WB

Website Builder Manuel d'utilisation

Construisez votre propre site et mettez-le sur Internet – sans connaissances préalables, sans programmer.

Version **0.2.14** Mise à jour : **August 2026** Langue : **Français**

Contenu

À propos de ce manuel 6

Comment lire ce manuel 6

Ce que cette app est – et ce qu'elle n'est pas 6

1 Bienvenue et premiers pas 8

Lancer l'app 8

Créer un nouveau projet 8

Vue d'ensemble de l'interface 9

La barre d'outils du haut 10

Quand quelque chose tourne mal 11

2 Le canvas : construire votre site 13

Ce qu'est le canvas 13

Les blocs : le matériau de construction 13

Insérer un bloc 15

Sélectionner : la section ou un seul élément ? 16

Déplacer, copier, supprimer 17

Regarder : Preview et appareils 17

Le bouton Hasard 18

3 L'inspecteur : tout régler 19

Simple ou Avancé ? 20

Deux niveaux : la section et l'élément 21

Panneau « Contenu » – les textes 22

Panneau « Texte et police de la section » 22

Panneau « Taille du contenu de la section » 23

Panneau « Disposition de la section » (uniquement en mode « Avancé ») 23

Panneau « Arrière-plan de la section » 24

Panneau « Écarts intérieurs (l'air à l'intérieur) » 28

Panneau « Cadre et ombre » 28

Panneau « Animation » 28

Panneau « Parallax (mouvement pendant le défilement) » 29

Panneau « Animation du texte » 30

Panneau « Effets au défilement » 31

Panneau « Effet à l'ouverture de la page » 32

Panneau « Visibilité (mobile / tablette / ordinateur) » 33

Panneau « Réglages de la page » (important pour Google) 34

Panneau « Réglages des cookies » 35

Panneau « Statistiques et publicité » 35

Panneau « Barre de défilement » 37

Panneau « Theme » – les couleurs de votre site 37

Panneau « Police » 37

Panneau « Classes CSS (pour les pros) » 38

Panneau « Collections de contenu (CMS) » 38

Quand un élément est sélectionné 38

Choisir des couleurs : le champ de couleur et la pipette 41

4 Modèles, Themes et polices 44

Modèles : des sites terminés comme point de départ 44

Themes : les couleurs 46

Polices 48

Enregistrer vos propres modèles 48

5 Les pages et le menu de votre site 49

La barre des pages 49

De quelles pages un site d'entreprise a-t-il besoin ? 49

Créer et gérer des pages 50

Le chemin de l'adresse (slug) 51

Le menu : relier les pages 52

Le menu sur mobile 53

Une deuxième langue 54

6 Textes, images et contenus 56

Modifier les textes 56

Qu'est-ce qu'il faut vraiment y écrire ? 56

Images 57

Icônes 60

Formulaires 60

Vendre des produits (boutique) 61

Louer (calendrier de réservation) 62

7 Enregistrer, projets et export 65

Enregistrer 65

Gérer plusieurs projets 66

Copies de sauvegarde 67

Export : le site sous forme de dossier 67

8 Passer en ligne : exporter et téléverser le site 70

Deux étapes 70

Si vous n'avez pas encore d'hébergement 70

Le contrôle juridique 73

Téléverser avec FileZilla 74

Après la mise en ligne 82

9 Licence : ce que la version d'essai sait faire 78

Les deux niveaux 78

Voir le statut de la licence 78

Saisir une clé de licence 79

Questions fréquentes sur la licence 79

10 Problèmes fréquents et solutions 81

Pendant la construction 81

Après la mise en ligne 82

Généralités 83

11 Annexe 85

Raccourcis clavier 85

Petit dictionnaire 85

Liste de contrôle avant la mise en ligne 87

À propos de ce manuel 88

À propos de ce manuel

Ce manuel vous accompagne de la première minute jusqu'au site terminé et mis en ligne. Il est écrit pour des personnes qui n'ont jamais construit de site web.

Comment lire ce manuel

Vous n'êtes pas obligé de tout lire. Si vous voulez simplement commencer, les **chapitres 1 et 2** suffisent. Si votre site est terminé et doit être mis en ligne, passez au **chapitre 8**.

Les termes techniques sont **signalés ainsi** dans ce manuel et expliqués exactement là où ils apparaissent pour la première fois. À la fin, vous trouverez un index avec les numéros de page.

> **Les quatre types d'encadré**
>
> **Bleu (info)** – bon à savoir, mais pas urgent.
>
> **Vert (astuce)** – vous facilite le travail.
>
> **Jaune (attention)** – c'est là que les choses tournent souvent mal.
>
> **Rouge (important)** – à lire absolument, sinon cela peut coûter de l'argent ou des ennuis.

Ce que cette app est – et ce qu'elle n'est pas

Le Website Builder est un **baukasten pour sites web**. Vous assemblez votre page à partir de blocs tout prêts – comme avec des cubes de construction. À la fin, l'app produit un site terminé que vous pouvez mettre en ligne.

L'app fonctionne **entièrement sur votre ordinateur** et n'a aucune connexion Internet. Vous n'avez besoin d'aucun compte utilisateur, et vos textes et images ne quittent jamais votre ordinateur d'eux-mêmes – seulement quand vous exportez le site terminé et le déposez vous-même chez votre hébergeur.

Ce que l'app ne sait pas faire

Le site terminé est composé de pages fixes. Tout ce qui a besoin d'un **serveur** – un compte client, un blog que l'on remplit soi-même dans le navigateur, un panier avec carte bancaire – n'est pas possible. Pour les paiements, l'app utilise donc PayPal ou des liens de paiement (voir chapitre 6).

CHAPITRE 1

Bienvenue et premiers pas

Dans ce chapitre, vous lancez l'app, créez votre premier projet et découvrez l'interface. Ensuite, vous saurez où se trouve chaque chose.

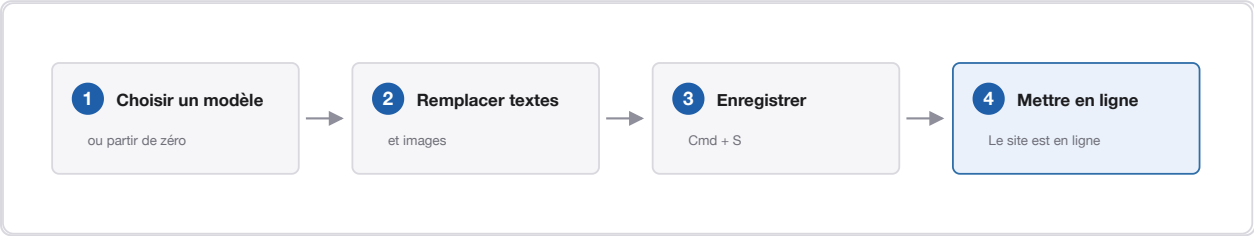


Fig. 1 : tout le parcours en quatre étapes. Il n'y a vraiment rien de plus.

Lancer l'app

Lancez le **Website Builder** comme n'importe quel autre programme : en double-cliquant sur son icône. Une fenêtre s'ouvre – c'est votre atelier.

> **Pas besoin d'Internet**
>
> L'app travaille **entièrement hors ligne**. Vous n'avez besoin ni d'une connexion Internet ni d'un compte utilisateur pour construire et exporter votre site. Cela ne passe en ligne que lorsque vous déposez vous-même le site terminé chez votre hébergeur (Chapitre 8 (p. 70)).

Créer un nouveau projet

Un **projet**, c'est votre site avec tout ce qui va avec : toutes les pages, tous les textes, toutes les images, les couleurs et la police. Vous pouvez avoir plusieurs projets – par exemple un pour votre entreprise et un pour votre association.

Pour commencer, vous avez deux possibilités :

VOIE	POUR QUI ?	CE QUI SE PASSE
Partir d'un modèle Recommandé	Pour tous ceux qui veulent un résultat rapide.	Vous obtenez un site complet, déjà rempli, avec plusieurs pages. Vous n'avez qu'à remplacer les textes et les images. Chapitre 4 (p. 44)
Partir de zéro	Pour tous ceux qui savent exactement ce qu'ils veulent.	Vous commencez avec une page blanche et assemblez vous-même les blocs. Chapitre 2 (p. 13)

Conseil pour un premier essai

Prenez un modèle – même s'il ne correspond pas à votre secteur. Vous verrez tout de suite à quoi ressemble un site terminé et vous apprendrez à connaître l'app en le modifiant. Vous pourrez toujours le jeter plus tard.

Voici comment créer votre premier projet

1. En haut, dans la barre de projet, cliquez sur **Modèles**.
2. Choisissez un modèle et cliquez sur **Utiliser le modèle**.
3. Le modèle se charge. Vous voyez maintenant le site terminé au centre.
4. En haut à gauche, tapez un nom dans le champ **Nom du projet**, par exemple « Le site de mon entreprise ».
5. Appuyez sur `Cmd` + `S` ou cliquez sur **Enregistrer**.

Donnez un nom

Sans nom, votre projet s'appelle « Brouillon » et sera difficile à retrouver plus tard – surtout si vous construisez plusieurs sites. Ce nom n'est que pour vous ; vos visiteurs ne le voient jamais.

Vue d'ensemble de l'interface

La fenêtre est toujours organisée de la même façon. À gauche vous choisissez un élément, au centre vous voyez votre site, à droite vous réglez ce qui est sélectionné. Ces trois zones, c'est tout le secret.

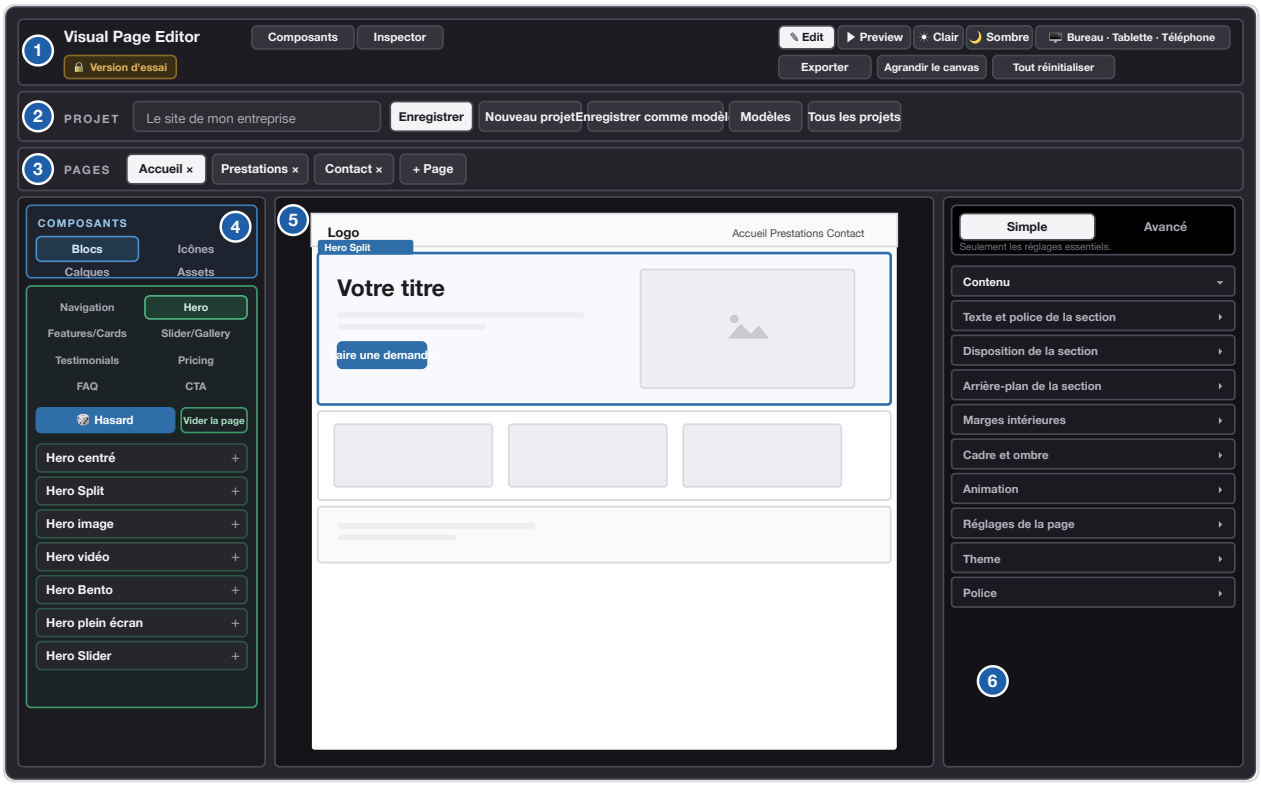


Fig. 2 : l'interface de l'éditeur. Les numéros sont expliqués ci-dessous.

1. **Barre d'outils** – tout en haut. C'est là que vous passez de l'édition à l'aperçu, que vous vérifiez l'affichage sur téléphone et que vous lancez l'export. Chap. 1.4 (p. 10)
2. **Barre de projet** – nom du site, enregistrement, modèles, projets. Chap. 7 (p. 65)
3. **Barre des pages** – chaque page de votre site est un onglet. Chap. 5 (p. 49)
4. **Boîte à outils (à gauche)** – c'est là que vous prenez de nouveaux blocs, images et symboles. Chap. 2 (p. 13)
5. **Plan de travail / canvas (au centre)** – votre site réel. Ce que vous voyez ici, vos visiteurs le verront aussi. Chap. 2 (p. 13)
6. **Réglages / inspecteur (à droite)** – modifie ce que vous venez de cliquer. Chap. 3 (p. 19)

> **Deux mots qui reviennent sans cesse**
>
> **Canvas** (prononcez « canne-vasse ») est la surface blanche au centre – votre site en vrai. Le mot signifie en fait « toile ».
>
> **Inspecteur** est la colonne de droite. Elle affiche toujours les réglages de ce que vous venez de cliquer – comme une boîte à outils qui se remplit toute seule avec ce qu'il faut.

La barre d'outils du haut

De gauche à droite, vous y trouvez :

BOUTON	CE QU'IL FAIT
Composants	Affiche ou masque la boîte à outils de gauche. Masquée = plus de place pour votre site.
Inspecteur	Affiche ou masque les réglages à droite.
✎ **Edit** / ▶ **Preview**	**Edit** est le mode édition : un clic sélectionne. **Preview** est l'essai : les sliders défilent, les menus s'ouvrent, vous pouvez parcourir votre page comme un visiteur. Pour reprendre le travail, revenez sur Edit.
☀ **Clair** / 🌙 **Sombre**	Fait passer *votre site* d'une apparence claire à une apparence sombre – pas l'app. Certains blocs sont très différents en sombre.
🔒 **Version d'essai** / 🔒 **Sous licence pour …**	Affiche l'état de votre licence et ouvre sa gestion. Chapitre 9 (p. 78)
Exporter	Enregistre le site terminé sous forme de dossier sur votre ordinateur – prêt à être mis en ligne. Chapitre 7 (p. 65)
Agrandir le canvas	Masque les deux colonnes latérales et passe en plein écran – votre site occupe toute la fenêtre. Pratique pour regarder. Un nouveau clic (ou Échap) ramène tout.
Appareil (🖥 / 📱)	Montre à quoi ressemble votre page sur **ordinateur**, **tablette** ou **téléphone**. Vérifiez-le régulièrement – plus de la moitié de vos visiteurs viennent depuis un téléphone.
Tout réinitialiser	**Attention :** supprime toutes les pages et repart de zéro. Une confirmation est demandée.

Deux boutons aux noms voisins – mais très différents

Tout réinitialiser (en haut à droite) jette le *projet entier* – toutes les pages.

