

02

Sites informatifs

Les sites «grilles» sont la forme favorite des sites orientés pour le contenu car ils permettent une navigation aisée et hiérarchisent les informations pour qu'elles soient le plus lisible possible.

UN SITE STATIQUE GARDE LA MÊME APPARENCE TOUT AU LONG DE LA NAVIGATION. SI LA GRILLE DE BASE PEUT CHANGER, ELLE RESTE FONDÉE SUR LES MÊMES PRINCIPES.

UX MAGAZINE

ARTICLES ▾ EVENTS ▾ RESOURCES ▾ UX JOBS ▾ UX MAGAZINE ▾

UX MAGAZINE FEATURED

Better Use of Paper in UX Design User Experience

How to properly use paper-based prototyping techniques to communicate rapidly and effectively. What makes an interface **KARIN THIELEN** understand cognitive load and cognitive barriers to ease user experiences.

NO. 799 – MARCH 08, 2012 – JORDAN JULIEN

1 2 3 4 5

FOCUS ON: PROTOTYPING

GET UX MAGAZINE

Subscribe via email 6736 fans 24944 readers 34577 followers

UX Jobs Board

Exciting opportunities from some of the best UX employers, including:

AOL	General Electric
Expedia	EffectiveUI
Lucasfilm	AT&T Interactive
Microsoft	Amazon
Garmin	Clearleft
Adaptive Path	Massive Health

www.uxjobs.com

TOPICS ON UX MAGAZINE

Web 2.0(35)	Gaming(23)
Operating Systems(7)	Adobe(15)
Strategy(101)	iPhone(35)

PYRAMYD FORMATION PYRAMYD EDITIONS ÉTAPES INTERNATIONAL ÉTAPES ETUDIANTS CREBOOK EMPLOI DESIGN DESIGN IN EUROPE ARTDESIGN

étapes: design et culture visuelle

AGENDA ACTUS MAGAZINE ABONNEMENTS EMPLOI CONTACT

APP MOBILES : IPAD - IPHONE SUIVRE ÉTAPES : [Facebook](#) [Twitter](#) [RSS](#) [Email](#) Rechercher sur étapes :

HOME

ISRAEL LIVRE TYPOGRAPHIE LA HAGGADA AUX MAINS D'ODED EZER

Le bestiaire en papier de Sipho Mabona

Teapée time !

"Good Books" mais surtout belle animation

Manipulations typographiques en un tour de main

feedback

LE MAGAZINE

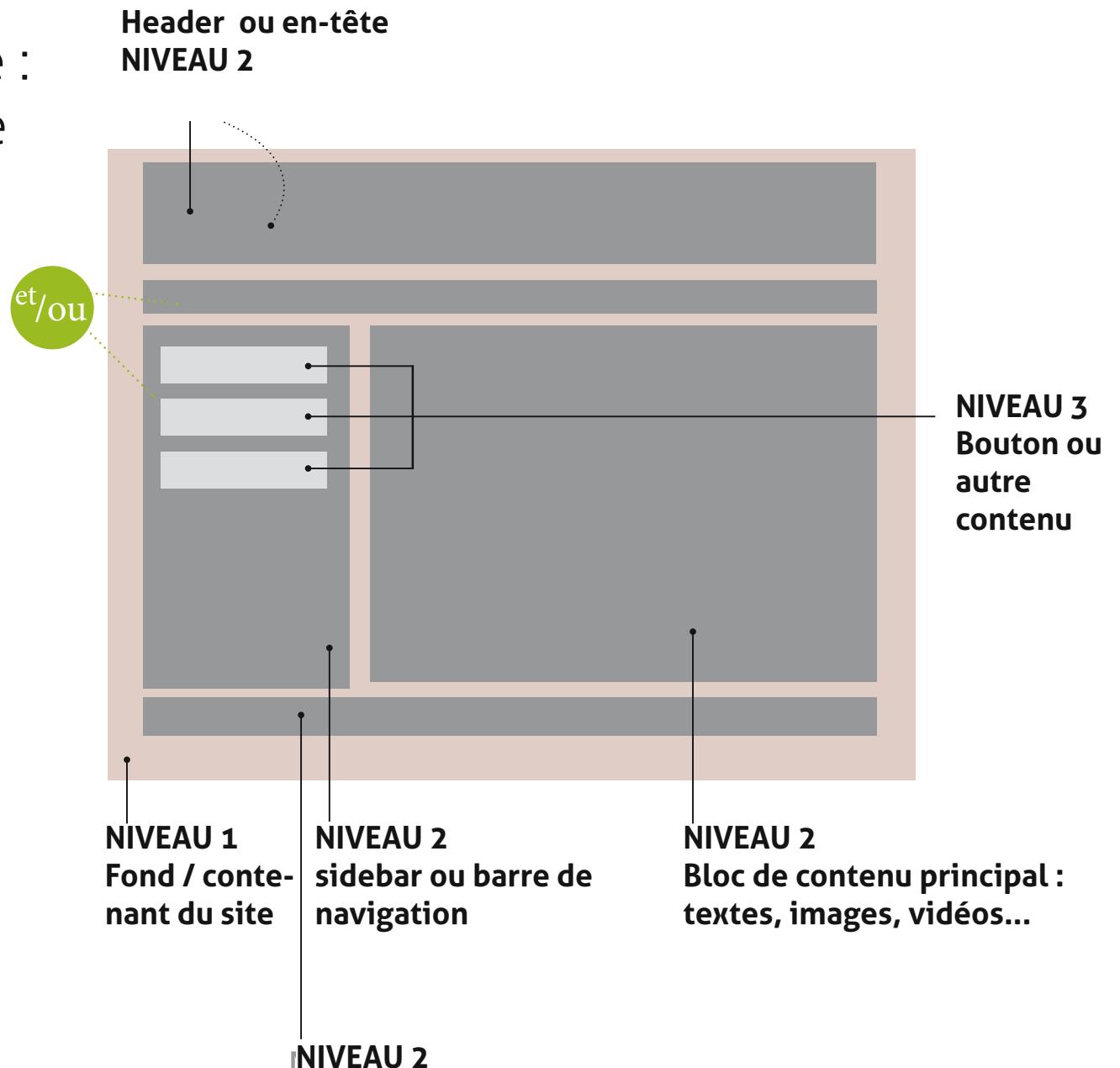
ÉTAPES: 202

Un numéro tout en variété et en découvertes qui soulève les questions de méthodologies du design avec Cox & Grusenmeyer, l'art du portrait selon Audrey Corrigan. Anagrama allie élégance et originalité au service de la marque. Pam et Jenny témoigne de sa schizophrénie et signe la couverture du magazine avec un perfecto « perfectly imperfect ». Capturant le mouvement, les illustrations de Hivass Hannibal font bon mariage avec l'univers musical. Studio Will révèle sa passion pour la grille et les techniques de fabrication. Le studio Cobbenhagen Hendriksen met la typographie au centre de

SANS ENGAGEMENT

01

La structure visuelle du site :
le schéma de base d'un site
dit «orthogonal»

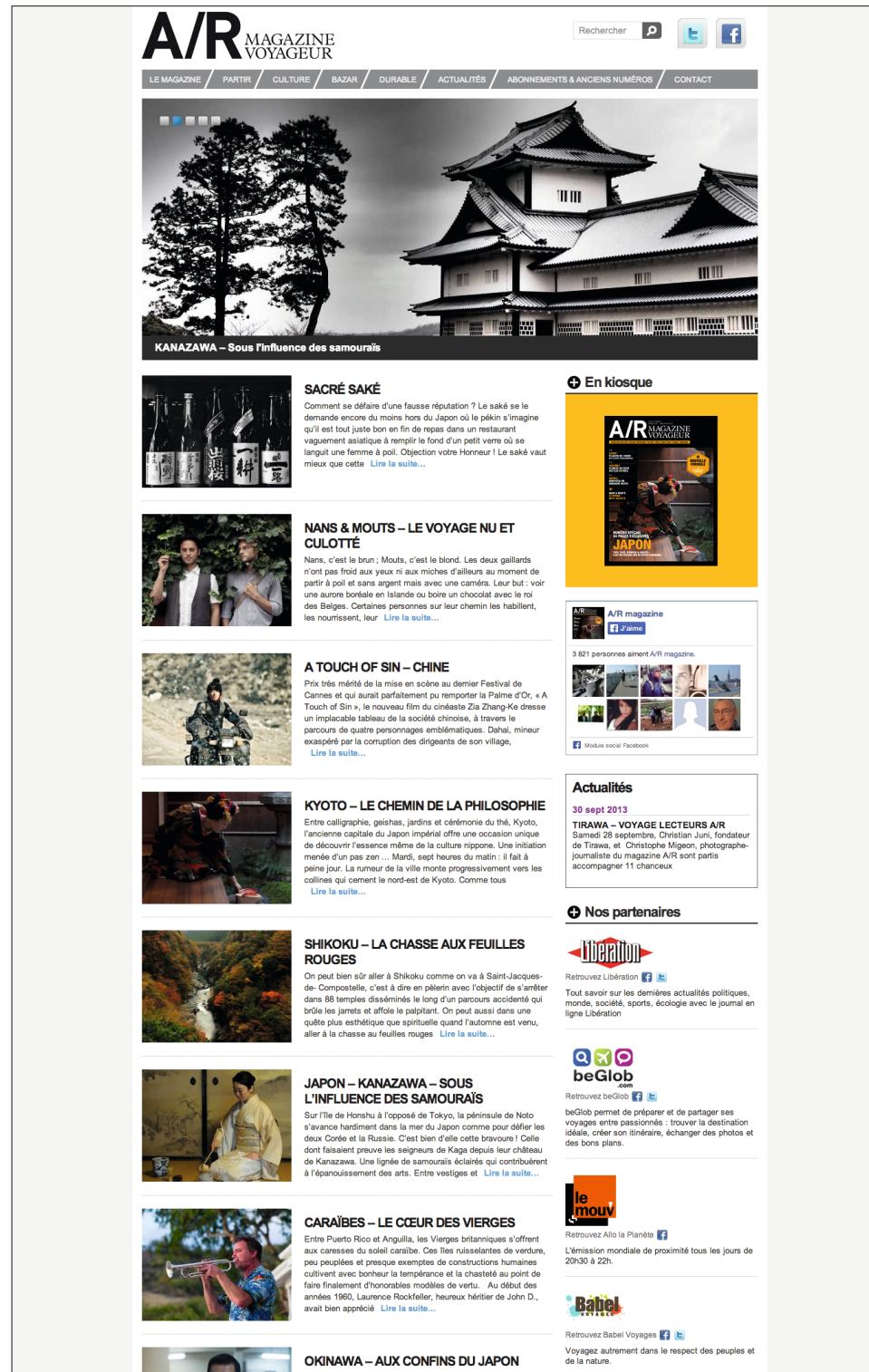


02

A/R MAGAZINE VOYAGEUR www.ar-mag.fr

A/R MAGAZINE VOYAGEUR

LE MAGASINE PARTIR CULTURE BAZAR DURABLE ACTUALITÉS ABONNEMENTS & ANCIENS NUMÉROS CONTACT



KANAZAWA – Sous l'influence des samouraïs

SACRÉ SAKÉ

Comment se défaire d'une fausse réputation ? Le saké se le demande encore du moins hors du Japon où le pétin s'imagine qu'il est tout juste bon en fin de repas dans un restaurant vaguement asiatique à remplir le fond d'un petit verre où se languit une femme à poil. Objection votre Honneur ! Le saké vaut mieux que cette [Lire la suite...](#)

NANS & MOUTS – LE VOYAGE NU ET CULOTTÉ

Nans, c'est le brun ; Mouts, c'est le blond. Les deux gaillards n'ont pas froid aux yeux ni aux miches d'ailleurs au moment de partir à poil et sans argent mais avec une caméra. Leur but : voir une aurore boréale en Islande ou boire un chocolat avec le roi des Belges. Certaines personnes sur leur chemin les habillent, les nourrissent, leur [Lire la suite...](#)

A TOUCH OF SIN – CHINE

Prix très mérité de la mise en scène au dernier Festival de Cannes et qui aurait parfaitement pu remporter la Palme d'Or, « A Touch of Sin », le nouveau film du cinéaste Zia Zhang-Ke dresse un impitacable tableau de la société chinoise, à travers le parcours de quatre personnages émouvants. Dahai, mineur expatrié par la corruption des dirigeants de son village, [Lire la suite...](#)

KYOTO – LE CHEMIN DE LA PHILOSOPHIE

Entre calligraphie, geishas, jardins et cérémonie du thé, Kyoto, l'ancienne capitale du Japon impérial offre une occasion unique de découvrir l'essence même de la culture nipponne. Une initiation ménée d'un pas zen... Mardi, sept heures du matin : il fait à peine jour. La rumeur de la ville monte progressivement vers les collines qui cernent le nord-est de Kyoto. Comme tous [Lire la suite...](#)

SHIKOKU – LA CHASSE AUX FEUILLES ROUGES

On peut bien sûr aller à Shikoku comme on va à Saint-Jacques-de-Compostelle, c'est à dire en pèlerin avec l'objectif de s'arrêter dans 88 temples disséminés le long d'un parcours accidenté qui brûle les jarrets et affole le palpitant. On peut aussi dans une quote plus esthétique que spirituelle quand l'automne est venu, aller à la chasse aux feuilles rouges. [Lire la suite...](#)

JAPON – KANAZAWA – SOUS L'INFLUENCE DES SAMOURAÏS

Sur l'île de Honshu à l'opposé de Tokyo, la péninsule de Noto s'avance hardiment dans la mer du Japon comme pour défier les deux Corée et la Russie. C'est bien d'elle cette bravoure ! Celle dont faisaient preuve les seigneurs de Kaga depuis leur château de Kanazawa. Une lignée de samouraïs éclairés qui contribueront à l'épanouissement des arts. Entre vestiges et [Lire la suite...](#)

CARAÏBES – LE COEUR DES VIERGES

Entre Puerto Rico et Anguilla, les Vierges britanniques s'offrent aux caresses du soleil caribéen. Ces îles ruisseantes de verdure, peu peuplées et presque exemptes de constructions humaines cultive avec bonheur la tempérance et la chasteté au point de faire floraison d'horonores modèles de vertu. Au début des années 1960, Laurence Rockefeller, heureux héritier de John D., avait bien apprécié [Lire la suite...](#)

OKINAWA – AUX CONFINS DU JAPON

Retrouvez Allo la Planète [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

Retrouvez Babel Voyages [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

Voyager autrement dans le respect des peuples et de la nature.

+ En kiosque



A/R MAGAZINE VOYAGEUR

JAPON

3 821 personnes aiment A/R magazine.

Module social Facebook

Actualités

30 sept 2013

TIRAWA – VOYAGE LECTEURS A/R

Samedi 28 septembre, Christian Juni, fondateur de Tirawa, et Christophe Migeon, photographe-journaliste du magazine A/R sont partis accompagner 11 chanceux

+ Nos partenaires

Liberation

Retrouvez Libération [Facebook](#) [Twitter](#)

Tout savoir sur les dernières actualités politiques, monde, société, sports, écologie avec le journal en ligne Libération

beGlob

Retrouvez beGlob [Facebook](#) [Twitter](#)

beGlob aide à préparer et de partager ses voyages entre passionnés : trouver la destination finale, créer son itinéraire, échanger des photos et des bons plans.

le mouv

Retrouvez Allo la Planète [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

L'émission mondiale de proximité tous les jours de 20h30 à 22h.

Babel

Retrouvez Babel Voyages [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

Voyager autrement dans le respect des peuples et de la nature.

