être installées les unes après les autres.

Une fois l'installation terminée, vous pouvez revenir à l'administration de votre boutique en faisant simplement usage du lien *Return To Admin*, sans autre procédure de redémarrage supplémentaire.

Exemple de configuration

Généralement, un processus de configuration suit l'installation. Dans le cas de notre extension Owebia Shipping 2, rendons-nous dans la configuration des livraisons de Magento par le menu *Système>Configuration*. On y observe un onglet supplémentaire, sans que l'on puisse toutefois y accéder. Il faut, pour y être autorisé, se déconnecter puis se reconnecter manuellement.

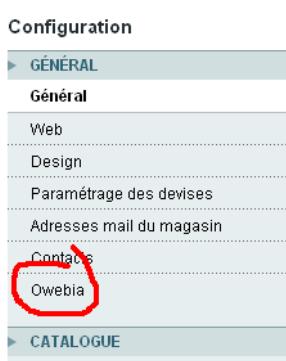


Figure 11-14
Onglet spécifique à l'extension Owebia Shipping 2

Access denied

Access denied.

Figure 11-15
Échec de l'accès à l'onglet Owebia

Revenons ensuite à ce menu *Système>Configuration>Général>Owebia*. L'*Unité de poids* correspond aux valeurs indiquées pour les produits. De plus, vous pouvez demander, lorsque l'utilisateur choisit sa méthode d'envoi, à ce que tous les modes de livraison lui soient présentés, même s'ils sont indisponibles : mettez *oui* dans le champ *Afficher quand indisponible*, si vous estimatez que cela peut avoir une quelconque utilité.

Module Owebia Shipping	
Unité de poids	kg
Afficher quand indisponible	Non
Écrase la valeur pour tous les modes de livraisons du module Owebia Shipping	

Figure 11-16
Paramètres de configuration d'Owebia

Astuce Vérifier les mises à jour

Le bouton *Check for Upgrade* affiche les mises à jour disponibles pour Magento et les extensions actuellement installées, et permet ainsi, sans repasser par le site officiel, de disposer de la dernière version.

À l'intérieur Administrateur interdit d'accès

L'interdiction d'accès à l'onglet de l'extension provient du fonctionnement interne de Magento. En effet, les droits de chaque utilisateur de l'administration sont enregistrés à leur ouverture de session, y compris ceux des administrateurs complets. Il faut donc se déconnecter et se reconnecter, afin que les droits supplémentaires exigés par cette extension soient acquis par notre utilisateur.

Owebia Shipping - Mode de livraison 1

Activé	<input type="button" value="Non"/>
Titre	Colissimo / Chronopost / Export 3J
Configuration	<pre> prices_range: "50.00=>200.00", fixed_fees: 0.00, fees_table: "0.5:8.50, 1.0:9.70, 2.0:10.60, 3.0:11.50, 5.0:13.30, 7.0:15.10, 10.0:17.80, 15.0:19.80, 30.0:25.80" } # Colissimo National + Recommandé R3 { label: "Colissimo National Recommandé" </pre>
Aide	
URL de suivi	<input type="text"/>
Afficher quand indisponible	<input type="button" value="Non"/>
Arrêt à la première correspondance trouvée	<input type="button" value="Non"/>
Ordre de tri	<input type="text" value="1"/>

Figure 11-17
Configuration du mode de livraison :
Owebia Shipping 1

Mais l'essentiel de la configuration se réalise dans un autre emplacement : *Système>Configuration>Ventes>Modes de livraison*. Trois modes de livraison identiques sont alors proposés, bien que seul le premier soit utile pour le moment. Cependant, des cas particuliers, telle une activation et désactivation régulière de votre part d'une des solutions d'envoi, pourraient justifier votre utilisation des deux autres.

Chaque méthode peut être *Activée* ou non, et porte un *Titre* au choix. Mais le plus important ici est le champ *Configuration*. Il s'agit d'une chaîne de caractères encodée dans une syntaxe spécifique à cette extension, qui est documentée via le lien *Aide* qui se trouve en dessous du champ. Il s'agit de multiples blocs de données, tous codés sur le modèle suivant.

Exemple de code pour les données de configuration de l'extension Owebia Shipping 2

```

# Colissimo National + Recommandé R1
{
    label: "Colissimo National Recommandé R1",
    code: "colissimo_r1",
    tracking_url: "http://www.coliposte.net/particulier/
    suivi_particulier.jsp?colispart={tracking_number}",
    destination: "AD,FR,MC",
    prices_range: "*=>50.00",
    fixed_fees: 0.00,
    fees_table: "0.5:7.60, 1.0:8.50, 2.0:9.70, 3.0:10.60,
    5.0:12.40, 7.0:14.20, 10.0:16.90, 15.0:18.90, 30.0:24.90"
}

```

La première ligne est un commentaire, précédé par un dièse. Puis des accolades entourent le contenu du bloc, qui contient des propriétés séparées par des virgules.

- Le `label` est le nom de la solution d'envoi. Il est complété par un `code`, qui doit être unique.
- La propriété `tracking_url` désigne le lien de suivi du colis indiqué aux clients, qui sera automatiquement complété par le numéro grâce à la syntaxe spéciale `{tracking_number}`.
- La `destination` est un filtre à partir des codes de pays (ici, Andorre – AD, la France – FR et Monaco – MC).
- La propriété `prices_range` permet de limiter cette solution à des colis d'un minimum ou d'un maximum d'une certaine valeur (ici, pour les colis jusqu'à 50 €).
- La propriété `fixed_fees` indique une première valeur, les frais fixes. Y sont ajoutés les frais dépendant du poids total des articles, via la `fees_table`. Ici, il faut lire : jusqu'à 500 grammes : 7,60 €, jusqu'à un kilogramme : 8,50 €, etc.

L'*URL de suivi* devrait être laissée vide (car remplacé par `tracking_url` ci-dessus). La propriété *Afficher quand disponible* indique si un message d'information s'affiche si, à cause du poids ou du pays, ce mode n'est pas disponible. Si, à l'inverse, plusieurs sont disponibles, ils seront tous proposés, sauf si *Arrêt à la première correspondance trouvée* est choisi. Enfin, l'*Ordre de tri* détermine l'ordre d'affichage par rapport aux autres modes de livraison.

Créer soi-même ses extensions

Modifier Magento ?

Théoriquement, il serait possible de se passer complètement du système d'extension de Magento, et de modifier l'outil directement, en modifiant ses fichiers PHP sur le disque dur (voir le tableau décrivant l'arborescence de Magento ci-après). Cela consisterait à modifier directement les fichiers `.php` des répertoires `app/code` et `lib`.

Dans le cas de `lib`, c'est effectivement une solution envisageable. Plus exactement, il est possible de contribuer, publiquement ou pour soi-même, à ces bibliothèques, et de modifier le comportement de Magento en conséquence. En pratique, le besoin se présentera très rarement. Par contre, vous ne modifierez en principe jamais les fichiers PHP de `app/code` existants, de même que les fichiers de configuration et de design

ASTUCE Mettre à jour les tarifs des transporteurs

Cette configuration est récupérable sur le forum de documentation de l'extension régulièrement, afin que vous n'ayez pas vous-même à consulter les tarifs du transporteur national concerné.

- ▶ <http://www.magentocommerce.com/boards/viewchild/13573/>

CONSEIL Frais de livraison et frais de traitement

Vous êtes tout à fait libre de mettre en place des frais fixes en plus du prix réel, à condition que cela soit clair pour le client. Par contre, attention, dans certains cas en France, la jurisprudence a interdit la gratuité des frais de port.

- ▶ http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=2114

ATTENTION Ne pas modifier

Toute modification des fichiers du noyau de Magento sera potentiellement écrasée sans avertissement en cas de mise à jour.

À L'INTÉRIEUR Privé ou public ?

Vous observerez sur l'arborescence du noyau de Magento qu'il n'y a pas de division forte entre les parties privée et publique (il n'y a pas de répertoire `admin`). Ces deux parties fonctionnent avec le même principe et les mêmes classes.



Figure 11-18 Structure complète des répertoires de Magento

associés. À la place, dans vos propres répertoires, vous en ferez des copies, que vous transformerez ensuite, ou bien vous créerez des fichiers nouveaux en partant de zéro.

CULTURE Pear

Pear, *PHP Extension and Application Repository*, est un ensemble de bibliothèques, qui a eu son heure de gloire dans les premières années de PHP. C'était alors le principal dépôt de nouvelles bibliothèques. Particulièrement riche, Pear a subit un développement un peu anarchique, la qualité et surtout l'aboutissement des différents paquets, issus de nombreux auteurs, étant très variable. Toutefois c'est une bonne source de bibliothèques complémentaires libres pour l'ensemble des besoins d'une application web.

► <http://pear.php.net>

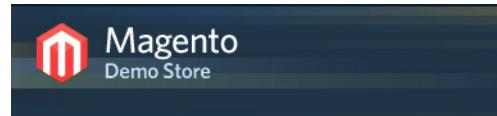


Figure 11-19
Page 404

404 error: Page not found.

Tableau 11-1 Les répertoires de Magento

Nom du répertoire		Contenu et fonction	
404		Présentation des erreurs de type « page non trouvée » (voir figure 11-19). C'est un cas rare d'erreurs.	
app	code	Cœur de l'application. C'est là que figure l'essentiel du travail des développeurs de Magento.	Code PHP.
	design		Fichiers pour la mise en forme (gabarits, agencements, pages HTML...). (Voir le chapitre 10 pour plus de détails.)
	etc		Fichiers de configuration (voir la section « Déclaration : créer le fichier de configuration de l'extension » ci-après).
	locale		Une partie des traductions (voir la section « Design et internationalisation » au chapitre 10).
downloader		Magento Connect.	
includes		Non utilisé.	
js		JavaScript utilisé dans les interfaces publique et privée du site. Cela inclut les bibliothèques associées : Script.aculo.us , ext.js ...).	
lib		Code PHP. Il ne s'agit cette fois que des bibliothèques dont Magento profite. Deux bibliothèques essentielles sont PEAR, qui désigne un dépôt standard de PHP pour les classes de toutes sortes et les classes elles-mêmes qui en sont issues, et Zend, le Zend Framework (voir l'annexe C).	
media		Images et autres documents envoyés sur le site pour être accessibles aux visiteurs. Ce répertoire est voué à grossir au fur et à mesure de la constitution de votre site.	
pkginfo		Documentation propre aux développeurs de Magento (sans grande importance pour nous).	
report		Utile pour la récupération des erreurs (voir ci-après la section « Trouver les erreurs »).	

Tableau 11–1 Les répertoires de Magento (suite)

Nom du répertoire		Contenu et fonction
skin		Thèmes graphiques (voir la deuxième section du chapitre 10 à ce sujet).
var	cache	Fichiers générés automatiquement par Magento pour lui-même.
	session	Sessions d'utilisateurs, si la configuration le permet (voir le chapitre 3, section « Les droits d'accès »).

Mais si la modification directe de Magento peut vous permettre de corriger ponctuellement certains comportements, pour ajouter des fonctionnalités à proprement parler, mieux vaut développer une extension séparée et ensuite l'installer comme expliqué dans la première section de ce chapitre.

Structure et fichiers essentiels d'une extension

Nous présentons ici rapidement le cheminement dans la création d'une extension. La section qui suit vous proposera ensuite de réaliser un exemple complet et complexe, avec tous les détails nécessaires.

La mise en place de la structure de l'extension est suffisante, c'est-à-dire que chaque modification que nous ferons sera prise immédiatement en compte, sans passer ensuite par une procédure d'installation avec Magento Connect.

Les extensions disposent de répertoires qui leurs sont propres dans l'un des sous-répertoires de [/app/code/](#) :

- [community](#) contient les modules issus de la communauté, gratuites ou payantes ;
- [core](#) contient les modules de base, issus de l'installation simple de Magento (les auteurs sont indiqués : Zend et Mage) ;
- [local](#) contient vos modules privés.

Techniquement, il vous est possible de créer votre extension dans n'importe lequel de ces répertoires. Nous allons toutefois la placer dans [local](#), en créant un répertoire portant le nom de l'extension (ici, [Dawan](#)) et un sous-répertoire au nom du module ([Show](#)).

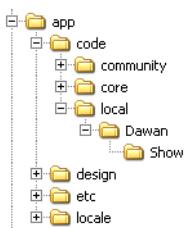


Figure 11–20
Nouveau répertoire d'extension

CULTURE Nom et paternité des extensions

Une extension est souvent nommée d'après son auteur (ou un groupe d'auteurs, une société, etc.), et des modules qu'elle contient. On parlera par exemple de l'extension « Dawan showroom » comme étant les modules « Show » et « Room » créés par la société Dawan.

RAPPEL Modularité de Magento

Rappelons que toute la structure fonctionnelle de Magento repose sur une division en modules. Les principaux sont Core (le fonctionnement de base), Catalog (les produits, catégories...), Page (l'affichage), Eav (le mécanisme spécial d'enregistrement des données).

Chaque module est ensuite susceptible de contenir lui-même les répertoires présentés dans le tableau suivant. Aucun de ces répertoires n'est obligatoire, et il ne sert à rien de créer des répertoires vides.

Tableau 11–2 Répertoires et fichiers d'une extension

Répertoire	Fichier	Contenu ou fonction	
Block		Le code PHP des blocs, qui correspondent à des gabarits créés dans les thèmes.	
controllers		Les contrôleurs, c'est-à-dire des classes PHP qui s'occupent de recevoir les événements issus des utilisateurs, et de réagir en conséquence.	
etc	config.xml	La configuration du module (pour compléter le répertoire <code>/var/etc/</code>)	Déclare les modifications que ce module réalise sur le fonctionnement de Magento. Cela inclut les nouveaux agencements, fichiers du modèle, méthodes de paiement...
	system.xml		Présente les paramètres qui seront proposés par ce module dans la page qui correspond au menu <i>Système > Configuration</i> . Leur valeurs par défaut sont indiquées dans <code>config.xml</code> .
	Autres fichiers XML		Rarement disponibles et spécifiques à certains modules.
Helper		Les classes d'assistance et autres classes du module (voir la section « Classes et fonctions utiles » dans le chapitre 10).	
Model		Le modèle du module, qui contient les fonctions en relation avec la base de données.	
sql		Des fichiers PHP exécutés à l'installation afin de créer ou modifier la base de données.	

Une extension sera donc constituée de ses différents modules, mais aussi de tous les répertoires que vous voudrez y placer (par exemple, des répertoires de thèmes). Elle n'est pas cantonnée à un répertoire isolé.

À SAVOIR Quelques conventions pour le développeur PHP

Lorsque vous codez votre extension, il est préférable de suivre les conventions des auteurs de Magento chaque fois que c'est possible dans votre code PHP :

- Tout est écrit en anglais.
- Pour commenter les fonctions et variables, utilisez la syntaxe PHP-Doc (de type : `/** mon commentaire ... */`), en inscrivant le commentaire au-dessus de la fonction ou de la variable.
- Les intitulés s'écrivent de cette manière : `Un_Paquet_Et_Une_Classe`, `uneFonction`, `$uneVariable`, `$unParamètre`, `_uneMethodePrivee`, `$_unAttributPrive`.
- Les fichiers PHP sont ouverts par `<?php`, mais vous observerez que la balise fermante est absente. C'est autorisé et même recommandé car il ne reste ainsi pas de ligne vide parasite à la fin.
- Les accolades sont isolées sur leurs lignes.

De plus, pour chaque extension, on trouve un fichier de configuration principal dans le répertoire `/app/etc/modules/`. C'est le point d'entrée, c'est-à-dire qu'à chaque requête, Magento observe ce répertoire et lit tous les fichiers qui s'y trouvent.

Trouver les erreurs

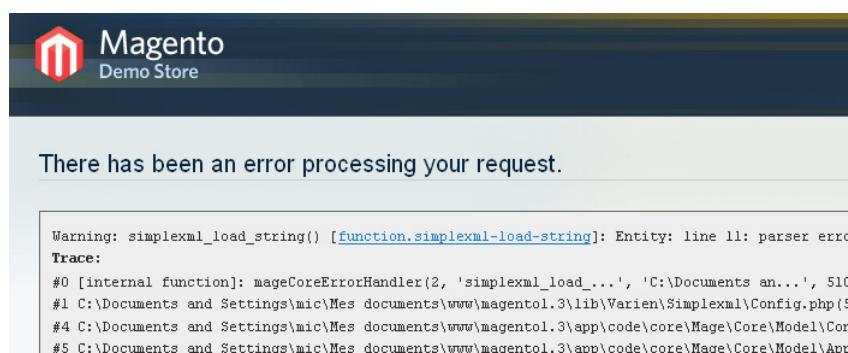
Pour terminer cette méthodologie de développement d'extension pour Magento, il est nécessaire de parler de la recherche des erreurs. En effet, si jamais il arrivait que lors de vos développements en PHP, vous rencontreriez des erreurs, il est nécessaire de les trouver pour pouvoir les corriger. Or, Magento maintient un processus d'affichage complexe qui va rendre cette tâche quelque peu difficile, et vous ne pourrez réduire cette recherche à placer des `echo` un peu partout. Cependant, ne perdons pas courage, tout a une solution !

Vous disposez tout d'abord d'un système de logs, que vous devez avoir activé lors de la configuration générale du logiciel (voir le chapitre 5, section « Gestion des journaux » dans la configuration avancée). Il suffit, dans votre code, d'écrire ceci :

```
Mage::log("on est ici", Zend_Log::INFO); //ou DEBUG, ERR...
```

Le résultat de cet appel s'écrit dans le répertoire `/var/log/`.

Vous pouvez rencontrer des erreurs du type « There has been an error processing your request ». C'est une exception. L'erreur est indiquée dans le message. Vous pouvez aussi noter le numéro qui s'inscrit dans la barre d'adresse : <http://127.0.0.1/magento1.3/report/?id=688054319&s=default>.



Un fichier de log, du même nom que le numéro indiqué ci-dessus, est alors créé en correspondance dans le répertoire `/var/report`.

CULTURE Les exceptions

Les messages d'erreurs de Magento utilisent le mécanisme des exceptions. Sans lui, pas de pile d'appel (c'est-à-dire la liste des méthodes utilisées en cascade au moment de l'erreur), information très utile lors de l'approche d'une application existante et complexe.

Figure 11–21
Exemple de page d'erreur

Exemple de fichier de log rapportant une erreur

```
a:2:{i:0;s:311:"Waring_load_string() [<a href='function.simplexml-load-string'>function.simplexml-load-string</a>]: Entity: line 11: parser error :Opening and ending tag mismatch: modulesz line 3 and modules in C:\Documents and Settings\mblancharde\Mes documents\www\magento\lib\Varien\Simplexml\Config.php on line 510";i:1;s:1249:"#0 [internal function]: mageCoreErrorHandler(2, 'simplexml_load...', 'C:\Documents an...', 510, Array)
#1 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\lib\Varien\Simplexml\Config.php(510): simplexml_load_string('<?xml version="..."',
'Mage_Core_Model...')
#2 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\lib\Varien\Simplexml\Config.php(498): Varien_Simplexml_Config->loadString('<?xml version="..."',
'Mage_Core_Model...')
#3 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\app\code\core\Mage\Core\Model\Config.php(625): Varien_Simplexml_Config->loadFile('C:\Documents an...')
#4 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\app\code\core\Mage\Core\Model\Config.php(233): Mage_Core_Model_Config->_loadDeclaredModules()
#5 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\app\code\core\Mage\Core\Model\App.php(263): Mage_Core_Model_Config->init(Array)
#6 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\app\Mage.php(434): Mage_Core_Model_App->init('', 'store', Array)
#7 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\app\Mage.php(455): Mage::app('', 'store', Array)
#8 C:\Documents and Settings\mic\Mes documents\www\magento1.3\index.php(65): Mage::run()
#9 {main}";}
```

Il s'agit ici d'une erreur de chaîne de caractères saisie. Au début apparaît le message d'erreur, puis la pile d'appel de l'exception, c'est-à-dire les méthodes appelées au moment de son déclenchement, avec leurs paramètres.