Vider la page (à gauche, dans la boîte à outils) ne vide que la *page* sur laquelle vous vous trouvez. Les autres pages restent.

Les deux demandent confirmation. Et les deux s'annulent avec `Cmd` + `Z`.

Quand quelque chose tourne mal

Le geste le plus important de tous : **annuler** avec `Cmd` + `Z`. Vous revenez ainsi sur chaque étape – même la suppression d'une section entière.

N'hésitez pas à essayer des choses. Dans cette app, vous ne pouvez rien casser qui ne puisse être annulé. Tant que vous ne mettez rien en ligne, personne ne voit votre page de toute façon.

> **À prendre comme habitude : enregistrer souvent**
>
> `Cmd` + `S` prend une seconde. Faites-le après chaque étape importante – comme lorsque vous rédigez une lettre.

CHAPITRE 2

Le canvas : construire votre site

Le canvas est la surface blanche au centre. C'est là que naît votre site – exactement tel que vos visiteurs le verront.

Ce qu'est le canvas

Le **canvas** n'est pas un aperçu ni une image approximative. C'est votre **vrai site**, en direct. Si vous y modifiez un texte, le texte est modifié. Ce que vous voyez ira tel quel sur Internet.

> **Votre page est faite de bandes, pas de cases libres**
>
> Contrairement à Word ou PowerPoint, vous ne pouvez **pas déplacer librement les choses n'importe où**. Votre page est construite en bandes horizontales placées les unes sous les autres – comme des rangées dans une étagère. Chaque bande s'appelle une **section**.
>
> C'est voulu, et c'est votre plus grand atout : parce que tout est en bandes, votre page s'adapte **d'elle-même** à chaque taille d'écran. Sur téléphone, les contenus se placent simplement les uns sous les autres. Si tout était placé librement, il faudrait refaire chaque taille d'écran à la main.

Les blocs : le matériau de construction

Un **bloc** est une bande toute prête pour un usage précis : un mot de bienvenue avec photo, un tableau de prix, un formulaire de contact. Le Website Builder est livré avec **186 blocs** répartis en **19 groupes**. Vous n'avez donc rien à dessiner – seulement à choisir et à remplir.

Dans l'app, les groupes portent des noms anglais. Voici la traduction – vous trouverez donc le bouton tout en sachant ce qu'il recouvre :

NOM DANS L'APP	NOMBRE	DE QUOI IL S'AGIT
Navigation	12	Le menu tout en haut, avec le logo et les liens.
Hero	33	Le grand accroche-regard en haut de page – titre, texte court, bouton, le plus souvent avec une photo.
Features/Cards	10	Des tuiles qui présentent vos prestations ou vos atouts côte à côte.
Video	3	D'autres blocs de ce groupe.
Slider/Gallery	11	Des images que l'on fait défiler et des galeries en grille.
Testimonials	15	Témoignages et avis de clients.
Pricing	4	Tableaux de prix et formules d'offres.
FAQ	10	Questions fréquentes que l'on déplie.
CTA	17	Un bloc de fin bien visible qui invite à appeler ou à faire une demande (« call to action »).
Footer	21	La zone de fin tout en bas, avec l'adresse, les mentions légales et la confidentialité.
Forms/Contact	16	Formulaires et zones de contact : contact, newsletter, demande de rendez-vous.
Stats	11	Des chiffres qui impressionnent – « 25 ans d'expérience ».
Team	1	Vos collaborateurs avec photo et fonction.
Blog	1	Des aperçus d'articles (les articles eux-mêmes se créent comme des pages).
Contact	9	Zones de contact avec adresse, plan et accès.
Charts	9	Des graphiques pour des chiffres et des évolutions.
Shop	1	Des produits avec photo et prix.
Calendrier	1	Calendrier de réservation pour les loueurs : choisir la période, nuits multipliées par le prix, demande.
Rechtliches	1	D'autres blocs de ce groupe.

De quels blocs a besoin un site d'entreprise tout simple ?

Cinq suffisent : **Navigation** (le menu du haut), **Hero** (l'accroche), **Features/Cards** (vos prestations), **Contact** ou **Forms** (pour que les clients vous joignent) et **Footer** (en bas, avec les mentions légales). Tout le reste est du bonus.

Insérer un bloc

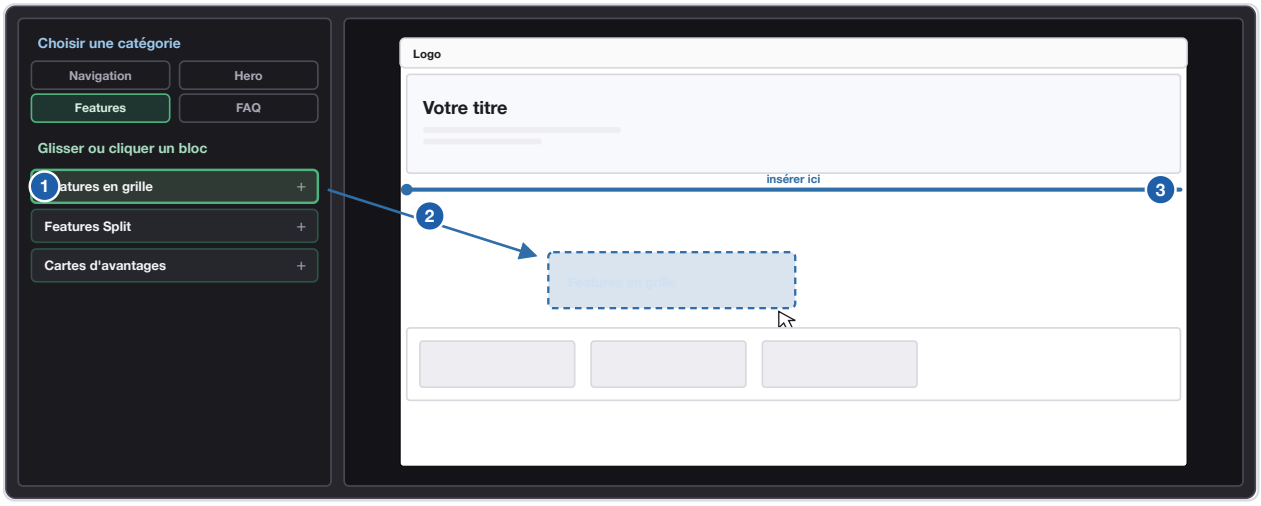


Fig. 3 : les blocs se trouvent à gauche, dans la boîte à outils. Vous pouvez les glisser – ou simplement cliquer dessus.

1. Choisissez d'abord le **groupe** (p. ex. « Features »), puis le bloc en dessous.
2. **Glisser :** faites glisser le bloc dans le canvas en maintenant le bouton de la souris.
3. La **ligne bleue** montre où le bloc atterrira quand vous relâcherez.

Voie 1 : cliquer (plus simple)

1. À gauche, en haut de la boîte à outils, cliquez sur l'onglet **Blocs**.
2. Choisissez un groupe, p. ex. **Hero**.
3. Cliquez sur le bloc souhaité dans la liste.
4. C'est fait – il est **ajouté au bas de votre page**.

Voie 2 : glisser (plus précis)

1. Saisissez le bloc dans la liste en maintenant le bouton de la souris.
2. Glissez-le sur le canvas. Une **ligne bleue** indique l'emplacement.
3. Quand la ligne est là où vous le voulez : relâchez le bouton.

> **L'ordre n'a pas d'importance**
>
> Vous n'êtes pas obligé de placer le bloc tout de suite au bon endroit. Le déplacement est possible à tout moment – voir la section suivante.

> **Remplacer plutôt que supprimer**
>
> Un bloc ne vous plaît pas, mais le type est le bon ? Sélectionnez-le dans le canvas et survolez dans la liste un autre bloc *du même groupe*. Un petit bouton « **remplacer** » apparaît. Vos textes sont conservés, seule l'apparence change.

Sélectionner : la section ou un seul élément ?

C'est le geste le plus important de toute l'app – et le seul qui déroute au début. Il y a deux niveaux :

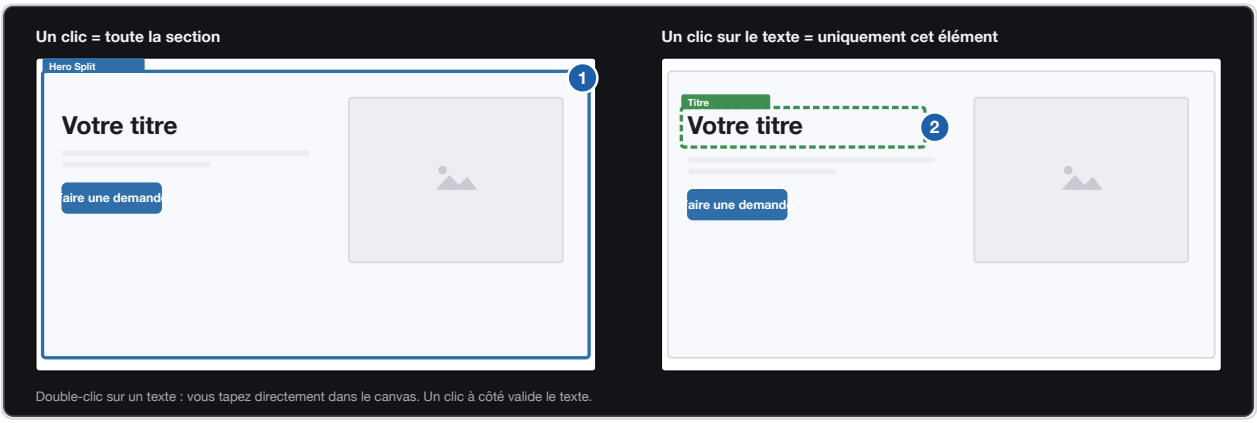


Fig. 4 : à gauche, toute la bande est sélectionnée (bleu), à droite seulement le titre qu'elle contient (vert).

1. **Un clic sur une zone libre** = toute la section. Vous modifiez alors l'arrière-plan, les écarts, l'animation.
2. **Un clic directement sur un texte ou une image** = uniquement cet élément. Vous modifiez alors la police, la couleur, la taille.

Comment savoir ce qui est sélectionné : le nom est toujours indiqué en haut à droite dans l'inspecteur. Par exemple « *Hero Split* » (section) ou « *Hero Split · Titre* » (élément).

Cliqué à côté ?

Cliquez simplement ailleurs – la sélection suit aussitôt. Si vous êtes en train de modifier un texte, un clic à côté valide votre modification *et* sélectionne en même temps le nouvel élément.

Déplacer, copier, supprimer

CE QUE VOUS VOULEZ	COMMENT FAIRE
Déplacer une section	Saisissez la section et faites-la glisser vers le haut ou le bas. Vous pouvez aussi utiliser les flèches à gauche, dans l'onglet **Calques** – c'est nettement plus pratique sur les pages longues.
Copier une section	Sélectionnez puis `Cmd` + `C`, ensuite `Cmd` + `V`. La copie se place juste en dessous.
Supprimer une section	Sélectionnez et appuyez sur `Suppr`. Ou passez par le menu de la section dans l'onglet **Calques**.
Masquer une section	Dans l'onglet **Calques** : cliquez sur l'œil. La section est conservée mais reste invisible sur le site terminé. Pratique pour faire des essais.
Tout annuler	`Cmd` + `Z` – autant de fois que vous voulez.

L'onglet « Calques » est votre plan

En haut à gauche, il y a quatre onglets : **Blocs**, **Icônes**, **Calques** et **Assets**. Sous **Calques**, vous voyez toutes les sections de votre page sous forme de liste – comme un sommaire. Vous pouvez les y renommer, déplacer, dupliquer, masquer et copier vers une autre page. Sur une page longue, vous travaillez bien plus vite ici que dans le canvas.

Regarder : Preview et appareils

En mode **Edit**, un clic sélectionne. Pour essayer, passez en haut sur ▶ **Preview** : les sliders défilent, les menus s'ouvrent, les boutons réagissent – vous utilisez votre page comme un visiteur. Pour continuer à construire, revenez sur ✎ **Edit**.

L'affichage sur téléphone – à ne pas sauter

En haut à droite, vous passez de **ordinateur** à **tablette** et **téléphone**. Le canvas devient alors plus étroit et montre votre page exactement telle qu'elle apparaît sur l'appareil concerné.

> **Vérifiez chaque page une fois sur téléphone**
> Plus de la moitié de vos visiteurs viennent depuis un téléphone. Votre page s'adapte automatiquement – mais les titres longs, les grands chiffres et les tableaux y paraissent parfois serrés. Un coup d'œil prend dix secondes.

Si un bloc gêne sur téléphone, vous n'avez pas à le supprimer : vous pouvez le masquer uniquement là. Cela se trouve dans l'inspecteur sous **Visibilité** – voir Chapitre 3 (p. 19).

Le bouton Hasard

À gauche, dans la boîte à outils, se trouve un bouton 🎲 **Hasard**. Il compose une page complète à partir de blocs tirés au sort.

Cela ressemble à un gadget, mais c'est le moyen le plus rapide de découvrir les blocs : appuyez dessus plusieurs fois et regardez tout ce qui existe. Retenez ce qui vous plaît ; jetez le reste avec **Vider la page**.

CHAPITRE 3

L'inspecteur : tout régler

L'inspecteur est la colonne de droite. Il affiche toujours les réglages de ce que vous venez de cliquer. Ce chapitre les explique un par un.

> **Inutile d'apprendre tout cela par cœur**
>
> Considérez ce chapitre comme un ouvrage de référence. Pour un beau site, trois panneaux suffisent : **Contenu**, **Arrière-plan de la section** et **Theme**. Tout le reste est de la finition.