02

VIVRE PARIS

www.vivreparis.fr

[Anciens numéros](#) [Abonnement](#)

[MAGAZINE](#) [LES BONS DE VIVRE PARIS](#)

Vivre Paris #17 : L'excellence parisienne
by VIVRE PARIS on déc 14, 2013 - 11 h 52 mn

2 commentaires

Vivre Paris #17 est disponible en kiosque !

Désirable.

Paris se mérite. Depuis le XVIII^e siècle, la Ville Lumière cultive sa réputation de Capitale du Luxe. Les marques de prestige y couvrent leurs plus beaux écrins comme une adresse nécessaire à leur rayonnement. Une carte de visite en or massif. L'incontournable avenue Montaigne, temple de la mode ainsi que l'élégante Place Vendôme, boudoir de la haute joaillerie et de la bijouterie. Un lieu de rêve. La rue et le faubourg Saint-Honoré sont en effet, quand les 5 étoiles et palaces quadrillent la cité. Le boulevard Saint-Germain est devenu le rendez-vous du design de haute voltige et c'est au tour du Palais Royal et du Marais, d'être les nouveaux chuchous des grandes maisons. Paris est toujours aussi prisée.

Le « achat à Paris », c'est l'assurance d'une valeur ajoutée d'un savoir-faire inégalé, d'un artisanat protégé, d'un raffinement obligé. Reprévué, recherché, il est un label d'excellence. Et comme le disait Zino Davidoff : « La qualité n'est pas un luxe », mais un gage de plaisir assumé. Des maisons telles que Chanel, Louis Vuitton, Hermès veillent donc à entretenir les plus anciens métiers d'art en prenant sous leur coupe les talents, les matières, en préservant les connaissances pour les faire perdurer et ainsi offrir le meilleur de l'artisanat français.

Mais le véritable luxe ne se cachera-t-il pas juste sous nos yeux. Simple, discret, quotidien, presque banal mais surtout accessible, loin de ces sommeuses vitrines faites des plus nobles matières. Inconscients de la chance qui est à faire, celle d'évoluer dans une des plus belles villes du monde, de jour d'un patrimoine, d'une culture et d'une gastronomie sans pareil. Paris a convaincu, si désire, si aimé. Regardez ce qui vous entoure... Si vive à Paris peut être un luxe, vive Paris, est notre luxe.

Julien Pérègne.
Rédacteur en chef.

Available on the iPad
[App Store](#)

ANDROID APP ON
[Google play](#)

Partenaires

alloresto, partenaire de Vivre Paris, vous propose un large choix de repas livrés directement chez vous !

Nicolas

URBANIA

Aussi sur...

RSS Feed Twitter followers

Facebook Vivre Paris

Liens

Be a Londoner o Centre des Musées Nationaux o Festival Paris Cinéma o Le Nouveau Paris o Les acteurs du Paris durable o Mairie de Paris o My Little Paris o Office de Tourisme et des Congrès de Paris o Paris by night o Paris Story o Réunion des Musées Nationaux – Grand Palais o

© 2010-2011 Vivre Paris. Tous droits réservés.
Propulsé par WordPress.

Design : WPSHOWER & anti

02

À NOUS PARIS

www.anous.fr

The screenshot shows the homepage of the ANOUS website. At the top, there's a large image of a woman wearing a hat and a pink banner with the text "C'est Beau la Vie! COLLECTION PRINTEMPS - ETE 2014". Below this, the main content area has a pink grid background. On the left, there's a sidebar with sections like "VOUS ÊTES À ?" (Paris), "SAVE THE DATE", "CINÉ-FIL", "NOS ESSENTIELS", "A NOUS RESTOS", "CASE CHANCE", "FACEBOOK", and "OÙ NOUS TROUVER ?". The main content area features several sections: "FAITES VOTRE CHOIX" (with a button to "Tous"), "EXPO" (showing a photo of three people in lab coats), "Hôte de marque" (about Yves Saint Laurent), "JARDIN" (showing a roller coaster), and "Tout le monde dehors !". At the bottom, there are links for "PRESSE" and "PUBLICITÉ". The footer contains the address "A Nous paris | 23, rue de Châteaudun - 75308 Paris Cedex 09", email "✉ | Tél : 01 75 55 10 00", and page information "Page 1 sur 3".

02

MÉTROPOLITIQUES

www.metropolitiques.eu

Accueil

Qui sommes-nous | Équipe | Soumettre un article | Contact | Plan du site | Rechercher

COMMENTAIRES

ESSAIS Pour des villes d'une autre nature
Paris gâtifié : les élites sont-elles à l'aise ?
20 décembre 2013, par Coline Grimaud

Essai en 2013, l'ouvrage d'Anne Cervel consacré à la gentrification de Paris a fait grand bruit.

En fondant sur une rélecture historique des enjeux de la coopération intercommunale et de la

Aix-Marseille-Provence : accroissement d'une métropole dans la douleur
18 décembre 2013, par Nicolas Dufour

En fondant sur une rélecture historique des enjeux de la

GRAND ANGLE DOSSIERS

Villes moyennes

1 décembre 2013, par Jean-Dominique Belotti

Métropolitiques déploie la focale vers les villes moyennes, qui jouent encore un rôle structurant pour le territoire français et notamment pour l'espace rural. Dotées de capacités d'adaptation non négligeables aux dynamiques complexes et contrastées qui les traversent, ces villes d'interface constituent un objet stimulant pour la recherche urbaine, elle-même susceptible de renouveler les expertises mobilisées par ***. Lire la suite

ESSAIS L'agriculture en ville : un projet urbain comme un autre

25 novembre 2013, par François Delaloye-Fauquier & Nicolas Renahy

Mais que la métropole occidentale se révèle en villes vertes et durables, diverses et équilibrées, l'affirment des acteurs locaux. C'est en particulier ce cas de l'agriculture urbaine, qui ***

COMMENTAIRES Les discriminations ethniques dans le logement social

13 décembre 2013, par François Bonnet

Le débat sur l'égalité entre les citoyens et l'égalisation du critère ethnique dans les attributions de logements sociaux à Marseille et à Birmingham en Angleterre. Elle propose une lecture fine des ***

ESSAIS Ce qu'un urbaniste apprend à la théâtre

11 décembre 2013, par Thibault Joret

À propos de trois pièces de théâtre urbain participatif, créées avec des habitants de la périphérie de Bagnolet et mises en scène par Sébastien Schouren. Thibault Lecourt nous livre une ***

ESSAIS Le tourisme dans les villes moyennes : vers des politiques coordonnées

14 décembre 2013, par Marie Delaplace

Le tourisme peut-il être une opportunité de développement pour les villes moyennes ? Après avoir analysé les moteurs et les enjeux des touristes touristiques dans ces villes, Marie Delaplace apporte une ***

ESSAIS Que deviennent pour les établissements universitaires de ville moyenne ?

6 décembre 2013, par François Taiebie

Il est temps que le politique autorise une fermeture et un aménagement durable de Béziers bat son plein, le témoignage d'un enseignant-rechercheur du centre universitaire d'Aix rappelle les conditions ***

ESSAIS Nevers-Créteil : chronique d'un dialogue entre une ville moyenne et un laboratoire de recherche

4 décembre 2013, par Régis Bertrand & Jean-Claude Tardieu

Alors que les responsables des villes moyennes sont confrontés à des choix stratégiques importants, le témoignage d'un enseignant-rechercheur du centre universitaire d'Aix rappelle la collaboration au long ***

ESSAIS La Marche pour l'égalité et contre le racisme : le « Mal 68 des immigrés » ?

2 décembre 2013, par Muriel Cohen

Le débat sur la Marche pour l'égalité et contre le racisme revient sur la mobilisation passée à la postérité comme la « Marche des Beurs » et sa postérité aux Minguettes. Proposant une approche fine du rôle des contextes ***

ESSAIS L'aménagement de l'emplacement de

<div data-bbox="550 2810 690 2820" data-label

03

LA STRUCTURE DU SITE

03

Les fonctionnalités l'essentiel

Barre de menu (1)

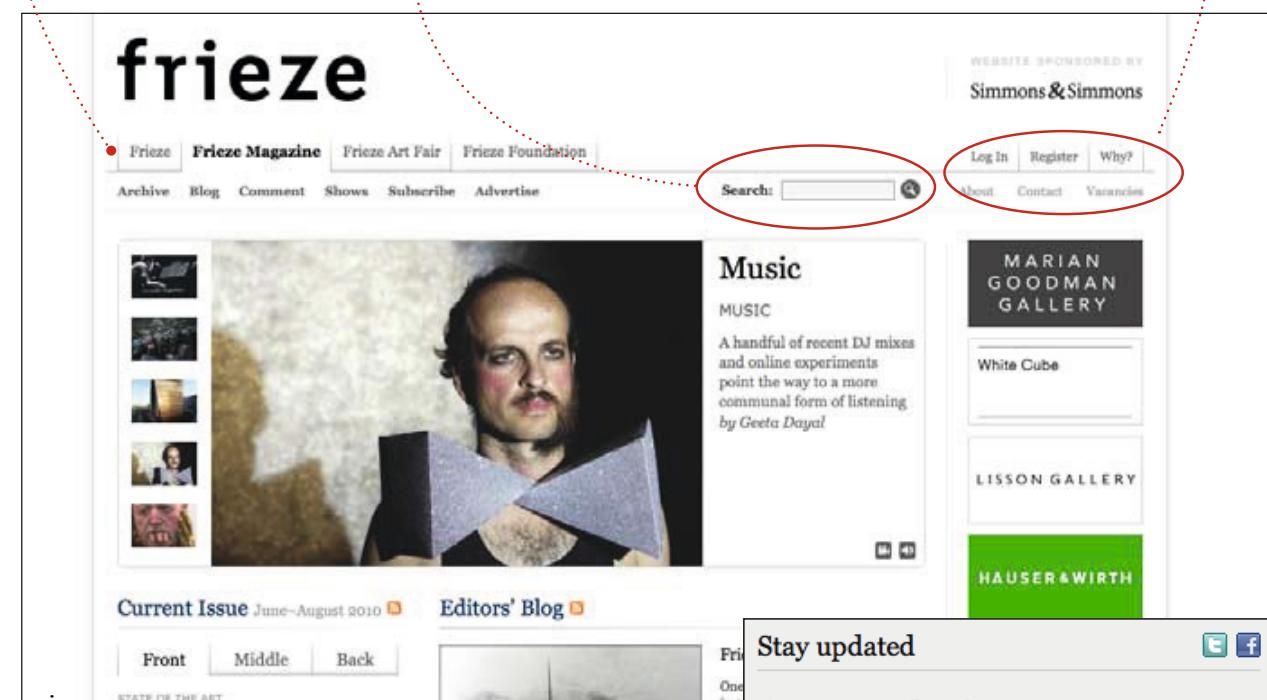
Très souvent, elle est thématique et concerne directement le contenu du site. La barre est ici interactive, et déplie son contenu grâce à un système d'onglets

Barre de menu (2)

contient les catégories standard d'une barre de menus : section à propos, contact, Log In...

barre de recherche :

doit être située en évidence.
Essentiel pour les sites à fort contenu éditorial.



Bas de page (footer)

comporte des informations de Copyright et d'autorat, comme un journal



Site by Erskine Design | Back to Top

Frieze 81 Rivington Street, London EC2A 3AY, UK, +44 (0) 20 3372 6111

Stay updated



Sign up to our email newsletter

Name:

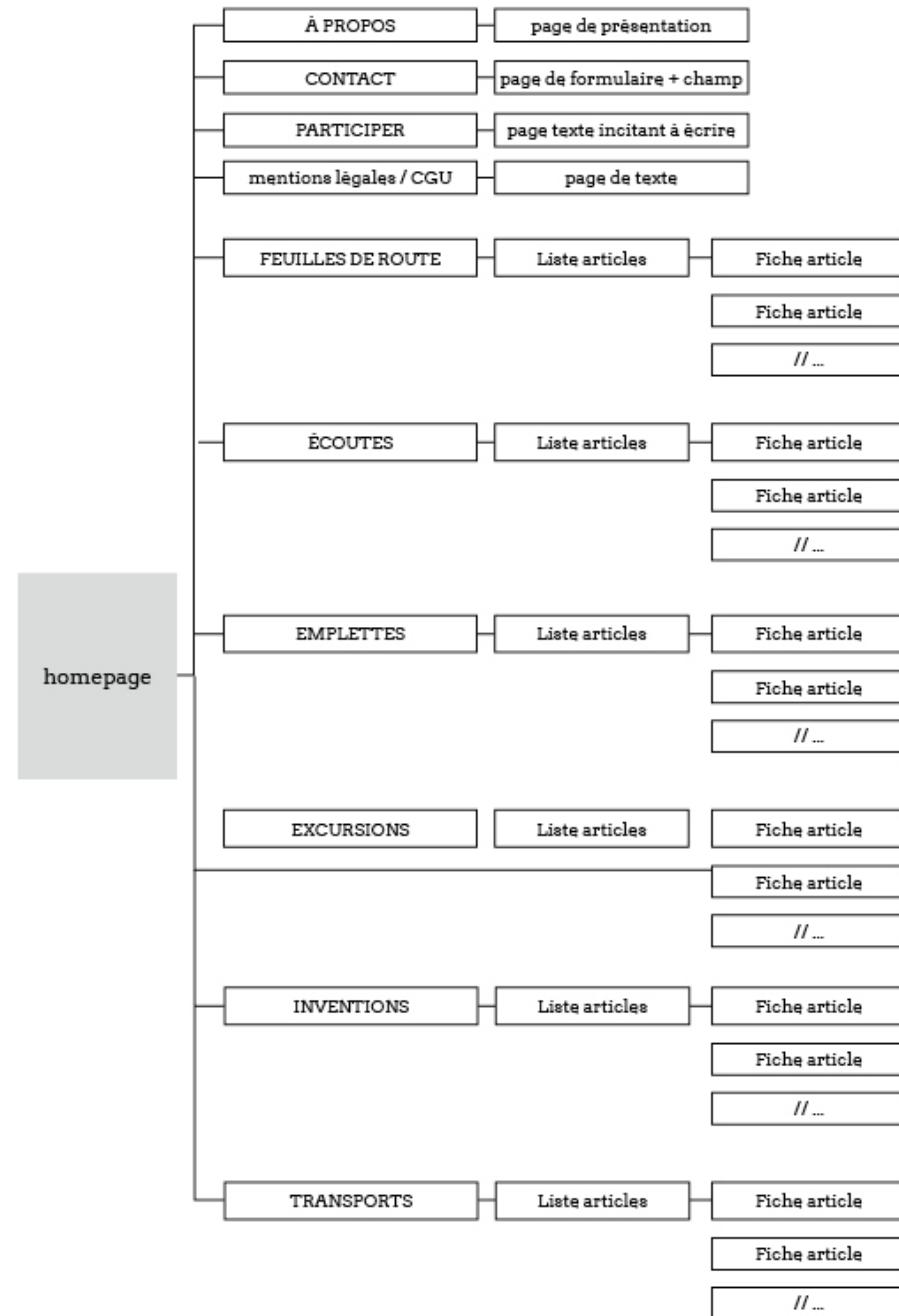
Email:

SIGN UP

Un site doit toujours rappeler qu'il existe : **les liens RSS, vers les réseaux sociaux, et une éventuelle newsletter, qui doivent être rassemblées et mis en évidence.**

03

Le principe d'arborescence



04

CHARTE GRAPHIQUE POUR LE WEB

04

La charte graphique

Un document synthétique

La charte graphique est un document qui définit l'ensemble des règles graphiques et typographiques à respecter lors de l'utilisation et/ou la déclinaison du site web. Elle reprend synthétiquement les concepts créatifs, les indications de mise en forme du contenu, et des directives pour la mise en page et les choix iconographiques.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logo

Même si l'utilisation du logo dans l'interface semble aller de soi, il faut expliquer comment le design permet d'installer une continuité visuelle dans le site, en assignant un traitement spécifique au logo (blanc tournant, format, ...)