Enfin, sachez que tant que ce répertoire n'est pas vidé, vous pourrez appeler de nouveau l'URL correspondante à l'erreur, elle restera valide.

Un exemple complet : création d'un premier module d'accès à une base de données

Nous allons développer une extension, prête à installer, comportant toutes les nouveautés dont nous avons besoin pour notre boutique. Regrouper ainsi tous les développements dans une seule extension minimisera les efforts nécessaires pour les redéployer plus tard, par exemple après une mise à jour du site au bout de plusieurs années.

Cette extension comportera deux modules indépendants : le premier va lire une information dans une base de données et l'afficher, le second ajouter une méthode de livraison. Ces deux modifications sont typiques des besoins de développement que vous pourrez rencontrer.

Ce premier module va être réalisé par étapes : mettre en place les fichiers et la configuration, puis le texte de base et sa traduction, et enfin ajouter la lecture dans une table de base de données.

Déclaration : créer le fichier de configuration de l'extension

Créons le fichier de départ de notre extension, dans le répertoire `/app/etc/modules`. Nous ne partons pas d'un fichier vide, mais de n'importe quel fichier déjà existant, par exemple `Mage_Compiler.xml`, que nous nettoyons, afin de ne garder que les balises suivantes.

Fichier Mage_Compiler.xml nettoyé

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <modules>
        <><!-- Mage_Compiler -->
            <active>true</active>
            <codePool></codePool>
            <depends>
                </depends>
            </>
        </modules>
    </config>
```

Nommons ce nouveau fichier, indépendamment des choix d'intitulés (nom des classes, blocs...) que nous ferons ensuite. La convention de nommage étant de type `[Auteur]_[SujetGeneral].xml`, nous l'appelons donc `RizDuMonde_Site1.xml`.

CONSEIL Réalisez votre propre extension

Vous pouvez développer cet exemple tel quel, pour vous entraîner. Mais vous pouvez aussi, si vous maîtrisez le PHP, réaliser directement votre propre extension, après avoir lu en détail ce chapitre, afin de répondre à vos propres attentes.

Dans la balise `modules` se placent les différents modules de cette extension, les uns après les autres. Ici, notre premier module consistera en un bloc supplémentaire affichant un message choisi par l'administrateur. Appelons-le « Message », donc la balise sera `RizDuMonde_Message` (observez bien les conventions de codage – minuscules, majuscules, soulignés – utilisées dans tout cet exemple).

La balise `active` indique si le module est actif ou non. `true` est la valeur pour un module actif, tandis que `false` indique un module inactif. Un module inactif est complètement ignoré.

La balise `codePool` contient les valeurs `community`, `core` ou `local`, en fonction de l'origine du module, et par conséquent de l'emplacement utilisé dans `/app/code/`. Nous choisissons donc `local`.

Enfin, la balise `depends` contient une ou plusieurs balises, correspondant aux noms (complets) des modules dont celui que nous sommes en train de créer dépend. Dans notre cas, aucune dépendance n'est à signaler, nous indiquerons donc `Mage_Core`, à savoir le noyau de l'application Magento.

Voici le résultat, que nous pouvons sauvegarder.

Nouveau fichier de déclaration RizDuMonde_Site1.xml

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <modules>
        <RizDuMonde_Message>
            <active>true</active>
            <codePool>local</codePool>
            <depends>
                <Mage_Core>
                </depends>
            </RizDuMonde_Message>
        </modules>
    </config>
```

Structure des fichiers

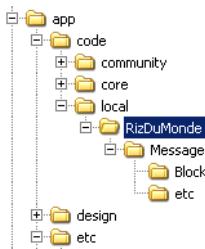


Figure 11–22 Créeation de l'extension dans le répertoire app/code/

Commençons la création de notre premier module, dont la fonction sera d'afficher divers messages aux utilisateurs, en haut de la zone de droite de la page. Pour comprendre cette partie, il est utile que vous ayez pris connaissance du chapitre précédent consacré à la mise en forme et aux thèmes graphiques.

En corrélation avec ce que nous avons déclaré dans le fichier de configuration d'extension, créons les répertoires `RizDuMonde` (l'extension) et, au niveau inférieur, `Message` (le premier module) dans `/app/code/local`. Notre module fournira un bloc, donc nous pouvons aussi prévoir le sous-

répertoire correspondant ([Block](#)), ainsi que celui qui servira à la configuration ([etc](#)).

Et puis, comme il s'agit pour le moment d'un module qui va ajouter un bloc, préparons aussi le répertoire du gabarit correspondant dans le thème de notre choix, à l'intérieur de `template`.

Créons ensuite dans ce répertoire ce gabarit, `lemessage.phtml`, très simple.

Création du gabarit `lemessage.phtml`

```
<div class="box">
<?php if(trim($this->getMessage())!="") : ?>
    <?php echo $this->htmlEscape($this->getMessage()); ?>
<?php else: ?>
    Pas de message
<?php endif; ?>
</div>
```

Ce gabarit fera appel à une méthode `getMessage()` qui est définie dans le bloc (`$this`), et qui renverra le message. Créons donc ce bloc dans notre module.

Créer le bloc correspondant au module

Fichier de bloc : `LeMessage.php`

Nous nommons la classe de bloc `LeMessage`. Afin que le chargement automatique des classes (*autoload* de PHP) soit bien en place, nous devons nommer les classes en correspondance avec leur emplacement. Ici, il s'agit donc de la classe `RizDuMonde_Message_Block_LeMessage`, qui se trouve dans le répertoire `/app/code/local/RizDuMonde/Message/Block/`, et le fichier PHP correspondant est `LeMessage.php`.

Souvenons-nous des blocs que nous avons rencontrés précédemment. L'un d'entre eux était le bloc correspondant à l'image « Back To School » affichée sur la droite des pages (voir le chapitre précédent). Sa classe est `Mage_Core_Block_Template`. Comme c'était un bloc simple, mentionnons-le comme classe mère, ce qui va nous permettre de l'utiliser comme base de programmation.

Création de la classe de bloc dans le fichier `LeMessage.php`

```
<?php

/**
 * Classe de bloc pour les message de www.rizdumonde.fr
 */
```

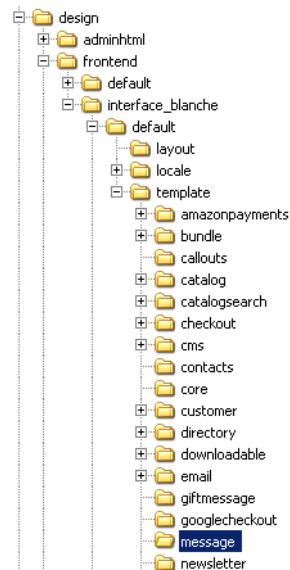


Figure 11-23

Nouveau répertoire pour le thème

À L'INTÉRIEUR Les espaces de noms (namespaces)

En nommant si longuement leurs classes (`RizDuMonde_Message_Block_LeMessage`, par exemple), les auteurs de Magento compensent l'absence d'espaces de noms (*namespaces* ou *packages*, paquets) dans PHP jusqu'à PHP 5.3. Les espaces de noms (appelés parfois aussi espaces de nommage) sont une fonctionnalité bien utile en programmation qui permet de répartir les classes dans la plupart des langages objets sans risque de collision.

```
class RizDuMonde_Message_Block_LeMessage extends  
Mage_Core_Block_Template  
{  
}  
?  

```

Or, comme ce bloc devra récupérer des messages pour les afficher, il nous faut dans le bloc une fonction `getMessage()`. Pour le moment créons-la de façon basique, de sorte qu'elle renvoie toujours le même texte, « Tous vos riz, toutes vos envies ! », par exemple. Voici alors notre classe.

Ajout de la fonction `getMessage()` à la classe de bloc

```
<?php  
  
/**  
 * Classe de bloc pour les message de www.rizdumonde.fr  
 */  
class RizDuMonde_Message_Block_LeMessage extends  
Mage_Core_Block_Template  
{  
    public function getMessage()  
    {  
        return 'Tous vos riz, toutes vos envies !';  
    }  
}  
?  

```

Testons cela en ajoutant notre bloc sur l'interface, peu importe où, mais de sorte que ce bloc s'affiche sur toutes les pages. Il va donc falloir modifier un fichier d'agencement.

Fichier d'agencement : `message.xml`

Afin de déterminer où et quand s'affichera notre nouveau module, nous allons produire un nouveau fichier d'agencement pour ce module. Dans notre thème (le même où nous avons créé le gabarit), dans le répertoire `layout`, créons le fichier `message.xml`, en copiant et nettoyant n'importe quel autre fichier d'agencement.

Création du fichier d'agencement `message.xml`

```
<?xml version="1.0"?>  
<layout version="0.1.0">  
</layout>
```

Puisque le nouveau bloc doit être affiché sur toutes les pages, nous devons maintenant modifier l'agencement par défaut (`default`) pour y ajouter le bloc. On se propose de l'afficher dans la zone de la page qui se trouve à droite, zone déjà définie dans `page.xml`, avec un attribut `as` de valeur `right`. Dans notre nouvel agencement, il nous suffira donc d'ajouter une `reference` à ce bloc déjà existant.

Nous choisissons que notre bloc sera de ce type préparé : `message/lemessage` (extension/classe). (Attention, les types s'écrivent bien en minuscule, même si une partie correspond à une classe.) On devra lui donner un nom (`le_message`), et indiquer le nom du gabarit recherché (`message/lemessage.phtml`) au moyen de l'attribut `template`, car nous sommes dans un bloc de type `core/template` (c'est-à-dire une classe fille). Enfin, nous pouvons indiquer que notre bloc s'affiche tout en haut de la zone de droite, c'est-à-dire au début, en indiquant dans le code le fait qu'il n'y ait rien avant : `before = '*'`. Voici le résultat :

Fichier d'agencement `message.xml` pour le bloc `le_message`

```
<?xml version="1.0"?>
<layout version="0.1.0">
    <default>
        <reference name="right">
            <block type="message/lemessage" name="le_message"
                  template="message/lemessage.phtml" before="*" />
        </reference>
    </default>
</layout>
```

Nous avons terminé notre fichier d'agencement `message.xml`, dans le répertoire `Layout` de notre thème.

Fichier de configuration : `config.xml`

Enfin, il faut que notre module soit trouvé, notre agencement utilisé et notre classe de bloc interprétée. C'est la fonction du fichier `etc/config.xml` dans le répertoire de notre module.

Pour plus de facilité, nous pouvons repartir d'un fichier `config.xml` d'un autre module, que nous nettoierons en conséquence.

Création du fichier de configuration `config.xml`

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <modules>
        </modules>
```

```
<global>  
  </global>  
</config>
```

Nous devons indiquer :

- Quels sont les `modules` déclarés dans ce fichier, et leur numéro de version.
- Où trouver les classes (dans la zone `global`), à savoir ici précisément, où se trouve la classe du bloc. Pour le module `message`, ce sera dans le paquet `RizDuMonde_Message_Block`. (Attention, « paquet » n'est pas ici employé au sens où nous l'avons vu dans les thèmes, mais au sens de la programmation orientée objet, c'est-à-dire un espace de noms).
- Dans les autres zones de l'application (`frontend`, `admin`, `install`), quels sont les fichiers d'agencement à utiliser pour mettre à jour l'agencement par défaut (`message.xml`). Il n'est pas nécessaire de préciser les trois zones, mais seulement celle qui sera concernée (ici, `frontend`).

Voici toutes ces informations dans le fichier `config.xml`.

Déclaration de la classe de bloc dans config.xml

```
<?xml version="1.0"?>  
<config>  
  <modules>  
    <RizDuMonde_Message>  
      <version>0.1</version>  
    </RizDuMonde_Message>  
  </modules>  
  <global>  
    <blocks>  
      <message>  
        <class>RizDuMonde_Message_Block</class>  
      </message>  
    </blocks>  
  </global>  
  <frontend>  
    <layout>  
      <updates>  
        <message>  
          <file>message.xml</file>  
        </message>  
      </updates>  
    </layout>  
  </frontend>  
</config>
```

Voilà, notre premier module devrait fonctionner ! Le message « Tous vos riz, toutes vos envies ! » s'affiche bien en haut de page à droite, sur toutes les pages.



Figure 11–24

Notre nouveau bloc sur le site public

Fournir une traduction du message

À titre d'exemple, au cas où aucun message ne serait prêt à s'afficher, nous avons prévu un message par défaut (« Pas de message »). Or il serait bon que ce dernier message soit traduit automatiquement lorsque le site est consulté dans sa version anglophone ou francophone. Chacun des messages a un texte de base, une clé, qui n'est jamais affichée, et, dans des fichiers séparés, pour cette clé, un texte dans la langue choisie. La clé elle-même est ici, comme souvent, écrite en anglais (ce choix est libre).

Nous ne traduisons pas le message publicitaire ci-dessus, nous le remplacerons ensuite par une information dynamique, en présentant l'accès aux bases de données.

Modification du gabarit

Pour cela, il nous faut d'abord transformer notre gabarit `lemessage.phtml` afin qu'il utilise une traduction.

Modification du gabarit `lemessage.phtml` pour y inclure la traduction

```
<div class="box">
<?php if(trim($this->getMessage())!=""): ?>
  <?php echo $this->htmlEscape($this->getMessage()); ?>
<?php else: ?>
  <?php echo $this->__('No Message'); ?>
<?php endif; ?>
</div>
```

CULTURE Pas besoin d'activation

Dans la plupart des applications modulaires, les mécanismes d'extension demandent souvent que chacune des extensions soient activées dans l'interface d'administration. Dans Magento, nul besoin de passer par cette étape, les extensions sont activées automatiquement à partir du moment où elles sont présentes dans l'arborescence.

CONSEIL L'avantage de séparer les textes

Ce système de traduction n'est utile que pour un site international. Il permet aussi de montrer le principe de séparation claire des textes du reste de l'extension, qui permet de les regrouper à part, afin d'en faciliter la modification ou la correction.

Création des fichiers de traduction CSV

Ensuite, créons dans `app/locale/en_US` un fichier `RizDuMonde_message.csv` afin de contenir la version anglaise de ce message par défaut (à gauche, la clé, à droite, la valeur traduite) :

```
"No Message";"No message"
```

Faisons de même dans `app/locale/fr_FR` pour le français. Bien sûr les deux fichiers doivent avoir le même nom, `RizDuMonde_message.csv`.

```
"No Message";"Pas de message"
```

Modification du fichier de configuration

Enfin, il faut modifier le fichier de configuration de notre module, `etc/config.xml`, afin d'indiquer la présence de ces fichiers de traduction. Comme ce sont des traductions destinées à l'interface publique, nous ferons donc l'ajout suivant dans la zone `frontend`.

Ajout du fichier de traduction `RizDuMonde_message.csv` dans `config.xml`

```
...
<frontend>
    <layout>
        <updates>
            <message>
                <file>message.xml</file>
            </message>
        </updates>
    </layout>

    <translate>
        <modules>
            <RizDuMonde_Message>
                <files>
                    <default>
                        RizDuMonde_Message.csv
                    </default>
                </files>
            </RizDuMonde_Message>
        </modules>
    </translate>
</frontend>
...
```

Ainsi, dans le cas où notre fonction `getMessage()` ne renvoie pas de résultat, « Pas de message » est affiché aux Français, et « No message » aux Anglais.

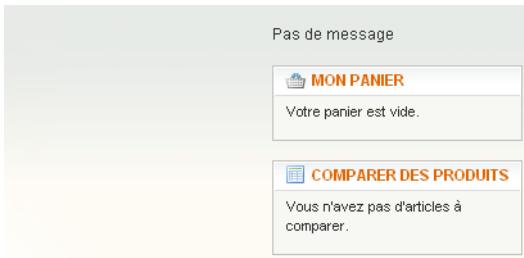


Figure 11–25
Message en français dans le nouveau bloc

Afficher un message dynamique à partir de la base de données

Allons encore plus loin, et plutôt qu'un texte simple et déterminé à l'avance, affichons comme message une information dynamique issue de la base de données MySQL : quelle est la meilleure variété de riz actuellement. Cette donnée sera enregistrée, et nous ne réaliserons ici que la partie de lecture, pour le gabarit réalisé juste avant (`1emessage.phtml`), et pas la modification de cet enregistrement à proprement parler. Vous pouvez ainsi considérer ceci comme un exemple de l'affichage dans Magento de données qui proviendraient d'un autre outil. Cet enregistrement pourrait par exemple avoir été créé par un système lié à notre logiciel de gestion des stocks, ou à une autre boutique.

Créer la table d'enregistrements

Pour commencer et pour les besoins de l'exemple, nous allons dédier une table de la base de données au type de données que l'on souhaite récupérer dans le message, à savoir les variétés et la qualité des riz. Peu importe ici d'où ces données proviennent, il s'agit ici de créer la structure de données qui sera utilisée par la fonction de message de notre nouveau module.

Rendons-nous dans l'outil PhpMyAdmin, et créons notre table, appelée `variete`. Voici la requête SQL exécutée.

Requête SQL pour créer la table variete

```
CREATE TABLE IF NOT EXISTS `variete` (
  `variete_id` int(11) NOT NULL auto_increment,
  `variete_type` varchar(32) default NULL,
  `variete_qualite` int(3) default NULL,
  PRIMARY KEY (`variete_id`)
) ENGINE=InnoDB DEFAULT CHARSET=utf8;
```

Nous obtenons donc une table SQL avec trois champs, dont le premier est un identifiant auto-incrémenté (`variete_id`), le deuxième un texte

À L'INTÉRIEUR Pas de détection des tables inutiles

Magento ignore complètement les tables qui sont dans la même base mais qui ne lui appartiennent pas, que ces tables aient été créées par vous ou qu'elles proviennent d'un autre logiciel. Il ne considère une table que si le code d'une extension y fait référence.

variete_id	variete_type	variete_qualite
1	Long	6
2	Rond	3

Figure 11-26

La table est créée dans la base de données.

correspondant au type de riz (`variete_type`) et le troisième un chiffre correspondant à la qualité (`variete_qualite`).

Insérons tout de suite des données à l'intérieur, par exemple :

Insertion de données dans la table variete

```
INSERT INTO `variete` (`variete_id`, `variete_type`, `variete_qualite`)
VALUES
(1, 'Long', 6),
(2, 'Rond', 3);
```

Nous obtenons ainsi la table suivante (figure 11-26).

Prévoir l'installation automatique de la table

Si jamais nous étions amenés à diffuser notre extension, nous voudrions certainement que cette table soit créée automatiquement, lorsqu'un autre utilisateur installera l'extension. Ceci peut être fait en ajoutant un fichier d'installation.

Créons pour cela un répertoire `sql` à côté de `Block` et, à l'intérieur, un répertoire `message_setup` (ces deux noms sont conventionnels). Dans ce dernier, créons un fichier `mysql4-install-0.1.0.php` (0.1.0 correspondant au numéro de version que nous avons choisi pour notre extension). C'est un fichier PHP qui va utiliser le système de gestion de la base de données propre à Magento pour installer la table chaque fois qu'il est appelé (en principe, une seule fois, lors de l'installation du module). Pour le créer, il suffit de reprendre et de modifier n'importe quel fichier équivalent dans les autres modules, par exemple `/app/code/code/Mage/Log/sql/log_setup/mysql-install-0.7.0.php`, en y insérant les données propres à notre table.

Nous allons utiliser l'objet en cours (`$this`), qui dans le cas d'une installation, contient des méthodes de début et fin (`startSetup` et `endSetup`), et surtout une méthode permettant d'exécuter du code SQL (`run`).

Le code de ce fichier est très simple.

Fichier mysql4-install-0.1.0.php d'installation de la table variete

```
<?php

$installer = $this;
$installer->startSetup();

$installer->run("
CREATE TABLE IF NOT EXISTS `{$this->getTable('variete')}`
`variete_id` int(11) NOT NULL auto_increment,
`variete_type` varchar(32) default NULL,
```

```

`variете_qualite` int(3) default NULL,
PRIMARY KEY (`variете_id`)
) ENGINE=InnoDB DEFAULT CHARSET=utf8;
INSERT INTO `variete`(`variете_id`, `variете_type`,
`variете_qualite`) VALUES
(1, 'Long', 6),
(2, 'Rond', 3);
");

$installer->endSetup();
?>

```

Encore une fois, ceci n'est utile que pour les extensions qui seront ensuite empaquetées et destinées à une utilisation dans d'autres installations de Magento.

Construire le modèle

Maintenant, nous allons créer les fichiers intermédiaires d'accès aux données de notre module. C'est ce qui correspond au modèle dans MVC.

Ajoutons donc dans notre module `Message` un répertoire `Model` et, à l'intérieur, un second répertoire `Mysql4` (il n'y a pas d'autre répertoire prévu que `Mysql4` pour le moment dans Magento, même si vous disposez de MySQL 5). Le répertoire `Model` contiendra les éléments généraux, alors que `Mysql4` est destiné aux « ressources » associées directement à la base. Vous pouvez considérer ce duo comme deux couches d'abstraction, l'une au dessus de l'autre.

Dans chacun des deux répertoires, nous allons placer une classe `Variete` correspondant à notre table, dans un fichier nommé `Variete.php`.

Dans `Model`, créons la classe `RizDuMonde_Message_Model_Variete` comme une classe de modèle. Le module `Mage_Core` (le module de base de Magento) dispose de classes abstraites prêtes pour cela, ici `Mage_Core_Model_Abstract`, qu'il va nous suffire d'étendre. Il va juste y avoir à l'intérieur un pseudo-constructeur `_construct()` (appelé automatiquement à l'instanciation de notre classe) qui indiquera au système quelle est la ressource (table) concernée. Voici cette classe au complet.

Création de la classe de modèle abstraite contenant un constructeur

```

<?php

class RizDuMonde_Message_Model_Variete extends
Mage_Core_Model_Abstract
{
    public function _construct() //un seul souligné, pas deux
    {

```

CULTURE PhpMyAdmin à notre secours

Le système d'exportation de PhpMyAdmin permet très facilement d'obtenir les lignes de SQL correspondant à l'installation de l'extension, comme celles du fichier ci-contre. Pour cela, cliquez sur le bouton `Exporter` en haut de l'écran cet outil.

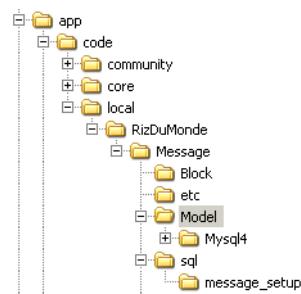


Figure 11-27
Répertoires pour le modèle de l'extension

PHP Le constructeur

Lors de la création d'un objet, il est fréquent que l'on veuille initialiser plusieurs de ses attributs, ou plus généralement, un contexte. PHP fournit pour cela une méthode de construction d'objets (dite magique, car elle va être appelée implicitement) : `_construct()`.