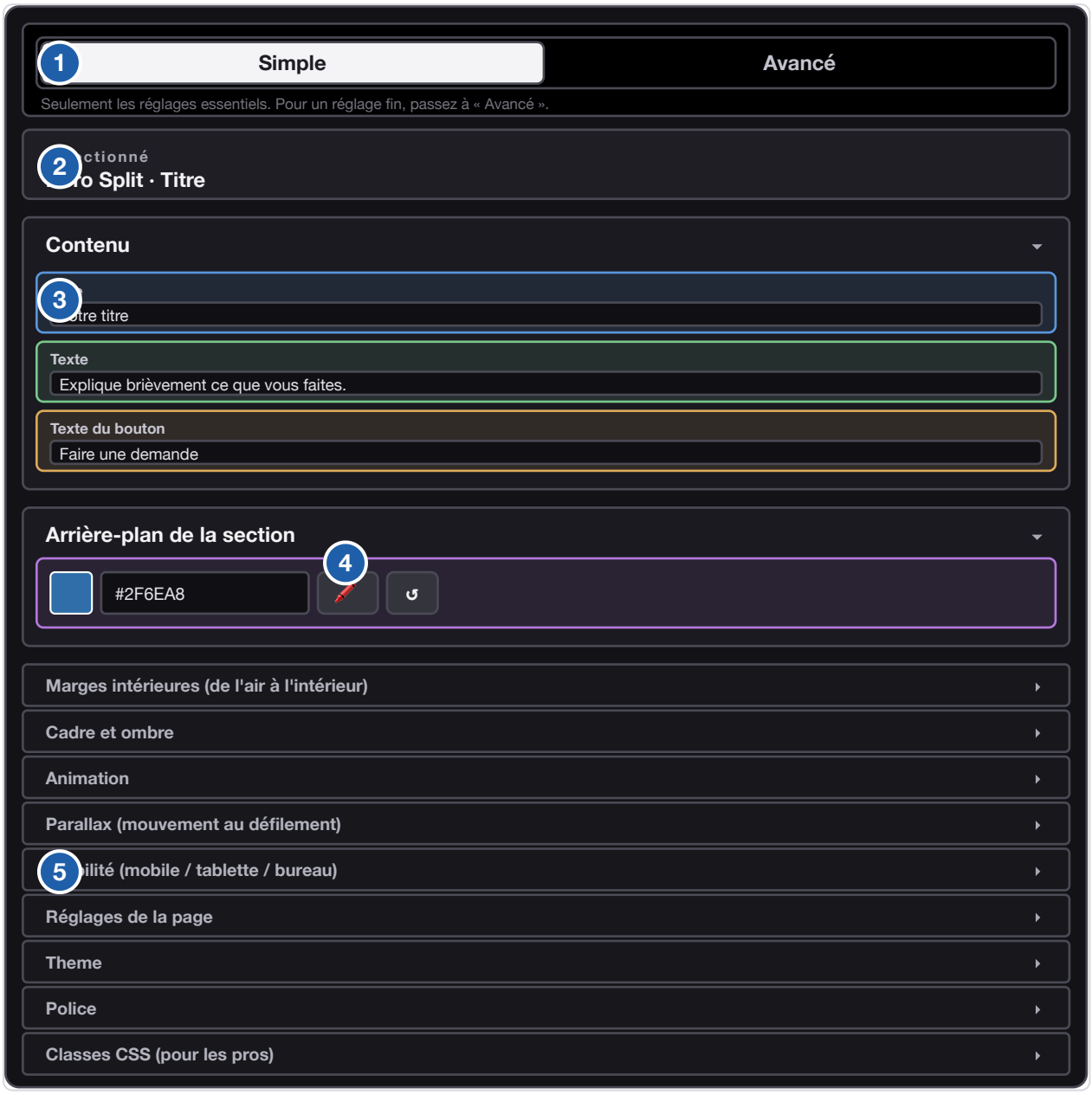


Fig. 5 : l'inspecteur avec le panneau Contenu ouvert.

1. **Simple / Avancé** – l'interrupteur le plus important. Voir ci-dessous.
2. **Qu'est-ce qui est sélectionné ?** – c'est toujours indiqué ici. « Hero Split · Titre » désigne l'élément, « Hero Split » toute la section.
3. **Panneaux** – des groupes que l'on déplie et replie. Ils restent tels que vous les avez laissés.
4. **Champ de couleur** – la pastille de couleur, le code à saisir, la **pipette** (🖍) et la réinitialisation (↺).
5. **Autres panneaux** – ils apparaissent selon ce que vous avez sélectionné.

Simple ou Avancé ?

Tout en haut se trouve un sélecteur à deux positions. Il décide de **la quantité** de réglages affichés par l'inspecteur :

POSITION	CE QUE VOUS VOYEZ	POUR QUI
Simple Par défaut	Seulement l'essentiel : textes, couleurs, images, police.	Pour tout le monde. Restez ici aussi longtemps que possible.
Avancé	En plus : écarts fixes, largeurs minimales et maximales, position, layout interne.	Quand quelque chose ne vous convient pas « à quelques millimètres près ».

Pourquoi « Simple » est le meilleur choix

En mode **Avancé**, vous pouvez saisir des tailles fixes. C'est précisément la cause la plus fréquente d'une page qui se disloque sur téléphone : ce qui tombe parfaitement sur un ordinateur ne rentre plus sur un écran de 6 pouces. En mode **Simple**, l'app calcule les tailles elle-même – correctement pour chaque appareil.

Règle générale : ne passez en Avancé que pour résoudre un problème précis. Puis revenez en arrière.

Ces panneaux n'existent qu'en mode « Avancé »

Disposition de la section, **Marges intérieures**, **Cadre & ombre**, **Animation**, **Parallax** et **Visibilité** n'apparaissent que lorsque le sélecteur est sur **Avancé**. S'il vous en manque un : basculez en haut, et il est là.

Mode Focus

Juste en dessous (visible uniquement en mode **Avancé**) se trouve une case **Mode Focus**. Si elle est cochée, un *seul* panneau reste ouvert à la fois – quand vous en ouvrez un, le précédent se ferme. Avec beaucoup de réglages, cela évite bien du défilement.

Deux niveaux : la section et l'élément

Selon la sélection, l'inspecteur affiche **des panneaux différents**. La règle est simple :

SÉLECTIONNÉ	VOUS RÉGLEZ	EXEMPLES
Section (toute la bande)	Tout ce qui vaut pour la bande dans son ensemble.	Couleur de fond, image de fond, air en haut et en bas, animation, visibilité sur téléphone.
Élément (texte, image, bouton, carte)	Tout ce qui ne concerne que cette seule chose.	Taille de police, couleur du texte, cible du lien, cadrage de l'image, forme du bouton.

Une chose – un seul endroit

Chaque valeur se modifie à **un seul** endroit. Les textes sont dans le panneau **Contenu**, l'apparence dans le panneau de l'élément. Une fois que vous avez trouvé un champ, il n'y en a pas un second à côté qui fasse la même chose.

Panneau « Contenu » – les textes

Le panneau le plus important. On y trouve tous les textes du bloc sélectionné : titre, texte courant, libellé de bouton, entrées de liste, prix, témoignages clients.

Les champs affichés dépendent du bloc – un tableau de prix n'a pas les mêmes qu'un formulaire de contact. Dans les listes (cartes, formules, questions), vous ajoutez des entrées avec **+**, changez l'ordre avec les flèches et en supprimez avec la corbeille.

C'est plus rapide directement dans le canvas

Double-cliquez sur le texte de votre page et tapez. Pour les textes longs, le panneau Contenu reste toutefois plus agréable, car vous y voyez tous les champs les uns sous les autres.

Panneau « Texte et police de la section »

Vaut pour tous les textes de la section d'un coup – pratique quand une section entière doit être plus grande ou plus petite.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Taille du texte	Cinq niveaux : *S*, *M*, *L*, *XL*, *XXL*. L'app en déduit la taille qui convient à chaque appareil.
Graisse	L'épaisseur de la police : Normal, Medium, Bold, Extra.
Alignement du texte	À gauche, au centre ou à droite.
Écarts	L'aération des textes : Compact, Normal, Aéré.

Panneau « Taille du contenu de la section »

Agrandit ou réduit **tout** ce qui se trouve dans cette bande d'un coup – police, boutons, images, écarts. Le curseur va de 50 % à 150 %, à côté se trouvent **–** et **+** pour de petits pas, en dessous les niveaux fixes **70 %**, **85 %**, **100 %**, **115 %** et **130 %** ainsi qu'un bouton qui rétablit la valeur normale.

> **Quand un bloc paraît trop massif**
>
> Certains blocs sont dessinés pour de grands sites d'entreprise et paraissent trop grands sur une page sobre. Au lieu de régler séparément la taille de police, la taille d'image et les écarts, mettez la taille du contenu sur 85 % – tout rétrécit de façon régulière et reste cohérent.

Panneau « Disposition de la section » (uniquement en mode « Avancé »)

Ce panneau relève de la finition et n'apparaît qu'en mode **Avancé**. Tout en haut, un rappel indique pour quel appareil vous réglez en ce moment – les valeurs valent *par appareil*.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Aligner le contenu	À gauche, au centre ou à droite – p. ex. si le titre est centré. Uniquement pour les blocs qui le permettent.
Disposition (Display)	Comment les choses se placent dans la bande : les unes sous les autres (*block*), les unes à côté des autres (*flex*), en grille (*grid*) ou masquées (*none*). Avec *flex* et *grid*, d'autres champs se déplient – avec *grid* par exemple le nombre de **colonnes** de 1 à 6.
Largeur, larg. min., larg. max.	Largeur fixe et limites dans lesquelles la bande peut grandir.
Hauteur, haut. min., haut. max.	La même chose pour la hauteur. En dessous se trouve la **sélection rapide haut. min.** avec *Auto*, *320*, *480*, *640* et *80vh* – ce dernier signifie « 80 % de la hauteur de l'écran ».
Margin (extérieur)	L'air *autour* de la bande, séparément pour le haut, la droite, le bas et la gauche. L'air *à l'intérieur* se règle dans le panneau *Écarts intérieurs*.
Reste en place, le contenu défile par-dessus	Une case à cocher pour un joli effet : la section reste en place pendant le défilement, les sections suivantes glissent par-dessus. Tant qu'elle est cochée, l'app règle elle-même la position.
Position	Où se place la bande : normal (*static*), *relative*, *absolute*, *sticky* ou *fixed*. Pour tout sauf *static*, des champs pour haut/droite/bas/gauche et pour le plan (*z-index*) s'ajoutent.

Les largeurs et hauteurs fixes sont l'erreur la plus fréquente

Les champs ci-dessus sont puissants – et ce sont aussi le moyen le plus rapide de détruire une page sur mobile. Laissez **Largeur** et **Hauteur** vides partout où c'est possible ; l'app calcule alors la taille qui convient à chaque appareil. La *largeur max.* est l'exception utile : elle garde lisibles les longues lignes de texte.

Panneau « Arrière-plan de la section »

Ici, la bande reçoit une couleur et, si vous le souhaitez, une photo. Les deux sont séparés : la **couleur** en haut, en dessous une case à cocher pour l'**image d'arrière-plan**.

Thème de couleurs de cette section

Tout en haut du panneau se trouve un choix qui remplace toutes les couleurs *de cette seule bande* – arrière-plan, texte et accent. Normalement, il indique **Suit le thème de la page**. Si vous choisissez un autre thème, la bande se détache du reste de la page sans que vous ayez à définir une seule couleur à la main. En dessous apparaissent les quatre codes de couleur les plus importants du thème choisi – **Page**, **Texte**, **Principale**, **Accent** – chacun à cliquer pour le copier.

> **La bande sombre dans une page claire**
>
> Le cas classique : votre page est claire, mais le bloc final avec « Demander maintenant » doit être sombre. Au lieu de définir quatre couleurs une par une, donnez simplement à cette seule section un thème de couleurs sombre. Le texte et les boutons suivent automatiquement et restent lisibles.

Surface visible

Juste en dessous se trouve le code de la couleur que cette bande affiche *réellement* en ce moment – mesurée sur votre page, et non lue dans un réglage. C'est pourquoi il est là même quand la couleur vient du thème. Un clic le copie. Si la bande est transparente, la ligne le dit expressément.

La couleur

À droite du titre **Couleurs de cette section** se trouve le bouton **Rétablir le thème**. Il annule couleur, dégradé, opacité et voile en une seule fois – l'image d'arrière-plan reste. Tant que rien n'est réglé, il est grisé.

Sous **Type d'arrière-plan**, il y a exactement trois possibilités :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Couleur du thème	Prend la couleur de votre thème. Ainsi la page reste automatiquement homogène. **Le préréglage.**
Couleur personnalisée	Vous choisissez la couleur vous-même – surface de couleur, code couleur ou pipette.
Dégradé	Un dégradé de deux couleurs. Vous choisissez *Le dégradé commence par*, *Le dégradé se termine par* et la *Direction* – de simples champs de couleur, aucun code nécessaire.

Avec **Couleur du thème**, un deuxième choix apparaît en dessous : *Du thème (standard)*, **Couleur de la page**, **Surface de carte**, **Surface atténuée**, **Couleur principale**, **Couleur secondaire** ou **Couleur d'accent**. Vous détachez ainsi une bande tout en restant dans le jeu de couleurs de votre thème. Le code couleur correspondant s'affiche là encore juste en dessous.

Vient ensuite le curseur **Opacité** de 0 à 100 %. Il n'agit que sur la couleur d'arrière-plan ; les textes et les images restent entièrement visibles. La ligne *Vue actuelle* rappelle pour quel appareil vous réglez en ce moment.

L'image d'arrière-plan

Une photo n'est pas une entrée distincte dans la liste, mais une **case à cocher « Image d'arrière-plan »** en dessous. Cochez-la et la zone image se déplie :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Choisir / téléverser une image	Ouvre votre réserve d'images. Vous pouvez aussi y glisser une nouvelle image.
Texte alternatif	Une courte description de l'image pour les visiteurs aveugles et pour Google. Une phrase suffit : « L'atelier vu de l'extérieur ».
Opacité de l'image	L'intensité avec laquelle la photo apparaît.
Rendu de l'image	Comment la photo remplit la bande : *Remplit le format (rognée)* – remplit toujours, mais rogne. *Image entière visible* – rien n'est coupé, mais la bande grandit avec l'image. Plus *Pleine largeur, image entière* et *Taille d'origine*.
Position de l'image	Quatre flèches et un point au centre. Vous ajustez ainsi le cadrage pas à pas – flèche vers le haut jusqu'à ce que les têtes soient dedans. Le point recentre.
Taille de l'image	Zoome dans l'image ou en arrière, en pourcentage, avec **–** et **+** par pas de un pour cent.
Répéter l'image	Répéter une petite image en motif. Pour les arrière-plans texturés. *Uniquement en mode Avancé.*
L'image pendant le défilement	Si l'image défile avec la page ou reste en place (arrière-plan fixe). *Uniquement en mode Avancé.*

Le voile

Dès qu'une image d'arrière-plan est définie, la zone **Voile sur l'image** apparaît **d'elle-même** – une couche de couleur entre la photo et le texte. Vous choisissez l'un des cinq états :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Aucun voile	Seulement la photo.
Sombre	Couche sombre → le texte clair devient lisible. **Le cas normal.**
Clair	Couche claire → le texte sombre devient lisible.
Couleur de la section	Prend la couleur d'arrière-plan de la section comme voile. Bien pour une teinte assortie à la marque.
Couleur personnalisée	Vous choisissez vous-même la couleur du voile ; un champ de couleur se déplie alors en dessous.

L'état choisi est entouré de blanc et marqué d'une coche, chaque bouton porte une touche de couleur – vous voyez donc ce qu'il fait avant de cliquer. Dès qu'un voile est actif, deux curseurs s'ajoutent :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Intensité	L'intensité du voile. Entre 40 et 60 %, le texte est en général bien lisible et la photo encore reconnaissable.
Dégradé	Pleine surface, de gauche à droite, de droite à gauche, de haut en bas, de bas en haut ou radial (plus sombre sur les bords). Bien quand seule la moitié portant le texte doit être assombrie.

Texte blanc sur une photo : toujours avec un voile

Un texte posé directement sur une photo est souvent illisible – surtout quand la photo mêle des zones claires et sombres. Mettez le voile sur **Sombre** et l'intensité à environ 50 %. Une couche assombrissante se place alors entre la photo et le texte, et votre texte est toujours lisible.

Opacité de la section

Le curseur **Opacité** n'agit que sur la *couleur d'arrière-plan* – vos textes et vos images restent entièrement visibles. C'est voulu : sinon, en atténuant la couleur, le texte pâlirait aussi.

Panneau « Écarts intérieurs (l'air à l'intérieur) »

Détermine la quantité d'air entre le bord de la bande et son contenu – en haut, en bas et sur les côtés. Les choix sont **Compact**, **Normal**, **Grand** et **Très grand**.

> **L'air est le moyen de design le moins cher**
> Quand une page a l'air « à l'étroit », ce n'est presque jamais à cause de la police, mais du manque d'air. Mettez les sections importantes sur **Grand** – la page paraît aussitôt plus calme et plus soignée.