- Expliquer son positionnement dans la page
- Indiquer sa dimension, ses déclinaisons si elles existent
- Indiquer le positionnement de la baseline (ou «promesse» du site), les déclinaisons possibles

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype

1 - logotype de la FMSH



Le logotype ne peut en aucun cas être modifié.
Il est utilisé tel quel sur tous les supports de communication.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype

arte
CORPORATE DESIGN - PRINT
CHARTE GRAPHIQUE

LOGO ET LIGNES

VARIANTES DE LA PRÉSENTATION

arte
POSITIF.

POUR LES IMPRESSIONS/SUPPORTS EN COULEUR, LE LOGO D'ARTE EST REPRODUIT SEULEMENT EN POSITIF (ORANGE D'ARTE) ET EN BLANC. POUR LA COMPOSITION EXACTE DES COULEURS, SE REPORTER À LA PAGE 7.

arte
ZONE DE PROTECTION:
LE LOGO ARTE PEUT ÊTRE DISPOSÉ LIBREMENT EN RESPECTANT LA ZONE DE PROTECTION.
L'ESPACE MINIMUM EST REPRÉSENTÉ PAR LA HAUTEUR ET LA LARGEUR (FÔT DU « R »).
EXCEPTIONS : SI LA HAUTEUR/LARGEUR DE LA ZONE DE PROTECTION EST RESTREINTE, L'ESPACE MINIMUM PEUT ÊTRE REDUIT À LA MOITIE DU FÔT DU « R ».

arte
ZONE DE PROTECTION

arte
LIGNES:
ESPACE MINIMAL PAR RAPPORT AU LOGO EN FONCTION DE LA PRÉSENTATION EN HAUT.
LE RECOURS AUX LIGNES N'EST PAS OBLIGATOIRE.
SI LE LOGO ARTE EST UTILISÉ SANS TEXTE, IL NE FAUT PAS DE LIGNE.

arte NO
arte NO
arte NO
arte NO
arte NO

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype



Inclinaison à -4°
-4° Winkel

1.03 LE LOGO ARTE DAS ARTE-LOGO

ARTE CHARTE GRAPHIQUE – GRAFIKRICHTLINIEN 2008

11

Lorsque le logo ARTE est placé dans un environnement graphique, il est systématiquement incliné à -4°. En d'autres termes, dès lors que le logo figure dans une composition graphique comportant ne serait-ce qu'un élément ayant une inclinaison à -4°, il est lui-même incliné.

Ce principe s'applique à l'ensemble de la papeterie de l'entreprise, y compris la communication interne.

Wenn das ARTE-Logo sich in seinem Designkontext befindet wird es immer um -4° geneigt.

Das heißt, sobald sich das ARTE-Logo in seinem grafischen Umfeld befindet – wenn auch nur ein grafisches Element im -4° Winkel vorliegt – wird es geneigt.

Das betrifft die gesamte Geschäftsausstattung, sowie die firmeninterne Kommunikation.

arte

ARTE G.E.I.E., 4 quai du Chanoine Winterer
CS 20035, 67080 Strasbourg Cedex
Tel +33 3 88 14 22 22, Fax +33 3 88 14 22 00
Postfach 1980, 77679 Kehl, www.arte.tv

Exemple de papeterie d'entreprise / Beispiel Geschäftsausstattung

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype



THE 104 MANUAL FIRST EDITION

005

02. Logo system

We are now slowly moving towards the more practical part of the manual. But before we start explaining exactly how the logo system should be used, we first want to explain the idea behind it.

The logo of 104 is basically a set of three symbols: a line, a circle and a triangle. We think of these forms as elemental building blocks, as early-industrial shapes. It's very abstract and very recognizable at the same time. The geometric shapes refer to the blocky SMPF logo that used to hang at the entrance of the building of the 'Service Municipal des Pompes Funèbres', the present location of 104. But more importantly, the triangle that we use in the 104 logo strongly resembles an échafaudage as seen from the side (sideways).

We see the line, circle and triangle quite literally as a building blocks of the sign system. It is a set of instructions for moving in space, an abstract map for the flâneur. The line stands for "Follow the line", the circle stands for "You are here", and the triangle is an arrow, pointing you in a specific direction: "Go there". As you see, all the basic elements of a sign system can be found in the 104 logo itself.

The logo system of 104 exists of twelve different logos (see illustrations 27–38).

First, there are the four 'number-logos': the logos that only show the number 104. The four versions of this logo are Light, Medium, Bold and Extrabold. Secondly, there are the four 'word-logos': the logos that show the full phrase 'Le 104 Cent Quatre'. As with the number-logo, there are four version of the word-logo: Light, Medium, Bold and Extrabold.

Then, there are four special word-logos. These so-called 'Paris-logos' contain not only the phrase 'Le 104 Cent Quatre', but also the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris'. These logos also come in four versions: Light, Medium, Bold and Extrabold.

All four versions (Light, Medium, Bold, Extrabold) of the logo can be used. The idea behind this is that the logo will be never fixed, that the viewer will always be confronted with another version of the logo. In other words, it is perfectly acceptable that a person will first receive an invitation carrying a Medium logo, and a few weeks later an invitation carrying a Light logo.

This 'unstableness' is to underline the idea of the 'work-in-progress', to let the logo travel from Light to Extrabold, and back again.

However, there are more strict rules when it comes to the usage of the 'word-logo' versus the 'number-logo'. In general, we suggest the following: The number-logo can be used, if the phrase 'Cent Quatre', and the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris', are already mentioned elsewhere in the text.

An example of this can be seen in the letterhead (see chapter 04, illustration 43): here is a situation where the number-logo is used, because the other information is already mentioned in the text on the right.

The word-logo has to be used when the phrase 'Cent Quatre', and the sentence 'Établissement Artistique de la Ville de Paris', are not mentioned anywhere else. For example, when the logo is used completely isolated, without any other text. In that case, the word-logo has to be used.



LE
104
CENT
QUATRE

LE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS



LE
104
CENT
QUATRE

LE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS



LE
104
CENT
QUATRE

LE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS



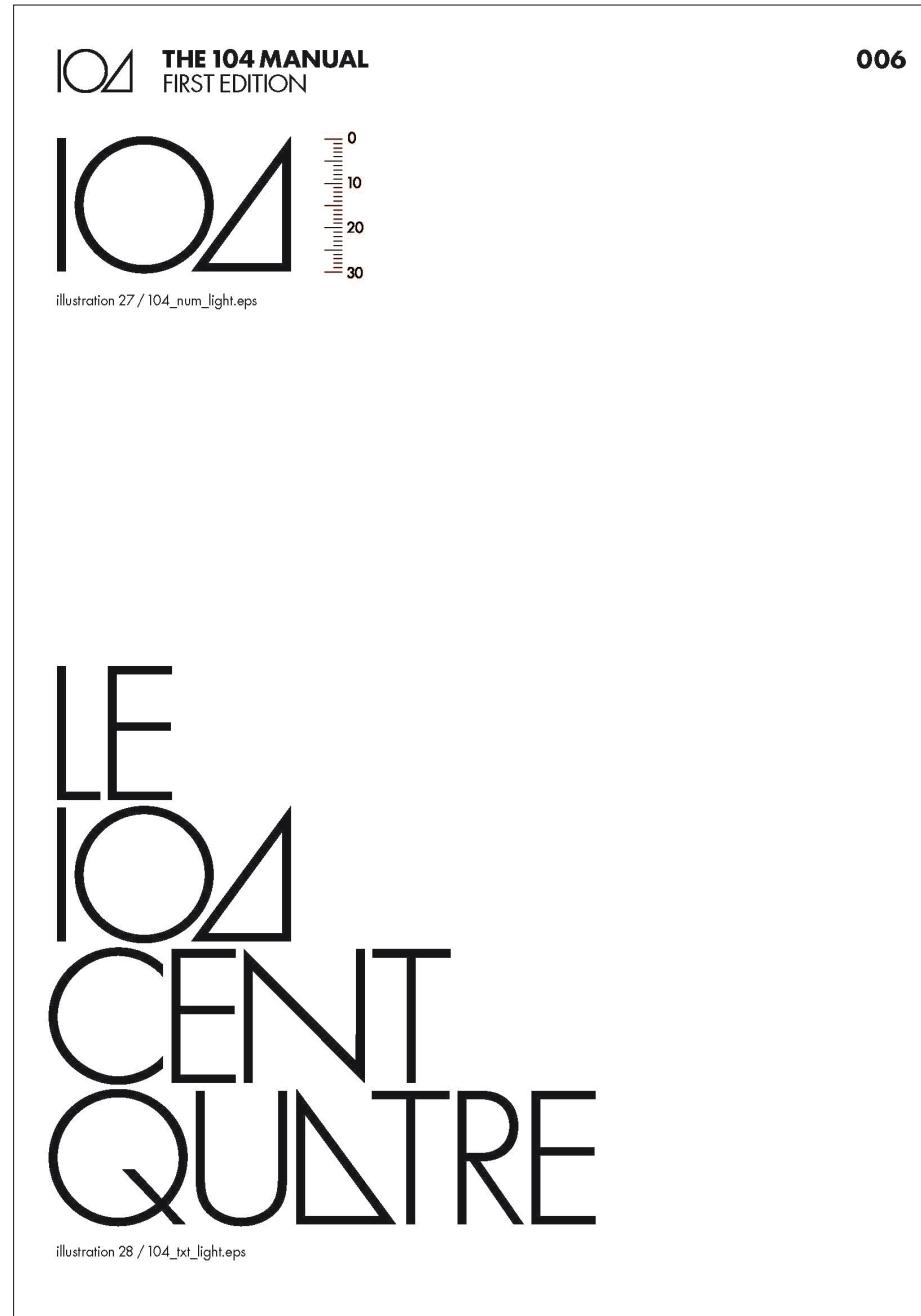
LE
104
CENT
QUATRE

LE
104
CENT
QUATRE
ÉTABLISSEMENT ARTISTIQUE
DE LA VILLE DE PARIS

illustrations 27–38

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype



1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logotype



1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les couleurs

Synthétiser les règles chromatiques

En utilisant, par exemple, un tableau, pour donner en un seul coup d'oeil les repères nécessaires à la création de nouvelles pages chartées. S'il existe un code couleur spécifique par rubrique, il faudra alors préciser les accords chromatiques à envisager, et éventuellement ceux à proscrire. Il faut légendier les couleurs pouvant être utilisées en **dominantes**, en **complémentaire**, en **tonique**, et éventuellement préciser leur **fonction** (structurer, contraster, etc.)

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les couleurs

2 - logotype / couleurs



% C0 M85 J40 N0
WEB # E7 42 67

% C45 M10 J100 N0
WEB # A4 B7 00

% C50 M30 J0 N50
WEB # 51 5F 81

% C5 M35 J100 N0
WEB # F1 B7 00

% C85 M20 J40 N40
WEB # 09 92 98

Il est recommandé d'utiliser les couleurs du logotype figurant ci-dessus pour tous les documents institutionnels.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les couleurs

**1.05 CARTOUCHE – PALETTE DE COULEURS
DAS ARTE-LOGO-PODEST – FARBPALETTE**
ARTE CHARTE GRAPHIQUE – GRAFIKRICHTLINIEN 2008

24

Couleurs principales

Le cartouche tire toute sa force de son dégradé de couleurs franches et vitaminées. Les couleurs de base du dégradé doivent donc être des couleurs pures. Cela permet de créer un univers chromatique lumineux et homogène pour chacun des cartouches.

Cette palette de couleurs peut être utilisée sans le logo ARTE.

	«Tequila Sunrise» c=15, m=100, y=100, k=0 c=0, m=65, y=100, k=0
	«Purple» c=40, m=100, y=0, k=0 c=80, m=100, y=0, k=0
	«Azure» c=100, m=0, y=0, k=0 c=100, m=100, y=0, k=0

Hauptfarben

Das Podest lebt von seinem klaren, intensiven und frischen Farbverlauf. Die Ausgangsfarben innerhalb eines Verlaufs sind dementsprechend rein gewählt. So entsteht eine strahlende und homogene Farbstimmung für jedes einzelne Podest.

Diese Farbpalette kann auch ohne ARTE-Logo eingesetzt werden.

	«Emerald» c=100, m=0, y=45, k=0 c=100, m=0, y=100, k=0
	«Lime» c=40, m=0, y=100, k=0 c=0, m=0, y=100, k=0
	«Sunflower» c=0, m=0, y=100, k=0 c=0, m=65, y=100, k=0

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les couleurs

1.05 COULEURS ADDITIONNELLES ERWEITERTE FARBPALETTE

ARTE CHARTE GRAPHIQUE – GRAFIKRICHTLINIEN 2008

Couleurs additionnelles

Elles complètent la palette chromatique initiale de six combinaisons supplémentaires.
Cas particulier : les couleurs «Fuchsia» et «Orange Juice» ne sont généralement pas associées au logo ARTE mais peuvent être intégrées à la composition, cf. «1.10 Exemples».



«Dawn»
c=0, m=100, y=100, k=0
c=80, m=100, y=0, k=0



«Night»
c=100, m=100, y=0, k=0
c=100, m=0, y=0, k=0



«Ocean»
c=100, m=0, y=45, k=0
c=100, m=100, y=0, k=0



«Grass»
c=100, m=0, y=100, k=0
c=40, m=0, y=100, k=0



«Fuchsia»
c=0, m=100, y=0, k=0
c=15, m=100, y=100, k=0



«Orange Juice»
c=0, m=65, y=100, k=0
c=0, m=0, y=100, k=0

Zusatzfarben

Die zusätzliche Farbpalette erweitert das Spektrum der Hauptfarben um weitere sechs Farbkombinationen.
Sonderfall: Die beiden Farben «Fuchsia» und «Orange Juice» werden generell nicht mit dem ARTE-Logo verwendet, können aber als Gestaltungselement eingesetzt werden, wie in «1.10 Beispiele» beschrieben.

SONDERFALL: Einsatz ohne ARTE-Logo

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les variantes

3 - logotype / variantes



Pantone 5405 EC

50 %

Noir 100 %

60 %

Le logotype est en quadrichromie.
Dans certains cas (impression en ton direct) on utilise alors le logotype en
Pantone 5404EC ou Noir.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les variantes

4 - logotype / variantes

Logotype



Logotype abrégé



Logotype abrégé en blanc



Le logotype est utilisé dans la majorité des cas dans sa forme " complète ".
Exceptionnellement, on utilise sa forme " abrégée ", éventuellement en blanc
dans le cas d'un support particulièrement chargé en couleurs.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les variantes

5



POUR LES IMPRESSIONS/SUPPORTS EN NOIR & BLANC NÉGATIF (TOUJOURS BLANC) POSITIF ET NÉGATIF SUR IMAGE



LES LIGNES PEUVENT SERVIR À SÉPARER ET À METTRE EN ÉVIDENCE DES PAVÉS DE TEXTE EN DESSOUS DU LOGO ARTE.
LA LIGNE OCCupe DE L'ESPACE, MAIS ELLE PART TOUJOURS DE LA BORDURE DROITE OU GAUCHE DU LOGO ARTE.