```
        $this->_init('message/variете');
    }
}
?>
```

Dans `Model/Mysql4`, la classe est très similaire. Il s'agit cette fois-ci de `RizDuMonde_Message_Model_Mysql4_Variete` qui hérite de `Mage_Core_Model_Mysql4_Abstract`. Dans son pseudo-constructeur, nous plaçons un code du même genre que précédemment, mais cette fois-ci plus proche de la base ; nous devons alors en plus indiquer quelle est la clé primaire de la table (`variete_id`).

Création de la classe de modèle spécialisé pour MySQL 4 contenant un constructeur indiquant la clé primaire de la table

```
<?php
class RizDuMonde_Message_Model_Mysql4_Variete extends
Mage_Core_Model_Mysql4_Abstract
{
    public function _construct()
    {
        $this->_init('message/variete', 'variete_id');
    }
}
?>
```

Ajoutons à l'intérieur de cette classe une méthode supplémentaire qui permettra d'aller chercher la variété de meilleure qualité. Nous allons utiliser les outils d'accès aux données proposés par les bibliothèques fondamentales de Magento, `Mage/Core/Model`, qui permettent d'éviter d'écrire du SQL. Leur utilisation est plutôt aisée. Pour plus d'information, étudiez les classes équivalentes des autres modules.

Voici la classe augmentée afin de faire une requête et de renvoyer le premier (et seul) résultat sous la forme d'un tableau.

Classe de modèle spécialisé pour MySQL 4 augmentée d'une requête

```
<?php
class RizDuMonde_Message_Model_Mysql4_Variete extends
Mage_Core_Model_Mysql4_Abstract
{
    public function _construct()
    {
        $this->_init('message/variete', 'variete_id');
    }

    public function getBest()
    {
```

```

        $adapter = $this->_getReadAdapter();
        $select = $adapter->select()
            ->from($this->getMainTable())
            ->order('variете_qualite DESC')
            ->limit(1);
        return $adapter->fetchRow($select);
    }
}

?>

```

Déclarer le modèle

Il nous faut maintenant déclarer ce modèle dans notre module. Revenons au fichier `config.xml`. Nous devons déclarer nos classes de modèle de la même manière que les classes de blocs :

Déclaration des classes de modèle dans config.xml

```

<global>
    <blocks>
        <message>
            <class>RizDuMonde_Message_Block</class>
        </message>
    </blocks>
    <models>
        <message>
            <class>RizDuMonde_Message_Model</class>
            <resourceModel>message_mysql4</resourceModel>
        </message>
        <message_mysql4>
            <class>RizDuMonde_Message_Model_Mysql4</class>
            <entities>
                <variете>
                    <table>variете</table>
                </variете>
            </entities>
        </message_mysql4>
    </models>
</global>

```

De plus, il nous faut signaler la connexion utilisée (en tant que ressource), en lecture (et éventuellement en écriture). Voici la version finale du bloc XML `global` de `config.xml`.

Déclaration des ressources dans config.xml

```

<global>
    <blocks>
        <message>

```

ASTUCE Il y avait plus simple...

Il est tout à fait possible d'éviter la création de ces deux classes, et d'accéder directement, quand on en a besoin, aux tables, avec du SQL. Certaines extensions procèdent ainsi. Observez toutefois dans la suite de ce chapitre le côté pratique et élégant du modèle réalisé.

```
<class>RizDuMonde_Message_Block</class>
</message>
</blocks>
<models>
    <message>
        <class>RizDuMonde_Message_Model</class>
        <resourceModel>message_mysql4</resourceModel>
    </message>
    <message_mysql4>
        <class>RizDuMonde_Message_Model_Mysql4</class>
        <entities>
            <variete>
                <table>variete</table>
            </variete>
        </entities>
    </message_mysql4>
</models>
<resources>
    <message_setup>
        <setup>
            <module>RizDuMonde_Message</module>
        </setup>
        <connection>
            <use>core_setup</use>
        </connection>
    </message_setup>
    <message_write>
        <connection>
            <use>core_write</use>
        </connection>
    </message_write>
    <message_read>
        <connection>
            <use>core_read</use>
        </connection>
    </message_read>
</resources>
</global>
```

Modifier la classe de bloc pour afficher le résultat

Utilisons maintenant notre modèle dans notre bloc message, en modifiant la classe de bloc pour :

- utiliser cette donnée dynamique ;
- utiliser cette donnée avec une traduction éventuelle si besoin (pour le message).

Voici la transformation de la classe. Observez l'appel à `getResource()`, qui a pour effet de passer de la première classe généraliste du modèle à la version Mysql 4. Le texte du message y est inscrit en remplaçant la donnée dynamique (résultat de la requête) par `%s`, tandis que le champ de la table utilisé est indiqué dans la variable `$best`.

Transformation de la classe de bloc en utilisant le modèle et l'appel à la traduction

```
<?php

/**
 * Classe de bloc pour les messages de www.rizdumonde.fr
 */
class RizDuMonde_Message_Block_LeMessage
    extends Mage_Core_Block_Template
{
    public function getMessage()
    {
        $best = Mage::getModel('message/variете')->
            getResource()->getBest();
        return sprintf(
            __("For now, best species is %s"),
            $best['variete_type']
        );
    }
}

?>
```

Il ne nous reste plus qu'à ajouter les traductions de ce message dans les fichiers CSV adéquats. Voici pour le fichier anglais final :

```
"No Message","No message"
"For now, best species is %s","For now, best species is %s"
```

Et pour le fichier français :

```
"No Message","Pas de message"
"For now, best species is %s","En ce moment, la meilleure
variété est : %s"
```



Figure 11–28

Résultat : le bloc affiche une information issue de la base de données.

Bilan du premier module

Ce premier module étant enfin terminé, faisons un bilan des dix fichiers créés dans l'ordre alphabétique.

Tableau 11–3 Fichiers créés lors du développement du premier module

Répertoire	Fichier	Description
app/code/	app/code/local/RizDuMonde/Message/Block/LeMessage.php	Code du bloc
	app/code/local/RizDuMonde/Message/etc/config.xml	Configuration du module
	app/code/local/RizDuMonde/Message/Model/Variete.php	Modèle abstrait pour les variétés
	app/code/local/RizDuMonde/Message/Model/Mysql4/Variete.php	Modèle spécialisé de MySQL 4 pour les variétés
	app/code/local/RizDuMonde/Message/sql/message_setup/mysql4-install-0.1.0.php	Fichier d'installation pour la table des variétés
app/design/	app/design/frontend/interface_blanche/default/layout/message.xml	Agencement adapté pour inclure le bloc
	app/design/frontend/interface_blanche/default/template/message/lemessage.phtml	Gabarit du bloc
app/etc/	app/etc/modules/RizDuMonde_Site1.xml	Fichier de départ du module
app/locale/	app/locale/en_US/RizDuMonde_Message.csv	Chaînes de caractères traduites en anglais
	app/locale/fr_FR/RizDuMonde_Message.csv	Chaînes de caractères traduites en français

Tout cela représente donc une manipulation lourde et délicate pour un simple affichage. De plus, les erreurs ne sont pas faciles à détecter. N'hésitez pas à noter soigneusement vos manipulations et à faire des tests aussi souvent que possible.

Suite de l'exemple : créer un second module pour la livraison

Nous allons maintenant réaliser un second module dans notre nouvelle extension. Il aura pour fonction d'offrir à nos clients un mode de livraison supplémentaire, consistant à leur faire cadeau des frais si c'est leur seconde commande. Dans un second temps, nous ferons en sorte que cette extension soit configurable, c'est-à-dire qu'on puisse modifier son comportement à partir de l'interface d'administration : par exemple, afin de décider que les frais ne sont offerts qu'à partir d'un certain nombre de commandes (et pas forcément deux).

Chaque fois que l'utilisateur effectuera une commande, lors de la proposition des modes de livraison, le programme examinera le nombre de commandes déjà passées avec son compte. Ainsi, s'il y en a suffisamment (deux ou plus, si l'on a modifier le nombre de commandes minimal), notre nouveau mode de livraison sera ajouté aux autres dans la liste proposée au client, qui pourra alors le sélectionner.

À SAVOIR Des modules indépendants

Le développement de ce second module ne nécessite absolument pas d'avoir déjà réalisé le premier. Vous pouvez aussi les réaliser dans le désordre, ou dans des extensions séparées.

Vis-à-vis des mécanismes complexes comme la livraison, la vente ou le paiement, Magento se présente comme un framework PHP exigeant : il faut réaliser des classes selon exactement le bon format (classe mère, noms de leurs méthodes, leurs paramètres et résultats), et les déclarer dans le XML. Elles sont alors instanciées au moyen du mot-clé `new`, leurs fonctions sont appelées et leurs résultats, utilisés.

Bien sûr, pour créer ces classes, il nous faut :

- hériter de classes existantes, éventuellement abstraites (qui ne peuvent elles-mêmes être instanciées) ;
- redéfinir les méthodes qui manquaient ou qui ne nous convenaient pas.

Voici nos choix d'intitulés, pour la suite :

- l'extension et l'auteur s'appellent toujours `RizDuMonde` ;
- le module se nomme `RewardShipping` (livraison-récompense) ;
- le nouveau mode de livraison est appelé `Back` (retour) ;
- la classe se nomme `RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back`.

Construire la structure et les classes du module

Créer les répertoires

Créons tout d'abord dans `/app/local/` le module `RewardShipping` et sa structure (les répertoires `etc` et `Model`), au même niveau que le module précédent, `Message`.

Construire la classe Back

Dans le répertoire `Model`, créons notre classe `Back` dans un fichier `Back.php`. Le nom complet de la classe est `RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back` et elle hérite de `Mage_Shipping_Model_Carrier_Abstract`. C'est elle qui va réaliser le traitement de la commande pour créer et ajouter le nouveau mode de livraison.

Création de la classe Back

```
<?php

class RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back
    extends Mage_Shipping_Model_Carrier_Abstract
{
}
```

`Back` doit indiquer à la demande du système de livraison deux informations : un code qui la différencie des autres modes de livraison de

CONSEIL Utiliser l'héritage

Si, pour un même besoin (par exemple, le paiement), vous mettez en place plusieurs méthodes, n'hésitez pas à créer votre propre classe mère, à partir de laquelle vous pourrez dériver de multiples classes filles, afin d'optimiser vos développements.

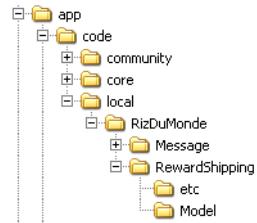


Figure 11–29

Nouveaux répertoires pour le second module

la même extension et un nom, renvoyé par une méthode `getAllowedMethods()`, habituelle dans les classes d'extension de Magento, qui indique dans notre cas quels modes de livraison sont disponibles.

Ajout d'un code et de la méthode `getAllowedMethods()`

```
<?php

class RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back
    extends Mage_Shipping_Model_Carrier_Abstract
{
    protected $_code = 'back';

    public function getAllowedMethods()
    {
        return array('back'=>__("Free"));
    }
}
```

Enfin, la méthode principale `collectRates()` doit renvoyer un résultat (les modes de livraison) en fonction d'une requête indiquant la commande en cours.

La classe du résultat est dans ce cas de type `Mage_Shipping_Model_Rate_Result` (disponible comme modèle, nommé `shipping/rate_result`), et contient une ou plusieurs « méthodes » (`$method`) , correspondant à des lignes de fin de commande (c'est-à-dire les lignes de commandes et factures qui indiquent les taxes, la livraison, les promotions panier, etc.). Chaque ligne dispose d'un nom de transporteur (`setCarrierTitle`), d'un intitulé de mode de livraison (`setMethodTitle`), d'un prix (`setPrice`) et d'un coût (`setCost`), que nous supposons à zéro, puisque le but est ici que les frais soient nuls. Ces lignes ainsi produites seront ajoutées à la commande.

La classe de requête est `Mage_Shipping_Model_Rate_Request`, et elle contient toutes sortes de données à propos de la commande (les produits commandés, le lieu de livraison, etc.).

Nous allons nous préoccuper d'ajouter une méthode de gratuité dans le résultat, si et seulement si le client en cours a déjà effectué une commande sur le site (c'est-à-dire qu'une commande est déjà présente dans la base pour ce client). Le modèle `core/session` renvoie des informations sur la session en cours (`getVisitorData()`), notamment le numéro de client du visiteur (`customer_id`), s'il en a un. Le modèle `sales/order_collection` nous permet de réaliser des requêtes sur la table des commandes (`getResourceModel()`).

Classe Back au complet

```
<?php

class RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back
    extends Mage_Shipping_Model_Carrier_Abstract
{
    protected $_code = 'back';

    public function collectRates(Mage_Shipping_Model_Rate_Request
$request)
    {
        $free = false;
        $visitor = Mage::getSingleton('core/session')
            ->getVisitorData();
        if(isset($visitor['customer_id']) &&
           $visitor['customer_id']>0) {

            $collection =
                Mage::getResourceModel('sales/order_collection')
                    ->addAttributeToFilter('customer_id',
                        $visitor['customer_id']);

            $free = count($collection)>=1;
        }
        if(!$free)
            return false;

        // ajout d'une méthode gratuite
        $result = Mage::getModel('shipping/rate_result');

        $method = Mage::getModel('shipping/rate_result_method');

        $method->setCarrier('back');
        $method->setCarrierTitle(__("Reward for your comeback"));

        $method->setMethod('back');
        $method->setMethodTitle(__("Free"));

        $method->setPrice(0);
        $method->setCost(0);
        $result->append($method);
        return $result;
    }

    public function getAllowedMethods()
    {
        return array('back'=>__("Free"));
    }
}
```

Créer les fichiers de traduction

Vous observez dans cet extrait de code les appels à des traductions, par la méthode `__()`. Voici le fichier `app/locale/en_US/RizDuMonde_RewardShipping.csv` correspondant (comme toujours, la clé de traduction est à gauche, et le texte résultat dans la langue, à droite) :

```
"Reward for your comeback", "Reward for your comeback"  
"Free", "Free"
```

De même, le fichier `app/locale/fr_FR/RizDuMonde_RewardShipping.csv` établira les traductions en français :

```
"Reward for your comeback", "Récompense pour le retour"  
"Free", "Gratuit"
```

Adapter les fichiers de configuration

Fichier de configuration `etc/config.xml`

Dans notre extension `RizDuMonde`, pour le module `RewardShipping`, nous avons besoin d'un fichier de configuration, `etc/config.xml`. Celui-ci spécifiera les éléments suivants :

- Le module `RewardShipping` dépend du module `Mage_Shipping` (qui fait partie de `core`) ; cela signifie que l'extension ne pourrait pas être utilisée si `Mage_Shipping` n'était pas présent.
- Notre mode de livraison s'affiche au début de la liste des modes proposés au client (balise `sort_order` de valeur `1`).
- Nous n'établissons pas d'URL de suivi (`tracking_view_url`), puisque celle-ci n'est utile que lorsque le mode est relié à un transporteur particulier, pour mener sur son site web.

Contenu du fichier `etc/config.xml`

```
<?xml version="1.0"?>  
<config>  
    <modules>  
        <RizDuMonde_RewardShipping>  
            <version>0.1.0</version>  
            <depends>  
                <Mage_Shipping />  
            </depends>  
        </RizDuMonde_RewardShipping>  
    </modules>  
  
    <global>  
        <models>  
            <RewardShipping>
```

```

<class>RizDuMonde_RewardShipping</class>
</RewardShipping>
</models>

<resources>
    <sales>
        <shipping>
            <carriers>
                <back>
                    <class>
                        RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back
                    </class>
                </back>
            </carriers>
        </shipping>
    </sales>
</resources>
</global>

<frontend>
    <translate>
        <modules>
            <Mage_Shipping>
                <files>
                    <RizDuMonde_RewardShipping>
                        RizDuMonde_RewardShipping.csv
                    </RizDuMonde_RewardShipping>
                </files>
            </Mage_Shipping>
        </modules>
    </translate>
</frontend>

<default>
    <carriers>
        <back>
            <active>1</active>
            <sort_order>1</sort_order>
            <model>
                RizDuMonde_RewardShipping_model_back
            </model>
            <tracking_view_url></tracking_view_url>
        </back>
    </carriers>
</default>
</config>
```

Fichier de départ de l'extension

Enfin, mettons à jour pour notre nouveau module le fichier correspondant à notre extension, `/etc/modules/RizDuMonde_Site1.xml`, en indiquant qu'il est activé (`active` de valeur `true`), que c'est un module de type `local` et qu'il dépend du module de base `Mage_Shipping`.

Mise à jour du fichier de départ RizDuMonde_Site1.xml

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <modules>
        <RizDuMonde_Message>
            <active>true</active>
            <codePool>local</codePool>
            <depends>
                <Mage_Core />
            </depends>
        </RizDuMonde_Message>
        <RizDuMonde_RewardShipping>
            <active>true</active>
            <codePool>local</codePool>
            <depends>
                <Mage_Shipping />
            </depends>
        </RizDuMonde_RewardShipping>
    </modules>
</config>
```

Le résultat sur le site public correspond bien à ce que nous attendions : nous disposons d'un mode de livraison supplémentaire intitulé *Récompense pour le retour* et gratuit.