Panneau « Cadre et ombre »

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Épaisseur	L'épaisseur du trait autour de la bande. Aucun cadre = 0.
Couleur	Couleur du cadre. « Accent » prend la couleur de votre thème.
Style	Continu, Tirets ou Pointillés.
Coins (rayon)	L'arrondi des coins : Aucun, Petit, Moyen, Grand ou *Pill* (entièrement rond).
Ombre	Aucune, Petite, Moyenne, Grande ou *Soft* – une ombre douce et discrète.

Panneau « Animation »

Fait apparaître la section une fois en douceur – par exemple en la faisant flotter légèrement depuis le bas. Cela donne de la vie sans être envahissant. **À ne pas confondre avec le « parallax » :** l'animation se joue une fois, le parallax bouge en continu pendant le défilement.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Effet à l'apparition	Aucun, Apparition en fondu, Glissement depuis le bas, Glissement depuis la droite, Agrandir ou Flottement en douceur.
Montrer l'effet	Rejoue l'effet immédiatement. Après chaque modification, cela se fait automatiquement.
Durée (millisecondes)	La durée du mouvement ; 1000 = une seconde. En dessous d'une demi-seconde, l'effet est le plus réussi.
Délai (millisecondes)	Le temps d'attente avant le départ. Avec plusieurs sections, cela crée un joli enchaînement.
Déroulé	Si le mouvement est régulier ou s'il démarre et s'achève en douceur. « Fin en douceur » paraît le plus naturel.

Moins, c'est mieux

N'animez pas chaque section. Si tout bouge, la page paraît agitée et lente. Deux ou trois endroits par page suffisent.

Panneau « Parallax (mouvement pendant le défilement) »

Le **parallax** signifie : l'arrière-plan défile plus lentement que le texte placé devant. Cela crée de la profondeur – comme la vue depuis la fenêtre d'un train : les arbres proches filent, les montagnes lointaines restent presque immobiles.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Préréglage	Des schémas de mouvement tout prêts à essayer. L'entrée en matière la plus simple.
Intensité	L'intensité de l'effet. Moins vaut presque toujours mieux.
Direction	Dans quelle direction le plan se décale.
Agit sur	Ce qui bouge : toute la section, uniquement l'image d'arrière-plan, les images dans le contenu, les cartes ou tout.
Rythme	La distance parcourue par le plan pendant le défilement.
Douceur	La douceur avec laquelle le mouvement se prolonge.
Désactiver sur mobile	Désactive l'effet sur mobile – il y coûte de la performance et apporte peu.
Réinitialiser le parallax	Annule tous les réglages de parallax de cette section.

Vous voyez le mouvement tout de suite

Le parallax se produit pendant le défilement. Dans le builder, l'effet se joue en direct – faites simplement défiler dans la fenêtre d'aperçu. Après chaque modification, le builder montre en plus le mouvement une fois en entier.

Si une section n'a pas d'image d'arrière-plan, c'est le contenu ou l'image du contenu qui se déplace à la place – le réglage ne reste donc jamais sans effet visible.

Panneau « Animation du texte »

Ici, c’est le **texte lui-même** qui bouge, pas toute la section. Le réglage vaut soit pour **tous les textes de la section**, soit – si vous cliquez d’abord sur un titre – pour **ce seul élément**. Le réglage de l’élément l’emporte.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Apparaître en fondu	Le texte devient visible sans bouger.
Monter par le bas	Le texte glisse jusqu'à sa place.
Glisser depuis le côté	Le texte arrive de la gauche ou de la droite.
Lettre par lettre	Les caractères apparaissent l'un après l'autre.
Mot par mot	Les mots apparaissent l'un après l'autre.
Ligne par ligne	Chaque ligne sort de sous un bord.
De l'intérieur vers l'extérieur	Le texte se construit à partir du milieu.
Machine à écrire	Le texte s'écrit, avec un curseur clignotant.
Décoder	Les caractères tournent jusqu'à ce que le mot apparaisse.
Le flou se dissipe	La netteté vient mot après mot.
Changement de couleur	La couleur du texte passe d'une couleur à l'autre.
Surligner au défilement	La couleur parcourt le texte au fil du défilement.

Vous réglez en plus **quand** l'effet démarre – quand le texte entre dans l'écran, à l'ouverture de la page ou en suivant le défilement – ainsi que la durée, le retard, la courbe, l'espacement en cascade et l'intensité. Ce dont un effet n'a pas besoin n'est même pas affiché.

L'espacement plutôt que la durée

Avec « Lettre par lettre », c'est l'**espacement en cascade** qui fait la différence, pas la durée : à 70 millisecondes, les caractères apparaissent nettement l'un après l'autre, à 20 tout se brouille en une seule traînée.

Le texte reste lisible

Pour le découpage en lettres, en mots et en lignes, le texte n'est séparé qu'un court instant. Le code de la page contient la phrase entière, les lecteurs d'écran la lisent en entier, et si « Réduire les animations » est activé dans le système, le texte s'affiche tout de suite.

Panneau « Effets au défilement »

Le panneau au-dessus propose des modèles tout prêts. Ici, vous indiquez **les chiffres vous-même** : l'élément passe de 100 % à 130 %, part de 200 pixels à gauche pour revenir à zéro, passe de transparent à opaque. La valeur passe de « de » à « à » au fil du défilement.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Taille	L'échelle en pour cent, par exemple de 100 à 130.
Déplacer vers la droite	Distance horizontale en pixels ; un nombre négatif signifie vers la gauche.
Déplacer vers le bas	Distance verticale en pixels ; un nombre négatif signifie vers le haut.
Rotation	Inclinaison en degrés.
Opacité	De transparent à opaque (ou l'inverse).
Flou	De flou à net, en pixels.

Vous cochez ce qui doit bouger – les deux champs n'apparaissent qu'ensuite. Vous indiquez en plus sur quelle **portion du défilement** cela se passe : 100 % correspond au bord inférieur de la fenêtre, 0 % au bord supérieur. Par défaut, de 90 % à 40 %.

D'abord un modèle, ensuite les chiffres

Sous « Appliquer un modèle » se trouvent des valeurs toutes prêtes : « Grandir », « Entrer par la gauche », « Monter », « Devenir net », « Pivoter à l'entrée ». Elles remplissent les champs, ensuite vous ajustez les chiffres jusqu'à ce que cela convienne.

L'effet vaut pour toute la section ou – si vous cliquez d'abord sur une image, une carte ou un titre – pour ce seul élément. Le réglage de l'élément l'emporte.

Fonctionne à côté de l'effet parallax

Les deux mouvements s'entendent : le navigateur les additionne. Avec « Réduire les animations » dans le système, l'état final est là tout de suite, et sans JavaScript tout reste à sa place – rien n'est jamais caché.

Panneau « Effet à l'ouverture de la page »

Cet effet appartient à la **page entière** et se joue une fois à son ouverture. Vous le trouvez sous « Réglages de la page ».

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Faire apparaître la page en fondu	Toute la page devient visible.
Le contenu monte	Le contenu glisse légèrement jusqu'à sa place.
Zoom doux	La page revient d'un léger agrandissement.
En cascade	Les sections apparaissent l'une après l'autre.
Écran de chargement	Une surface avec votre logo, le temps que les polices et les images se chargent.
Le flou se dissipe	La page devient nette.

Jamais d'écran blanc

Sans JavaScript, avec « Réduire les animations » et au-delà de la durée maximale réglée, la page s'affiche tout de suite. L'écran de chargement reste au moins un court instant : sinon vous ne le verriez jamais dans l'éditeur, où tout est chargé depuis longtemps.

Panneau « Visibilité (mobile / tablette / ordinateur) »

Masque la section sur certains appareils. Elle est conservée – les visiteurs sur l'appareil concerné ne la voient simplement pas.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Mobile (max 767px)	Masquer sur mobile.
Tablette (max 991px)	Masquer sur tablette.
Ordinateur	Masquer sur l'ordinateur.

À quoi cela sert

Un tableau large ou un grand diagramme devient souvent illisible sur mobile. Au lieu de le supprimer, masquez-le là – et placez en dessous une version allégée qui n'apparaît que sur mobile.

Panneau « Réglages de la page » (important pour Google)

Ces réglages valent pour la **page entière**, pas pour une bande. Ils décident de l'aspect de votre page dans Google et lors d'un partage sur WhatsApp.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Titre SEO	Apparaît dans l'onglet du navigateur et comme titre bleu dans Google. Écrivez ici ce que vous faites et où : « Plomberie et chauffage Müller – service d'urgence à Kassel ».
Meta description	Le texte gris sous le titre dans les résultats Google. Environ 155 caractères. C'est votre annonce – écrivez-la comme telle.
Titre principal invisible (H1)	Un titre que seuls Google et les lecteurs d'écran voient. En général le même texte que votre titre visible.
Chemin de l'adresse (slug)	La partie de l'adresse Internet qui suit votre nom de domaine. `/` est la page d'accueil, `/contact/` la page de contact. Court, en minuscules, sans accents.
Canonical	Indique à Google quelle adresse est la bonne si la page existe en double. Peut rester vide la plupart du temps.
Titre lors du partage (og:title)	Le titre de l'aperçu quand quelqu'un envoie votre lien sur WhatsApp ou LinkedIn. Vide = titre SEO.
Texte lors du partage (og:description)	Le texte du même aperçu. Vide = meta description.
Image d'aperçu (og:image)	L'image de cet aperçu. Nécessite l'adresse complète de l'image.
Langue	Le code de langue de la page, pour l'Allemagne `de-DE`. Aide les lecteurs d'écran et Google.
Ne pas afficher dans Google (noindex)	Cache la page aux moteurs de recherche. Pour les brouillons et les pages de test.

> **Les deux champs qui comptent vraiment**
>
> Le **titre SEO** et la **meta description** sont ce que les gens voient de vous dans Google *avant* de cliquer. Remplissez-les pour chaque page – c'est la demi-heure la plus efficace de tout votre projet de site.

Panneau « Réglages des cookies »

Active un avis sur les cookies sur votre site et en règle le texte.

> **Avez-vous seulement besoin d'un bandeau cookies ?**
>
> Un site qui n'affiche **que vos propres contenus** n'a en règle générale *pas* besoin de bandeau. Il devient nécessaire dès que vous intégrez des éléments qui suivent les visiteurs – Google Analytics, Google Maps, vidéos YouTube, pixels Facebook. La façon de configurer ces services est décrite dans la section suivante.
>
> C'est une question juridique, pas une question technique. En cas de doute, demandez à quelqu'un qui s'y connaît – voir aussi Chapitre 8 (p. 70).

Panneau « Statistiques et publicité »

C'est ici que vous mettez en place le comptage des visiteurs et la mesure publicitaire pour votre site terminé – **sans une ligne de code**. Vous activez le service et n'entrez que le numéro figurant dans votre compte. Le builder construit le reste lors de l'export.

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Google Analytics	Comptage des visiteurs. Vous entrez l'*identifiant de mesure*, p. ex. `G-ABCD123456`. À trouver dans Google Analytics sous Administration → Flux de données.
Google Ads	Mesure si une annonce a mené à un résultat. Vous entrez l'*identifiant de conversion*, p. ex. `AW-123456789`.
Google Tag Manager	Gère plusieurs services au même endroit. Vous entrez l'*identifiant de conteneur*, p. ex. `GTM-ABC1234`.
Pixel Meta	Pour les annonces sur Facebook et Instagram. Vous entrez l'*identifiant de pixel* (chiffres uniquement).
Balise Pinterest	Pour les annonces sur Pinterest. Vous entrez l'*identifiant de balise* (chiffres uniquement).
Pixel TikTok	Pour les annonces sur TikTok. Vous entrez l'*identifiant de pixel*.
LinkedIn Insight Tag	Pour les annonces sur LinkedIn. Vous entrez l'*identifiant de partenaire* (chiffres uniquement).
Microsoft Advertising	Pour les annonces sur Bing. Vous entrez l'*identifiant de balise UET* (chiffres uniquement).
Matomo	Comptage des visiteurs sur votre propre serveur. Vous entrez l'adresse de votre installation Matomo et l'*identifiant du site*.

Ce qui se passe quand vous activez un service

Trois choses se produisent automatiquement :

1. Le service est intégré à votre **site exporté** – pas dans le builder ni dans cette app. Le builder lui-même n'envoie toujours rien.
2. Il n'est **chargé qu'une fois que le visiteur a donné son accord dans le bandeau cookies**. Avant cela, il ne se passe rien du tout : aucun script, aucun cookie, aucune connexion au fournisseur.
3. Votre **politique de confidentialité** reçoit le paragraphe correspondant. Si vous désactivez le service, il disparaît de nouveau. Vos propres textes restent intacts.

Pour que le point 2 fonctionne, le bandeau cookies doit être activé. S'il manque, le panneau vous le signale et le met en place d'un clic.

> **Si le numéro est incorrect, il n'est pas enregistré**
> Chaque identifiant a une forme fixe. Si votre saisie n'y correspond pas, le panneau indique en clair à quoi ressemble le numéro et où le trouver – et le builder ne le reprend pas. Ainsi, un numéro invalide n'atterrit jamais sur votre site.

Mesurer les résultats : la page de remerciement

Savoir combien de personnes ont visité votre page, c'est une moitié. L'autre : **combien d'entre elles ont fait quelque chose** – acheté, envoyé un formulaire, demandé la newsletter.

Pour cela, il vous faut une page sur laquelle le visiteur arrive *après* l'action – la classique page de remerciement. Dans les **réglages de la page** en question (sous « Afficher plus »), cochez **Cette page est une page de réussite** et choisissez ce qui a été atteint : achat, demande ou inscription à la newsletter. Si vous le souhaitez, indiquez aussi une valeur et une devise.

Le builder traduit le reste dans la langue propre de chaque service activé. Vous ne tapez aucun événement, vous choisissez. Seul Google Ads a besoin en plus du **libellé de conversion** de votre compte Google Ads – sans lui, Google Ads ne peut pas attribuer le résultat. Le champ apparaît de lui-même dès que Google Ads est activé.

Panneau « Barre de défilement »

Une case à cocher : **Barre de défilement fine**. Elle rend la barre du bord droit plus mince et plus discrète. Cela vaut pour tout le site – dans le builder comme sur la page terminée.

Panneau « Theme » – les couleurs de votre site

Un **Theme** est un jeu de couleurs tout prêt pour l'ensemble de votre site : arrière-plan, couleur du texte, votre couleur principale, cartes, cadres. Vous en choisissez un – et toutes les pages s'accordent sans que vous ayez à définir une seule couleur à la main. Détails dans Chapitre 4 (p. 44).

Panneau « Police »

Choisit la paire de polices pour tout le site : une police pour les titres, une pour le texte courant. Les paires sont déjà accordées entre elles. Là aussi, plus de détails dans Chapitre 4 (p. 44).

Panneau « Classes CSS (pour les pros) »

Vous pouvez y déposer vos propres instructions de design. C'est réservé aux personnes qui maîtrisent le HTML et le CSS.

> **Vous pouvez le laisser de côté sans crainte**
>
> Si vous ne savez pas ce qu'est le CSS : repliez-le simplement et oubliez-le. Vous n'avez besoin de ce panneau pour aucun site normal.

Panneau « Collections de contenu (CMS) »

Il sert à gérer des listes de contenus toujours construits de la même façon – par exemple dix projets avec chacun une image, un titre et un texte. Vous entretenez la liste à un seul endroit au lieu de chaque carte séparément.

Pour un site d'entreprise normal de cinq pages, cela n'en vaut pas la peine. À partir d'une douzaine d'entrées semblables, cela devient intéressant.