L'ÉPAISSEUR DE LA LIGNE SE SITUE TOUJOURS DANS LES VALEURS « FINE ».
VALEUR APPROXIMATIVE :
5 POINTS POUR UN LOGO DE HAUTEUR 0,5 CM
1,5 POINT POUR UN LOGO DE HAUTEUR 1,5 CM



1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les placements
et zones
d'exclusion

5 - logotype / zones d'exclusions



Zones d'exclusions non respectées

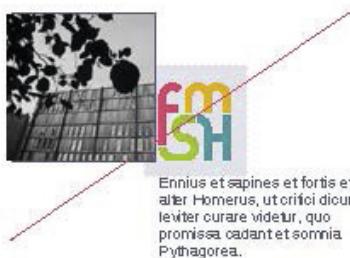


Ennius et sapines et fortis et
alter Homerus, ut critici dicunt,
leviter curare videtur, quo
promissa cadant et somnia
Pythagorea.

Zones d'exclusions respectées



Ennius et sapines et fortis et
alter Homerus, ut critici dicunt,
leviter curare videtur, quo
promissa cadant et somnia
Pythagorea.



Ennius et sapines et fortis et
alter Homerus, ut critici dicunt,
leviter curare videtur, quo
promissa cadant et somnia
Pythagorea.



Ennius et sapines et fortis et
alter Homerus, ut critici dicunt,
leviter curare videtur, quo
promissa cadant et somnia
Pythagorea.

Le logotype est utilisé sur fond blanc. Il a une zone de protection, un blanc tournant, égal à la hauteur des lettres montantes de « fondation maison des sciences de l'homme » (comme le f) ; ce blanc est équivalent à la moitié de la hauteur du M de FMSH.

Les éléments avoisinants n'entrent pas dans cette zone.
On laisse au minimum cet espace de respiration.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

L'utilisation

6 -logotype / utilisation



Le logotype est utilisé sur fond blanc.
Quand il est utilisé sur un fond coloré ou sur une photo, on le traite dans un cartouche blanc en quadri, en ton direct ou en blanc dans sa forme abrégée, selon le cas.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

La typographie

L'emploi de la typographie

Police de caractères, graisse, corps, lissage, couleurs en RVB et en hexadécimale...

Ces indications permettront de mettre en place une feuille de style parfaitement cohérente et de donner les indications nécessaires pour appliquer les styles sur chaque niveau de titre.

Il peut être intéressant, dans un souci d'exhaustivité de la charte, de fournir en complément des indications concernants les règles d'affichages lors du survol de la souris (rollover) sur les textes comportant des liens hypertextes.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

La typographie



7 - univers typographique

The Sans Light Plain
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456780

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456780

La typographie choisie pour le logotype est The Sans Light Plain. Pour accompagner cette typographie, on utilise l'Arial, disponible sur tous les ordinateurs, par défaut.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

La typographie

1.06 TYPOGRAPHIE – EN GENERAL TYPOGRAFIE – ALLGEMEIN

ARTE CHARTE GRAPHIQUE – GRAFIKRICHTLINIEN 2008

27

La typographie du logo ARTE est « Helvetica Neue », dans toutes ses variantes. L'«Helvetica Neue» est utilisée sur tous les supports de communication externe.

Pour toute correspondance comme pour les notes internes, il convient d'employer l'« Arial ».

Helvetica Neue 25 Ultra Light
Helvetica Neue 35 Thin
Helvetica Neue 45 Light
Helvetica Neue 55 Roman
Helvetica Neue 65 Medium
Helvetica Neue 75 Bold
Helvetica Neue 85 Heavy
Helvetica Neue 95 Black

Die ARTE-CI-Schrift ist die «Helvetica Neue» mit all ihren Schriftschnitten. Die «Helvetica Neue» kommt in allen Printanwendungen der Außenkommunikation zum Einsatz.

Für Korrespondenz und interne Mitteilungen ist die Arial die gängige Schriftart.

HELVETICA NEUE 25 ULTRA LIGHT
HELVETICA NEUE 35 THIN
HELVETICA NEUE 45 LIGHT
HELVETICA NEUE 55 ROMAN
HELVETICA NEUE 65 MEDIUM
HELVETICA NEUE 75 BOLD
HELVETICA NEUE 85 HEAVY
HELVETICA NEUE 95 BLACK

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

L'interface du site

12 - site Internet



Le site internet de la FMSH est optimisé pour des écrans 1024. Les couleurs ont été adaptées pour qu'il soit compatible avec une norme pour les malvoyants, qui exige des contrastes très prononcés. Sur la page d'accueil, 5 photos de 190 pixels de côté sont traitées en bichromie. Chaque rubrique a sa couleur dominante, utilisée pour les titres et comme «signe» dans la page (mise en exergue de certaines parties, liens particuliers).

Le texte courant est traité en noir. Les barres d'outils sont en gris-bleu (couleur utilisée pour le nom : fondation maison des sciences de l'homme) avec du texte blanc et des «puces-signes» noires pour le bas de page.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

L'interface du site



1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les boutons

Principe d'utilisation : Tous les boutons proposés et disponibles sur le site internet sont des aides à la navigation. Ils peuvent être rangés par catégories et par fonctions.

- **Les boutons d'actions** sont toujours situés à la fin d'un formulaire. Ils permettent de valider des actions, de passer d'une étape à une autre. Graphiquement, ils sont facilement identifiables par leurs formes très différentes des autres.
- **Les boutons d'aide à la navigation** permettent de naviguer à l'intérieur d'un document. Les boutons « complément d'information » n'apparaissent que sur la home ou sur les homes rubriques. Il permet d'accéder à l'intégralité d'une rubrique.
- **Les boutons « didactiques »** servent à guider l'internaute. On s'assure ainsi qu'il ne pourra pas sauter d'étapes...

Les filets

On indique les dimensions, les couleurs, le positionnement et les cas où il faut y recourir.

Les aplats

On indique les dimensions, les couleurs, les règles d'utilisation.

1. DÉTAILLER LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

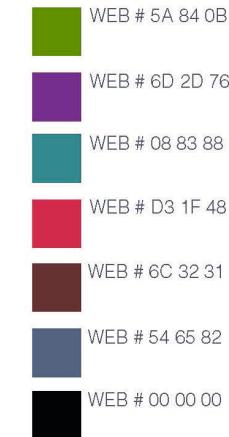
Les boutons



01 PRÉSENTER L'UNIVERS GRAPHIQUE

L'interface
du site :
la gamme
chromatique

13 - site Internet / couleurs



Les rapports de couleurs répondent au Label Accessiweb qui certifie l'accessibilité des sites web.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

Cette étape de description doit être la plus représentative possible des différents gabarits pour permettre à l'utilisateur de la charte graphique, souvent l'intégrateur HTML ou le développeur, d'appréhender de manière précise la logique structurelle qui régit le site. Il faut l'illustrer avec force captures d'écran, abondamment commentées, et sur lesquelles on disposera des repères pour mettre en évidence les différentes zones et marges.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

Les zones éditoriales

Une capture d'écran avec des commentaires et des zones matérialisées de façon claire permettront d'identifier la façon dont se décomposent les principaux gabarits.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

Les côtes / les marges

L'intégrité de la structure des pages est en jeu, c'est pourquoi il faut proposer des écrans qui décrivent précisément et de manière exhaustive comment sont ordonnancées les zones et la façon dont elles “respirent”, c'est à dire comment le blanc typographique tourne.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

Les niveaux hiérarchiques

Il s'agit de mettre en évidence la construction hiérarchique de chaque gabarit structurant, c'est à dire de distinguer dans une page les niveaux de lecture et d'accès à l'information.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'emplacement des éléments

Les boutons, les flèches... autant d'éléments à positionner de manière rigoureuse pour respecter une logique homogène.

2. COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

Le principe de navigation

Prévoir de détailler les interactions liées au survol de la souris, notamment les roll-overs sur les textes (graisse, couleur, soulignement) et les images.

02 COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

14 - site Internet / tailles



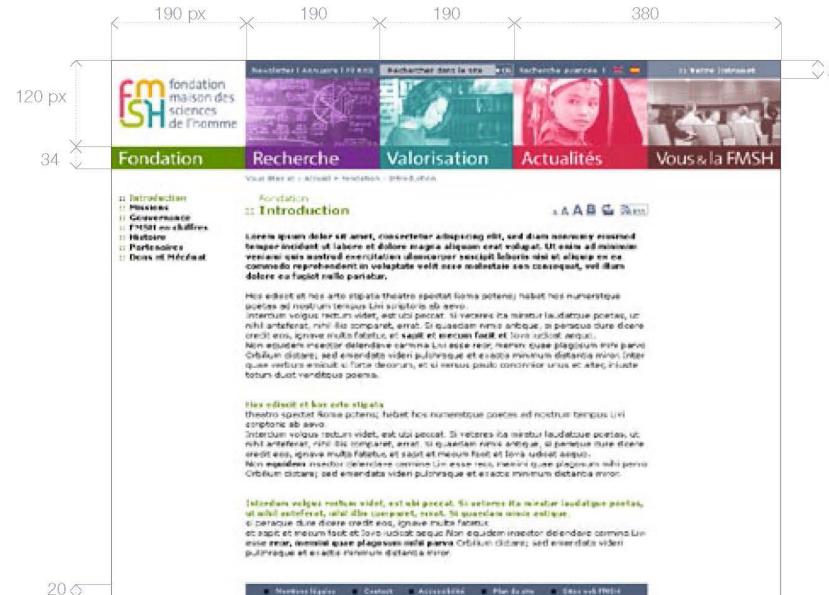
Voici les principales mesures de la structure de la page d'accueil du site.
Celui-ci est optimisé pour des écrans 1024.
Les titres principaux traités en images utilisent la police The sans, tous les
textes traités en html sont en arial.

02

COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

15 - site Internet / tailles



Structure d'une page courante.

02 COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

L'Oréal Finance V6

Charte webdesign

3. Structure des gabarits



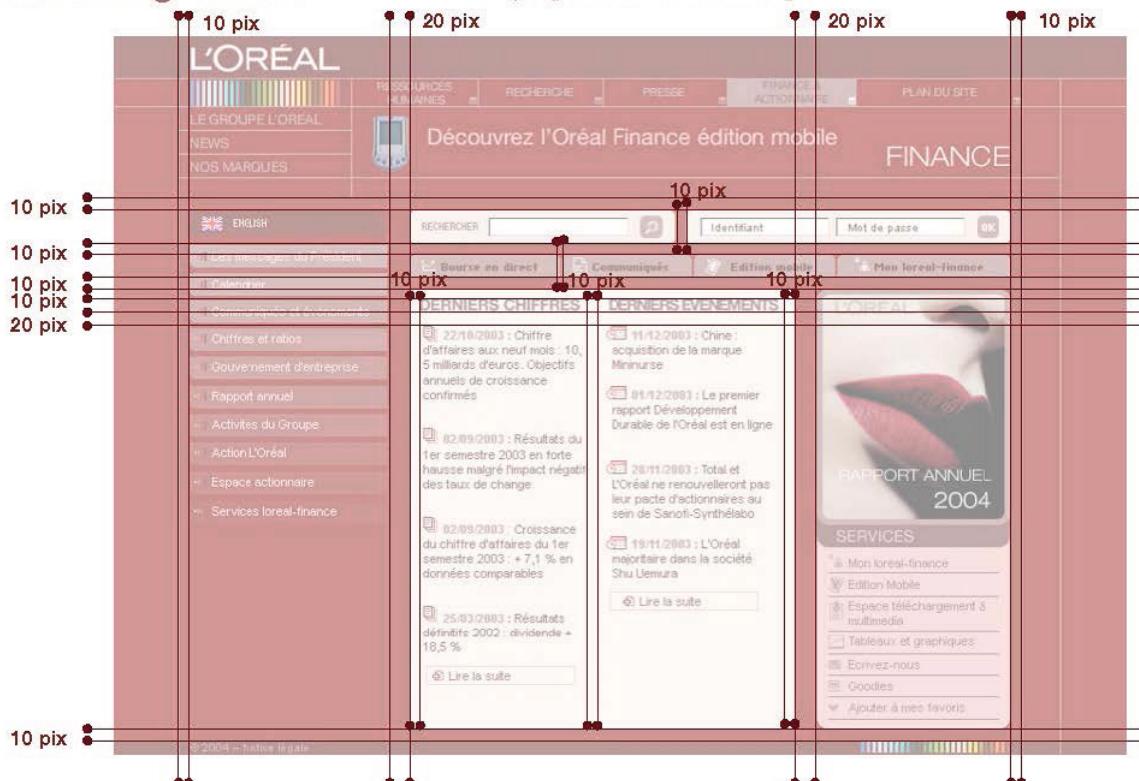
02 COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

L'Oréal Finance V6

Charte webdesign

3. Structure des gabarits



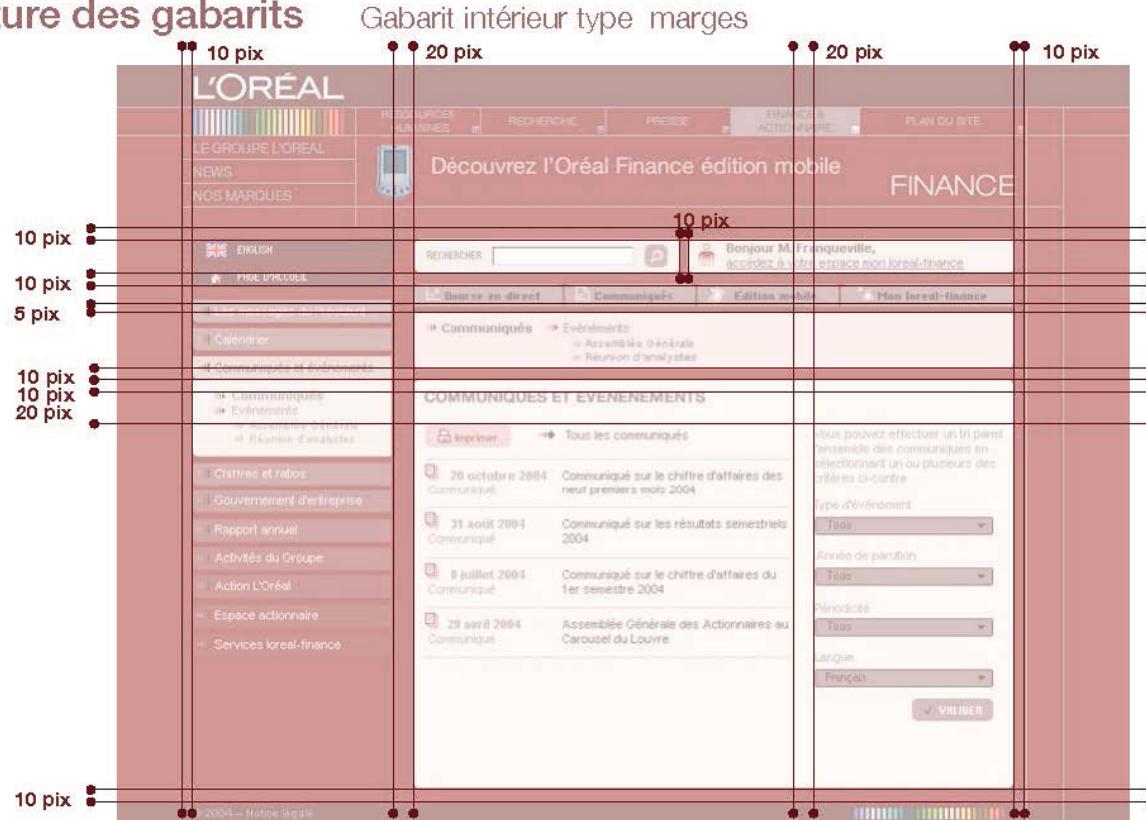
02 COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

L'Oréal Finance V6

Charte webdesign

3. Structure des gabarits



02 COMMENTER LA STRUCTURE DES PAGES

L'interface
du site :
les tailles des
gabarits
(côtes en px)

L'Oréal Finance V6

Charte webdesign

3. Structure des gabarits

Gabarit formulaire côtes et marges

The diagram illustrates the structure of a form template (Gabarit formulaire) for L'Oréal Finance V6. It features a grid layout with various input fields and dropdown menus. Margins and column widths are indicated by numerical values in pixels (px).