Figure 11–30

Nouveau mode de livraison, lors de l'achat

Rendre l'extension configurable

Dans un deuxième temps, soyons moins généreux avec notre client. Plutôt que d'offrir la livraison dès le deuxième achat, ne l'offrons qu'à partir d'un certain nombre d'achats, en faisant en sorte que ce nombre soit configurable dans l'interface d'administration. De même, nous allons donner à l'administrateur la possibilité de paramétrier depuis cette interface le fait que cette fonctionnalité soit active ou non, de modifier le

titre et l'ordre de ce mode de livraison dans la liste et de choisir quoi afficher en cas de non disponibilité de cette nouvelle fonction.

Nous allons donc cette fois modifier le système de configuration de Magento pour y intégrer notre extension, en proposant deux réalisations associées :

- un menu général de configuration (dans *Système>Configuration*) spécialement pour notre extension ;
- une modification de la configuration dans la partie dédiée aux modes de livraison (*Système>Configuration>Ventes>Modes de livraison*).

Enfin, nous lirons cette configuration depuis notre classe du modèle.

Un menu spécial pour notre extension

Création d'un fichier system.xml

Il n'est pas nécessaire ici de créer une classe PHP supplémentaire, il suffit d'inscrire les paramètres de configuration dans un fichier dédié à cela que nous créons, *etc/system.xml*. Ce fichier est conçu selon la hiérarchie suivante, qui correspond à la hiérarchie des informations de la section consacrée à la configuration dans l'interface d'administration.

Structure du fichier system.xml

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <sections>
        <rizdumonde>
            <groups>
                <shipping>
                    <fields>
                        <display_when_available>
                            </display_when_available>
                    </fields>
                </shipping>
            </groups>
        </rizdumonde>
    </sections>
</config>
```

- 1 En premier niveau, une ou plusieurs *sections*, qui correspondent aux onglets à gauche de la page. Chaque section dispose ensuite d'une balise à son nom, comme ici notre nouvelle section *rizdumonde*. Elle se trouve elle-même dans l'un des onglets principaux (balise *tab* de valeur *general*, voir le fichier au complet ci-après).
- 2 Chaque section contient un ou plusieurs groupes (*groups*), qui correspondent aux volets bleus foncés de la partie centrale, que l'on peut

CONSEIL Choisir entre configuration commune et nouvel onglet

Généralement, vous n'utiliserez que l'un des deux mécanismes présentés dans cet exemple pour proposer la configuration d'une extension. Ici, la configuration spécialisée pour les modes de livraison, à savoir la seconde solution, serait a priori suffisante. Nous vous présentons les deux solutions à valeur d'exemple.

À L'INTÉRIEUR Modèles de composants pour les listes déroulantes

Vous pouvez voir les différents composants réutilisables pour les contenus à sélectionner dans le répertoire ; /app/code/core/Mage/Adminhtml/Model/System/Config/Source/.

À SAVOIR Plusieurs éléments à traduire ?

S'il faut traduire plusieurs éléments dans la balise, par exemple un label et une description, on n'écrira toujours qu'un seul attribut `translate`, mais avec plusieurs valeurs à l'intérieur, séparées par un espace, par exemple : `translate="label description"`.

dérouler ; chacun étant délimité par une balise au nom du groupe (ici `shipping`, pour les options de livraison).

3 Chaque groupe contient un ou plusieurs champs (`fields`), désignés par le nom du paramètre (ici, `display_when_available`), avec un type de contenu (`text`, `select`, `multiselect`, `textarea`), selon qu'il s'agit de texte préformaté, d'une ou plusieurs options à sélectionner dans une liste ou de texte libre. Pour les contenus `select` et `multiselect`, il peut y avoir aussi un modèle de composant à réutiliser (`source_model`), comme ici `adminhtml/system_config_source_yesno` (voir fichier au complet ci-après).

Chacun de ces niveaux possède en plus :

- un intitulé (`label`) ;
- un ordre d'apparition (`sort_order`) ;
- trois indicateurs du niveau auquel s'applique la configuration : `show_in_default` (afficher dans toute l'installation), `show_in_website` (afficher dans tout le site) et `show_in_store` (afficher dans le magasin). Leurs valeurs sont soit 0 (par défaut), soit 1. Par exemple, si un groupe indique 0, 0, 1 pour respectivement `default`, `website` et `store`, il ne sera configurable qu'au niveau des vues magasin (boîte déroulante en haut à gauche de *Système>Configuration*).

Enfin, l'attribut `translate="x"` permet d'indiquer à n'importe quel niveau quels éléments du document doivent être traduits. Par exemple :

```
<rizdumonde translate="label">
    <label>Riz Du Monde</label>
    ...

```

Voici donc le fichier `system.xml` pour notre premier onglet de configuration, avec un seul paramètre, `display_when_unavailable`, qui indique si le mode de livraison apparaît ou non indisponible.

Fichier `system.xml` au complet

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <sections>
        <rizdumonde>
            <label>Riz Du Monde</label>
            <tab>general</tab>
            <sort_order>320</sort_order>
            <show_in_default>1</show_in_default>
            <show_in_website>1</show_in_website>
            <show_in_store>1</show_in_store>
            <groups>
                <shipping translate="label">
                    <label>RizDuMonde shipping module</label>
```

```

<sort_order>2</sort_order>
<show_in_default>1</show_in_default>
<show_in_website>1</show_in_website>
<show_in_store>1</show_in_store>
<fields>
    <display_when_unavailable
        translate="label">
        <label>Display when unavailable</label>
        <frontend_type>select</frontend_type>
        <source_model>
            adminhtml/system_config_source_yesno
        </source_model>
        <sort_order>2</sort_order>
        <show_in_default>1</show_in_default>
        <show_in_website>1</show_in_website>
        <show_in_store>1</show_in_store>
        </display_when_unavailable>
    </fields>
</shipping>
</groups>
</rizdumonde>
</sections>
</config>
```

Modifications dans config.xml

Nous devons indiquer maintenant où se trouve ce nouvel onglet, au moyen de la balise `acl`, dans le fichier `config.xml`. La hiérarchie `admin`, `system`, `config`, `rizdumonde` correspond à l'onglet *Riz Du Monde* du menu *Configuration* du menu *Système* de l'interface d'administration de Magento. Indiquons aussi les besoins en traduction dans l'interface d'administration (`adminhtml`), via la balise `translate`. Enfin, nous allons choisir une valeur par défaut (1) pour le paramètre `display_when_available` défini auparavant, afin d'indiquer qu'il est activé.

Fichier config.xml modifié

```

<?xml version="1.0"?>
<config>
<modules> ... </modules>

<global> ... </global>

<adminhtml>
    <acl>
        <resources>
            <admin>
                <children>
                    <system>
                        <children>
                            <config>
                                <children>
```

```
<rizardumonde>
    <title>Reward</title>
    <sort_order>100</sort_order>
</rizardumonde>
</children>
</config>
</children>
</system>
</children>
</admin>
</resources>
</acl>
<translate>
<modules>
    <Mage_Shipping>
        <files>
            <RizDuMonde_RewardShipping>
                RizDuMonde_RewardShipping.csv
            </RizDuMonde_RewardShipping>
        </files>
    </Mage_Shipping>
</modules>
</translate>
</adminhtml>

<frontend>
<translate>
<modules>
    <Mage_Shipping>
        <files>
            <RizDuMonde_RewardShipping>
                RizDuMonde_RewardShipping.csv
            </RizDuMonde_RewardShipping>
        </files>
    </Mage_Shipping>
</modules>
</translate>
</frontend>

<default>
<rizardumonde>
    <RewardShipping>
        <display_when_unavailable>
            1
        </display_when_unavailable>
    </RewardShipping>
</rizardumonde>
<carriers> ... </carriers>
</default>
</config>
```

Mise à jour des fichiers de traduction CSV

Pour terminer, nous mettrons à jour le fichier `app/locale/en_US/RizDuMonde_RewardShipping.csv` en conséquence (en anticipant même sur la suite, avec la dernière ligne, voir la section suivante) :

```
"Reward for your comeback","Reward for your comeback"
"Free","Free"
"RizDuMonde shipping module","RizDuMonde shipping module"
"Times to come back","Times to come back"
```

Et voici le fichier `app/locale/fr_FR/RizDuMonde_RewardShipping.csv` mis à jour :

```
"Reward for your comeback","Récompense pour le retour"
"Free","Gratuit"
"RizDuMonde shipping module","Module de livraison de RizDuMonde"
"Times to come back","Retours avant gratuité"
```

La configuration particulière du module *Riz Du Monde* est maintenant disponible dans la configuration générale de Magento.



Figure 11–31

Nouvel onglet de configuration pour l'extension dans l'interface d'administration

Ajout de paramètres dans un onglet existant

Modifications dans system.xml

Ajoutons maintenant des paramètres dans un onglet existant : le mode de livraison est-il actif (balise `active`), quel est son titre (balise `title`), combien de fois faut-il revenir pour y avoir droit (balise `times`) et dans quel ordre il apparaît parmi les modes de livraison (balise `sort_order`). Le processus est identique, et il faut repartir du fichier `system.xml` complet, en modifiant la section `carriers`.

Ajout de paramètres dans le fichier system.xml

```
<?xml version="1.0"?>
<config>
    <sections> ... </sections>
    <sections>
        <carriers>
            <show_in_store>1</show_in_store>
            <groups>
                <back translate="label" module="shipping">
                    <label>Reward for your comeback</label>
                    <sort_order>1</sort_order>
                    <show_in_default>1</show_in_default>
                    <show_in_website>1</show_in_website>
                    <show_in_store>1</show_in_store>
                    <fields>
                        <active translate="label">
                            <label>Enabled</label>
                            <frontend_type>select</frontend_type>
                            <source_model>
                                adminhtml/system_config_source_yesno
                            </source_model>
                            <sort_order>1</sort_order>
                            <show_in_default>1</show_in_default>
                            <show_in_website>1</show_in_website>
                            <show_in_store>1</show_in_store>
                        </active>
                    </fields>
                <title translate="label">
                    <label>Title</label>
                    <frontend_type>text</frontend_type>
                    <sort_order>2</sort_order>
                    <show_in_default>1</show_in_default>
                    <show_in_website>1</show_in_website>
                    <show_in_store>1</show_in_store>
                </title>
            <times translate="label">
                <label>Times to come back</label>
                <frontend_type>text</frontend_type>
                <sort_order>1</sort_order>
                <show_in_default>1</show_in_default>
                <show_in_website>1</show_in_website>
                <show_in_store>1</show_in_store>
            </times>
            <sort_order translate="label">
                <label>Sort order</label>
                <frontend_type>text</frontend_type>
                <sort_order>100</sort_order>
                <show_in_default>1</show_in_default>
                <show_in_website>1</show_in_website>
            </sort_order>
        </carriers>
    </sections>
</config>
```

```

        <show_in_store>1</show_in_store>
    </sort_order>
</fields>
</back>
</groups>
</carriers>
</sections>
</config>
```

Modifications dans config.xml

Nous devons aussi mettre à jour le fichier `config.xml` en ajoutant une section `back`, afin d'indiquer des valeurs par défaut pour les quatre paramètres ajoutés dans `system.xml` (`active`, `title`, `times`, `sort_order`).

Mise à jour de config.xml

```

<?xml version="1.0"?>
<config>
    <modules> ... </modules>

    <global> ... </global>
    <adminhtml> ... </adminhtml>
    <frontend> ... </frontend>
    <default>
        <rizdumonde>
            <RewardShipping>
                <display_when_unavailable>1</display_when_unavailable>
            </RewardShipping>
        </rizdumonde>

        <carriers>
            <back translate="title">
                <active>1</active>
                <title>Reward for your comeback</title>
                <times>2</times>
                <sort_order>1</sort_order>
                <model>RizDuMonde_RewardShipping_model_back</model>
                <tracking_view_url></tracking_view_url>
            </back>
        </carriers>
    </default>
</config>
```

Le fichier de traduction ayant été mis à jour par anticipation lors de l'exercice de la section précédente, cet onglet de configuration est disponible désormais parmi les autres onglets de paramétrage de la livraison.



Figure 11–32
Configuration du module dans l'interface
d'administration

Lecture des paramètres depuis la classe du modèle

Enfin, lisons ces paramètres depuis notre classe du mode de livraison ([Back](#)) :

- `$this->getConfigFlag('parametre')` renvoie la valeur d'un paramètre booléen ;
- `$this->getConfigData('parametre')` renvoie la valeur d'un paramètre quelconque ;
- `Mage::getStoreConfig('onglet/onglet/parametre')` renvoie la valeur d'un paramètre de n'importe quel module.

Fichier Back.php actualisé

```
<?php

class RizDuMonde_RewardShipping_Model_Back
    extends Mage_Shipping_Model_Carrier_Abstract
{
    protected $_code = 'back';

    public function collectRates(Mage_Shipping_Model_Rate_Request
$request)
    {
        if (!$this->getConfigFlag('active'))
            return false;

        $free = false;
        $visitor = Mage::getSingleton('core/session')
            ->getVisitorData();
        if(isset($visitor['customer_id']) &&
$visitor['customer_id']>0) {

            $collection =
                Mage::getResourceModel('sales/order_collection')
                    ->addAttributeToFilter('customer_id',
$visitor['customer_id']);
```

```

    $free = count($collection) >=
        $this->getConfigData('times');
}

if(!$free) {
    if(Mage::getStoreConfig('rizdumonde/RewardShipping/' .
        'display_when_unavailable')) {
        //rien pour le moment
    }
    return false;
}

$result = Mage::getModel('shipping/rate_result');

$method = Mage::getModel('shipping/rate_result_method');

$method->setCarrier('back');
$method->setCarrierTitle($this->getConfigData('title'));

$method->setMethod('back');
$method->setMethodTitle(__("Free"));

$method->setPrice(0);
$method->setCost(0);
$result->append($method);
return $result;
}

public function getAllowedMethods()
{
    return array('back'=>__("Free"));
}
?

?

```

On obtient sur la partie publique un résultat graphique identique à ce qui a été réalisé en début de section et, qui plus est, nos paramètres sont pris en compte.

The screenshot shows a step in the Magento checkout process titled 'Mode de livraison'. It lists two options: 'Flat Rate' (selected) and 'Fixed 10,50 €'. Below this, there is a section for 'Récompense pour le retour' with the option 'Gratuit 0,00 €' selected. At the bottom of the step, there are 'Retour' and 'Poursuivre' buttons.

1 Informations de facturation
2 Informations de livraison
3 Mode de livraison
Flat Rate
<input checked="" type="radio"/> Fixed 10,50 €
Récompense pour le retour
<input checked="" type="radio"/> Gratuit 0,00 €
↑ Retour
Poursuivre
4 Informations de paiement
5 Vérification de commande

À SAVOIR L'héritage est possible

Une solution plus optimale encore eu été de réaliser une seconde classe héritant de la première, et ne modifiant qu'une seule fonction. On aurait alors dû modifier le fichier de configuration en conséquence, afin d'indiquer la nouvelle classe.

Figure 11–33
Prise en compte des paramètres

Créer un paquet pour publication

Notre extension étant maintenant terminée, afin d'être publiée (si vous le désirez), elle doit être empaquetée sous la forme d'une archive. Magento propose dans la zone d'administration un utilitaire dédié à cette tâche, accessible via le menu *Système>Magento Connect>Packager des extensions*.

Figure 11-34 Formulaire de création d'un paquet

CULTURE Acceptation des extensions sur Magento Connect

La société Varien est très libérale dans son acceptation des extensions sur le site de Magento. La nouvelle extension ne sera pas nécessairement testée, et encore moins jugée, à condition d'être dans un format correct (suivre les règles afin que Magento soit capable de l'utiliser, en particulier les déclaration qui suivent, mais aussi les convention de codage respectées tout au long de ce chapitre) et d'une taille raisonnable.

Passons en revue les cinq volets de ce menu les uns après les autres. Nous pourrons en sauvegarder les informations à la fin.

Informations du paquet

Le *Nom* ne doit contenir que des minuscules, des chiffres et des soulignés. Si vous avez été recruté par Varien Inc., le *Canal* devrait être `connect.magentocommerce.com/core`, sinon mettez `connect.magentocommerce.com/community`. Enfin, si vous décidez de publier l'extension, indiquez soigneusement le *Résumé*, la *Description*, la *Licence* et une *URL de la licence*.

Informations de publication

Le second volet est consacré aux versions utilisées. La *Version de la publication*, c'est-à-dire la version de l'extension, sera utilisée en conjonction avec le nom et le canal pour générer la clé de l'extension. Ici par exemple, elle serait `magento-community/RizDuMonde-0.1.0`. La *Version de l'API* indique la version interne de Magento utilisée pour le système d'extension (donner seulement la version et sous-version).

La *Stabilité de publication* est au choix, en fonction de l'état d'avancement de votre extension (voir dans la première section du chapitre). Quant à la *Stabilité de l'API*, elle devrait être sur *stable*. Enfin, les *Remarques* sont à destination des autres développeurs potentiels de l'extension et des utilisateurs. Indiquez-y les évolutions de l'extension.

Publication	
Version de la publication *	0.1.0
Version de l'API *	1.0
Stabilité de la publication	Alpha
Stabilité de l'API	Stable
Remarques *	

Figure 11–35
Paramétrage des versions

Responsables de la maintenance

Cette section est destinée à déclarer les personnes responsables de la maintenance. Au moins un directeur doit y apparaître pour que l'extension soit publiée.

Responsables de la maintenance					
Niveau	Nom	Utilisateur	Email	Statut	Action
Lead	Mickaël Blanchard	mb	mblanchard@example.org	Actif	Supprimer

Ajouter un mainteneur

Figure 11–36
Paramétrage
de la maintenance

Le bouton *Ajouter un mainteneur* permet de faire ces déclarations. Le *Niveau* peut être *Lead* (directeur), *Developer* (développeur), *Contributor* (contributeur) ou *Helper* (assistant). Le *Nom* correspond au nom réel, *l'Utilisateur* est le nom d'utilisateur sur le site officiel de Magento. L'adresse *Email* et le *Statut* doivent aussi être indiqués.

PECL

PECL (*PHP Extension Community Library*) est un dépôt communautaire d'extensions de PHP.
► <http://pecl.php.net>

Dépendances

La spécification des dépendances, dans le quatrième volet, est essentielle. Les *Version Minimum* et *Maximum* de PHP, ainsi que la version *Recommandée* et les versions *Exclues* doivent être indiquées (pour rappel, Magento 1.4 nécessite PHP 5.2). Ensuite, différents *Paquets*, *Sous-paquets* et *Extensions* (PHP ou PECL) peuvent être inscrits, de la même façon que notre propre extension.

The screenshot shows the 'Dépendances' (Dependencies) configuration screen. It includes three tabs: 'Version PHP' (PHP Version), 'Paquets' (Packages), and 'Sous-paquets' (Sub-packages).

- Version PHP:** Set to Minimum: 5.2.0, Maximum: 6.1.0, Recommended: 5.3.0. The 'Exclude' field is empty.
- Paquets:** Shows one package entry: Mage_Core_Shipping in the CORE channel with a recommended version of 0.9.0, and minimum and maximum versions of 0.6.0 and 0.9.0 respectively.
- Sous-paquets:** An empty table with a button at the bottom right labeled '+ Ajouter une dépendance de sous-package' (Add a dependency of a sub-package).

Figure 11-37

Spécification des dépendances de l'extension

Contenu

Enfin, le dernier volet nous permet d'indiquer le contenu du paquet, à savoir les fichiers qui le composent.

The screenshot shows the 'Contenu' (Content) configuration screen. It displays a table of file inclusion rules:

Rôle	Chemin	Type	Inclure	Ignorer	Action
Magento Local module file		Répertoire réc	!.*		<input checked="" type="checkbox"/> Supprimer
Magento Locale language 1	fr_FR	Répertoire réc	!Riz.*		<input checked="" type="checkbox"/> Supprimer
Magento Locale language 1	en_US	Répertoire réc	!Riz.*		<input checked="" type="checkbox"/> Supprimer
Magento Global Configuration	modules/	Répertoire réc	!Riz.*		<input checked="" type="checkbox"/> Supprimer

A button at the bottom right is labeled '+ Ajouter un chemin de contenus' (Add a content path).