Quand un élément est sélectionné

Si vous cliquez directement sur un texte, une image ou un bouton, l'inspecteur affiche d'autres panneaux :

Contenu

Le texte de l'élément – mais seulement s'il ne figure pas déjà dans le panneau Contenu. Les champs en double n'existent pas, et c'est voulu.

Design

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Police	Police des titres, police du texte ou standard. Ce sont les polices de votre paire de polices – ainsi la page reste homogène.
Taille de police	La taille de ce seul texte.
Graisse	L'épaisseur du gras.
Interligne	L'écart entre les lignes. Un peu plus rend les textes longs nettement plus lisibles.
Espacement des lettres	L'écart entre les lettres. Sur les grands titres, un peu moins paraît souvent plus élégant.
Alignement	À gauche, au centre ou à droite.
Couleur du texte	La couleur de cet élément. Agit de façon fiable – sur les cartes aussi.
Souligné	Souligner le texte.
Arrière-plan	Une couleur d'arrière-plan propre à ce seul élément.

Lien

Uniquement pour les boutons et les liens. Vous choisissez d'abord le **type** de cible – c'est la clé de tout ce qui touche aux liens. En détail dans Chapitre 5 (p. 49).

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
URL externe	Un site qui ne vous appartient pas.
Page interne	L'une de vos propres pages – vous la choisissez dans une liste. **Prenez toujours ce type** quand il s'agit de vos propres pages.
Ancre (#)	Un endroit plus bas sur la même page.
Téléphone	Sur mobile, une pression lance l'appel.
E-mail	Ouvre le logiciel de messagerie du visiteur.
WhatsApp	Ouvre une discussion WhatsApp avec votre numéro.
Ouvrir dans un nouvel onglet	Le lien s'ouvre dans une nouvelle fenêtre. Habituel pour les sites étrangers, inutile pour les vôtres.

Image

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Choisir une image	Ouvre la réserve d'images.
Texte alternatif	Une courte description pour les visiteurs aveugles et pour Google.
Format	Proportions : carré, large, en hauteur.
Zoom / cadrage / position	Quelle partie de la photo est visible. Vous placez ainsi un visage au centre sans devoir recadrer l'image au préalable.
Cadre de l'image	Cadre et arrondi des coins pour cette seule image.

Style de bouton

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Style	*Primary* = fond bien coloré (votre couleur principale), *Secondary* = discret, *Ghost* = texte seul, sans surface.
Forme du bouton (coins)	Anguleux, légèrement arrondi ou entièrement rond.

> **Un seul bouton fort par écran**
>
> Si trois boutons crient aussi fort, personne ne clique. Mettez le plus important en **Primary** et tous les autres en **Secondary** ou **Ghost**.

Layout et taille (uniquement en mode « Avancé »)

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Largeur / hauteur	Dimensions fixes de l'élément.
Largeur min./max., hauteur min./max.	Les limites dans lesquelles l'élément peut grandir. La *largeur max.* est la plus utile : elle garde lisibles les longues lignes de texte.
Layout intérieur (Display)	Comment les choses qui s'y trouvent sont disposées – côte à côte (Flex) ou en grille (Grid).
Gap	L'écart entre les éléments qui s'y trouvent.
Alignement / position	L'endroit où l'élément se place dans sa zone.
Taille (responsive)	Des tailles propres pour mobile et tablette.
Effet de verre (backdrop blur)	L'arrière-plan derrière l'élément devient laiteux et flou – comme du verre dépoli. Rend très bien sur les photos.

Hauteurs fixes sur les textes : surtout pas

Une hauteur fixe sur un élément de texte est la cause la plus fréquente de mots coupés sur mobile. Là, le même texte a besoin de trois lignes au lieu d'une – et tout ce qui ne rentre pas dans la hauteur fixe disparaît. Laissez les hauteurs vides sur les textes.

Choisir des couleurs : le champ de couleur et la pipette

Partout où vous réglez une couleur, la commande a le même aspect :

ÉLÉMENT	À QUOI ÇA SERT
Surface de couleur	Cliquez dessus – le sélecteur de couleur se déplie en dessous (voir plus bas).
Champ de saisie	Tapez directement le code couleur (p. ex. `#2F6EA8`) – vous reprenez ainsi exactement la couleur de votre entreprise. S'il y est écrit *Du thème*, aucune couleur personnelle n'est définie.
Pipette 🖍️	Cliquez dessus, puis cliquez n'importe où sur votre page. L'app prend exactement cette couleur – même dans une photo. *Échap* annule.
Réinitialiser ↺	Retire de nouveau la couleur ; c'est alors le thème qui s'applique. N'apparaît que tant qu'une couleur personnelle est définie.
Le code couleur en dessous	Il est *toujours* là – même pour les couleurs du thème. **Un clic dessus le copie** (« Copié ✓ » apparaît brièvement).

Le sélecteur de couleur

Un clic sur la surface de couleur déplie le sélecteur de couleur. En haut se trouve le code couleur, à cliquer pour le copier, en dessous trois curseurs et une rangée de pastilles toutes prêtes :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Teinte	Quelle couleur – du rouge au vert et au bleu, puis retour.
Saturation	L'intensité ou la grisaille de la couleur.
Luminosité	Du noir à la couleur pleine, jusqu'au blanc.
Pastilles de couleur	Vingt couleurs toutes prêtes à cliquer – des gris et un arc de couleurs vives.

Un clic à côté ou *Échap* ferme le sélecteur de couleur. La couleur est reprise immédiatement, il n'y a pas de « Confirmer ».

Le code couleur à emporter

Vous avez besoin de votre couleur ailleurs – sur un en-tête de lettre, sur un autocollant de vitrine, chez l'imprimeur ? Cliquez sur le code couleur sous le champ de couleur, il est aussitôt dans le presse-papiers. Cela marche aussi pour les couleurs du thème que vous n'avez jamais saisies vous-même.

La pipette vaut de l'or

Vous avez un logo d'entreprise, mais vous ne connaissez pas vos valeurs de couleur ? Insérez le logo comme image, prenez la pipette, cliquez sur le logo – c'est fait. Vos boutons ont maintenant exactement la couleur de votre entreprise.

CHAPITRE 4

Modèles, Themes et polices

Un modèle est un site terminé que vous transformez. Un Theme donne les mêmes couleurs à toutes les pages. Une paire de polices leur donne la même écriture. Ensemble, cela fait trois clics pour une présentation cohérente.

Modèles : des sites terminés comme point de départ

Un **modèle** n'est pas une coquille vide, mais un site complet : plusieurs pages, de vrais textes en allemand, des images, un menu, un pied de page, des mentions légales. Vous remplacez ce qui vous appartient – le reste est déjà là.

4 modèles sont fournis :

MODÈLE	PAGES	CE QU'IL CONTIENT
Artisan	8	Plomberie/chauffage – accueil, systèmes de chauffage, salle de bains, service, contact, rendez-vous + textes juridiques
Menuiserie	18	Avec références et pages de détail par projet
Software / SaaS	8	Avec tableau de prix, diagramme et FAQ
Studio / cours	7	Montre tous les blocs : slider, galerie, équipe, blog, boutique, diagramme, formulaires

Le secteur n'a pas d'importance

Prenez sans hésiter le modèle Menuiserie pour votre cabinet comptable. Un site se compose partout des mêmes parties : l'accroche en haut, les prestations, à propos, le contact. Vous remplacez les textes et les photos – et personne ne devinera d'où vient la page.

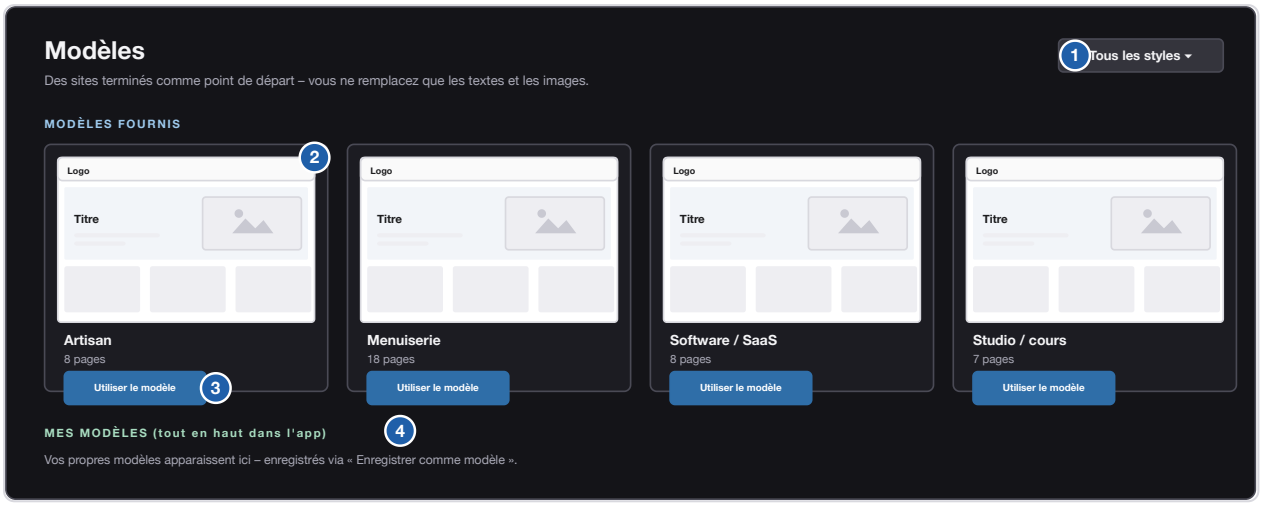


Fig. 6 : la galerie de modèles. Chaque tuile montre une véritable image du modèle.

1. **Filtre de style** – n'affiche que les modèles d'un même style.
2. **Image d'aperçu** – un clic ouvre le modèle en grand, pour le regarder sans le reprendre.
3. **Utiliser le modèle** – charge le modèle dans votre projet.
4. **Mes modèles** – tout en haut, c'est là que les vôtres arrivent.

Reprendre un modèle

1. Cliquer sur **Modèles** dans la barre de projet.
2. Cliquer sur une image d'aperçu pour examiner le modèle tranquillement.
3. S'il convient : revenir à la galerie et cliquer sur **Utiliser le modèle**.
4. Le modèle est chargé – avec toutes ses pages. Vous les voyez en haut dans la barre des pages.
5. Saisir un nom de projet et enregistrer.

> **« Utiliser » écrase votre travail en cours**
>
> Si vous avez déjà construit une page et que vous chargez ensuite un modèle, votre travail est perdu – sauf si vous avez enregistré auparavant. Donc : **enregistrer d'abord, charger le modèle ensuite**. Vous retrouverez votre ancien projet sous *Tous les projets*.

Transformer un modèle

Ensuite, c'est votre page. Procédez dans cet ordre – c'est ce qui fait gagner le plus de temps :

1. Remplacer les **textes**. De haut en bas, page par page.
2. Remplacer les **images** (voir Chapitre 6 (p. 56)).
3. Régler le **Theme** sur la couleur de votre entreprise (voir plus bas).
4. Supprimer les sections dont vous n'avez pas besoin.
5. **Impressum und Datenschutz** mit Ihren echten Angaben füllen – die Vorlage enthält nur Muster-Text mit „Musterstraße 1“.
6. Tout parcourir une fois en vue mobile.

Le point que presque tout le monde oublie

Die Rechtstexte der Vorlage sind **Platzhalter**. Wenn Sie die so online stellen, steht auf Ihrer Website die Adresse „Musterstraße 1“ – und Ihr Impressum ist falsch. Das kann eine Abmahnung kosten. Mehr dazu in Chapitre 8 (p. 70).

Les photos des modèles sont générées par IA

Toutes les photos fournies avec les modèles ont été créées par intelligence artificielle – ce ne sont pas de véritables prises de vue d'une entreprise, d'un bâtiment ou d'un produit. Remplacez-les par vos propres photos et cela ne vous concerne plus. Si vous conservez telles quelles certaines photos des modèles et que vous vous en servez pour promouvoir de vrais produits ou services, vérifiez si un marquage est requis par le règlement européen sur l'IA (EU AI Act) – ces images se distinguent difficilement de vraies photos. Les mentions légales générées contiennent à cet effet une proposition de texte toute prête, que vous pouvez conserver ou supprimer.

Themes : les couleurs

Un **Theme** est un jeu de couleurs accordé pour tout votre site. Il définit : la couleur d'arrière-plan, la couleur du texte, votre couleur principale (pour les boutons et les liens), la couleur des cartes et la couleur des cadres.

Le Website Builder est livré avec **60 Themes** répartis en 8 styles :

STYLE	EFFET	CONVIENT À
Monochrome	Une couleur en de nombreuses nuances. Calme et sobre.	Artisanat, conseil, cabinets
Corporate	Classiquement professionnel, en tons discrets.	Prestataires de services, industrie
Creative	Vif et inhabituel.	Agence, photographie, restauration
Complémentaire	Deux couleurs opposées – contraste fort.	Quand les boutons doivent se remarquer
Médical	Clair, net, beaucoup de bleu et de vert.	Cabinet, soins, thérapie
Premium	Sombre et raffiné, souvent avec une touche d'or ou de cuivre.	Haut de gamme, manufacture
Triadique	Trois couleurs équilibrées.	Présentations vives et colorées
Dark	Sombre par nature – texte clair sur fond sombre.	Technique, photographie, restauration de nuit

Changer de Theme

1. Déplier le panneau **Theme** dans l'inspecteur.
2. Cliquer sur un Theme – le canvas se recolore aussitôt.
3. Il ne vous plaît pas ? Cliquez sur le suivant. Vous ne pouvez rien casser.

Les Themes se trouvent uniquement dans l'inspecteur – il n'existe pas de galerie de Themes séparée. Ainsi, en changeant, vous voyez tout de suite à quoi ressemble votre vraie page.

> **Amener la couleur de votre entreprise dans le Theme**
>
> Cherchez le Theme dont la *luminosité* convient (clair ou sombre), puis ne changez que la couleur principale : cliquez sur un bouton, panneau **Design**, prélevez la couleur du logo avec la **pipette**. Vous avez ainsi un ensemble cohérent *et* votre marque.

Clair ou sombre – c'est un interrupteur à part

En haut de la barre d'outils se trouvent ☀ **Clair** et 🌙 **Sombre**. Cet interrupteur bascule votre *site*, indépendamment du Theme. Essayez les deux – certains blocs paraissent nettement plus soignés en sombre.

Polices

L'app est livrée avec **82 paires de polices**. Une paire se compose toujours de deux polices : une pour les **titres**, une pour le **texte courant**. Elles sont accordées entre elles – vous ne pouvez donc pas les combiner de travers.

1. Déplier le panneau **Police** dans l'inspecteur.
2. Cliquer sur une paire. Le canvas la reprend aussitôt.

À quoi reconnaît-on un bon choix

La police ne doit pas se remarquer, elle doit être lisible. Si vous remarquez la police en lisant, c'est qu'elle est mauvaise. Pour l'artisanat et le conseil : une linéale sobre (p. ex. « Inter »). Pour la restauration ou une manufacture, le titre peut être en police à empattements (p. ex. « Playfair »).

Enregistrer vos propres modèles

Vous avez construit une page dont vous vous servez souvent ? Alors enregistrez-la comme modèle personnel : dans la barre de projet, cliquez sur **Enregistrer comme modèle**, donnez un nom, c'est fait. Elle apparaît dans la galerie de modèles sous **Mes modèles** et peut y être utilisée ou supprimée.

Tout est enregistré : toutes les pages, le Theme, la police et les images.