Grid Layout:

- Top Row:** A header section labeled "Vos coordonnées".
- Second Row:** A section for "Civilité" (Title) with three radio button options: "Mlle", "Madame", and "Monsieur".
- Third Row:** A series of input fields for "Nom*", "Prénom*", "E-mail*", "Adresse", "Ville", and "Code postal".
- Fourth Row:** A dropdown menu for "Tranche d'âge" (Age group) with options like "19-24 ans".
- Fifth Row:** A dropdown menu for "Actionnaire".

Margins and Column Widths:

- Left Margin:** 24 px (top), 29 px (bottom).
- Right Margin:** 10 px (top), 10 px (bottom).
- Inner Column Widths:** 193 px (between the first two rows) and 318 px (between the third and fourth rows).

04

LES ÉTAPES DE LA CONCEPTION

Voir l'étude de cas en ligne :

<http://www.iafactory.fr/iafactory/etude-de-cas-architecture-information/cas-architecture-information-liberation.html>

04

ANALYSER LES FONCTIONNALITÉS

> Homepage

Header

- logo, signature
- zone de recherche
- un menu d'accès aux 4 rubriques
- un menu secondaire : retour accueil / à propos / contact / english ciper (en évidence)

Articles

- un article à la une
- une série de derniers articles pour chaque article : rubrique / titre / sous-titre / chapeau / auteur / date / nb réactions .
- une liste des derniers commentaires
- articles les plus lus/commentés « Raccourcis » (chroniques plus co
- un lien vers la rubrique
- une liste des 5 dernières chroniques (titre)

Suivi

- abonnez-vous à la newsletter
 - rss / twitter / fb
- Espace publicitaire (rectangle moyen ou skyscraper)

Footer

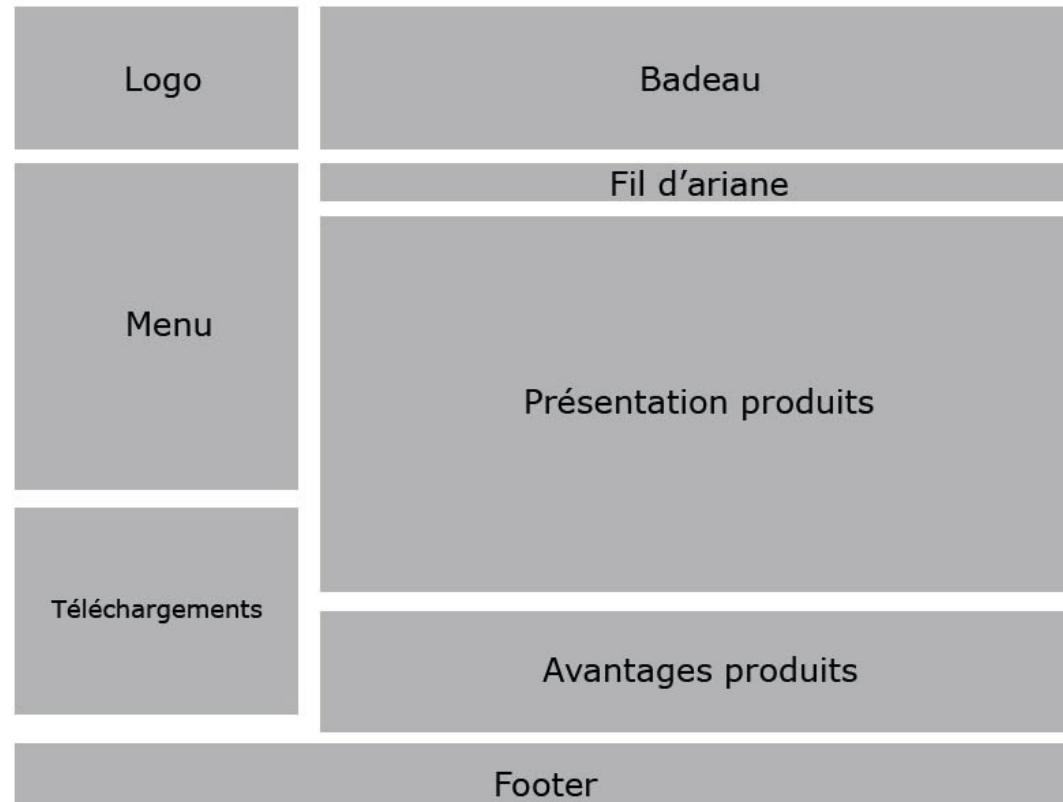
- un footer avec différents menus :
à propos / contact / mentions légales 4 rubriques suivez-nous : twit

04

ZONING : L'ORGANISATION VISUELLE DE LA PAGE

Les éléments du zoning à afficher :

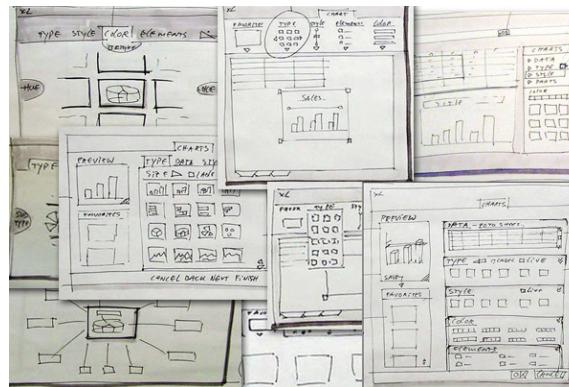
- > l'identité du site : logo, baseline
- > les espaces de navigation
- > les espaces de contenus
- > les outils et la navigation générique
- > les espaces publicitaires



04

WIREFRAMES

- > Placer les visuels
- > définir la typographie
- > Définir les différents niveaux hiérarchiques de textes : courant (pavés de texte), encarts, listes, titres et sous-titres



Envoimoinscher.com
Signature à définir

Suivi de vos envois | Aide | Contact | Espace client | Créer un compte | Rechercher | OK

Faire un envoi | Première visite ? | Conseils pratiques | Boutique emballage | Qui sommes-nous ? | Le blog | En savoir plus

Avec Envoimoinscher.com, trouvez le meilleur prix pour vos envois, quels qu'ils soient. Comparez instantanément nos tarifs exclusifs négociés avec les transporteurs (phrase démo à affiner ensemble).

①. Votre envoi

Choisissez votre type d'envoi

Pli Colis Encombrant Palette 2 roues motorisé

Indiquez le contenu de votre envoi : Livres

Nombre de colis à envoyer : 1

Poids : 0 Kg Dimensions : Longueur : cm Largeur : cm Hauteur : cm Ajouter un colis

Adresse de départ (?) : France métropolitaine Commencez par le code postal ou la ville : Code postal et ville

Adresse d'arrivée (?) : France métropolitaine Commencez par le code postal ou la ville : Code postal et ville

Adresse : Personnelle Professionnelle

Date d'enlèvement souhaitée : Choisissez le jour de l'enlèvement : 8/08/2010 Recevez le comparatif : Votre email

Rechercher la meilleure offre

②. Votre comparatif d'offres

③. Votre commande

④. Paiement

⑤. Confirmation de commande

Les dernières recherches sur Envoimoinscher.com

Envoi colis Marseille	Envoi colis Marseille	Envoi colis Marseille
Envoi pli New York	Envoi pli New York	Envoi pli New York
Envoi colis 25kg Bordeaux / Lyon	Envoi colis 25kg Bordeaux / Lyon	Envoi colis 25kg Bordeaux / Lyon
Envoi encombrant 50kg Paris Lille	Envoi encombrant 50kg Paris Lille	Envoi encombrant 50kg Paris Lille

En quelques secondes, accédez aux tarifs d'une vingtaine de transporteurs pour envoyer moins cher votre colis, pli, encombrant ou palette. Parmi les transporteurs présents sur Envoimoinscher.com : UPS, FedEx, Chronopost, TNT, Seman, Schenker Toyau, Sodexi, Bringer, Guinel.

Bénéficiez de réductions pouvant aller jusqu'à 50% sur les tarifs publics, en fonction de votre envoi. La marche à suivre pour expédier votre envoi est très simple, quatre étapes suffisent.

Envoimoinscher.com
Signature à définir

Ottenir un devis Comment ça marche ?
Commander un envoi Qui est Envoimoinscher.com ?
Boutique emballage Conseil 1
Retourner un produit Conseil 2
Derniers envois effectués Tous les conseils pratiques
Tous les conseils pratiques Nos clients témoignent
Le blog Les médias parlent de nous

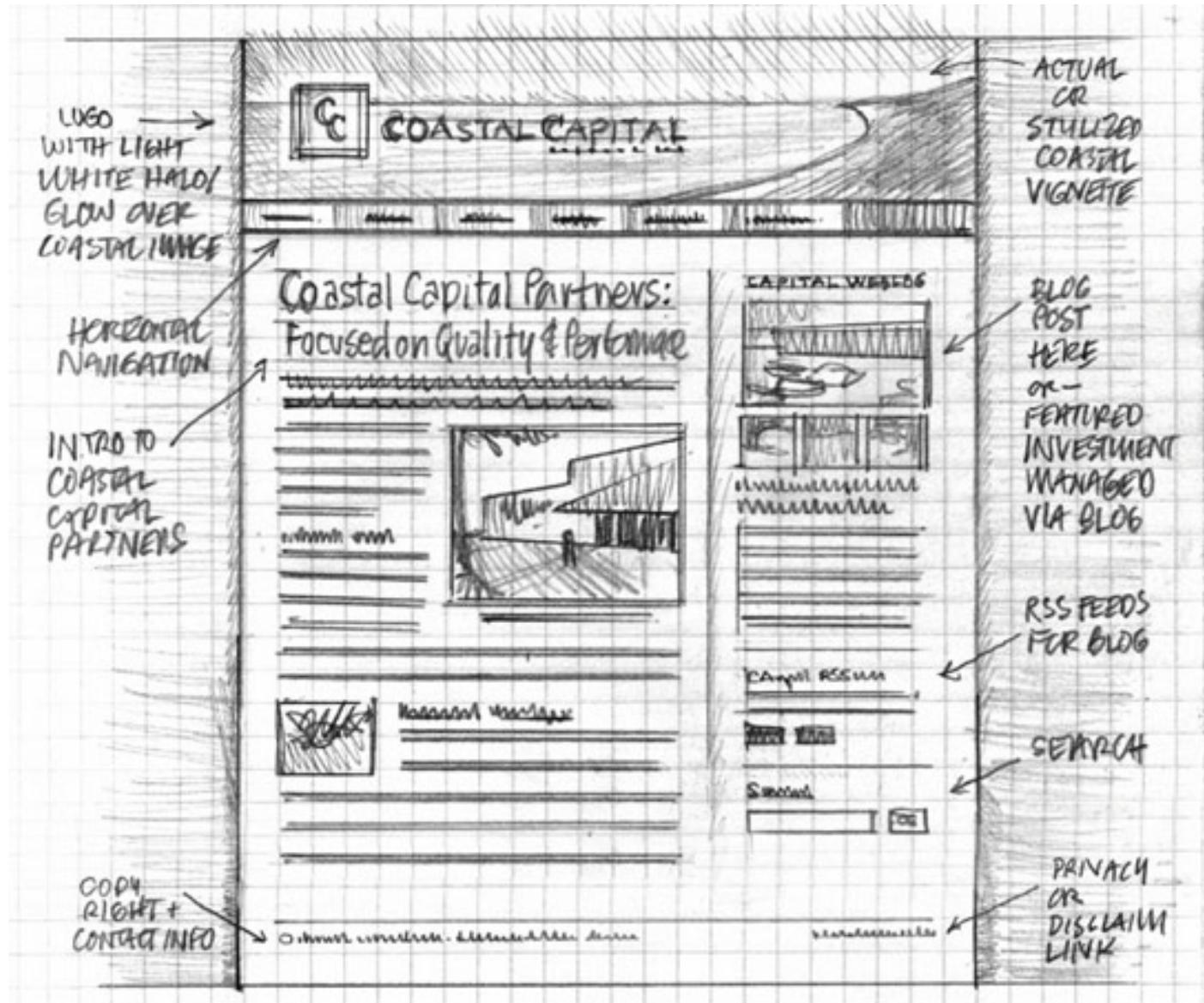
E-commerce Partenaires
Professionnels Développeurs
Partenaires Boxtail SAS
Développeurs Envoimoinscher.com recrute

Chèques acceptés | Partenaire | Paiement Sécurisé | Visa | CB | Mc | Paypal | Chèques acceptés | Partenaire

Conditions Générales de Vente et d'Utilisation | Confidentialité | Charte Qualité | Mentions légales | Copyright 2007-2010 Envoimoinscher.com tous droits réservés | Crédits