Figure 11-38

Contenu de l'extension

Chaque ligne suit ce fonctionnement :

Le *Rôle* correspond au type de fichier, dont voici les principaux :

- contenu quelconque des modules dans le répertoire *app* : *Magento Local Module File* (ou *Community* ou *Core*) ;

- gabarits, agencements, traductions des thèmes graphiques : *Magento User Interface* ;
- fichiers de configuration dans le répertoire `etc` : *Magento Global Configuration* ;
- fichiers de langue pour les modules : *Magento Locale Language File* ;
- fichiers du répertoire `skin` (images, JavaScript...) : *Magento Theme Skin*.

Le *Chemin* est le répertoire pour ce rôle. Attention, le rôle déterminera déjà un répertoire racine, qui ne doit pas être indiqué à nouveau ici. Par exemple, un fichier de langue sera cherché naturellement dans le répertoire `/app/locale/`.

Le *Type* peut être *Fichier* (si le chemin n'indique qu'un fichier) ou *Répertoire récursif* s'il s'agit d'un répertoire à fouiller entièrement, les sous-répertoires inclus. Dans ce dernier cas, il faut *Include* ou *Exclude* des fichiers, par des expressions rationnelles standards (et délimitées par un symbole tel que !). Voici quelques expressions :

- `!.*!` : tous les fichiers ;
- `!Riz.*!` : tous les fichiers dont le chemin (depuis le *Chemin* indiqué à gauche) commence par `Riz` ;
- `!.*[0-9]+.*!` : tous les fichiers incluant au moins un chiffre.

Sauvegarde et mise en ligne

Ceci terminé, nous pouvons cliquer sur *Sauvegarder les données et créer le paquet*. Un fichier `.tgz` (une archive) est créé alors dans le répertoire `/var/pear/`. Il contient nos fichiers, ainsi qu'un fichier `paquet.xml`, qui correspond à notre configuration. Ce fichier pourra être mis en ligne sur le site officiel de Magento s'il est accepté.

Quant à l'onglet *Charger le package local*, il nous permet plus tard de retrouver notre paquet. Il suffit de cliquer sur le paquet pour retrouver les paramètres précédents, que l'on vient de configurer.

Folder	Paquet
\	rizardumonde

À SAVOIR Les fichiers de présentation

Si votre extension est assistée par des fichiers déterminant l'apparence, tels des gabarits, vous aurez pris soin d'indiquer des fichiers situés dans les emplacements standards, c'est-à-dire dans les paquets et thèmes `default`.

À SAVOIR Régénérer le paquet

L'avantage de ce système préparé est de permettre une régénération du paquet à tout moment, après avoir fait des modifications de l'extension. Chargez le paquet, puis recréez-le.

Figure 11–39
Chargement d'un paquet local

Voilà, vous pouvez maintenant faire glorieusement partie de la communauté Magento et lui faire profiter de vos talents en lui proposant de nouvelles et utiles extensions !

Quelques extensions utiles de Magento

A

- ▶ <http://www.magentocommerce.com/magento-connect>

De très nombreuses extensions de Magento sont à votre disposition, gratuites ou payantes, sur le site de Magento Connect. Voici quelques unes d'entre elles, particulièrement adaptées à une boutique française, classées en fonction de leur utilité.

Nous ne présentons ici que des extensions déclarées stables ou en version bêta, et utilisables avec la version 1.3 au moins de Magento.

Paiement en ligne par carte bancaire

CM-CIC p@iement (CyberMUT Paiement/Paiement CIC)

Auteurs : Quadra Team.

Licence : OSL (libre et gratuite)

Langues : français et anglais



Figure A-1
Logo de l'extension CyberMut Paiement

ATTENTION

Prendre en compte les frais bancaires

L'extension CyberMUT elle-même est téléchargeable et utilisable librement, conformément à sa licence, mais elle nécessite pour fonctionner un kit logiciel fourni par la banque qui, elle, pourra vous faire payer ses services, comme pour tout système de paiement par carte bancaire.

Cette extension communautaire utilise CyberMUT Paiement, la solution de paiement en ligne des banques Crédit Mutuel, CIC et OBC. Le kit logiciel fourni par la banque (incluant Hmac-SHA1 OpenKits ToolBox) est nécessaire en plus de cette extension. La configuration

permet d'indiquer les critères de paiement (identification de la boutique, type de paiement, etc.).

Son principe de fonctionnement est celui-ci : lors du paiement, une page Magento présente une interface avec les logos des cartes bancaires acceptées (figure A-2). Cette interface est issue de l'extension. Le visiteur clique sur la carte souhaitée et arrive alors sur le site web de la banque. Il y indique son numéro de carte (figure A-3).



Figure A-2

Présentation des cartes bancaires autorisées

Vous utilisez le formulaire sécurisé standard
SSL, choisissez une carte ci-dessous

SSL :

Identifiant commerçant 0140222866111111
Référence de la transaction 201809
Montant de la transaction 699,00 €

Boutique Webaffaires (Démo)

Les symboles indiquent que votre transaction est sécurisée, vous pouvez remplir votre formulaire en toute confiance.

N° de carte : Expire fin : 01-Janvier / 2009

Vous pouvez saisir votre cryptogramme visuel, dernier bloc de trois chiffres apparaissant sur le panneau signature au verso de votre carte bancaire.
Cryptogramme [Informations sur le cryptogramme visuel](#)

Vous avez complété correctement le formulaire, vous pouvez

Figure A-3 Page de paiement par carte

En cas de réussite ou d'échec, le visiteur est redirigé vers votre site Magento. Le site de la banque lui-même a laissé un code invisible ou a appelé une page (en fonction de la configuration choisie) permettant à Magento de savoir si la transaction est un succès.

SPPLUS Extension (Caisse d'Épargne)

Auteur : Sébastien Lepers (Meliweb)

Licence : OSL (libre et gratuite)

Langues : français et anglais



Figure A-4
Logo de l'extension SPPLUS

Cette extension communautaire utilise SPPLUS, la solution de paiement en ligne de la Caisse d'Épargne et nécessite pour fonctionner l'installation et l'activation du kit « PHP SPPLUS ». Elle dispose d'une documentation complète qui, ajoutée à celle du kit, permet de configurer aisément cette solution de paiement dans les moindres détails (cartes bancaires acceptées, logos, etc.).

Le résultat de cette extension est similaire à celui de l'extension CM-CIC p@iement.

ATTENTION **Frais bancaires**

Comme pour l'extension CyberMUT, l'extension SPPlus nécessite pour fonctionner un kit logiciel fourni par la banque qui, elle, pourra vous faire payer ses services, comme pour tout système de paiement par carte bancaire.

Et pour les autres banques ?

La plupart des autres banques disposent d'un système similaire aux deux systèmes que nous venons de présenter (base SIPS ATOS). Ceux-ci pourraient donc être facilement adaptés à Magento. À bon entendeur...

Modes de livraison

J2T TNT Module (relais colis TNT)

Auteurs : j2t-design

Licence : GNU GPL (libre et gratuite)

Langues : français

► <http://www.j2t-design.com>



Figure A-5
Logo de l'extension J2T TNT Module

Cette extension communautaire libre et gratuite (avec appel à donation) permet de proposer le mode de livraison dans des Relais colis TNT (selon le code postal). Les frais de port sont calculés en fonction du montant total du panier ou du poids total. La configuration est libre.

▶ <http://www.owebia.com>

Owebia Shipping 2

Auteurs : Owebia

Licence : OSL (libre et gratuite)

Langues : français et anglais



Figure A-6
Logo de l'extension OwebiaShipping 2

Ce module généraliste offre la livraison par tous types de transporteurs. Il est configuré par défaut avec les tarifs en cours de Colissimo, Chronopost et Export 3j (La Poste), pour la France. Mais la configuration est libre, permettant, en fonction du poids, d'indiquer des tarifs d'autres transporteurs.

La version première de cette extension (Owebia Shipping 1) était un peu plus restreinte, des transporteurs supplémentaires ne pouvant pas être ajoutés. N'hésitez pas à installer les deux afin de les comparer.

Thèmes et design

Advanced Menu

Auteurs : LostDocs7 (aheadWorks)

Licence : propriétaire

Prix : 89 USD

Langue : anglais (le résultat sur votre site utilise les titres de votre boutique, seule la configuration est spécifiquement en anglais).



Figure A-7
Logo de l'extension Advanced Menu

Voici un exemple d'extension très simple qui permet de modifier la présentation d'un site. C'est une extension commerciale, mais au prix faible,

comme la plupart d'entre elles. Les auteurs proposent une installation sur mesure avec un supplément (50 USD).

Cette extension propose diverses formes de menus à plusieurs niveaux pour l'interface publique du site.



Figure A-8
Affichage d'un menu déroulant sur le site public

Clean EasyStart Theme

Auteurs : TemplatesMaster
Licence propriétaire
Prix : 154 USD
Langue : anglais

► <http://templates-master.com>



Figure A-9
Logo de l'extension Clean EasyStart Theme

Cette extension commerciale propose un thème complet. De nombreux thèmes sont ainsi à disposition, gratuits ou payants.

CONSEIL Acheter une extension graphique ou réaliser soi-même son thème ?

À chacun de déterminer s'il a les compétences et le temps de réaliser lui-même des augmentations de type graphique ou concernant le comportement de l'interface, ou bien si l'achat de mini-fonctionnalités lui est préférable ; de très nombreuses extensions sont à disposition, gratuites ou payantes, généralement pour modifier le thème et le design de l'interface publique du site (présentation graphique, fonctionnement des menus, des boutons, etc.).

Il semble raisonnable de choisir un thème parmi ceux disponibles, et ensuite de le modifier afin de l'adapter à votre boutique (couleurs, polices...). Ainsi, vous vous assurez une identité suffisamment forte, tout en limitant le travail de graphisme.

Toutefois, il se peut que votre boutique présente des exigences particulières, telles que :

- une audience forte et un volume important ;
- une marque ou une société d'envergure ;
- des besoins en design et en ergonomie spéciaux.

Alors, il vous faudra plutôt partir d'un thème minimal, et réaliser les recherches graphiques, ergonomiques... nécessaires à votre boutique, afin de fabriquer la présentation au complet (ce qui est évidemment beaucoup plus long).

Internationalisation

Une soixantaine de langues et dialectes sont disponibles pour Magento, sous la forme d'extensions. S'il peut sembler étrange que celles-ci ne soit pas à télécharger dans la partie dédiée du site officiel, comme son menu (*Community > Translations*) nous y invite., il semblerait que cette page spéciale ne dispose pas du même rythme de mise à jour, et nombre de ces traductions ne sont réalisées encore que partiellement et peut varier fortement selon les langues (le pourcentage du contenu traduit est indiqué pour chaque langue dans la liste). Pour le français, celui-ci est annoncé à 100 %, mais cela concerne la version 1.3 et la base n'est pas forcément à jour. Pour le français du Canada, ce statut n'est qu'à 67,7 % à l'heure où nous publions ce livre.

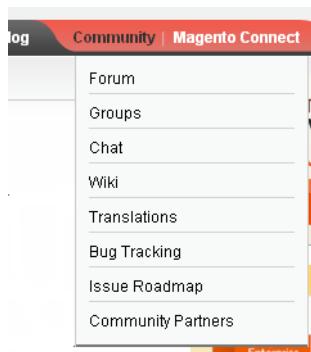


Figure A-10
Menu pour le téléchargement
des traductions, sur le site officiel

Language	Translation Method	Status	Maintainer	Download
French (France)	Inline String list	100.00%	SeL	Full package Theme only

Figure A-11
Etat de la traduction officielle

► <http://www.meliweb.fr>

French (France) Language Pack

Auteur : Sébastien Lepers (Meliweb)
Licence : Academic Free License (AFL) (libre et gratuite)
Langue : français



Figure A-12
Logo du French (France) Language Pack

Cette extension libre et gratuite est présentée dans le chapitre 3, section « Magento en français ». Elle permet de traduire Magento en français de France.

Autres extensions utiles

osCommerce fixed migration tool

Auteur : Anton Aleksandrov

Licence : OSL (libre et gratuite)

À SAVOIR Et pour les autres pays francophones ?

Pour les autres pays francophones, à ce jour, seule une extension existe pour le québécois : le French (Canada) Language Pack, réalisé par pictogram, également en licence AFL.

▶ <http://anton.world.lv>

General Information	
Name *	My osCommerce Import
IP or Hostname *	my_host
Port (Default as 3306) *	3306
DB Name *	my_db
DB Username *	localhost
DB Password	
Prefix	

Figure A-13
Paramètre de l'extension
de migration depuis OsCommerce

Voici l'exemplaire le plus populaire d'une catégorie d'extensions dédiées à la migration des données depuis d'autres systèmes de boutique en ligne. Ici, il s'agit de la migration depuis le logiciel libre OsCommerce, de plus en plus remplacé par Magento.

L'outil va se connecter à la base de données indiquée et y récupérer toutes les informations utiles (produits, images, clients...). Alors que la base de données de OsCommerce ne sera pas modifiée, celle de Magento sera augmentée.

Attention, il ne s'agit que du processus de migration minimal, pas d'une cohabitation avec synchronisation de deux systèmes. Vous devez donc, si vous projetez cette migration, réaliser les actions suivantes, dans cet ordre :

- 1 Créer le site Magento sur un hébergement sans nom de domaine et y installer l'ensemble des éléments, dont cette extension.
- 2 Interrompre les achats sur la boutique OsCommerce et y laisser un message d'avertissement aux clients.

▶ <http://ecommerce.aheadworks.com>

- 3 Effectuer la migration des données grâce à cette extension.
- 4 Associer l'ancien nom de domaine à la nouvelle boutique (configuration chez le registrar s'il s'agit d'une machine différente, sinon, simple modification d'Apache).

Blog

Auteurs : aheadWorks

Licence : GNU GPL (libre et gratuite)

Langues : anglais, allemand, français, tchèque



Figure A-14
Logo de l'extension Blog

Cette dernière extension montre la qualité de l'architecture interne de Magento, qui permet la création d'un ensemble fonctionnel lourd. Il s'agit ici d'un système de blog, c'est-à-dire des pages, comparables aux pages CMS, qui pourront être commentées par les lecteurs.

Elle est distribuée sous forme libre et gratuite (avec appel à donation).

Elle va ajouter un menu complet, qui met à disposition des pages d'administration, des articles du blog, leurs commentaires, et le tout en français !



Figure A-15
Menu du blog dans la partie d'administration

De plus, on obtient par la configuration un lien vers le blog dans l'en-tête des pages. Le résultat est très classique, mais utile pour fédérer vos clients autour d'une communauté avec une forte implication.

ID	Titre	Identifiant	Posteur	Crée	Mis à jour	Statut	Actions
1	Hello World	Hello	Joe Blogs	6 sept. 2009	6 sept. 2009	Activé	Editer
2	Les recettes maisons - riz aux abricots	blog/riz_aux_abricots.html	admin admin	6 sept. 2009	6 sept. 2009	Activé	Editer

Figure A-16 Gestion générale des blogs



Figure A-17
Menu augmenté pour les blogs

Riz Simples Riz épices Ustensiles

Accueil / Blog

[Les recettes maisons - riz aux abricots](#)

dimanche 6 septembre 2009 14:26:59 CEST

Présentation d'une recette Ouzbek.

[Read More](#)

Posted in [News](#) By admin admin

BLOG

Derniers articles

[Les recettes maisons - riz aux abricots](#)

Catégories

[News](#)

Figure A-18 Affichage de la première page des blogs

HTML, CSS et JavaScript

B

Voici un petit rappel afin de faire le point ou de réviser vos connaissances sur les technologies de base du Web : le langage (X)HTML, les feuilles de styles CSS et le langage JavaScript.

(X)HTML

Tout d'abord, cette petite introduction au HTML (et son successeur le XHTML) vous permettra de le découvrir si vous ne le connaissez pas encore, et de vous entraîner quelques minutes, hors du contexte de Magento. Si Magento 1.4 dispose désormais d'un éditeur HTML Wysiwyg intégré, afin de vous assister à la création de contenus des blocs statiques, la modification de la présentation telle que proposée au chapitre 10 nécessite de modifier ou vérifier soi-même son code.

La page

Un site web conçu en HTML est organisé sous forme de pages. Chaque page est indépendante l'une de l'autre, et une page correspond à un fichier HTML, par exemple un fichier sur votre disque dur. Créez un nouveau fichier texte avec un éditeur simple (Notepad, sous Windows, par exemple), et nommez-le `test.html`.

Il suffira ensuite d'ouvrir ce fichier avec votre navigateur web pour qu'il soit analysé et transformé en une page affichée à l'écran. Actuellement, le fichier étant vide, c'est une page blanche. Au fur et à mesure de vos modifications dans ce fichier, actualisez la page dans le navigateur pour observer votre progression.

BONNE PRATIQUE

Nommer correctement les fichiers

Habituellement, et par la suite, tous les noms de fichiers sont écrits en minuscules, et ne comportent ni espaces ni caractères spéciaux tels que les lettres accentuées.

CULTURE Les navigateurs et le HTML

Les navigateurs peuvent varier légèrement quant à leur interprétation du HTML. Ceci est de moins en moins le cas, mais il est utile de vérifier les pages avec plusieurs navigateurs, par exemple Microsoft Internet Explorer 7, Mozilla Firefox 3 ou Apple Safari 4.

Toute la page est composée de balises, à savoir des éléments textuels entourés de symboles inférieur et supérieur. Les balises sont simples (exemple : `<abcd />`) ou doubles, lorsqu'elles ont un contenu (ex : `<efgh> le contenu </efgh>`). Il faut alors une balise ouvrante `<efgh>` et une balise fermante `</efgh>`.

Les balises peuvent contenir des attributs, chacun ayant un nom et une valeur entre guillemets ou avec des apostrophes (exemple : `<abcd x="3" />` ou `<abcd x='3' />`).

La norme HTML du W3C (voir chapitre 2) précise quelles sont les balises disponibles, leurs attributs obligatoires ou optionnels et leur comportement.

Une page se compose de plusieurs parties :

- la déclaration du type de document (`DOCTYPE`) : il s'agit d'un simple bloc invariant indiquant que le fichier contient du XHTML ;
- le HTML proprement dit, avec à l'intérieur l'en-tête (`head`) et le corps (`body`). Le corps est tout ce qui est affiché dans le rectangle principal, et l'en-tête correspond au reste (notamment des éléments invisibles ou le titre de la page `<title>` qui s'affiche dans la barre supérieure du navigateur quand la page est ouverte).

Exemple complet et simple de page HTML

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
  "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html>
  <head>
    <title>Mon test</title>
  </head>
  <body>
    Bonjour le HTML !
  </body>
</html>
```

Vous pouvez essayer cet exemple. Écrivez-le dans le fichier de test qui était vide, puis enregistrez le fichier et actualisez l'affichage de votre navigateur (souvent, cela peut se faire avec la touche `F5` de votre clavier).



Figure B-1

Un premier résultat de page HTML

Notez la structuration visuelle du fichier et les tabulations en début de ligne. Elles ne sont pas nécessaires mais permettent de rendre le code plus lisible. Tout aurait très bien pu être écrit à la suite, sur une seule ligne. En HTML, les espaces, tabulations et retours à la ligne se trouvant dans le code ne sont pas visibles sur la page de résultat, on s'en sert simplement pour rendre le code plus clair et compréhensible. Essayez par exemple cette modification, et vous verrez que le résultat est exactement le même que précédemment !

```
...
<body>
    Bonjour
        le
    HTML !
</body>
...
```

Les balises principales

Quelques balises sont essentielles, et se retrouvent abondamment utilisées par Magento.

Les commentaires

Voici une première balise qui n'en est pas une : le commentaire. Il s'agit d'un code qui ne va pas être exécuté, mais qui vous permet de vous repérer ou d'ajouter des remarques.