Pour qui cela en vaut la peine

Si vous construisez des sites pour d'autres – pour des clients, pour des associations, pour des connaissances. Construisez alors votre structure de base une fois proprement et démarrez chaque nouveau projet à partir d'elle, au lieu de tout reprendre à zéro à chaque fois.

CHAPITRE 5

Les pages et le menu de votre site

Un site ne se compose presque jamais d'une seule page. Dans ce chapitre, vous créez des sous-pages et les reliez par le menu – de sorte que les liens fonctionnent aussi après l'export.

La barre des pages

Au-dessus du canvas se trouve une barre étroite portant le mot **PAGES**. Chaque page de votre site y est un onglet – comme les intercalaires d'un classeur. L'onglet clair est la page que vous êtes en train de modifier.

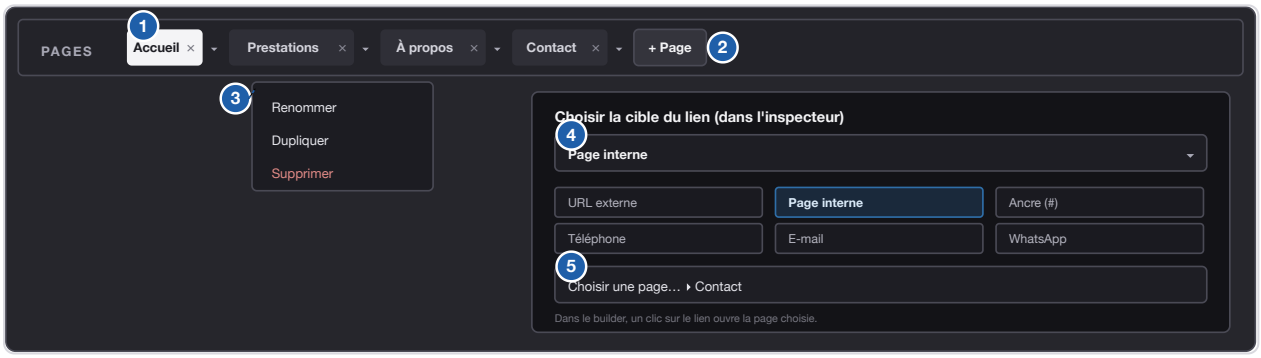


Fig. 7 : la barre des pages, le menu des pages et le choix de la cible du lien dans l'inspecteur.

1. **Onglet de page** – un clic change de page. Un double-clic la renomme.
2. **+ Page** – crée une nouvelle page vide.
3. ▾ **Menu** – renommer, dupliquer, supprimer.
4. **Type de cible** – c'est là que tout se décide. Pour vos propres pages, toujours **Page interne**.
5. **Choisir une page** – la page cible dans la liste.

De quelles pages un site d'entreprise a-t-il besoin ?

PAGE	OBLIGATOIRE ?	POUR QUOI
Accueil	oui	La première impression. Qui vous êtes, ce que vous faites, comment vous joindre.
Prestations	recommandé	Ce que vous proposez – plus en détail que sur la page d'accueil.
À propos	recommandé	Les gens achètent à des gens. Une photo de vous fait des merveilles.
Contact	oui	Adresse, téléphone, formulaire, itinéraire.
Impressum	**obligatoire par la loi**	En Allemagne, obligatoire pour les sites professionnels. Chapitre 8 (p. 70)
Datenschutz	**obligatoire par la loi**	Également obligatoire. Chapitre 8 (p. 70)

Les trois pages obligatoires en un clic

Sie müssen Impressum, Datenschutz und Barrierefreiheit nicht einzeln anlegen. In der Bausteine-Liste links gibt es die Gruppe **Rechtliches** mit dem Baustein **Rechtsseiten**. Ein Klick darauf legt alle drei Seiten fertig gegliedert an – mit Platzhaltern in eckigen Klammern, die Sie durch Ihre eigenen Texte ersetzen.

Seiten, die es schon gibt, bleiben dabei unangetastet. Sie können den Baustein also jederzeit erneut anklicken, ohne Ihre Arbeit zu verlieren.

Mieux vaut peu de bonnes pages

Quatre pages bien tenues valent mieux que douze pages à moitié faites. Vous devrez maintenir chaque page à jour par la suite – et une page « Carrières » qui date d'il y a trois ans nuit plus qu'elle ne sert.

Créer et gérer des pages

Nouvelle page

1. Cliquer sur **+ Page** dans la barre des pages.
2. La nouvelle page est vide et aussitôt sélectionnée.
3. Insérer des blocs comme décrit au chapitre 2.
4. Renommer la page : double-cliquer sur l'onglet, taper le nom.

> **Le chemin le plus rapide vers une nouvelle sous-page**
>
> Ne reconstruisez pas – **dupliquez**. Cliquez sur le ▾ à côté d'une page terminée et choisissez **Dupliquer**. Le menu, le pied de page et la structure sont alors déjà corrects ; vous ne remplacez que les contenus. Ainsi, toutes les pages restent automatiquement homogènes.

Renommer, dupliquer, supprimer

ACTION	COMMENT FAIRE
Renommer	Double-clic sur l'onglet – ou ▾ → *Renommer*.
Dupliquer	▾ → *Dupliquer*. Crée une copie complète.
Supprimer	Le petit × sur l'onglet – ou ▾ → *Supprimer*. Une confirmation est demandée.
Changer de page	Cliquer sur l'onglet.
Supprimer toutes les pages	Tout à droite de la barre des pages, visible seulement à partir de deux pages. Efface toutes les pages en *une* fois ; une page vide subsiste. Le Theme, les polices et les images téléversées sont conservés. Pratique si finalement vous ne voulez pas garder un modèle.

> **La dernière page ne peut pas être supprimée**
>
> Un site sans page, cela n'existe pas. Tant qu'il n'en reste qu'une, le × est absent. Vous pouvez tout de même la vider – avec **Vider la page** dans la boîte à outils de gauche.

Le chemin de l'adresse (slug)

Chaque page a un **chemin d'adresse** – « slug » dans le jargon. C'est la partie de l'adresse Internet qui suit votre nom de domaine :

PAGE	SLUG	ADRESSE SUR INTERNET
Accueil	`/`	`votre-entreprise.fr`
Prestations	`/prestations/`	`votre-entreprise.fr/prestations/`
Contact	`/contact/`	`votre-entreprise.fr/contact/`

Vous le réglez dans l'inspecteur sous **Réglages de la page** → **Chemin de l'adresse**.

> **Règles pour le slug**
>
> Tout en minuscules. Pas d'accents, pas de cédille, pas d'espaces (utilisez un trait d'union). Court et parlant : `/contact/` plutôt que `/page-3/`. Google lit le slug – et vos clients aussi, quand ils transmettent le lien.

Le menu : relier les pages

Le menu est le bloc Navigation en haut de votre page. Pour qu'une entrée de menu fonctionne, il lui faut une **cible**.

Faire pointer une entrée de menu vers l'une de vos pages

1. Cliquer sur la **Navigation** dans le canvas.
2. Déplier le panneau **Contenu** dans l'inspecteur. La liste **Liens** s'y trouve.
3. Ouvrir le champ **Cible** du lien souhaité.
4. Choisir comme type **Page interne**.
5. Choisir la page cible dans la liste en dessous – p. ex. *Contact*.

> **L'erreur la plus fréquente de toutes**
>
> Ne tapez **jamais** à la main l'adresse de l'une de vos pages comme « URL externe ». Prenez **Page interne** et choisissez-la dans la liste.
>
> **Pourquoi :** ce n'est qu'ainsi que l'app calcule correctement le lien lors de l'export. Un chemin tapé à la main mène souvent à une page d'erreur sur Internet – et vous ne le remarquez pas dans le builder, parce qu'il y semble fonctionner.

Autres types de cible

TYPE	À QUOI ÇA SERT	CE QUE VOUS SAISISSEZ
Page interne	Vos propres pages.	Un choix dans la liste – rien à taper.
URL externe	Les sites d'autrui, votre page Facebook, les avis Google.	L'adresse complète avec `https://`.
Ancre (#)	Un endroit plus bas sur la même page.	Le nom de l'ancre.
Téléphone	Sur mobile, une pression lance l'appel.	Votre numéro de téléphone.
E-mail	Ouvre le logiciel de messagerie du visiteur.	Votre adresse e-mail.
WhatsApp	Ouvre une discussion avec vous.	Votre numéro avec l'indicatif du pays.

Le numéro de téléphone en lien – sous-estimé

Placez votre numéro de téléphone comme lien **Téléphone** dans l'en-tête et le pied de page. Sur mobile, cela remplace la saisie par une simple pression. Chez les artisans et les cabinets, c'est souvent le bouton le plus utilisé de tout le site.

Le menu sur mobile

Sur mobile, il n'y a pas de place pour une barre de menu. C'est pourquoi elle devient automatiquement un symbole à trois traits – le **menu burger**. Une pression dessus déplie le menu.

Si vous sélectionnez la navigation, vous trouverez dans l'inspecteur :

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Menu sur mobile/tablette	La façon dont le menu s'ouvre : *Se déplie sous la barre*, *Menu plein écran* ou *Tiroir depuis la droite* ou *depuis la gauche*.
Icône burger	L'aspect du symbole : traits, traits fins, points, plus – ou traits accompagnés du mot « Menu ».
Pendant le défilement	*Défile avec la page* = le menu disparaît vers le haut. *Reste collé en haut*. *Collé & rétréci* = reste collé et devient plus plat. *Fixe (toujours visible)*.
Afficher un champ de recherche	Affiche un champ de recherche. Nécessite une cible qui exécute la recherche.

> **« Pendant le défilement : collé » est presque toujours le bon choix**
>
> Si le menu reste collé en haut, les visiteurs atteignent le contact en un clic depuis n'importe quel endroit de la page. Sur les pages longues, cela fait une vraie différence.

Une deuxième langue

L'app ne traduit pas. Si vous voulez proposer votre site en anglais, créez vous-même les pages anglaises et reliez-les – exactement comme n'importe quelle autre sous-page :

1. **Dupliquer** votre page d'accueil française (▾ → *Dupliquer*).
2. Renommer la copie, p. ex. en *Accueil EN*, et régler le chemin d'adresse sur `/en/`.
3. Sur la copie, réécrire tous les textes en anglais.
4. Ajouter dans la navigation un lien *EN* et le faire pointer vers la page d'accueil anglaise comme **Page interne** ; sur la page anglaise, un lien *FR* pour revenir.

> **Le travail double**
>
> Chaque page existe alors en deux exemplaires, et chaque modification doit être faite deux fois. Demandez-vous honnêtement si vous avez des clients anglophones. Souvent, un court paragraphe en anglais sur la page d'accueil suffit.

Pourquoi ce n'est pas une question de confidentialité

Ce sont de tout à fait ordinaires liens vers vos propres pages – aucun service de traduction externe, aucun consentement nécessaire.

CHAPITRE 6

Textes, images et contenus

Les blocs sont vite posés. Le travail est dans le contenu. Ce chapitre montre comment remplacer textes et images – et ce qu'il faut y écrire.

Modifier les textes

Il y a deux chemins. Les deux mènent au même résultat.

Chemin 1 : directement dans le canvas (rapide)

1. **Double-cliquez** sur le texte.
2. Le texte est maintenant modifiable – tapez simplement.
3. Un clic à côté valide la modification.

Chemin 2 : dans l'inspecteur (plus clair)

1. Cliquer sur le bloc.
2. Déplier le panneau **Contenu** dans l'inspecteur.
3. Tous les champs de texte y sont les uns sous les autres.

> **Quel chemin, quand**
>
> Corriger un mot : double-clic dans le canvas. Réécrire toute une section : l'inspecteur – vous y voyez tous les champs d'un coup et n'en oubliez aucun.

Qu'est-ce qu'il faut vraiment y écrire ?

C'est la question sur laquelle la plupart des gens bloquent – pas sur la technique. Trois règles qui aident presque toujours :

1. Parlez du client, pas de vous

AU LIEU DE	MIEUX
« Nous sommes une entreprise innovante et dynamique, forte de longues années d'expérience. »	« Votre chauffage est en panne ? Nous sommes là sous 24 heures. »
« Notre portefeuille de prestations comprend… »	« Voici ce que nous faisons pour vous : »
« N'hésitez pas à nous contacter à tout moment. »	« Appelez-nous : 01 23 45 67 89. Du lundi au vendredi, de 7 h à 17 h. »

2. Le titre tout en haut est la ligne la plus importante

Les visiteurs décident en trois secondes environ s'ils restent. Pendant ce temps, ils lisent exactement une ligne : le grand titre du hero. Répondez-y à **une** question – « Qu'est-ce que j'y gagne ? »

3. Faites court

Personne ne lit les sites web, tout le monde les survole. Des phrases courtes. Des paragraphes de deux à trois lignes. Des intertitres. Là où une énumération suffit, pas de mur de texte.

> **L'astuce contre la page blanche**
>
> N'écrivez pas un « texte de site web ». Écrivez un **e-mail à un client** qui vous a demandé ce que vous faites. Cet e-mail est votre texte – il ne vous reste plus qu'à le découper.

Images

Les images se trouvent dans l'onglet **Assets** à gauche, dans la boîte à outils. *Assets* est l'anglais pour « ressources » – il s'agit de votre réserve d'images.

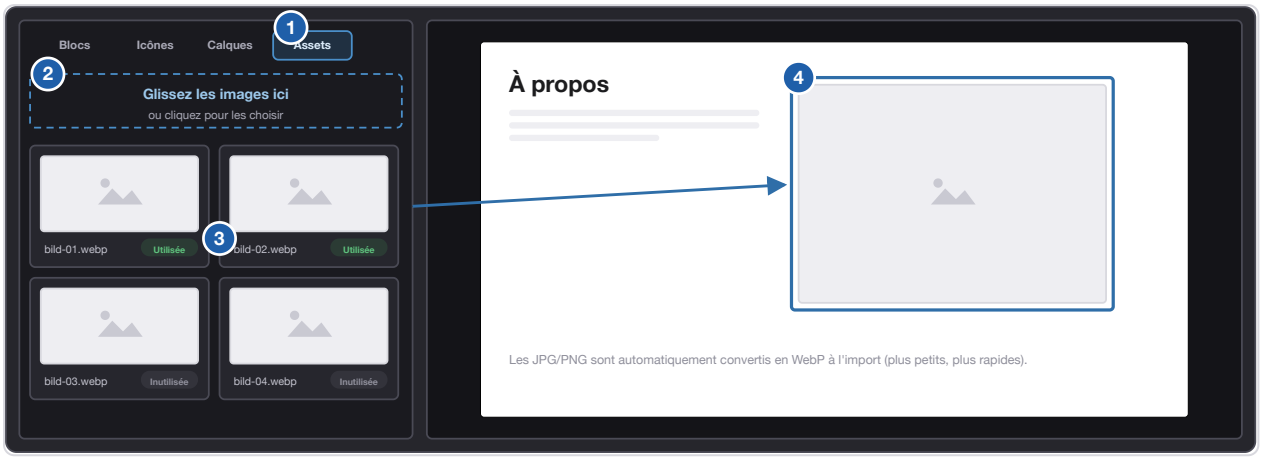


Fig. 8 : la réserve d'images. C'est de là que vous glissez les images directement dans votre page.

1. **Onglet Assets** – votre réserve d'images.
2. **Zone de dépôt** – glissez-y les images depuis votre ordinateur ou cliquez pour les choisir.
3. **Utilisée / Inutilisée** – montre quelles images figurent sur votre site.
4. **Insérer une image** – la glisser depuis la réserve sur une image dans le canvas.