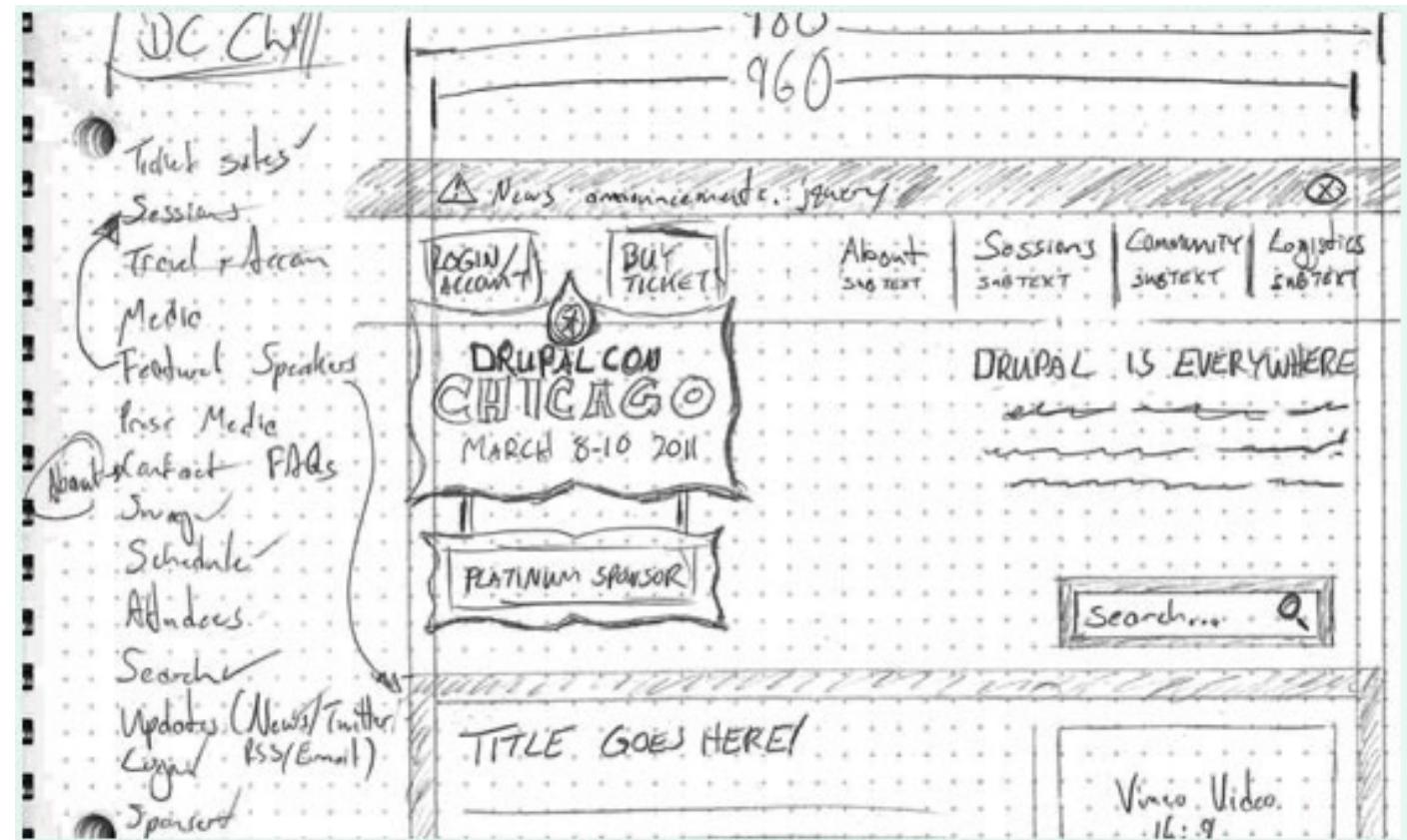
04

Wireframe



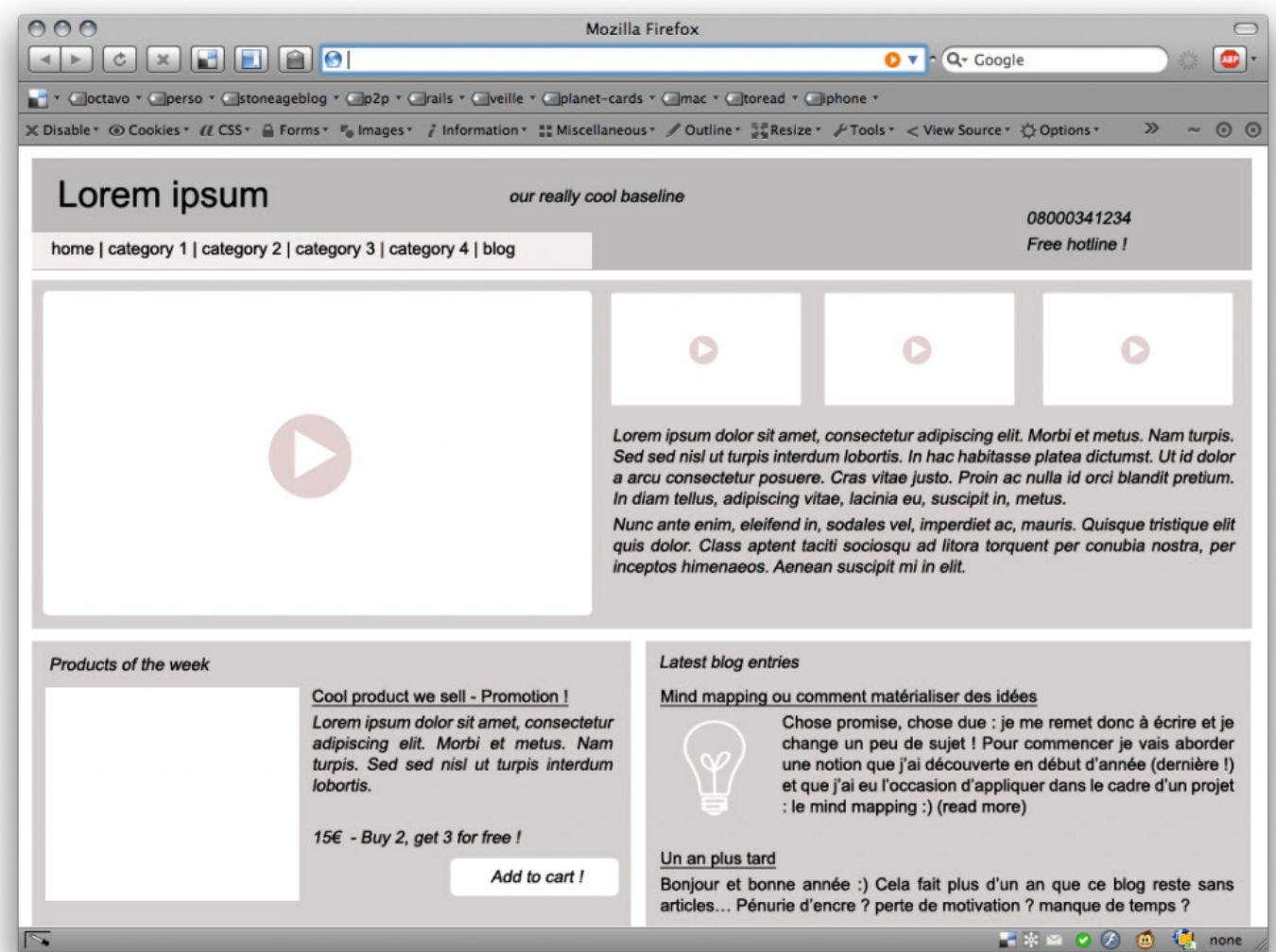
04

Wireframe



04

wireframe



04

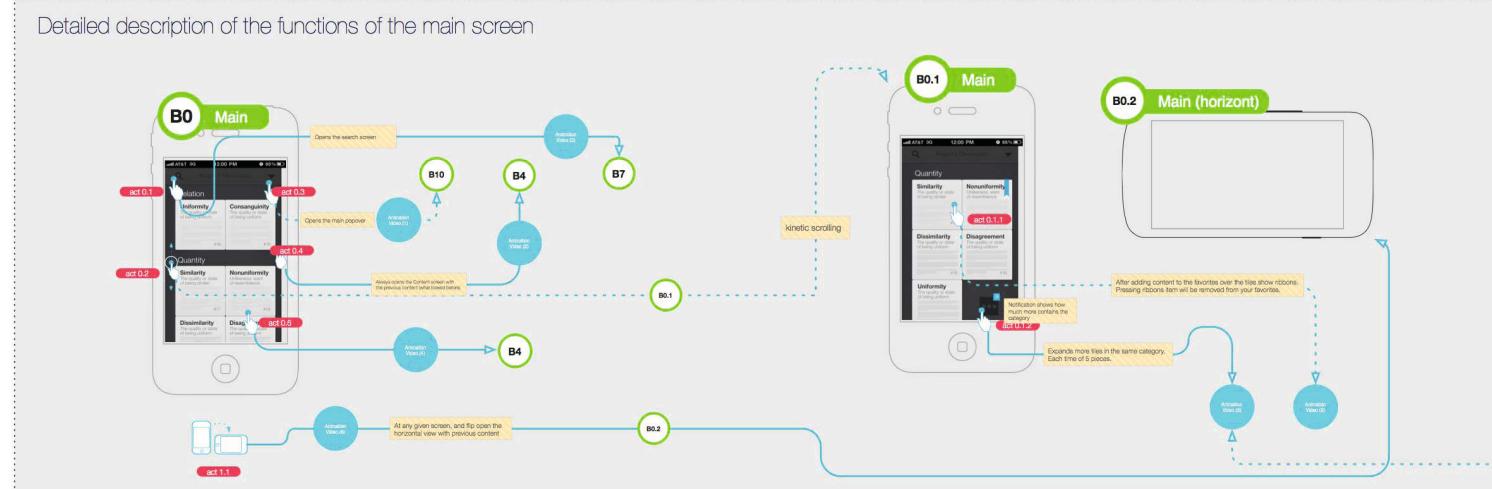
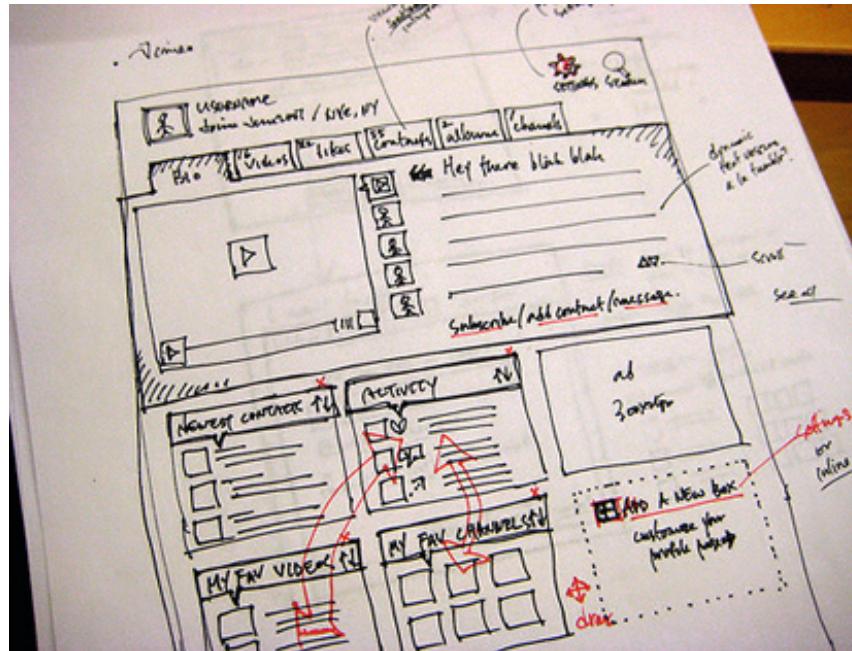
RAPPEL : LES FORMATS D'IMAGES POUR LE WEB

Format	Description	Utilisation
GIF	<p>Pas de pertes de détails</p> <p>256 couleurs (palette possible entre 2 et 256 couleurs)</p> <p>Affichage progressif possible (entrelacé)</p> <p>Gère la transparence et l'animation</p> <p>Très difficile à redimensionner sans perdre de la qualité</p> <p>Reconnu par tous les navigateurs</p>	<p>Dessins</p> <p>Lignes</p> <p>Logos</p> <p>Icônes</p> <p>Images avec texte</p> <p>Titres</p> <p>Banderoles</p> <p>Images de petite taille</p>
JPG	<p>Pertes de détails</p> <p>16,7 millions de couleurs</p> <p>Affichage progressif possible</p> <p>Ne gère pas la transparence, ni les animations</p> <p>Assez facile à redimensionner sans perdre de qualité</p> <p>Reconnu par tous les navigateurs</p>	<p>Photographies</p> <p>plusieurs nuances de couleurs</p> <p>Images +> 30 Ko</p> <p>Images +> 100X100 pixels</p>
PNG	<p>Pas de pertes de détails</p> <p>16,7 millions de couleurs</p> <p>Affichage progressif possible</p> <p>Gère la transparence</p> <p>Facile à redimensionner sans perdre de qualité</p> <p>Pas encore reconnu par tous les navigateurs</p>	<p>Logos</p> <p>Icônes</p> <p>Banderoles</p> <p>Photographies</p>