```
...<!-- début de la page --> ...
```

Le corps de texte et sa mise en forme

Les balises suivantes appartiennent au corps de la page. Vous allez pouvoir en observer le résultat très clairement.

L'exemple précédent vous a montré que les retours à la ligne dans le fichier de code HTML n'avaient pas d'impact sur l'affichage final. Il faut donc utiliser des balises dédiées à cela. La balise `
` (*break*) réalise un simple retour à la ligne, tandis que `<p>...</p>` entoure un paragraphe complet :

Paragraphes et sauts de ligne

```
<p>
    Nos riz de l'ouest de l'Inde.<br />
    Des goûts simples prêts à être épices !
</p>
<p>Nos autres riz indiens sont meilleurs encore.</p>
```

CONSEIL Les tabulations de début de ligne

La plupart des codeurs en HTML mettent des tabulations en début de ligne afin de distinguer les différents blocs, comme c'est le cas dans les exemples des pages suivantes.

À SAVOIR

Un langage à structure sémantique

Il est important de bien comprendre la structure du HTML, et notamment du XHTML : plus qu'un langage de mise en forme (les CSS offrent pour cela des possibilités bien plus intéressantes), il permet de structurer les informations au niveau sémantique, à savoir en fonction de leur sens et de leur statut dans la page : les niveaux de titre, par exemple, ont une importance sémantique dans le contenu d'un texte, et il ne s'agit pas uniquement d'un texte inscrit en gros caractères et en gras. Cela permet ensuite une meilleure exploitation des pages, que ce soit à des fins de référencement ou pour tout autre traitement de ces informations (recherche, réutilisation des données, etc.). Nous vous conseillons donc de réservier la mise en forme à la CSS (voir section suivante) et de vous concentrer sur la structure sémantique de votre contenu dans le HTML.

Un peu de mise en forme peut être faite au moyen des balises **** (*bold, gras*), **<i>** (*italics, italique*) et **<u>** (*underlined, souligné*), qui sont des balises strictement de mise en forme. On a aujourd'hui tendance à les remplacer les deux premières par les balises **** (*fort*) ou **** (*emphasis, mise en exergue*), qui possèdent de surcroît un caractère sémantique. Par défaut, les navigateurs afficheront du gras et de l'italique.

Renforcement visuel d'un texte (gras ou autre)

```
<p>Achetez 4kg, recevez <strong>5</strong>kg !</p>
```

Nos riz de l'Ouest de l'Inde.
Des goûts simples prêt à être épice !

Nos autres riz indiens sont meilleurs encore.

Achetez 4kg, recevez 5kg !

Figure B-2
Un peu de texte...

Les titres

Les titres sont indiqués par des balises **h1**, **h2**... jusqu'à **h6**. Chacune correspond à un niveau (**h1** : titres principaux, **h2** : titres de deuxième niveau, etc.).

```
<h1>Riz et culture</h1>
```

Listes et tableaux

Les listes à puces sont réalisées par la conjonction de deux balises. La première, **** (*unordered list*), entoure la liste complète, et à l'intérieur **** (*list item*) contient chaque élément :

Une liste à puces

```
<ul>
  <li>Glucides : 79%</li>
  <li>Lipides : 1%</li>
  <li>Protéines : 8%</li>
</ul>
```

Riz et culture

- Glucides : 79%
- Lipides : 1%
- Protéines : 8%

Figure B-3
Une liste non ordonnée

Les tableaux utilisent trois balises incluses les unes dans les autres. La balise `<table>` contient des balises `<tr>` (*table row*, ligne de table) qui elles-mêmes contiennent des balises `<td>` (*table data*, donnée de table), voire `<th>` (*table header*, en-tête de table), qui correspondent aux cellules.

Un tableau simple

```
<table>
  <tr>
    <th>Pays</th>
    <th>Type</th>
  </tr>
  <tr>
    <td>Inde</td>
    <td>Long</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Chine</td>
    <td>Rond</td>
  </tr>
</table>
```

Des attributs nombreux peuvent être ajoutés, en particulier pour fusionner des cellules. L'attribut `colspan` indique une fusion dans le sens horizontal (sa valeur correspond au nombre de cellules fusionnées) et `rowspan`, dans le sens de la hauteur. Ce sont donc des attributs optionnels, dont la valeur par défaut est 1.

Extrait du tableau précédent dans lequel on a fusionné deux cellules

```
...
<tr>
  <td rowspan='2'>Chine</td>
  <td>Rond</td>
</tr>
<tr>
  <td>Long</td>
</tr>
</table>
```

Pays	Type
Inde	Long
Chine	Rond

Figure B-4
Un tableau, incluant deux cellules fusionnées

Les balises de liens

Les deux prochaines balises proposent de mettre en place des URL. Une URL complète, absolue, indique le protocole utilisé, puis le nom de

À L'INTÉRIEUR L'interprétation des liens par le navigateur

Quand un navigateur rencontre une balise avec l'une des deux syntaxes, il les convertit naturellement en adresse absolue en les mélangeant avec l'adresse de la page en cours.

domaine, et enfin les répertoires et le fichier appelé. Par contre, des adresses relatives sont aussi autorisées :

- `/recettes/risotto.html` est une adresse partiellement relative. Le `/` du début correspond au début du chemin, juste après le numéro de port (ou le nom de domaine) dans une adresse absolue.
- `../index.html` est une adresse relative, elle ne commence ni par un protocole (`http://`), ni par un `/`. Il s'agit alors d'un chemin par rapport à la page en cours.

Lien vers une autre page

La balise `<a>` (*anchor*, ancre) permet de faire un lien (affiché par défaut en bleu et souligné), sur lequel l'utilisateur peut cliquer. C'est une balise double, ce qui permet d'indiquer un texte. L'attribut `href` contient l'emplacement vers lequel le lien mène.

Exemple de lien vers la page d'accueil (index.html)

```
<a href='/index.html'>Retour à l'accueil</a>
```

Images

Les images ne peuvent être incluses dans un fichier HTML, qui ne contient que du texte. Celles-ci sont donc appelées depuis le navigateur au moyen de la balise `` (image), dont l'attribut `src` (source) donne l'emplacement sur le serveur.

```
<img src='http://www.magentocommerce.com/img/logo.gif' />
```

L'encodage des caractères

Vous avez rédigé votre page HTML dans un certain système d'encodage des caractères, qui peut habituellement être indiqué dans l'éditeur que vous utilisez (sinon il correspond à l'encodage en cours dans votre système d'exploitation). Les encodages les plus courants en Europe sont ceux d'Europe occidentale ISO et Windows, ainsi que l'Unicode (UTF-8), censé pouvoir représenter les caractères du monde entier.

Si un visiteur de votre page n'utilise pas le même encodage que vous, les problèmes seront criants. Tous les caractères spéciaux seront transformés de manière bizarre. Il est généralement possible de tester ceci en modifiant le comportement du navigateur, une option permettant d'y spécifier l'encodage (*Affichage>Encodage des caractères* dans Mozilla Firefox 3 ou *Affichage>Codage* dans Internet Explorer 7, par exemple).

CULTURE Encodage des caractères

L'encodage correspond à la façon de stocker sous forme d'octets (nombres) les caractères. Pour le français, les normes ISO-8859-1 et ISO-8859-15 sont particulièrement adaptées, mais la norme UTF-8 est désormais la plus répandue car, au prix d'un espace plus important, elle permet d'enregistrer des caractères de toutes les langues dans un même texte. Les Anglo-Américains disposaient quant à eux d'un encodage simplifié et plus léger, l'ASCII, leur langue comportant très peu de caractères spéciaux.

Plusieurs solutions pallient ce problème, en particulier celles-ci (la conjonction des deux solutions étant la façon de faire la plus sûre) :

- remplacer tous les caractères spéciaux par des « entités », c'est-à-dire des codes spécifiques, dont la liste officielle est facile à trouver ; par exemple, on écrira ´ plutôt que é, à plutôt que à ;
- indiquer dans l'en-tête, par l'attribut `charset` d'une balise `<meta>` (qui a beaucoup d'autres possibilités non abordées ici), l'encodage que vous avez utilisé, comme dans l'exemple qui suit.

Indication du système d'encodage dans l'en-tête HTML

```
<head>
  <metahttp-equiv="content-type"
    content="text/html; charset=windows-1250">
  ...

```

Voici donc les principales balises du HTML et XHTML. De nombreuses autres existent, et certaines sont utilisées par Magento. Consultez les ouvrages spécialisés pour en savoir plus.

CSS

La norme CSS s'ajoute au HTML. Elle correspond à la mise en forme (couleurs, polices...) du contenu d'un fichier HTML. Elle est disponible en trois versions, chacune apportant des possibilités supplémentaires. La plupart des navigateurs respectent correctement la version 2. Nous présentons ici l'essentiel, avec la version 1. Pour les détails des versions 2 et 3, consultez les ouvrages spécialisés.

Les CSS décrivent une balise HTML à l'intérieur d'un attribut `style='...'`. Le code CSS est la partie à l'intérieur des apostrophes. Il ne s'agit plus de HTML. Les instructions CSS sont toujours avec la même syntaxe, `[propriété] : [valeur]`, avec des points-virgules pour les séparer. Chaque instruction apporte une mise en forme supplémentaire de l'élément HTML concerné (voir le premier exemple de code ci-après).

Les commentaires peuvent y être écrit avec `/* ... */`. Comme pour le HTML les espaces, retours à la ligne et tabulations insérés dans le code ou le fichier CSS n'ont pas d'incidence sur le résultat des pages créées.

Intégrer les CSS dans le HTML

Trois solutions sont possibles afin de mélanger les CSS au HTML :

- l'intégrer directement dans les balises HTML ;

ASTUCE Liste des caractères spéciaux

▶ <http://htmlhelp.com/reference/html40/entities/>

À LIRE HTML, XHTML et CSS

- F. Draillard, *Premiers pas en XHTML et CSS*, 3^e édition, Eyrolles, 2010.
- M. Nebra, *Réussir son site web avec XHTML et CSS*, 3^e édition, Eyrolles, 2010.
- R. Goetter, *CSS 2 – Pratique du design web*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.
- R. Goetter, *Mémentos XHTML et CSS*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.

À SAVOIR Et si je n'ajoute pas de CSS dans mon code HTML ?

Sans utiliser les CSS, il y a des mises en forme par défaut. Par exemple, le texte est noir, le fond est blanc, le contenu de la balise `` est en gras, `` en italique... Les CSS viennent seulement modifier le comportement standard de chaque balise.

- indiquer l'ensemble des styles de la page en haut de page ;
- indiquer les styles dans une feuille de styles séparée.

La première solution consiste à placer, dans la balise HTML concernée, un attribut `style`. Les espaces autour des signes de ponctuation ; et : dans la balise sont sans conséquence.

Exemple de CSS intégré dans une balise HTML pour afficher un texte en Arial rouge

```
<p style='color:red ; font-family:Arial'>Et le blé ?</p>
```

La deuxième solution propose de placer tout le code CSS dans l'en-tête de la page, c'est-à-dire la balise `<head>`, dans une balise spécifique `<style>`. Les navigateurs les plus anciens demandent l'ajout d'une balise de commentaire à l'intérieur `<!-- -->`.

Exemple de CSS placé dans l'en-tête HTML

```
<head>
  ...
<style type="text/css">
  <!-- h1 { padding:3px } --&gt;
&lt;/style&gt;
&lt;/head&gt;</pre>
```

La dernière solution consiste à créer un fichier texte spécial dans lequel le code CSS (tel que le `h1` de l'exemple précédent) se trouve isolé. C'est ce qu'on appelle une feuille de styles. Dans l'en-tête du fichier HTML, il faut alors faire appel à ce fichier en utilisant une balise de lien `<link>`.

Exemple de lien vers une feuille de styles CSS

```
<head>
  ...
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="titres.css" />
</head>
```

Créez alors un nouveau fichier textuel, nommé `textes.css`, puis ajoutez à l'intérieur.

Contenu du fichier `textes.css`

```
body{
  color: #666;
}
```

Ensuite, essayez de faire un lien (relatif ou absolu) vers le fichier CSS que vous venez de créer, depuis le fichier HTML précédent, et observez le résultat.

CONSEIL Séparer le HTML du CSS

Coder le HTML et le fichier CSS séparément est la meilleure façon de faire, permettant de réutiliser un fichier CSS pour plusieurs pages HTML et d'effectuer très rapidement et sans oubli des modifications de style.

Associer le code CSS au HTML

Quand le code CSS n'est pas au milieu du code HTML, il faut un moyen pour faire des correspondances entre l'un et l'autre. Trois solutions sont alors utilisables, en fonction de la cible, qui peut être :

- soit un type d'éléments (des balises HTML, par exemple `h3`) ;
- soit une classe CSS ;
- soit un identifiant.

La syntaxe générale est `[cible] { [propriété1] ; [propriété2] ; [propriété3] }`, comme suit :

```
h3 { color:blue ; background-color:cyan; }
```

Dans ce cas précis, c'est le nom de la balise (type d'éléments) qui a été utilisé comme cible.

Il est également possible d'indiquer des classes CSS à l'intérieur des balises HTML, grâce à l'attribut `class`. Chaque balise peut avoir plusieurs classes, séparées par des espaces. Le nom de chaque classe est au choix (mais sans caractères spéciaux), par exemple :

```
<a href='contact.html' class='liens bleuvert'>...</a>
```

De façon très similaire, il est possible d'indiquer un identifiant, grâce à l'attribut `id`. Deux balises ne peuvent avoir, dans une même page, le même identifiant :

```
<h1 id='titrePrincipal'>...</h1>
```

Enfin, dans la CSS, les classes seront indiquées par leur nom précédé d'un point, et les identifiants par leur nom précédé d'un dièse. Voici le code d'un fichier CSS complet.

Riz et nutrition

Les qualités du riz

- Glucides : 79%
- Lipides : 1%
- Protéines : 8%

Et le blé ?

Certe, le blé présente des caractéristiques nutritionnelles comparables, mais, dans il ne saurait être raisonnable de ne pas conseiller, toutes choses égales par ailleur priver. [Suite...](#)

Figure B-5

Résultat d'une mise en forme complète

Exemple de fichier CSS

```
h1 { color: green; }
h2 { color: green; padding-left: 20px; }
.liens { text-decoration: none; }
.bleuvert { color: cyan; }
#titrePrincipal { font-weight: bold; border: 1px solid green; }
```

Quelques propriétés CSS

Quelques dizaines de propriétés CSS existent, chacune modifiant une particularité de l'affichage d'une balise HTML. La plupart des propriétés ne s'appliquent qu'à certains types d'éléments (par exemple, `color` ne s'applique qu'aux balises contenant du texte).

Les différentes valeurs possibles pour ces différentes propriétés dépendent de la propriété elle-même.

Couleurs

À SAVOIR Les codes couleurs

Les codes couleurs de trois octets sont couramment utilisés, et n'importe quel logiciel de dessin ou de traitement d'images sera capable de vous assister pour choisir vos teintes.

À SAVOIR Les fichiers de polices

Les polices de caractères sont contenues dans des fichiers installés sur chaque ordinateur. Elles ne sont donc en aucun cas incluses dans vos fichiers, et l'utilisateur devra avoir la police que vous spécifiez installée sur son poste pour pouvoir l'afficher sur son écran. Les polices de remplacement servent donc à compenser certains manques, et des systèmes de polices embarquées dans les pages web sont à l'étude, mais posent de nombreux problèmes de droits.

Les propriétés `color` et `background-color` indiquent les couleurs de forme et de fond. La valeur peut être :

- une couleur, à choisir dans une liste prédéfinie (en anglais) : `blue`, `green`, `magenta`...
- trois valeurs entre 0 et 255, correspondant à la quantité de rouge, vert et bleu constituant la couleur à l'écran, sous cette forme :`rgb(0,255,0)` (vert vif) ;
- ces mêmes trois valeurs, abrégées par une écriture hexadécimale (exemple :`#00FF00` voire `#0FO0`).

Définition d'une couleur pour un paragraphe

```
p { background-color: rgb(64,0,32); }
```

Polices de caractères

La propriété `font-family` indique la police de caractères à utiliser. Il y a plusieurs valeurs, séparées par des virgules, afin de proposer une autre police si la première demandée n'est pas disponible sur l'ordinateur du client.

Définition d'une police et de ses polices alternatives

```
body { font-family: Arial, Tahoma, Sans-serif; }
```

Marges et bordures

La propriété `padding` indique une marge intérieure. Elle est complétée par `border` (la bordure visible) et `margin` (la bordure extérieure). Pour chacune des ces trois propriétés, il est possible d'indiquer la taille de l'ensemble des côtés en une seule fois, ou bien des mises en place séparées. La taille peut être indiquée en pixels. Voici deux exemples identiques :

Définition d'une marge pour les deux côtés en une seule propriété

```
margin: 0 10px 0 0;
```

Définition d'une marge pour les deux côtés séparément

```
margin: 0px;  
margin-right: 10px;
```

Réaliser une bordure nécessite également d'indiquer sa couleur et son style.

Définition d'une bordure

```
border: 3px solid blue;
```

Autres

Bien d'autres propriétés CSS sont utiles. Il est intéressant de s'inspirer des feuilles de styles existantes, par exemple celles mises en ligne par les sites que vous visitez :

- 1 Rendez-vous sur le site via un navigateur.
- 2 Le navigateur vous permet de voir le code source (menu Code source, dans le menu Affichage ou dans le menu clic droit).
- 3 Dans le code source HTML, retrouvez les balises `link` (s'il y en a).
- 4 Observez l'adresse indiquée pour reconstituer l'emplacement de la CSS.
- 5 Entrez ensuite cette adresse directement dans la barre d'adresses du navigateur.
- 6 La feuille de styles apparaît et peut maintenant être enregistrée.

JavaScript

Le JavaScript est un langage similaire au CSS, dans le sens qu'il s'intègre au HTML afin de le modifier. Mais si le CSS s'appliquait à changer la mise en forme, le JavaScript, lui, propose de modifier le comportement

EXEMPLE L'effet domino

Un exemple typique : lors de la saisie de ses coordonnées postales, si l'utilisateur doit choisir une commune française, il verra alors apparaître une première partie du formulaire qui lui permet dans un premier temps de choisir le département. Dès qu'il en sélectionne un, la suite de la page se modifie afin de lui proposer toutes les communes du département concerné.

CULTURE JavaScript en dehors du Web

Le JavaScript est un langage de programmation complet et peut être utilisé afin de réaliser toutes sortes d'applications. Toutefois, il se différencie fortement des autres langages et souffre pour le moment de l'absence d'un environnement de développement acceptable.

des éléments du HTML. Il s'agit essentiellement de réagir aux actions de l'utilisateur. C'est ce qu'on appelle un langage dynamique. Des cas typiques d'utilisation du JavaScript sont :

- un menu déroulant qui ne s'affiche que lorsqu'il est survolé par le curseur de la souris ;
- la validation des données entrées par l'utilisateur dans un formulaire ;
- le rafraîchissement partiel de la page via Ajax.

Le JavaScript est un langage de programmation. Il est plutôt délicat à maîtriser.

Le code JavaScript s'exécute sur le navigateur du client. Il peut donc avoir été désactivé, ou être mal compris (ce qui est le cas de beaucoup de navigateurs web pour téléphones portables). Ses possibilités sont restreintes en conséquence : le JavaScript ne peut modifier quasi que la page en cours. Il ne peut pas accéder au disque dur du client, à ses périphériques (carte son, imprimante), faire une connexion quelconque, etc.

Intégrer le JavaScript dans le HTML

Le mélange du HTML et du JavaScript est très similaire à celui du HTML et du CSS. Le JavaScript peut être placé directement dans le code HTML, dans l'en-tête de la page ou dans des scripts séparés.

Voici un exemple du premier cas, afin de déclencher une alerte sur une page.

Code JavaScript intégré à une balise HTML

```
<p onclick='alert("Page incomplète");'>Les riz complets.</p>
```

Riz et fête foraine

Les riz complets.



Figure B-6

Déclenchement d'une alerte sur la page

Et voici un exemple du second, provoquant un changement de page lorsqu'on passe la souris au dessus d'une phrase.

JavaScript placé dans l'en-tête de la page HTML

```
<head>
...
<script type='text/javascript'>
function plusdinfo() {
    document.location = 'http://www.leriz.fr';
}
</script>
</head>
...
<strong onmousemove='plusdinfo();'>Plus d'infos ?</strong>
```

Notez les attributs `onclick`, `onmousemove`. Ce sont les correspondances entre tel événement (lié à tel élément de la page) et tel script exécuté. Chaque balise HTML peut disposer de ces événements dédiés au JavaScript.

L'étude complète du JavaScript est hors du propos de cet ouvrage. Toutefois, notez que vous aurez à disposition de nombreuses bibliothèques JavaScript, telles que Script.aculo.us, prêtes à être utilisées (en tant que script séparé), fournissant des services standards (animation, Ajax, etc.).

Script.aculo.us

Utilisation

Une fois la bibliothèque téléchargée (elle est bien sûr présente dans l'installation de Magento, ce qui permet d'en bénéficier directement), il faut inclure dans le HTML les fichiers `.js` correspondant à la bibliothèque.