Ajouter des images

1. Cliquer à gauche sur l'onglet **Assets**.
2. Glisser vos images depuis un dossier dans la zone en pointillés – ou cliquer dessus et les choisir.
3. Les images apparaissent sous forme de tuiles dans la réserve.

> **L'app réduit vos images automatiquement**
>
> Les photos issues d'un appareil ou d'un mobile sont énormes – souvent plusieurs mégaoctets. À l'import, l'app les convertit au format **WebP**. Le rendu est identique, mais le fichier est bien plus petit.
>
> **Pourquoi c'est important :** les grandes images ralentissent votre site. Et les visiteurs quittent les sites lents – Google les sanctionne. L'app s'en charge pour vous.

Insérer une image

1. Cliquer dans le canvas sur l'image à remplacer.
2. Dans l'inspecteur, sous **Image**, cliquer sur **Choisir une image**.
3. Cliquer sur votre image dans la réserve.

Ou bien : glisser l'image de la réserve directement à l'endroit voulu dans le canvas.

Le cadrage ne convient pas ?

Le cas le plus fréquent : la photo est au format paysage, la place est carrée – et la tête est coupée. Vous réglez cela **sans** logiciel de retouche :

1. Cliquer sur l'image.
2. Dans l'inspecteur, sous **Image**, utiliser les réglages **Zoom**, **Cadrage** et **Position**.
3. Régler la **Position** sur « en haut » – et les têtes sont dans le cadre.

Quelles images fonctionnent

De vraies photos de vous, de votre équipe, de votre atelier, de vos réalisations. Même si elles ne sont pas parfaites. Elles battent n'importe quelle photo de banque d'images montrant des gens souriants en open space – parce que les visiteurs repèrent immédiatement ce qui est authentique.

Les images trouvées sur Internet : n'y touchez pas

Ne copiez pas d'images depuis une recherche Google. Presque toutes sont protégées par le droit d'auteur. Une mise en demeure pour cela atteint vite quatre chiffres. Utilisez vos propres photos ou des banques d'images gratuites à licence claire (p. ex. Unsplash, Pexels) – et lisez-y les conditions.

Zoom au survol

Les images que vous insérez dans un bloc s’agrandissent un peu au passage de la souris : cela donne de la vie et montre qu’il y a quelque chose à cliquer. Pour chaque image, vous réglez l’intensité avec **moins** et **plus**, par pas de cinq pour cent.

VALEUR	EFFET
105 %	La valeur par défaut : léger agrandissement, comme sur les cartes.
jusqu’à 125 %	Bien visible. Au-delà, cela devient agité.
100 %	Désactivé. L’image reste immobile au survol.

Avec le zoom de l'image

Si vous avez agrandi le cadrage avec le **zoom de l'image**, il est conservé au survol : les deux valeurs se multiplient. 102 % de cadrage et 125 % au survol donnent 127,5 %.

Textes alternatifs

Chaque image dispose du champ **Texte alternatif**. C'est une courte description destinée aux personnes qui ne voient pas – leur lecteur d'écran la lit à voix haute. Google la lit aussi.

Une phrase suffit : « Un technicien répare une chaudière à gaz ». Pas : « Image1 », « IMG_2831 » ou « chauffage Kassel service d'urgence pas cher ».

Icônes

L'onglet **Icônes** de la boîte à outils contient une collection de petits symboles – téléphone, enveloppe, coche, horloge. Vous les glissez dans vos blocs, par exemple devant les puces d'une liste.

À utiliser avec parcimonie

Une coche devant chaque prestation : bien. Un symbole coloré différent devant chaque ligne : agité. Restez à un ou deux types de symboles par page.

Formulaires

Les formulaires (catégorie **Forms**) sont le moyen pour les clients de vous joindre sans téléphoner. Un réglage est important : **Où vont les données du formulaire ?** – la destination des données saisies.

CIBLE	CE QUI SE PASSE	QUAND LA PRENDRE
Par e-mail (ouvre le logiciel de messagerie du visiteur)	À l'envoi, le logiciel de messagerie du visiteur s'ouvre avec un message prérempli. C'est lui qui doit appuyer sur « Envoyer ».	Le chemin le plus simple. Ne demande rien d'autre que votre adresse e-mail.
À un service de formulaire (p. ex. Formspree)	Les données vont à un service qui vous envoie le message par e-mail. Le visiteur ne s'aperçoit de rien.	Le chemin le plus confortable. Nécessite un compte gratuit chez un service de formulaires.

Sans cible, votre formulaire n'envoie rien

Un formulaire sans cible ressemble à un formulaire mais ne fait rien – le client remplit, appuie sur « Envoyer », et la demande se perd dans le vide. L'app vous en avertit dans le builder. Définissez la cible **avant** d'exporter et de mettre en ligne, puis envoyez-vous vous-même un message de test.

Bei jedem Formular gibt es außerdem ein Häkchen **Datenschutz-Häkchen (Pflicht in DE)**. Das sollten Sie einschalten: In Deutschland muss der Besucher vor dem Absenden erfahren, was mit seinen Daten passiert.

Pourquoi il n'y a que ces deux chemins

Votre site terminé n'a pas de serveur qui pourrait envoyer des e-mails – il ne se compose que de pages fixes. Cela passe donc soit par le logiciel de messagerie du visiteur (mailto), soit par un service externe (endpoint). Techniquement, rien de plus n'est possible.

Vendre des produits (boutique)

Le bloc Boutique présente des produits avec photo, texte et prix. Il y a deux façons d'acheter, toutes deux sans serveur propre :

FAÇON D'ACHETER	COMMENT ÇA MARCHE	CE QU'IL VOUS FAUT
Lien de paiement par produit Préréglage	Chaque produit a son propre bouton d'achat qui mène à une page de paiement toute prête.	Un lien de paiement par produit (p. ex. de Stripe ou PayPal).
Panier	Les visiteurs rassemblent plusieurs produits, modifient les quantités et paient le tout en une seule opération via PayPal.	Uniquement votre adresse e-mail PayPal.

À qui cela suffit – et à qui non

Pour quelques produits à côté, c'est exactement ce qu'il faut. Si vous faites sérieusement du commerce – avec stock, frais de port au poids, factures, retours –, il vous faut un vrai système de boutique. Cette app ne le remplace pas.

> **Vendre implique des obligations**
> Qui vend en ligne a besoin en plus d'une information sur le droit de rétractation, de conditions générales de vente, de prix TTC et de frais de port. Ce n'est pas une question technique – réglez-la avant de poser le premier bouton.

Louer (calendrier de réservation)

Le **calendrier de réservation** se trouve dans le groupe **Calendrier**. Il est prévu pour les locations de vacances, les maisons de vacances, les chambres d'hôtes ou un bateau – partout où les hôtes paient à la nuitée et veulent savoir à l'avance ce que coûte leur séjour.

Ce que fait le visiteur

1. Il fait défiler le calendrier jusqu'au mois souhaité.
2. **Premier clic** sur un jour = **arrivée**, **deuxième clic** = **départ**. Les jours intermédiaires sont marqués en couleur.
3. À droite apparaissent aussitôt l'arrivée, le départ, le nombre de nuits, le prix par nuit et le **total**.
4. En dessous, il remplit le formulaire de demande et l'envoie – les dates, les nuits et le total partent automatiquement avec.

Les jours bloqués sont gris et ne peuvent pas être cliqués. C'est vous qui décidez lesquels : l'app bloque d'elle-même les jours passés si vous le souhaitez, et vous saisissez les jours déjà pris.

Les réglages

RÉGLAGE	CE QU'IL FAIT
Prix par nuitée et devise	Le prix servant au calcul. La devise peut être l'euro, le franc suisse, le dollar américain ou la livre.
Mois de départ (AAAA-MM, vide = mois en cours)	Le mois affiché à l'ouverture. **Laissez le champ vide** – ainsi, sur le site terminé, le calendrier démarre toujours au mois en cours, même des mois après l'export.
Bloquer les jours passés	Tout ce qui précède aujourd'hui n'est pas cliquable. À laisser coché en principe.
Jours occupés (séparés par des virgules)	Vos jours déjà attribués, p. ex. `24.12.2026, 25.12.2026`. Ces jours sont gris et ne peuvent pas être choisis.
Libellés	Arrivée, Départ, Nuits, Prix par nuit et Total peuvent être renommés – par exemple en « Check-in » et « Check-out ».
Remarque sous le total	La ligne réservée à tout ce qui n'est pas compris dans le prix à la nuitée : ménage de fin de séjour, taxe de séjour, animaux. Vide = la ligne disparaît.
Le logement	Un titre, un texte de description et une liste faite de *désignation* et d'*indication* – surface, chambres, nombre d'hôtes, balcon. Les lignes s'ajoutent avec **+**.
Photos sous le calendrier	Aucune photo, une sur toute la largeur, ou deux, trois ou quatre côte à côte. Plus un titre, un texte et le format d'image. Sur mobile, il y a toujours une photo par ligne.
Où vont les données du formulaire ?	La destination de la demande – exactement comme pour les formulaires ci-dessus. Sans cible, rien ne se passe à l'envoi.
Datenschutz-Häkchen (Pflicht in DE)	Einschalten. Der Gast bestätigt vor dem Absenden, dass er die Datenschutzerklärung gelesen hat.

Les couleurs du calendrier, de la zone d'information, du formulaire et du bouton se règlent dans l'inspecteur, comme pour les blocs de contact. Les champs du formulaire de demande se définissent également là.

Ce que le calendrier sait faire sans serveur – et ce qu'il ne sait pas faire

Cela fonctionne sur le site terminé : faire défiler les mois, cliquer une période, compter les nuits, calculer le total, bloquer les jours bloqués – et envoyer la demande avec l'arrivée, le départ, les nuits et le prix total. Aucun programme sur Internet n'est nécessaire pour cela, c'est le navigateur du visiteur qui calcule.

Ce qu'il ne sait pas faire : il ne vérifie *aucune* disponibilité réelle, il ne réserve rien et il n'encaisse rien. Deux hôtes peuvent demander la même période sans que la page s'en aperçoive. Le calendrier est un outil de **demande**, pas un système de réservation – c'est vous qui donnez l'accord.

Les jours occupés, c'est vous qui les tenez à jour

Le site terminé ne sait rien de votre planning d'occupation. Quand une période est prise, ajoutez-la sous **Jours occupés**, exportez de nouveau et remettez la page en ligne. Sinon, des hôtes continueront de demander des dates depuis longtemps parties.

Dites ce que le prix ne comprend pas

Le total, c'est le nombre de nuits multiplié par le prix – rien de plus. Écrivez le ménage de fin de séjour, la taxe de séjour et la caution dans la ligne de remarque sous le total. Cela vous épargne la moitié des questions et évite les ennuis à l'arrivée.

CHAPITRE 7

Enregistrer, projets et export

Où va votre travail, comment gérer plusieurs sites en parallèle – et comment récupérer le site terminé sur votre ordinateur sous forme de dossier.

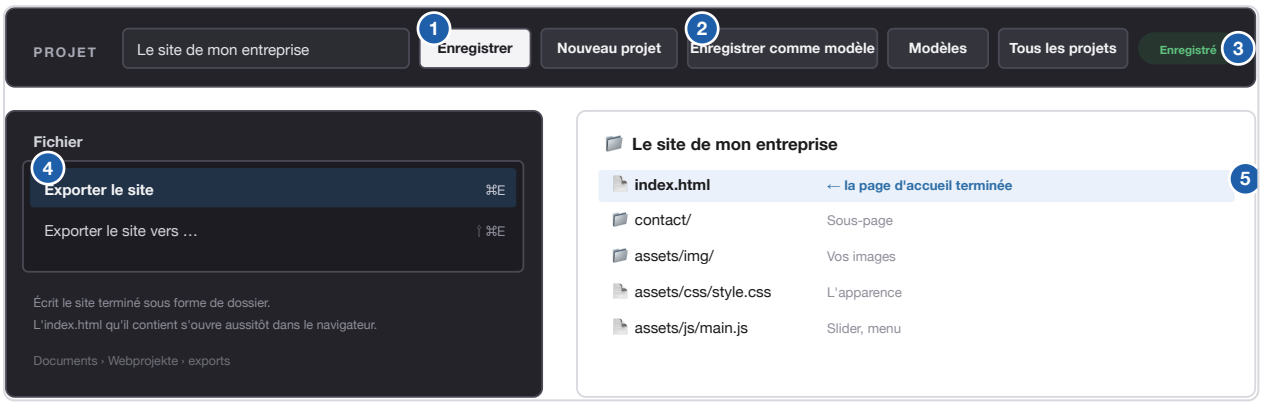


Fig. 9 : en haut la barre de projet, en bas à gauche le menu « Fichier » – et à droite ce que donne l'export.

1. **Enregistrer** – ou simplement `Cmd` + `S`.
2. **Enregistrer comme modèle** – comme point de départ pour d'autres sites.
3. **Statut** – « Brouillon » signifie : jamais encore enregistré.
4. **Fichier › Exporter le site** – écrit le site terminé sous forme de dossier (`Cmd` + `E`).
5. **index.html** – votre page d'accueil. Un double-clic l'ouvre dans le navigateur.

Enregistrer

Cliquez sur **Enregistrer** dans la barre de projet ou appuyez sur `Cmd` + `S`. « Projet enregistré » apparaît brièvement.

Tout est enregistré : toutes les pages, tous les textes, toutes les images, le Theme et la police. Au prochain démarrage, votre projet est de nouveau là.

> **« Brouillon » signifie : pas encore enregistré**
>
> À droite de la barre de projet se trouve une petite étiquette. Si elle indique **Brouillon**, votre projet n'a jamais été enregistré et n'apparaît pas dans la liste des projets. Donnez-lui un nom et enregistrez – elle indique alors **Projet enregistré**.

Où cela se trouve-t-il au juste ?

Dans la version installée du programme, votre projet est en plus déposé comme fichier sur le disque dur, sous *Documents › Webprojekte*. Vous n'avez rien à y faire – mais il est bon de savoir que votre travail a un endroit bien réel et n'est pas « quelque part dans l'app ».

Gérer plusieurs projets

Un **projet** est un site complet. Vous pouvez en avoir autant que vous voulez – le site de l'entreprise, celui de l'association, un pour le voisin.

BOUTON	CE QU'IL FAIT
Nom du projet	Le champ de gauche. Votre nom pour le site – les visiteurs ne le voient jamais.
Enregistrer	Sauvegarde l'état actuel.
Nouveau projet	Démarre à vide. Le brouillon en cours est conservé – *à condition de l'avoir enregistré auparavant*.
Enregistrer comme modèle	Sauvegarde le site comme modèle personnel. Voir Chapitre 4 (p. 44).
Modèles	Ouvre la galerie de modèles.
Tous les projets	Ouvre la liste de vos sites enregistrés.

Ouvrir un projet enregistré

1. Cliquer sur **Tous les projets**.
2. Chercher le projet voulu dans la liste.
3. Cliquer sur **Ouvrir**.

Dans la même liste, vous pouvez aussi renommer et supprimer des projets.

Toujours enregistrer avant « Nouveau projet »

« Nouveau projet » vide le plan de travail. Ce qui n'était pas enregistré est perdu. L'app pose la question avant – lisez-la avant de cliquer.

Copies de sauvegarde

Vos projets sont sur votre ordinateur. Si le disque dur lâche, ils sont perdus – comme n'importe quel autre fichier.

> **La sauvegarde la plus simple**
> Exportez votre site terminé de temps en temps (voir plus bas) et copiez le dossier sur une clé USB ou dans votre cloud. Sauvegardez également le dossier *Documents › Webprojekte* – ce sont vos projets modifiables qui s'y trouvent.