04

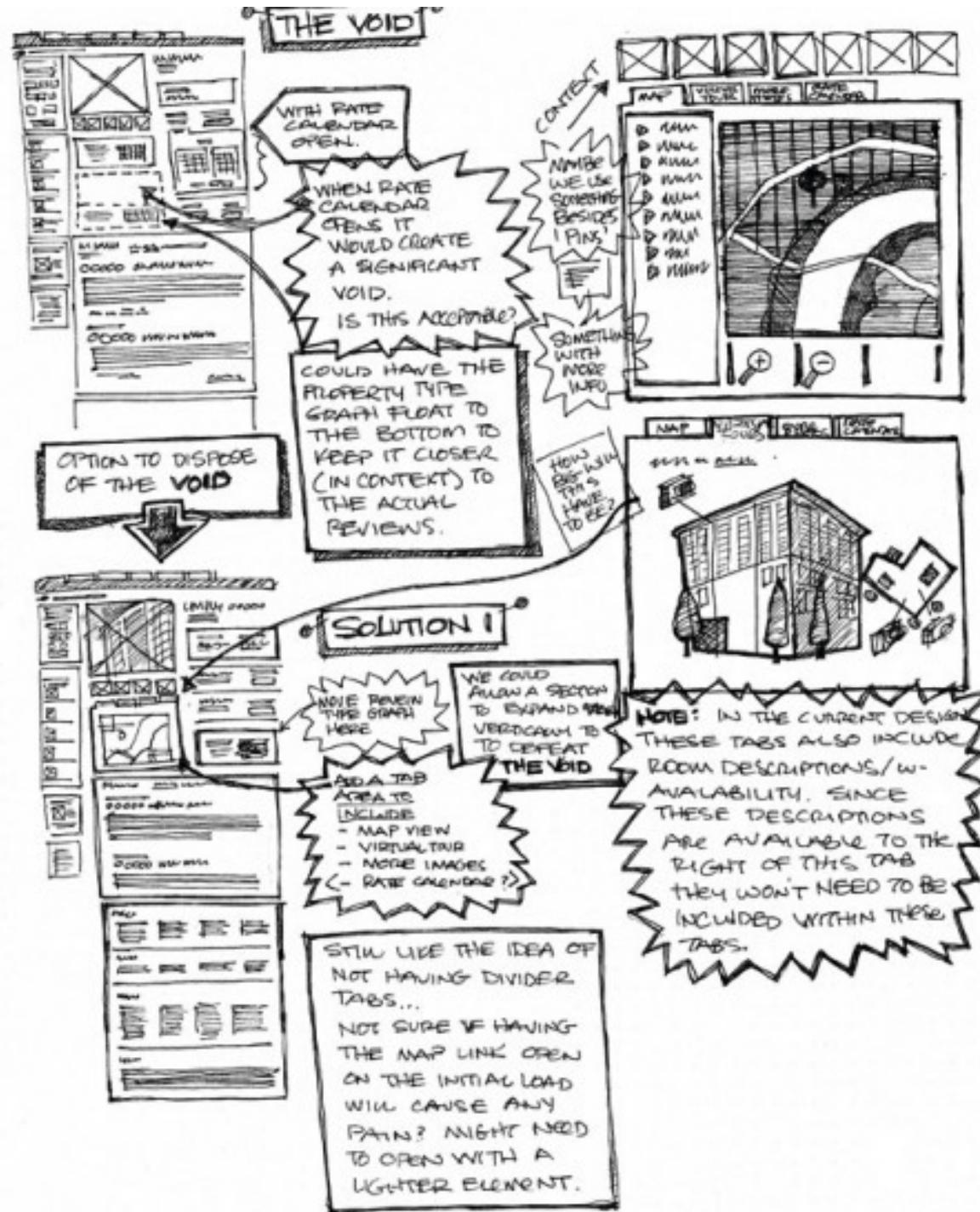
STORYBOARD

ou User Flow
(scénario de navigation)
version web et
mobile



04

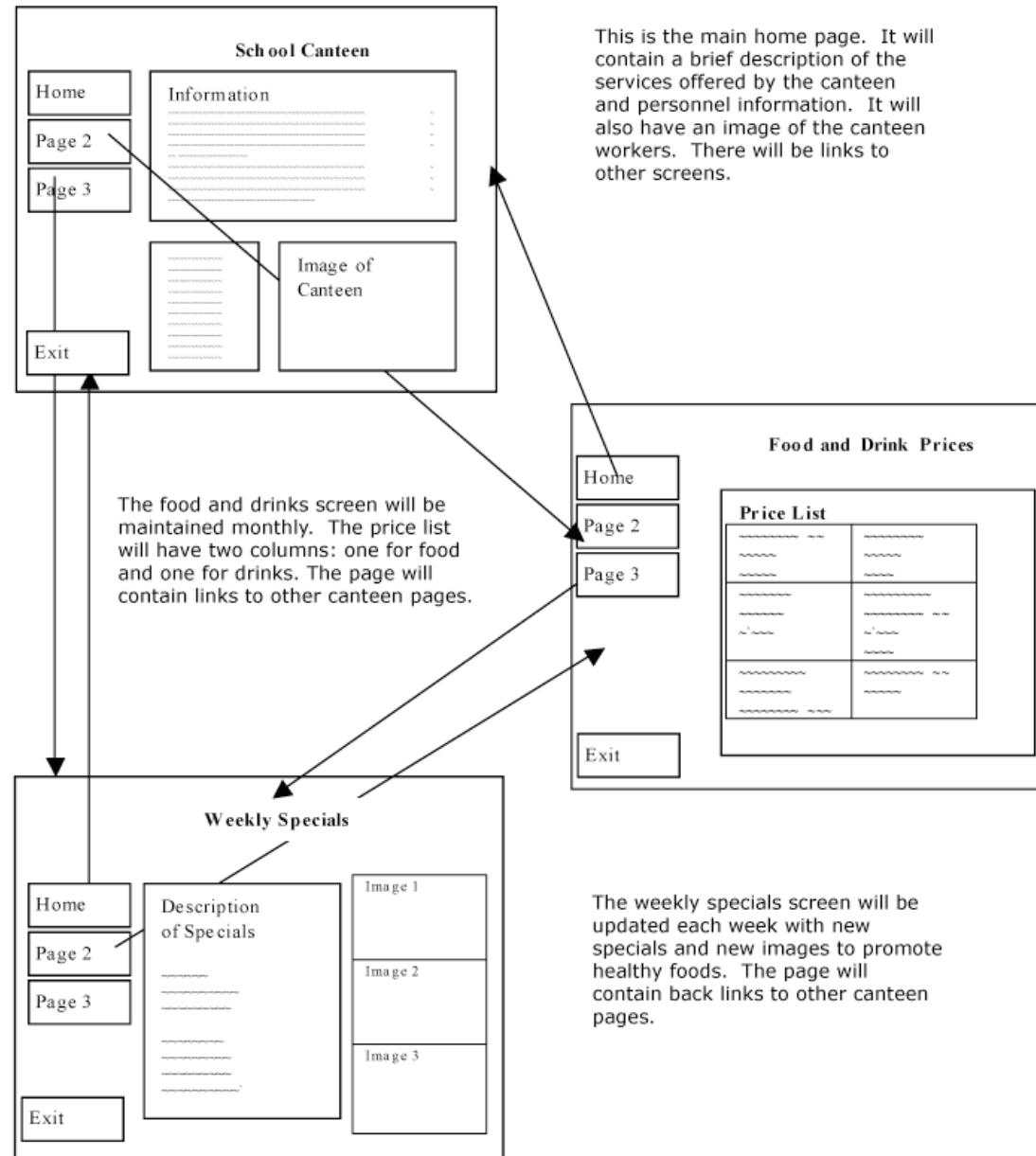
Le storyboard pour décrire les fonctionnalités



04

Le storyboard pour décrire les fonctionnalités

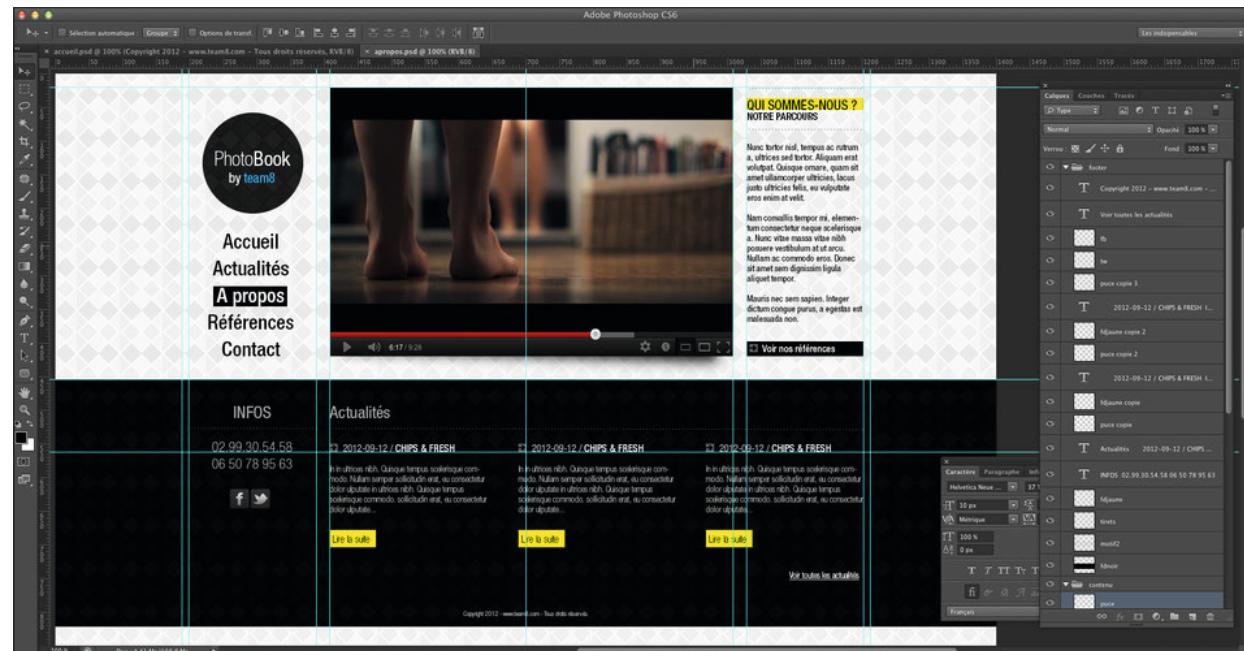
Pendant la phase de réalisation du storyboard, l'allure graphique de la maquette n'est pas encore à l'ordre du jour. C'est le point de vue fonctionnel et ergonomique qui est important à cette étape là.



04

MAQUETTE PHOTOSHOP

- > grille et mise en page des différents blocs fonctionnels
- > Basée sur le zoning, la maquette ergonomique détaille chaque bloc du zoning au niveau du contenu et de sa présentation. Il s'agit pour les pages principales (page d'accueil, page produit, page finale, etc.) d'en faire une description la plus précise que possible tant schématique que textuelle.



05

RESPONSIVE WEBDESIGN

Voir l'article en ligne :

<http://www.ergonomie-interface.com/conception-maquette/responsive-webdesign-adapter-resolutions/>

05

RESPONSIVE WEBDESIGN

> Les sites Web sont aujourd'hui consultés sur une multitude d'appareils ayant des résolutions différentes.



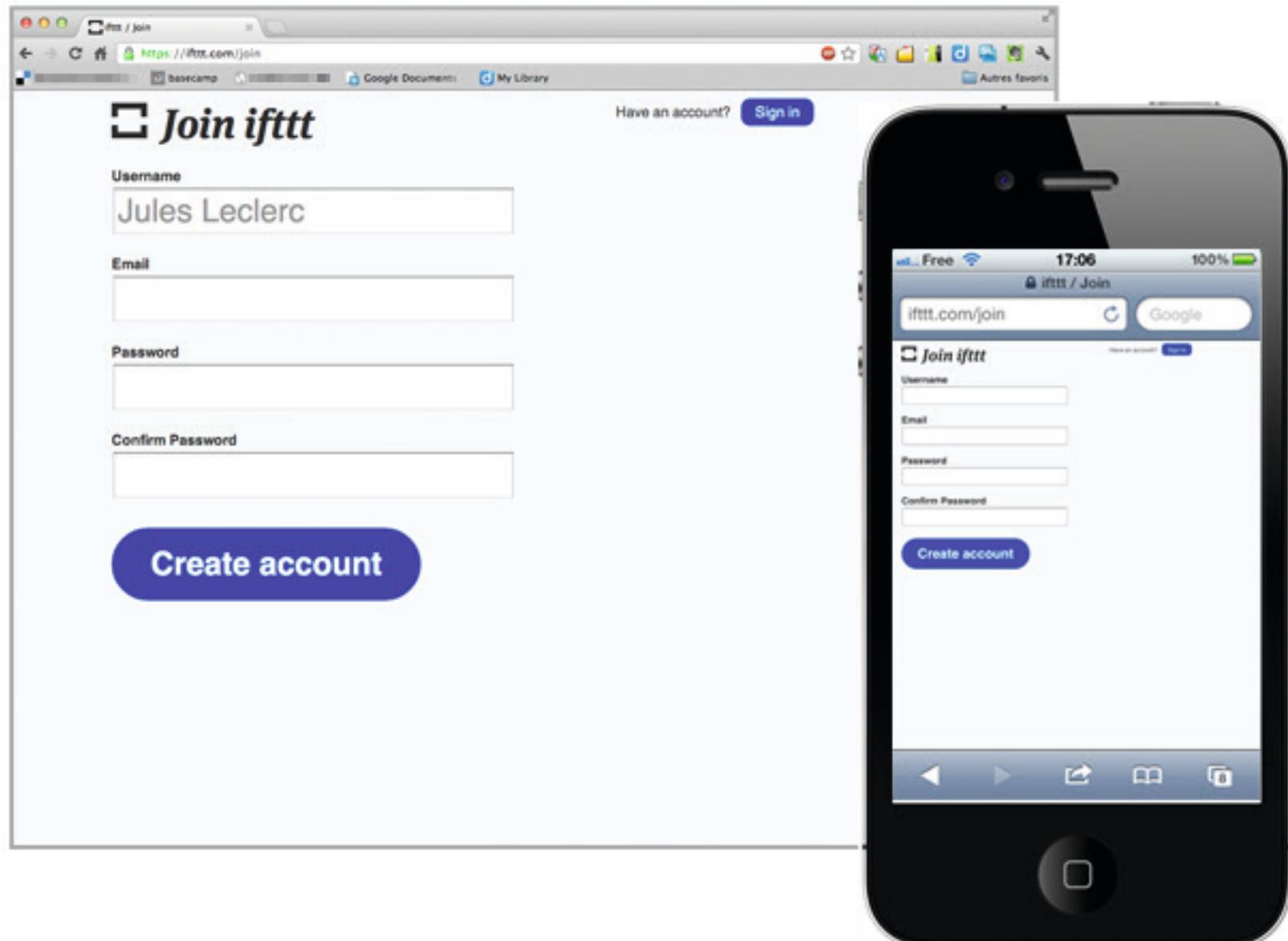
> VOIR DÉMO SITE
<http://vimeo.com/41847386>



05

**https://
ifttt.com/**

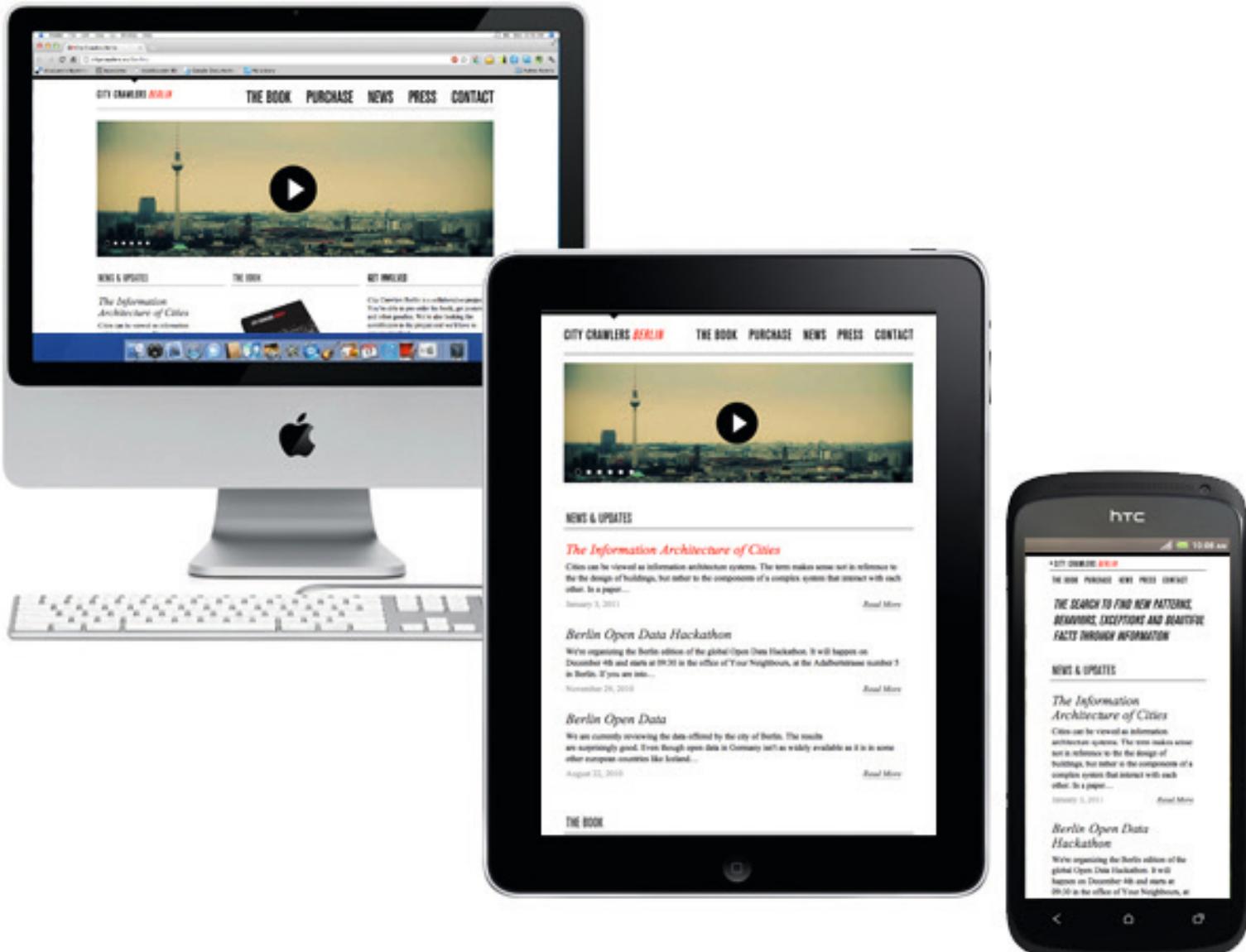
- > Le site ifttt n'est pas adaptable.
- > gabarit prévu pour l'ordinateur comme le mobile.
- > Mais l'utilisabilité n'est optimale sur aucun de ces deux terminaux : tout semble grand sur ordinateur et certains éléments sont trop petits sur mobile.



05

<http://city-crawlers.eu/berlin/>

> le site City Crawlers est un exemple de responsive webdesign : l'interface s'adapte automatiquement à la résolution de l'appareil



05

http:// google.com

- > Google : version classique et mobile
- > une version distincte sur mobile et tablette plutôt qu'une adaptation en responsive design de la version classique.