```
<script src="prototype.js" type="text/javascript"></script>
<script src="scriptaculous.js" type="text/javascript"></script>
```

Ensuite, il est possible d'affecter des comportements à des éléments, en réaction à des événements. Chaque comportement est paramétrable.

Voici l'affectation d'une fonction à un événement (ici : l'événement `onload` de la fenêtre) :

```
Event.observe(window, 'load', function() { alert('ok'); });
```

Dans cette fonction on peut demander l'utilisation d'un effet Script.aculo.us :

```
Event.observe(window, 'load', function() {
    new Effect.Appear($('image'), {duration : 3 });
});
...
<img src='black.png' id='image' />
```

À LIRE **JavaScript, Ajax et Script.aculo.us**

- C. Porteneuve, *Bien développer pour le Web 2.0*, 2^e édition, Eyrolles, 2008.
- S. Powers, *Débuter en JavaScript*, Eyrolles, 2007.
- T. Templier, A. Gougeon, *JavaScript pour le Web 2.0*, Eyrolles, 2007.

CONSEIL Le site **Script.aculo.us**

Pour en apprendre plus sur Script.aculo.us, ou simplement voir une démonstration, rendez-vous sur le site du même nom :

- ▶ <http://script.aculo.us>

Cela a pour effet de faire apparaître l'élément de la page HTML dont l'identifiant (attribut `id`) est `image`.

Voici enfin la même fonctionnalité, mais avec une syntaxe plus moderne de Script.aculo.us.

```
Event.observe(window, 'load', function() {
    $('image').appear({duration : 3 });
    ...
<img src='black.png' id='image' />
```

Principaux effets

`Effect.Morph` propose la modification progressive d'une propriété CSS quelconque (`duration` indique la durée en secondes).

Modification d'une propriété CSS avec `Effect.Morph`

```
$('tableau').morph({
    style:'background-color:#000;',
    duration:0.5
});
```

`Effect.Move` propose de déplacer un élément (le mode est `relative` ou `absolute`).

Déplacement d'un élément avec `Effect.Move`

```
$('tableau').move({ x: 10, y: -10, mode: 'relative' });
```

`Effect.Opacity` fait apparaître (ou disparaître) un élément en manipulant l'opacité (inverse de la transparence, entre 0 et 1).

Modification de l'opacité d'un élément avec `Effect.Opacity`

```
$('tableau').opacity({ from: 1.0, to: 0, duration: .3 });
```

La plupart des autres effets sont dérivés des précédents, par des combinaisons de toutes sortes. Par exemple, `Effect.Fade` propose de faire disparaître un élément complètement.

Disparition d'un élément avec `Effect.Fade`

```
$('tableau').fade({ duration: .5 });
```

Comportements

Script.aculo.us propose également certains mécanismes permettant de modifier le comportement de la page, essentiellement autour du glisser-

déposer (*Drag&Drop*). Voici comment faire en sorte qu'un élément puisse être déplacé (comportement le plus simple proposé). De nombreuses options sont ensuite disponibles.

Rendre un élément déplaçable

```
new Draggable('produits', { revert: true,
constraint: 'horizontal' });
...
<span id='produit'>...</span>
```

L'élément « produit » peut alors être déplacé par l'utilisateur au moyen de la souris. Il reprendra sa place dès qu'il l'aura lâché, et ne pourra être déplacé que de gauche à droite ou de droite à gauche.

Ajax

Enfin, Script.aculo.us propose l'utilisation des fonctionnalités Ajax mises en place par Prototype, bibliothèque sous-jacente basique et très répandue (voir le chapitre 2 à ce sujet).

Voici un exemple d'utilisation d'Ajax grâce à Prototype. Lorsque la fonction JavaScript sera exécutée, une adresse sera appelée, et le résultat de cet appel, invisible pour l'utilisateur, sera affiché dès réception dans une zone de la page.

Exemple d'utilisation d'Ajax

```
function appel(i) {
    new Ajax.Request('/recette.php?n='+i, { method:'get',
        onSuccess: function(res){
            $('zone').innerHTML = res.responseText;
        }
    });
}
```

Bien sûr, il faut qu'en correspondance, la page `recette.php` supplémentaire soit créée et renvoie des recettes à la demande en fonction du paramètre `n` (ce n'est pas du ressort du JavaScript, mais du PHP).

PHP et le Zend Framework

C

Magento est un logiciel écrit en PHP, qui repose sur l'un des frameworks PHP les plus puissants et les plus dynamiques, le Zend Framework. L'apprentissage de ces technologies nécessiterait plusieurs ouvrages entiers, nous nous contenterons donc de vous en fournir ici une présentation, en précisant les spécificités liées à leur intégration par Magento.

PHP

Les fichiers PHP portent l'extension `.php`. Le code PHP est lui aussi mélangé au HTML, mais s'en distingue facilement. La syntaxe PHP vient en addition du HTML. Dans un fichier PHP, il peut éventuellement n'y avoir que du HTML.

Dans le HTML, PHP est appelé par des balises `<?>`. Deux versions sont disponibles :

- `<? ... ?>` (ainsi que sa variante stricte `<?php ...?>`) permet de placer un code PHP quelconque. Ce code est constitué d'instructions, les unes après les autres, terminées par des points-virgules ;
- `<?= ... ?>` permet d'afficher à l'emplacement choisi le résultat d'une expression.

Voici un exemple de code PHP à l'intérieur d'une page HTML complète. Attention, le PHP nécessite un interpréteur, cet exemple ne peut donc pas être testé tel quel comme les exemples précédents en HTML ou CSS.

À l'intérieur Apache et interprétation PHP

Magento nécessite un interpréteur PHP, associé au serveur web (Apache). Dans un répertoire de Magento, vous pouvez donc créer des scripts PHP (fichiers textuels `.php`) et les appeler comme vous le feriez avec des pages de Magento.

Exemple de code PHP

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html>
    <?php $titre = 'Les riz africains'; ?>
    <head><title><?= $titre ?></title></head>

    <body>
        <h1>      <?= $titre ?> </h1>
    </body>
</html>
```

Nous ne développons pas plus cette syntaxe, car l'apprentissage du PHP fait l'objet d'ouvrages entiers. Vous en trouverez quelques références ci-dessous.

À LIRE PHP pour tous niveaux

- J. Engels, *PHP 5 – Cours et exercices*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.
- E. Daspet, C. Pierre de Geyer, *PHP 5 avancé*, 5^e édition, Eyrolles, 2008.
- J.-M. Defrance, *Premières applications web avec Ajax, jQuery et PHP*, Eyrolles, 2010.
- D. Seguy, P. Gamache, *Sécurité PHP 5 et MySQL*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.
- G. Ponçon, *Best practices PHP 5*, Eyrolles, 2005.

Les apports de PHP 5

Magento nécessite la version 5.2.0 (ou plus récente encore) de PHP.

- PHP 3 date de 1998, et fut la première version utilisée en masse ;
- PHP 4 a évolué petit à petit jusqu'à PHP 4.4 en 2005 ;
- PHP 5 (2004) est une grande évolution de PHP, ajoutant de nombreux points syntaxiques, tandis que PHP 5.2 (2006) apporte toutes sortes d'ajouts parmi les bibliothèques.

Pour ceux qui connaissent déjà le PHP, l'apport de PHP 5 mérite d'être développé. Il y a eu rupture de compatibilité dans les deux sens entre PHP 4 et PHP 5, ce qui notamment rend impossible l'utilisation telle quelle de nombreux scripts datant de 2004 ou avant.

PHP 5 a été une évolution positive et importante de PHP. Elle a apporté des mécanismes qui existaient bien avant dans d'autres langages objet, tels Java ou C#, et qui rendent le code des applications de grande envergure plus propre, plus compréhensible et plus facile à maintenir.

Une première évolution a été d'augmenter les possibilités de la programmation orientée objet, avec l'apparition des classes abstraites, des interfaces, des éléments statiques, etc.. Une modification est d'importance : le constructeur s'appelait comme la classe en PHP 4, mais il s'appelle toujours `__construct()` en PHP 5. Par chance, si le second constructeur n'existe pas, le premier est utilisé.

Quant à la principale source de difficultés et de retards dans le passage à PHP 5 de nombreux outils, elle tient à la modification du comportement

ment face aux références. En effet, en PHP 4, quel que soit le type de \$a, le code suivant produisait une copie complète :

```
$b = $a;
```

Il fallait alors utiliser l'esperluette pour bénéficier d'une copie de référence :

```
$b = & $a;
```

Le mécanisme était le même lors des appels de fonctions et de leurs retours.

Voici un code qui affiche juste une phrase, afin de tester la version. En PHP 5, dans le cas des objets, la copie de référence est implicite. Cela signifie que le code suivant a pour résultat « PHP 4 » ou « PHP 5 », suivant la version :

Affichage d'une phrase pour tester la version de PHP

```
class C {
    var $x;
}

function changepas($o) {
    $o->x += 1;
}

$o = new C();
$o->x = 4;
changepas($o);
echo 'PHP ' . $o->x;
```

Ceci peut être un frein à votre utilisation de Magento en collaboration avec d'autres outils plus anciens.

Le Zend Framework

Magento utilisant ce framework abondamment, en voici une brève présentation.

Le Zend Framework dans Magento

Un élément essentiel du Zend Framework est son implication dans la structure même de l'application qui l'utilise. Ainsi, une structure est proposée, et peut même être créée automatiquement par un script shell inclus, sous la forme : représentée sur la figure C-1.

À LIRE Zend Framework

Même s'il ne présente pas la dernière version du framework, dont l'évolution est encore très rapide, cet ouvrage permet de se familiariser avec le fonctionnement du Zend Framework et de la programmation objet en PHP :

 J. Pauli, G. Ponçon, *Zend Framework – Bien développer en PHP*, Eyrolles, 2008.

CULTURE Zend et le PHP

Zend Technologies est une société qui a eu un impact décisif sur le PHP, de par les outils qu'elle fournit aux développeurs. Actuellement, elle propose en particulier le Zend Framework, Zend Server (serveur web) et Zend Studio (environnement de développement). Si le premier est libre et gratuit, les deux autres sont, en revanche, commerciaux.

```

monscript
|-- application
|   |-- Bootstrap.php
|   |-- configs
|   |   '-- application.ini
|   |-- controllers
|   |   '-- ErrorController.php
|   |   '-- IndexController.php
|   |-- models
`-- views
    |-- helpers
    '-- scripts
        |-- error
        |   '-- error.phtml
        '-- index
            '-- index.phtml
|-- library
|-- public
|   '-- index.php
`-- tests
    |-- application
    |   '-- bootstrap.php
    |-- library
    |   '-- bootstrap.php
    '-- phpunit.xml

```

Figure C-1
La structure issue du Zend Framework

Il ne reste plus alors qu'à compléter l'application en ajoutant des modèles (code métier, manipulation des données), contrôleurs (réception des actions de l'utilisateur) et vues, en correspondance avec les fonctionnalités désirées. On retrouve donc ici l'architecture MVC (Modèle-Vue-Contrôleur) respectée par Magento. Toutefois, Magento n'utilise pas l'organisation stricte d'application telle que proposée par le Zend Framework, mais se calque en réalité sur le Zend Framework plutôt que de s'y intégrer. Le Zend Framework n'est donc directement utilisé dans Magento que comme bibliothèque de classes utilitaires.

Chaque classe a un nom correspondant à son emplacement. Afin de pallier l'absence des espaces de noms ou namespaces existant jusqu'à PHP 5.3, les noms des classes sont complets. Par exemple, la classe `Zend_Amf_Parse_Deserializer` se trouve à l'emplacement `lib/Zend/Amf/Parse/Deserializer.php`.

Interaction avec les bases de données

La classe `Zend_Db_Adapter_Abstract` présente des fonctionnalités courantes de manipulation de base de données. En héritant des classes filles spécialisées dans des bases de données particulières comme :

- DB2 (IBM DB2) ;
- MySQLi (*MySQL improved*) ;
- Oracle (Oracle DB) ;
- PDO (*PHP Data Objects* pour les SGBD IBM DB2, Microsoft SQL Server, MySQL, Oracle DB, PostgreSQL, SQLite).

Si MySQL reste toutefois nécessaire pour Magento, d'autres bases de données seraient en principe prises en charge par cette bibliothèque Zend.

Magento fait lui-même une requête de cet ordre, ce qui permet d'obtenir une instance de la base de données.

Requête pour obtenir une instance de la base de données

```
$db = Zend_Db::factory('Pdo_Mysql', array(
    'host' => '...',
    'username' => '...',
    'password' => '...',
    'dbname' => '...'
));
```

Ensuite, l'instance utilisée est à disposition pour toute requête. Parmi les fonctions, `fetchAll()` réalise une requête, éventuellement avec des paramètres (points d'interrogation) et renvoie le résultat sous la forme d'un tableau (d'objets) :

Utilisation de la fonction `fetchAll()`

```
$result = $db->fetchAll(
    'SELECT * FROM catalog_product_entity ' .
    'WHERE entity_id = ?', 3);
echo $result[0]->sku;
```

Le SQL avec l'adaptateur

Les classes de bases de données du Zend Framework facilitent en particulier l'envoi de SQL standard vers MySQL. Voici une présentation des bases de ce langage.

Le SQL ne tient pas compte de la différence entre majuscules et minuscules, ni des espaces, retours à la ligne et tabulations. La fin d'une ligne peut être commentée avec deux tirets :

```
-- commentaire
-- commentaire suite
```

Les requêtes principales du SQL sont définies comme les requêtes du langage de manipulation de données (DML, *Data Manipulation Language*), un sous-ensemble du SQL. Ces requêtes, au nombre de quatre, permettent de lire et d'enregistrer des données à tout moment dans la base.

Les exemples suivants correspondent à une table `espece` qui contiendrait trois champs : `espece_id`, `nom` et `type`. L'insertion de données se fait par

ATTENTION Utiliser les modèles pour les requêtes dans Magento

Généralement, le développeur pour Magento n'utilisera pas le mécanisme de requêtes présenté ci-contre, mais le système de modèles présenté au chapitre 11 de cet ouvrage.

RAPPEL SQL

Le SQL (*Structured Query Language*) est le langage privilégié pour la communication avec les bases de données. Il s'agit d'un langage simple et normé. Les systèmes de bases de données relationnelles respectent généralement correctement ce langage, en y apportant des éléments spécifiques supplémentaires, ce que ne manque pas de faire MySQL.

le moyen de `INSERT INTO`, qui indique la table et les différentes valeurs pour les champs. La suppression de données se fait par le moyen de `DELETE FROM`, qui indique la table et peut contenir une clause `WHERE` afin de choisir précisément les données à supprimer. Quant à la modification de données, elle s'effectue avec `UPDATE`, qui peut contenir une clause `WHERE` afin de choisir les données à modifier, et `SET` pour choisir les modifications. Enfin, il est possible de lire des données avec l'instruction `SELECT`. Il faut alors indiquer les champs à lire, la table concernée (après `FROM`), éventuellement filtrer avec une clause `WHERE`, et ordonner avec une clause `ORDER BY`.

Insertion de données (insert)

```
INSERT INTO espece  
VALUES(2, 'Oriza Sativa Indica', 'long');
```

Suppression de données (delete)

```
DELETE FROM espece  
WHERE espece_id > 22;
```

Modification de données (update)

```
UPDATE espece SET nom='Oriza Sativa Japonica'  
WHERE espece_id = 11;
```

Lecture des données (select)

```
SELECT espece_id, nom FROM especes  
WHERE type = 'long' ORDER BY nom;
```

De nombreuses possibilités supplémentaires sont disponibles dans le langage SQL, afin de lier les données entre elles, de les filtrer, etc. Référez-vous pour cela aux ouvrages spécialisés.

À LIRE SQL

- C. Soutou, *Apprendre SQL avec MySQL – Avec 40 exercices corrigés*, Eyrolles, 2006.
- C. Pierre de Geyer, G. Ponçon, S. Mariel, *Mémento PHP 5 et SQL*, 2^e édition, Eyrolles, 2009.

Le contrôleur

Le contrôleur est la couche de MVC qui est appelée lors de toute action de l'utilisateur. Il fait appel lui-même au modèle et à la vue. Les classes associées au contrôleur donnent des informations à propos du contexte web dans lequel on se trouve. On retrouve notamment `Zend_Controller_Request_Http`, dont l'instance sera produite pour nous, qui représente la requête.

Requête de type Zend_Controller_Request_Http

```
//$req est de type Zend_Controller_Request_Http
if($req->isPost() )
    echo $req->getPost('valeur2');
```

La classe opposée est la classe `Zend_Controller_Response_Http`, qui permet de modifier la réponse.

Modification de la réponse avec Zend_Controller_Response_Http

```
//$res est de type Zend_Controller_Response_Http
$res->setHeader('Content-Type', 'text/html');
$res->appendBody('<html>');
...
...
```

Le client HTTP

La classe `Zend_Http_Client` est à disposition pour réaliser des requêtes HTTP depuis le serveur vers d'autres serveurs. Son utilisation est aisée, voici un exemple d'envoi de formulaire.

Envoi de formulaire avec Zend_Http_Client

```
$client = new Zend_Http_Client(
    'http://www.dawan.fr/contact.html',
    array('timeout'=>10));
$client->setParameterPost('titre'=>"Demande d'informations");
$reponse = $client->request('POST');
echo $reponse->getBody();
```

Bien sûr, le résultat de l'appel à `request()` est un objet de type `Zend_Controller_Response_Http`.

Autres classes utiles

La classe `Zend_Date` propose la manipulation simple de dates :

Affichage d'une date et heure (1^{er} janvier 2001, midi) avec Zend_Date

```
$date = new Zend_Date(mktime(0,0,0,1,1,2001));
$date->add('12:00:00', Zend_Date::TIMES);
echo $date->toString('dd.MM.yyyy');
```

La classe `Zend_Json` propose l'encodage d'un objet sous une forme JavaScript pratique à réutiliser ensuite depuis Script.aculo.us.

CONSEIL Ne pas outrepasser le Zend Framework

Bien sûr, il serait possible d'outrepasser complètement ces classes pour accéder à ces données avec `$_POST`, `$_GET`, `header()`, etc. Toutefois, les méthodes présentées ici permettent de bénéficier de tous les services associés au framework (sécurité, log...).

Création d'une erreur encodée en Json avec Zend_Json

```
echo Zend_Json::encode(  
    array('error' => true, 'error_msg' => 'Catastrophe !')  
) ;
```

Bien d'autres classes sont encore disponibles dans le Zend Framework, pour un total d'environ cinquante paquets, mais elles ne sont pas ou peu utilisées par Magento lui-même, qui n'en a pas l'utilité ou qui les a redéfinies sous une autre forme (pour des raisons d'homogénéité, de performance ou autre).

XML

D

Nombre de fichiers de configuration de Magento sont en XML. Voici donc un récapitulatif du principe de fonctionnement de ce langage et de ses règles fondamentales.

Pourquoi XML ?

XML (*eXtensible Markup Language*) étant un langage incomplet (appelé aussi métalangage), il est à la base de très nombreux langages, qu'ils soient anecdotiques (si le seul exemplaire d'utilisation de ce langage est le fichier de configuration d'une application, par exemple) ou courants comme le XHTML (mélange de XML et de HTML, voir l'annexe B). Il a l'avantage de proposer des règles simples pour définir une structure de document, une mise en forme, un encodage de caractères, etc.

Voici donc le processus final pour construire un langage à partir du XML :

- 1 Je détermine le besoin d'un nouveau langage.
- 2 Je choisis d'utiliser le XML comme base.
- 3 J'indique les règles manquantes afin d'obtenir un langage complet.

Il existe des concurrents au format XML, entre autres :

- les fichiers plats, plus simples mais aussi plus basiques et, par conséquent, moins utiles (que faire des retours à la ligne ? quels encodages ? etc.) ;
- les bases de données (lourdes à mettre en place, à administrer, à sécuriser) ;
- YAML (*YAML Ain't Markup Language*), langage un peu plus simple et beaucoup plus rare, etc.

XML est tellement courant qu'un poste informatique contient habituellement des centaines de fichiers qui suivent cette norme.

Les règles fondamentales du XML

Les règles du XML sont peu nombreuses, et ce sont celles qui sont notamment appliquées dans le XHTML.

Le document XML commence par une balise spécifique `<?xml ... ?>`, contenant notamment la version de XML (toujours 1.0, en fait) et le système d'encodage des caractères utilisés (`utf-8`, `iso-8859-1`, etc.), puis contient au moins une balise racine `<a />`. Voici un document XML minimal :

```
<?xml version='1.0' encoding='utf-8' ?><a />
```

Chaque balise peut être simple et sans contenu, ou double (ouvrante et fermante) et contenir d'autres balises, et ainsi de suite. Les données sont contenues entre les balises ouvrante et fermante ou à l'intérieur d'attributs.

Exemple de recette de cuisine structurée en XML

```
<?xml version='1.0' encoding='utf-8' ?>
<livre>
  <!-- juste une seule recette pour le moment-->
  <recette nom='Riz sénégalaise' duree='90'>
    <ingredient nom='cuisses de poulet' quantite='4' />
    <ingredient nom='riz long' quantite='400g' />
    <ingredient nom='concentré de tomates' quantite='1boîte' />
    <ingredient nom='cube bouillon' quantite='4' />
    <ingredient nom='poivron vert' quantite='1' />
    <ingredient nom='carotte' quantite='2' />
    <ingredient nom='oignon' quantite='2' />
    <ingredient nom='ail' quantite='5' />
    <manipulation><![CDATA[Plonger les cuisses de poulet en morceaux dans une cocotte, avec de l'huile. Laisser dorer]]></manipulation>
    <manipulation>Ajouter les oignons, ail, bouillon de cube, tomate et poivrons en morceaux</manipulation>
    <manipulation>Ajouter un litre d'eau</manipulation>
    <manipulation>Laisser cuire 30 minutes</manipulation>
    <manipulation>Ajouter les carottes</manipulation>
    <manipulation>Laisser cuire 30 minutes</manipulation>
    <manipulation>Réserver les morceaux, et faire cuire le riz 30 minutes avec le bouillon qui reste</manipulation>
    <manipulation>Remettre les morceaux sur le riz, et servir</manipulation>
  </recette>
</livre>
```

Notez le commentaire `<!-- ... -->`, comme en HTML, ainsi que le bloc `CDATA` qui permet de mettre des données sans que le formatage ne soit détruit (ici un retour à la ligne).

Quelques règles supplémentaires sont à respecter en XML :

- pas d'imbrication de balise ; ceci est interdit :`<a>` ;
- jamais deux attributs de même nom dans un même élément ;
- l'ordre des attributs dans un élément n'importe jamais ;
- les caractères spéciaux sont au nombre de cinq :`<`, `>`, `"`, `'` et `&`, à remplacer par les expressions `<`, `>`, `"`, `'`, `&` pour ne pas être confondus avec des signes du langage ;
- les minuscules et majuscules sont différencierées.

Autres normes associées à XML

XML est un point de départ pour de nombreuses normes de toutes sortes, qui fonctionnent en association avec ce langage.

- La validation de structure de fichiers XML est permise par les DTD (*Document Type Declaration*), XML Schema (fichiers XSD), ou encore Relax NG (*Regular Language XML Next Generation*). Ces langages permettent de vérifier qu'un document correspond bien à un langage donné basé sur le XML.
- La transformation est rendue possible par XSL (*eXtensible Stylesheet Language*) ; sur le même principe de séparation du fond et de la forme que les feuilles de styles CSS, on part alors d'un document et d'une feuille de styles pour obtenir un autre document XML, ou bien du HTML, du texte, etc.
- La recherche, de façon similaire à l'instruction `SELECT` du SQL, est permise par XPath, langage qui permet de pointer à un endroit précis d'un document XML.
- Les services web sous leurs différentes formes (WS-* , XML-RPC...) utilisent, quant à eux, abondamment les fichiers XML.

Enfin, le W3C publie encore bien d'autres normes basées sur le XML.

À SAVOIR **Magento et les éléments additionnels du XML**

Magento utilise pour le moment très peu les normes complémentaires au XML. Il ne propose malheureusement pas de DTD ou de Schemas, ni ne réalise de transformations XSL, par exemple.

Index

404 (erreur) 108

A

achat 62, 162
processus 162
règlement 97

administrateur
compte 103
création du compte 45
équipe 103

administration 71
comptes 103
configuration 99
design personnalisé 246
rôle 103

adresse
e-mail 75
IP 20
web 20
voir aussi URL

affichage, mode liste ou grille 90

AFL (Academic Free License) 52

agencement 110, 216, 234, 268
contenu 238
syntaxe 235

Ajax 8, 325

alerte 91
sur les produits 136

Amazon
Checkout 178
Simple Pay 178

Apache 32
API (Application Programming
Interface) 99

Google 99
apparence 209
voir aussi design
architecture client-serveur 14
archive 296
attribut 122
groupes 127
intitulé 126
recherche 197
utilisation 124
valeurs 126

authentification 72

Authorize.net 178

avis 190

B

balise 312
action 240
block 238
méta 110, 212
robots 212
mise en forme 314
reference 239
Title 312

base de données 25, 273, 330
avec Zend Framework 330
configuration 44
création 42

baseline 213

bibliothèque 25

Bing 156
bloc 238
ajout 243
classe 267
lien 244
module 267
statique 111
suppression 242

Blog (extension) 308

bon
de commande 180
de réduction 152

bordereau d'expédition 184

boutique 118

breadcrumbs 62
voir aussi fil d'Ariane

Business Intelligence 201

business plan 11

C

cache 90, 101

Caisse d'Épargne 302

calendrier prévisionnel 17

carte bancaire 301
enregistrée 179
paiement 177

catalogue
à plat 90
recherche 92

Catalogue (menu) 118
configuration 89

catégorie 118, 135
arborescence 118

-
- création 119
 - hiérarchie 121
 - image 119
 - catégorie de produit 54
 - CGU (conditions générales d'utilisation) 154
 - CGV (conditions générales de vente) 154
 - paramétrage 97
 - change (taux) 164
 - charte graphique 210
 - chèque 180
 - CIC (banque) 301
 - classe 328
 - abstraite 281
 - de bloc 267
 - de modèle 275
 - de taxe produit 170
 - héritage 281, 295
 - PHP 232
 - clé
 - d'extension 51, 253
 - de chiffrement 45, 99
 - dURL 119
 - client 165
 - classe de taxe 170
 - communication 189
 - compte 66
 - données personnelles 95
 - en ligne 165
 - groupe 166
 - identification 63
 - invité 98
 - liste et informations 166
 - rapports 201
 - Clients (menu)
 - configuration 95
 - client-serveur (architecture) 14
 - CM-CIC p@iemment 301
 - CMS (Content Management System) 7, 108
 - blog 308
 - options de paramétrage 87
 - Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) 95
 - commande 62
 - bon 180
 - état 181
 - flux ou flux 97
 - indirecte 167
 - par téléphone 167
 - paramétrage 97
 - tableau de bord 187
 - traitement 180
 - commentaire 192
 - autoriser 90
 - modération 192
 - paramétrage 90
 - commerce électronique 6
 - voir aussi* e-commerce
 - compte
 - administrateur 103
 - client 66
 - paramétrage 95
 - utilisateur 66, 72
 - conditions générales d'utilisation 154
 - de vente 154
 - configuration
 - avancée 99
 - pour le développeur 101
 - d'une extension 257
 - de l'accès au site 44
 - de la base de données 44
 - de Magento 85
 - des notations 190
 - du design 211
 - portée des paramètres 85
 - système 44
 - connexion à l'interface
 - d'administration 72
 - constructeur 275, 328
 - Contactez-nous (page) 88
 - contenu
 - gestion 108
 - pages 108
 - contrôleur 228, 332
 - cookie 66
 - de session 88
 - copyright 213
 - courriel 74
 - voir aussi* e-mail
 - Crédit Mutuel 301
 - cron (tâche) 48
 - configuration 100
 - service tiers 51
 - crontab 49
 - CSS (Cascading Style Sheet) 25, 240, 317
 - modification des styles 222
 - thème 222
 - CSV (Comma Separated Values) 29
- D**
- déploiement 48
 - description 110
 - design 209
 - extensions 304
 - personnalisé 110
 - personnalisé (onglet) 246
 - thème graphique 215
 - développement 14
 - paramétrage 101
 - devise 162
 - configuration 100
 - paramétrage 163
 - taux de change 164
 - distribution 8
 - DML (Data Manipulation Language) 331
 - DNS (Domain Name System) 16
 - document
 - commandes 180
 - remboursement 186
 - droit d'accès 39
 - rôles 103
 - DTD (Document Type Declaration) 337
 - dynamique 216
- E**
- e-commerce 6, 11
 - associations professionnelles 11
 - cadre juridique 11
 - éditeur Wysiwyg 109, 111, 119
 - e-mail
 - adresses 75
 - du magasin 88
 - configuration d'envoi 100
 - d'alerte 91
 - garde-robe 75
 - génération automatique 74
 - inscription à la lettre
 - d'information 198
 - encodage des caractères 316, 336
 - en-tête
 - HTML 211
 - visible 213
 - envoi à un ami 89
 - ergonomie 13
 - erreur 404 108
 - état 201
 - voir aussi* rapport
 - étude de marché 11
 - exception 220, 263
 - expédition 184

ext.js 25
 extension 9, 249, 301
 catalogue 250
 clé d'installation 253
 configurable 286
 configuration 257, 284
 création 259
 de PHP 32, 38
 déclaration 265
 désinstallation 255
 état 251
 fichier de configuration 284
 fichier de départ 285
 installation 53, 250
 langues 306
 licence 253
 livraison 251, 280
 paquet 296
 publication 296
 répertoires 266
 stabilité 251
 téléchargement 254
 traduction 271
 version 297

F
 facture 182
 FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) 1
 fiche 129
 fichier INI 36
 fil d'Ariane 62, 88
 filigrane 214
 formulaire 28
 dans l'interface d'administration 79
 de contact 89
 Fragento 10
 frais de port 175, 259
 framework 25, 29
 French (Canada) Language Pack 307
 French (France) Language Pack 306
 FTP (File Transfer Protocol) 39
 client 41

G
 gabarit 216, 228
 des e-mails 75
 modification 229
 newsletter 199
 spécial 231
 syntaxe 231
 Général (menu)

 configuration 69, 87
 gestion des stocks 134
 glisser-déposer 55
 GNU GPL (GNU General Public License) 6
 Google 156
 Analytics 99
 Base (Merchant Center) 99
 Checkout 99
 plan de site ou sitemap 93
 services (API) 98
 Website Optimizer 99
 grille, mode d'affichage 90
 groupe
 d'attributs 127
 de clients 166

H

hébergement 15, 33
 HTML 24, 311
 en-tête 211
 gabarits 231
 métadonnées 110
 pages de contenu 109
 HTTP (HyperText Transfer Protocol) 21
 HTTPS 21

I

image
 des catégories 119
 des produits 92, 134
 filigrane 214
 modification 222
 thème 222
 impression de documents PDF 97
 INI (fichier) 36
 installation 31, 32, 40, 42
 copie 48
 d'un serveur à domicile 34
 d'une extension 250
 d'une table MySQL 274
 déploiement 48
 langue 51
 répertoire 38, 41
 test 46
 interface 216, 218
 d'administration 77
 internationalisation 43, 51, 101, 223, 271,
 306, 316, 336
 Internet 20
 inventaire 134
 iPhone 10, 217

J

J2T TNT Module 303
 JavaScript 25, 222, 321
 bibliothèque 25
 journal, configuration 100

L

LAMP (Linux, Apache, MySQL, PHP) 7
 langue 306
 installation 51
 layout 216, 234
 législation 155
 lettre d'information 197
 voir aussi newsletter

licence 6

AFL (Academic Free License) 52
 des extensions 253
 double 10
 OSL (Open Software License) 9
 PHP 28

lien 110, 315
 ajout 244

liste

d'envies 67
 activation 96
 configuration 96
 dans l'interface d'administration 78
 mode d'affichage 90
 livraison 175, 184, 303
 choix du transporteur 12
 extension 280
 extension Owebia 251
 gratuite 177
 modes 175
 tarif unique 176
 tarification 176
 paramétrage 98

locale 43

localhost 36

log 100

voir aussi journal

logiciel libre 6

logo 77, 213

M

magasin 80
 multilingue 81
 vue 81, 82
 Magentix 10
 Magento
 communauté 10

Community Edition 8, 40
en français 51
Entreprise Edition 8
répertoires 260
téléchargement 40
Magento Connect 10, 51, 250, 254
mandat 180
message 74
cadeau 97
métadonnées 110, 133
migration depuis osCommerce 307
mode
de livraison 175
de paiement 177
modèle 228
construction 275
déclaration 277
modération des commentaires 192
module 9
French Language Pack 51
installation 51
supplémentaire 250
Voir aussi extension 261
mot-clé 67, 110, 193
moteur de recherche 195
robots 212
MVC (Modèle-Vue-Contrôleur) 228, 330
MySQL 25, 33, 273, 330
création de la base 42

N
navigateur 311
navigation 62
paramétrage 95
newsletter 197
désinscription 199
envoi 200
 gabarit 199
 inscriptions 198
nom de domaine 15, 22
notation 190
nuage 194
 de tags 67

O
OBC (banque) 301
open source 6
osCommerce 7
 fixed migration tool 307
OSL (Open Software License) 6, 9, 253
Owebia Shipping 2 252, 304

P
page 108, 216
d'accueil 60
de contact 89
HTML 311
pied de page 213
statique 108
titre 211
paiement 177
échec 98
en ligne 301
choix de la solution 12
sécurité 1
modes 177
par bon 180
par carte bancaire 177
par carte enregistrée 179
par chèque 180
par mandat 180
par virement 180
panier 62
paramétrage 98
promotions 152
paquet 216, 218
création 296
PayPal 12, 98, 178
PDF 97
bordereau d'expédition 184
facture 182
remboursement 186
Pear (PHP Extension and Application Repository) 260
PHP (PHP: Hypertext Preprocessor) 7, 28, 327
classes 232
configuration 32, 36
conventions 262
extensions à activer pour l'installation 32
 gabarits 231
PhpMyAdmin 26, 42, 273
pied de page 213
 changement de couleur 240
plan de site 90
 Google 93
planning 14
plug-in 9
Postfix 100
PrestaShop 8
prix 132
 de base 132
de revient 133
par palier 133
spécial 132
production 14
produit 129
ajout 54
apparenté 136
attributs 122
avis 190
catégories 54, 118
classe de taxe 170
comparaison 68
configurable 139
duplication 139
fiche 129
groupé 142
image 92, 134
inventaire 134
options personnalisables 137
packagé 144
prix 132
promotion 149
recherche 60
taxe 170
téléchargeable 146
type 124, 129, 138
virtuel 149
projet 10
coûts 17
équipe 12
planification 16
planning prévisionnel 14
promotion 12, 149
catalogue 149
du site 189
panier 152
protection des données personnelles 95
Prototype 25

R
rapport 201
recherche
 analyse 195
attributs 124, 197
dans l'interface d'administration 77
dans le catalogue 92
de produits 60
édition 196
interne 195
moteur 195
suggestion de termes 195

redirection 16
réduction, bons 152
réécriture d'URL 87
référencement 12, 15
 balise métarobots 212
 balises métas 110
 fil d'Ariane 62
 Google Website Optimizer 99
 paramétrage optimisé 92
 réécriture d'URL 156
 techniques 157
register 15
règle
 de promotion 149, 152
 de taxes 172
Relax NG 337
remboursement 186
répertoire 39
 d'installation 38, 41
 de Magento 260
 de traduction 223
 des thèmes 215
 extensions 266
requête, schéma 28
RFC (Request For Comment) 39
rôle 103
 paquet 298
RSS (flux) 94
 activation 94

S

Script.aculo.us 25, 55, 323
sécurité
 HTTPS 21, 87
 services web 206
Sendmail 100
serveur 14, 22, 32
 à domicile 34
 installer et tester 35, 36
 hébergement 33
 localhost 36
 matériel 34
service web 23, 203
 sécurité 206
 WS-* 205
 XML-RPC 204
session 45
 cookie 88
SGDBR (système de gestion de base de données relationnelle) 25
skin 216

voir aussi thème
SKU (Stock-Keeping Unit) 131
slogan 213
SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) 100
snippet 110
Soap 24
sondage 88, 113
SPPLUS Extension 302
SQL (Structured Query Language) 26, 331
SSL (Secure Socket Layer) 21
statique 216
 bloc 111
 page 108
stock 135
surcharge 217, 235
système
 configuration 100
 de gestion de contenu 7
voir aussi CMS

T

table (MySQL)
 création 273
 installation 274
tableau de bord
 administrateur 73
 client 95
 des commandes 187
tâche
 cron 48, 49
 planifiée 48, 49
tag 67, 193
 nuage 194
taux de change 164
taxe 133, 169
 affichage 174
 client 170
 produit 170
 règles 172
 zones 171
téléchargement d'une extension 254
template 216, 228
 voir aussi gabarit
thème 216
 application 217, 218
 création 215
 extensions 304
 réertoires 215
 téléchargement 221

textes 224
title 211
titre de la page 211
TLS (Transport Layer Security) 21
traduction 51, 224, 284
 en ligne 101
 extensions 271
 fichiers 225
 réertoires 223
tunnel 97
TVA (taxe sur la valeur ajoutée) 169
taux et zones 171

U

UGS (unité de gestion des stocks) 131
unité de gestion des stocks 131
URL (Uniform Resource Locator) 20, 315
 clé 119
 d'administration
 clés de chiffrement 99
 personnalisée 99
 optimisation pour le
 référencement 156
 paramétrage 87
 réécriture/rewriting 87, 158
User-Agent 220
utilisabilité 13
utilisateur
 compte 66, 72, 103
 gestion 105

V

Varien 9
vente 161
 croisée 136
 déroulement, paramétrage 96
 incitative 136
 intermédiaires 178
 tunnel 97
Ventes (menu)
 configuration 96
version 41
 d'une extension 297
virement 180
VirtueMart 7
vue
 magasin 81, 82
 MVC 228

W

W3C (World Wide Web Consortium) 24
Web 20

adresse 20
options de configuration 87
services 23
standardisation 24
Webservice 164
widget 225
wishlist 67
WS-* (Web Services) 23, 205
WSDL (Web Services Description Language) 205

Wysiwyg (éditeur) 109
X
XHTML (eXtensible Hypertext Markup Language) 311
Voir aussi HTML 24
XML (eXtensible Markup Language) 30, 335
XML Schema 337
XML-RPC 23, 204

XPath 337
XSL (eXtensible Stylesheet Language) 337

Y
YAML (YAML Ain't Markup Language) 335

Z
Zend Framework 29, 329