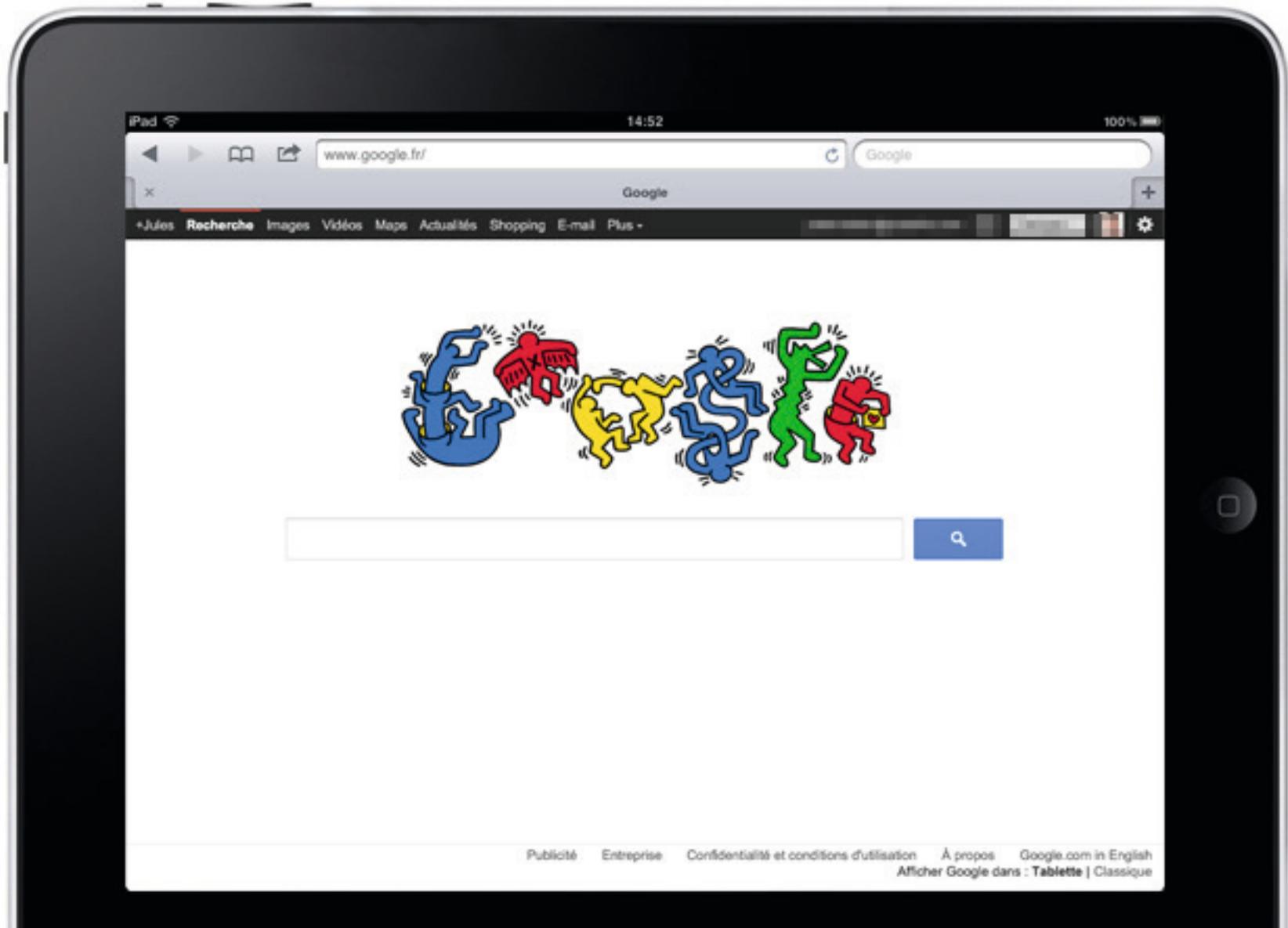


> version mobile : voit que sur mobile l'emphase est mise sur la recherche locale (restaurants, distributeurs...) ce qui n'est pas le cas de la version classique. La problématique d'usage a été prise en compte : éviter la saisie clavier en mobilité pour trouver un distributeur.

05

**http://
google.com**

- > Google : version tablette
- > Sur la version pour tablettes de Google le bouton de recherche est plus marqué, mieux adapté au tactile.



05

http://m.kayak.com/

> la version mobile du site de Kayak offre une expérience optimisée pour le tactile

KAYAK - Vols à bas prix, hôtels, voitures, séjours et plus

De: Paris, France - Tous les aéroports (PAR)

À: Bali

Mes dates sont flexibles

Départ: 07/07/2012

1 adulte

Rechercher

Meilleurs tarifs trouvés ces dernières 48 heures

PAR + BPN juil. 2012

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Meilleurs tarifs: 1399 €

BALI: 1371 €

1308 €

1407 €

1482 €

9 €

Afficher les aéroports sur la carte:

- Bali, Indonésie
- Balneário Camboriú, Brésil
- Balchik, Bulgarie
- Balatonfüred, Hongrie

Choisir des sites pour comparer KAYAK (nouvelles fenêtres):
vo24.fr eDreams.fr

A propos | Confidentialité | Commentaires | iPhone | Android | E-mail | RSS

Vols, hôtels et offres de voyages à bas prix. Rechercher et réservier des vols à bas prix, des billets d'avion, hôtels à bas prix, des séjours et des locations de voitures avec KAYAK. Effectuez des recherches sur des centaines de sites de voyage et trouvez des offres spéciales de vol à bas prix.

Vols Bangkok - Vols Las Vegas - Vols Los Angeles - Vols Miami Beach - Vols Montréal - Vols New York - Vols Paris - Vols San Francisco / 50 meilleures villes : États-Unis
Vols Barcelone - Vols Bruxelles - Vols Londres - Vols Madrid - Vols Nice - Vols Porto - Vols Rome - Vols Tokyo / 50 meilleures villes : Europe, Asie - Dans le monde entier

Hôtels à Bangkok - Hôtels à Las Vegas - Hôtels à Miami Beach - Hôtels à Montréal - Hôtels à New York - Hôtels à Paris - Hôtels à San Francisco / 50 meilleures villes : États-Unis
Hôtels à Barcelone - Hôtels à Bruxelles - Hôtels à Londres - Hôtels à Madrid - Hôtels à Nice - Hôtels à Porto - Hôtels à Rome - Hôtels à Tokyo / 50 meilleures villes : Europe, Asie - Dans le monde entier

Les 50 meilleures Hôtels KAYAK : Hôtels les plus populaires aux États-Unis - Les 50 meilleures vols KAYAK : Pays - Itinéraires - Aéroports - Compagnies aériennes

Plan du site | Guides touristiques | Hôtels | Aéroports

Free 11:37 76%

Recherche de vols

Aller simple Aller-retour Multi-dest.

Origine Aéroport ou ville Destination Aéroport ou ville

DÉPART MAR 20 RETOUR MER 21

1 Voyageur

Économique

Recherche

05

<http://bos-tonglobe.com/>

>nouvelle version
100% responsive
: un site unique
consultable sur
tous supports.



05

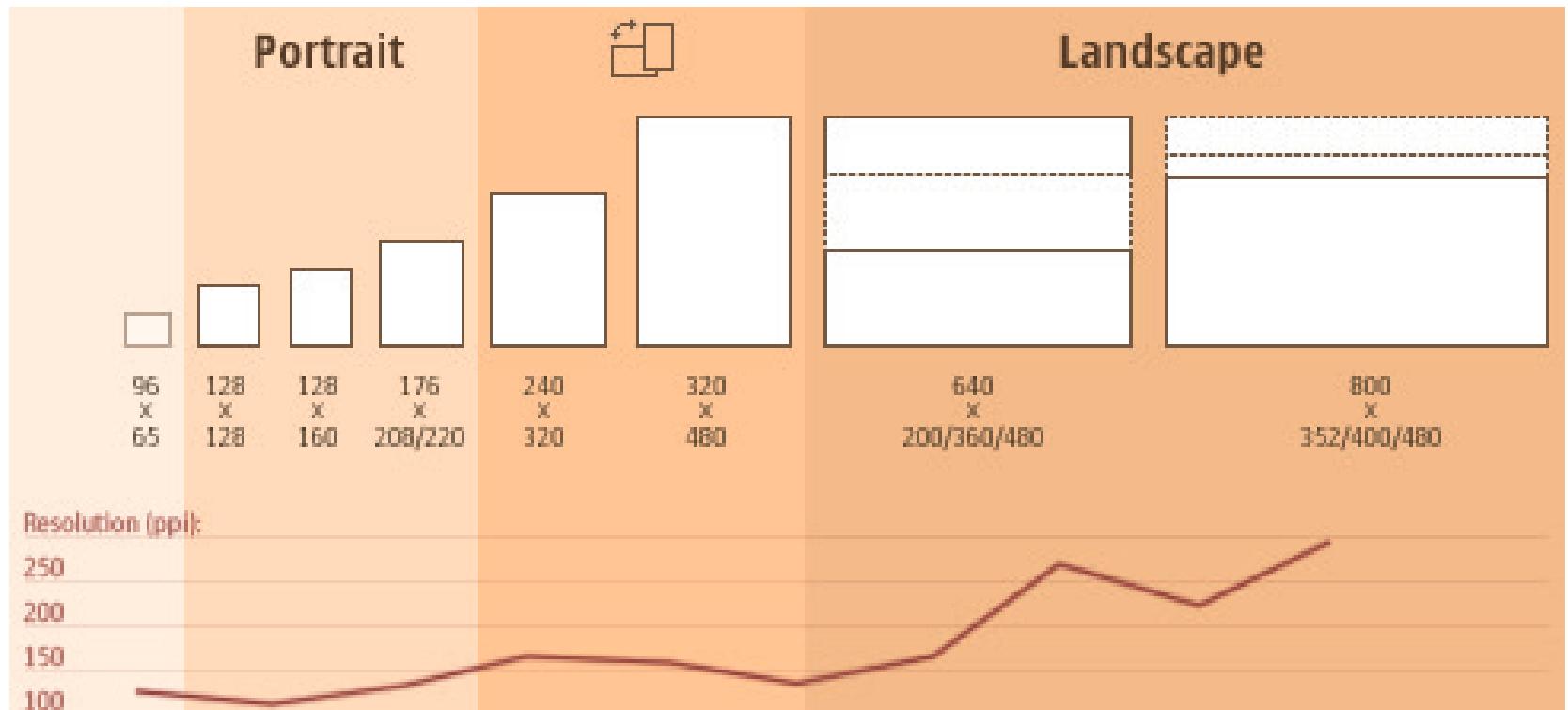
Recommandations

- > Construire des versions séparées si les interactions sur le site sont riches ou si le besoin est fortement contextuel en version mobile
- > Attention à ne pas oublier les tablettes : soit en rendant compatible la version classique soit en réalisant une version sur mesure
- > Préférer le responsive design pour le site majoritairement informatif

05

DES FA- MILLES DE RÉSOLU- TIONS

> identification statistique des familles d'écrans :



05

http:// foodsense. is/contri- bute

> le site Food Sense propose des variations très fines et un résultat final de grande qualité :

The screenshot shows a web browser window for the website [Food Sense | Tastemakers](http://foodsense.is/tastemakers). The page features a large header with the Food Sense logo and the word "Tastemakers". Below the header is a descriptive text: "A curated gallery of home-cooked eye candy - the very best vegetarian and vegan recipes from a community of celebrated food bloggers. If you're looking for some fresh inspiration, or a new approach to an old favorite, you'll find a dependably delicious recipe here." The main content area displays four recipe cards, each with a thumbnail image, the recipe name, and a brief description.

Tastemakers

A curated gallery of home-cooked eye candy - the very best vegetarian and vegan recipes from a community of celebrated food bloggers. If you're looking for some fresh inspiration, or a new approach to an old favorite, you'll find a dependably delicious recipe here.

Dairy Free Chocolate Ice Cream Torte
Almonds, dates, chocolate, coconut milk, and honey combine to make a perfectly sweet, and sweet for you, dessert.

Blood Orange Upside-down Cake with Hazelnuts...
Blood oranges combine with hazelnuts, polenta, maple syrup, and olive oil for a heart-healthy treat that tastes like it's covered in...

Simple Lentil Dal
A hearty, flavorful, and protein-packed lentil stew.

Mexican Tofu Frittata
The perfect Cinco de Mayo brunch, a Mexican Tofu Frittata!

LATEST TWEET
"@shinytoyrobots thank you!"

LET'S BE FRIENDS!

2 erreurs sont survenues lors de l'ouverture de la page. Pour en savoir plus, choisissez Fenêtre > Activité.

05

> Exemple de re-composition d'un site entre la version classique et mobile :

The diagram illustrates the decomposition of a website's header and navigation across different screen sizes, specifically desktop and mobile.

Header: The top section shows the original header from a desktop view, which includes a logo for "THINK VITAMIN" (featuring a brain icon), a "Header" section, and a "Newsletter" button. Below the header, the desktop view displays a main content area with articles and a sidebar with "Topics" and "Tags".

Navigation 1: This section shows the navigation bar from the desktop view, which includes links for Home, Members, Log In, Write For Us, and a Facebook "Like" button. It is labeled "Navigation 1".

Lien intro: This section shows the navigation bar from a mobile view, which includes links for Home, Contact, About, Advertise, Archive, and Write. It is labeled "Lien intro".

Free Video: iOS Property Lists: This section shows a video thumbnail for a free video titled "Free Video: iOS Property Lists" by Matt Bresnahan, posted on April 20, 2012, under the "iOS" category. It includes a brief description and a link to the video.

Free Video: Ruby Hashes: This section shows another video thumbnail for a free video titled "Free Video: Ruby Hashes" by Jason Sather, posted on April 20, 2012, under the "Ruby" category. It includes a brief description and a link to the video.

Articles: This section shows a news article thumbnail for "Tony Hsieh and Zach Ware of Zappos – Speaking at F1Live!" by Lulu Mangan, posted on April 18, 2012, under the "Business" category. It includes a small image of two men and the Zappos logo.

Topics: This section shows a sidebar from the desktop view listing various topics: Accessibility, CSS3, Design, JavaScript, jQuery, MySQL, PHP, Responsive Web Design, Ruby, Ruby on Rails, Test, UI, Version Control, WordPress, iOS and more.

Tags: This section shows a sidebar from the desktop view listing various tags: Beginner, CSS, HTML, JavaScript, Ruby, Ruby on Rails, Test, UI, Podcast.

Social: This section shows a sidebar from the desktop view with social media icons for RSS, YouTube, and Facebook.

Recherche: This section shows a sidebar from the desktop view with a search icon and the word "Recherche".

→: An arrow points from the desktop view on the left to the mobile view on the right, indicating the transition or transformation of the layout.

Free Video: Ruby Hashes: This section shows the same video thumbnail as above, but now it is part of the mobile view, demonstrating how the desktop content is adapted for smaller screens.

Articles: This section shows the same news article thumbnail as above, but now it is part of the mobile view.

Publicité: This section shows a sidebar from the desktop view with a "Publicité" heading and various icons for HTML, CSS, JS, and 5 Ps.

Tony Hsieh and Zach Ware of Zappos – Speaking at F1Live!: This section shows the same news article thumbnail as above, but now it is part of the mobile view.

Zappos: This section shows the Zappos logo and a small image of a person, which appears to be a component shared between the desktop and mobile views.

05

[http://in-formation-architects.net/](http://information-architects.net/)

> le site information Architects a modifié sa navigation en dessous de 600px :



05

<http://cleanairchallenge.com/>

> Clean Air Works adapte son menu de navigation sous forme de boutons adaptés au tactile (on regrettera tout de même ce contraste blanc/jaune peu visible)

CLEAN AIR WORKS

REGISTER ENTER DAILY COMMUTE COMMUTE OPTIONS RULES

CLEAN AIR COMMUTE CHALLENGE

According to the American Lung Association, the Charlotte metropolitan area ranks 10th in the nation for poor air quality issues. It has never been more important to learn about the impact of air pollution and what steps we can take to improve it.

RIDE CATS BIKE CARPOOL VANPOOL WALK TELECOMMUTE

ARE YOU UP FOR THE CHALLENGE?

Every time you ride CATS, carpool, vanpool, bike, walk or telecommute, you will help reduce harmful pollution, and those savings add up. To get started click the Register button below.

REGISTER

CLEAN AIR WORKS

REGISTER
ENTER DAILY COMMUTE
COMMUTE OPTIONS
RULES

According to the American Lung Association, the Charlotte metropolitan area ranks 10th in the nation for poor air quality issues. It has never been more important to learn about the impact of air pollution and what steps we can take to improve it.

Recommandations

- > Commencer par la version mobile pour se concentrer sur l'essentiel
- > Concevoir les pages avec une grille et des blocs modulables
- > Supprimer des blocs selon l'appareil et le contexte induit
- > Éviter d'alourdir les pages avec des images pour les résolutions mobiles