Export : le site sous forme de dossier

Exporter signifie : l'app écrit votre site terminé sur votre ordinateur sous forme de dossier rempli de fichiers. C'est le site – terminé, complet, prêt à être transmis.

Lancer l'export

Il y a trois chemins pour y arriver. Les deux premiers ouvrent la même fenêtre :

VOIE	OÙ
Le bouton « Exporter »	En haut de la barre d'outils. Le chemin le plus rapide.
Fichier › Exporter le site (`Cmd` + `E`)	Dans le menu de l'app, tout en haut du bord de l'écran.
Fichier › Exporter le site vers … (`Cmd` + `Maj` + `E`)	Saute la fenêtre et demande immédiatement le dossier de destination – pratique pour une clé USB ou un dossier cloud.

La fenêtre « Exporter le site »

Avant que quoi que ce soit ne soit écrit, l'app montre **où** cela ira. Sous **Dossier de destination**, le dossier est indiqué en clair – dans la version programme *Documents › Webprojekte › exports* et, à l'intérieur, un dossier portant le nom de votre site. Vous avez trois boutons :

BOUTON	CE QUI SE PASSE
Exporter ici	Écrit le site exactement dans le dossier affiché. Le chemin normal.
Choisir un autre dossier …	Ouvre la fenêtre de sélection de votre ordinateur – *d'abord*, et non après l'export. Vous choisissez le dossier, puis l'export s'y déroule.
Annuler	Ferme la fenêtre. Rien n'est écrit.

L'export se déroule ensuite. Pour les grands sites, cela prend un instant – un message en bas indique que le travail est en cours.

Quand l'export est terminé

À la fin apparaît la fenêtre **Le site est exporté**. Elle reste ouverte jusqu'à ce que vous la fermiez – le chemin ne vous échappe donc pas :

CE QUE VOUS VOYEZ	À QUOI ÇA SERT
Enregistré dans	Le chemin complet du dossier.
Copier le chemin	Place le chemin dans le presse-papiers – pour le coller dans un logiciel de transfert ou dans un e-mail.
Ouvrir le dossier	Ouvre le dossier directement dans le Finder ou l'Explorateur. De là, double-cliquez sur `index.html`.
Terminé	Ferme la fenêtre.

> **Une remarque jaune dans la fenêtre de résultat**
> Si une ligne jaune y signale des pages avec un « HTML de remplacement », c'est que l'app n'a pas pu calculer ces pages proprement et a écrit une version simplifiée. Ouvrez ces pages dans le navigateur et vérifiez-les avant de les mettre en ligne.

Ce qu'il y a dans ce dossier

FICHIER / DOSSIER	CE QUE C'EST
index.html	Votre page d'accueil. **Un double-clic ouvre le site terminé dans le navigateur** – sans Internet.
contact/, **prestations/** …	Un dossier par sous-page, contenant chacun un autre `index.html`.
assets/img/	Vos images.
assets/css/style.css	L'apparence.
assets/js/main.js	Les parties mobiles : slider, menu, formulaire.

Le meilleur test avant la mise en ligne

Exportez et ouvrez **index.html** d'un double-clic. Ce que vous voyez alors est *exactement* ce qui sera plus tard sur Internet. Parcourez toutes les pages une fois – vous trouverez ainsi les liens morts avant vos clients.

Que se passe-t-il après l'export ?

Le dossier exporté **est** votre site terminé. Pour vérifier et archiver, l'export seul suffit. S'il doit aller sur Internet, transférez le contenu de ce dossier chez votre hébergeur – la marche à suivre est décrite dans Chapitre 8 (p. 70).

L'export nécessite une licence

Dans la version d'essai, vous pouvez tout construire, ajuster et enregistrer. Pour exporter le site terminé, il vous faut une clé de licence. Détails dans Chapitre 9 (p. 78).

CHAPITRE 8

Passer en ligne : exporter et téléverser le site

Votre site arrive maintenant sur Internet. L'app l'exporte sous forme de dossier terminé – le transfert se fait avec un logiciel gratuit comme FileZilla ou avec l'interface web de votre hébergeur. Si vous n'avez pas encore d'hébergement, nous commençons tout au début.

Deux étapes

Exporter écrit votre site terminé sur votre ordinateur sous forme de dossier (`Cmd` + `E`, voir Chapitre 7 (p. 65)). Vous transférez ensuite vous-même ce dossier chez votre hébergeur. L'app ne se connecte à rien – le transfert, c'est vous ou un logiciel de transfert qui le faites.

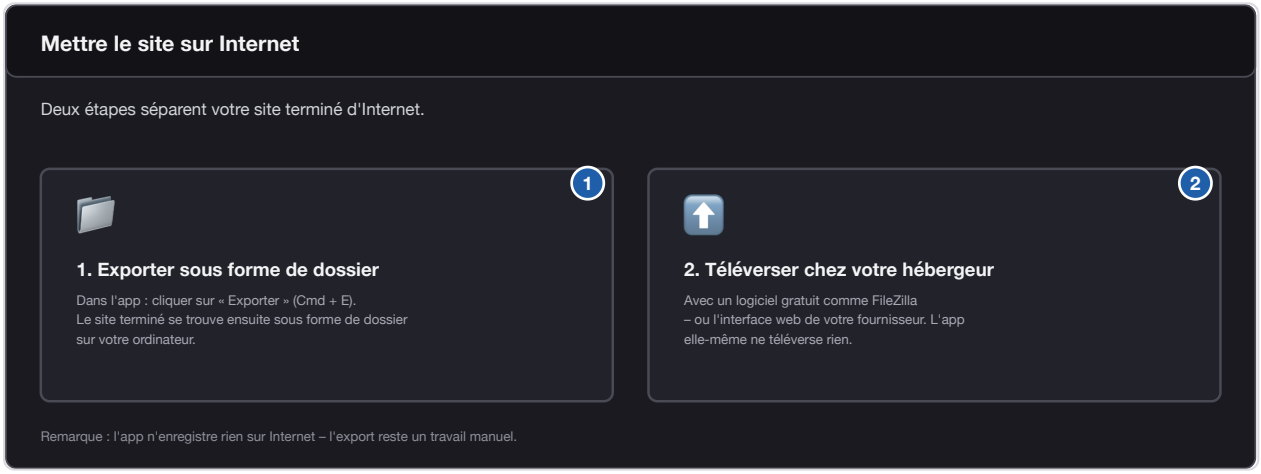


Fig. 10 : les deux étapes, indépendantes l'une de l'autre.

1. **Exporter sous forme de dossier** – dans l'app, comme décrit au chapitre 7.
2. **Téléverser chez votre hébergeur** – avec FileZilla ou l'interface web de votre fournisseur.

> **Pas encore d'hébergement ?**
> Alors lisez d'abord la section suivante – il vous faut un hébergeur avant de pouvoir téléverser.

Si vous n'avez pas encore d'hébergement

Il vous faut exactement deux choses – et elles sont la plupart du temps dans le même forfait.

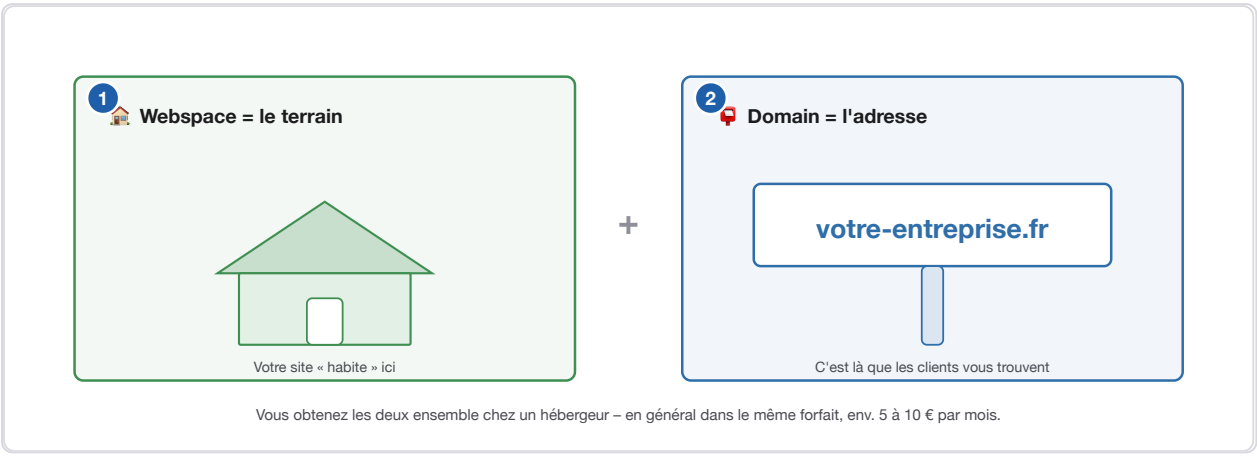


Fig. 11 : la comparaison qui explique tout : votre site est une boutique. Il vous faut un terrain et une adresse.

1. **Webspace** – de l'espace de stockage sur un ordinateur qui tourne jour et nuit. C'est là que votre site « habite ».
2. **Domain** – votre adresse Internet, p. ex. *votre-entreprise.fr*. C'est là que les clients vous trouvent.

Qu'est-ce qu'un domaine ?

Le **domaine** est votre adresse sur Internet – ce que les gens tapent dans le navigateur : *votre-entreprise.fr*. Comme pour l'adresse de votre boutique : elle n'existe qu'une seule fois. Si quelqu'un d'autre possède *dupont.fr*, vous devrez chercher autre chose.

> **Trouver un bon nom de domaine**
>
> Court, prononçable, sans traits d'union si possible. Prenez le nom de votre entreprise. La terminaison `.fr` pour la France – c'est ce que vos clients attendent. Testez-le au téléphone : si vous devez l'épeler, il est trop compliqué.

Qu'est-ce que le webspace ?

Le **webspace** (aussi appelé « hébergement ») est de l'espace de stockage loué sur un ordinateur qui tourne en permanence et reste connecté à Internet. C'est là que sont vos fichiers. Votre propre ordinateur ne convient pas – il devrait rester allumé 24 heures sur 24.

Combien cela coûte-t-il ?

POSTE	RÉALISTE	REMARQUE
Forfait d'hébergement web	env. 5–10 € / mois	Facturé le plus souvent à l'année : environ 60 à 120 € par an.
Domaine	généralement inclus	Le forfait comprend habituellement un domaine en `.de`.
Boîtes aux lettres e-mail	généralement inclus	Vous obtenez *info@votre-entreprise.fr* par la même occasion.

Le plus petit forfait suffit

Pour un site d'entreprise normal de quelques pages, le forfait d'hébergement le moins cher suffit largement. Vous n'avez besoin ni de serveur, ni de « WordPress managé », ni d'option supplémentaire pour les bases de données – votre site se compose de fichiers fixes et n'est donc pas exigeant.

Choisir un hébergeur

Trois hébergeurs allemands avec une assistance en allemand – rendez-vous sur leur site et commandez le plus petit forfait :

HÉBERGEUR	PRIX	CARACTÈRE
IONOS	env. 1–10 € / mois	Grand hébergeur allemand avec assistance téléphonique. Bien quand c'est la première fois que vous faites cela.
netcup	env. 3–8 € / mois	Très bon rapport qualité-prix, centres de données en Allemagne. Un peu plus technique.
ALL-INKL.COM	env. 5–10 € / mois	Entreprise familiale, connue pour son service aimable. Si l'aide personnelle compte pour vous.

Pourquoi des hébergeurs allemands ?

Une assistance en allemand quand quelque chose coince. Une facture avec la TVA allemande. Et vos données sont en Allemagne – cela rend votre politique de confidentialité nettement plus simple.

Après la commande

Vous recevez un **e-mail avec vos identifiants**. Il contient habituellement :

INDICATION	RESSEMBLE À	À QUOI ÇA SERT
Serveur / hôte	`ftp.votre-entreprise.fr`	L'adresse à laquelle vont vos fichiers.
Nom d'utilisateur	`u123456`	Votre identifiant de connexion.
Mot de passe	—	Votre mot de passe.
SFTP ou FTP	`SFTP`	Le type de connexion.
Port	`22` ou `21`	Un nombre. Il est généralement indiqué.

Conservez cet e-mail

Rangez-le dans un dossier à part dans votre boîte aux lettres. Vous aurez de nouveau besoin de ces informations – au plus tard lors du prochain transfert ou si vous changez d'ordinateur.

Le contrôle juridique

⚠️ **Impressum und Datenschutzerklärung sind in Deutschland Pflicht**

Fast jede **geschäftliche** Website braucht ein **Impressum** und eine **Datenschutzerklärung**. Fehlen sie oder sind sie falsch, drohen **Abmahnungen** – kostenpflichtige Schreiben von Anwälten, die schnell mehrere hundert Euro kosten.

Das gilt auch für kleine Seiten. Es gilt auch, wenn Sie „nur“ Ihre Leistungen zeigen und gar nichts verkaufen.

Prüfen Sie vor dem Hochladen selbst: Hat Ihr Projekt eine eigene Impressum-Seite und eine eigene Datenschutz-Seite mit Ihren echten Angaben – nicht nur die mitgelieferte Muster-Vorlage?

Un modèle type signifie : vos informations manquent encore

Die Vorlagen enthalten Muster-Texte mit Platzhaltern in eckigen Klammern, z. B. „[Straße Hausnummer]“. Diese **müssen** Sie durch Ihre echten Angaben ersetzen. Ein Impressum mit einer erfundenen Adresse ist schlimmer als gar keines.

Comment obtenir des textes corrects

Il existe des générateurs gratuits qui composent les textes pour vous. Vous répondez à quelques questions et obtenez un texte prêt à insérer.

1. In Ihrem Browser den **Impressum-Generator von e-recht24.de** öffnen.
2. Y répondre aux questions (nom de l'entreprise, adresse, forme juridique, représentant légal, éventuellement numéro de TVA).
3. Copier le texte généré.
4. In der App auf Ihre Impressum-Seite gehen und den Text einsetzen.
5. Dasselbe mit dem **Datenschutz-Generator** von e-recht24.de.

Was in Ihre Datenschutzerklärung gehört

Sie müssen darin auch Ihren **Hoster** nennen. Der Generator fragt danach – halten Sie Name und Adresse Ihres Anbieters bereit.

Wenn Sie Google Maps, YouTube-Videos oder Google Fonts einbinden, muss das ebenfalls hinein. Deshalb: Je weniger fremde Dienste, desto einfacher Ihre Rechtstexte.

Ce n'est pas un conseil juridique

Ni l'app ni ce manuel n'ont le droit de vous donner un conseil juridique. Les générateurs sont un bon début et suffisent généralement pour les cas simples. Dans les situations particulières – association, plusieurs associés, vente en ligne, newsletter – demandez à un professionnel.

Téléverser avec FileZilla

FileZilla est un logiciel gratuit pour Windows et Mac avec lequel vous transférez des fichiers vers un serveur. Il existe beaucoup de logiciels semblables (Cyberduck, Transmit, WinSCP) – FileZilla est le plus répandu et sert d'exemple dans ces instructions.



Fig. 12 : voilà à quoi ressemblent les identifiants dans un logiciel FTP – tout se trouve dans l'e-mail de votre hébergeur.

1. **Serveur, nom d'utilisateur, mot de passe, port** – directement depuis l'e-mail.
2. **Se connecter** – le logiciel affiche ensuite le contenu de votre webspace.

Étape par étape

1. Télécharger FileZilla depuis **filezilla-project.org** et l'installer (le « client », pas le « serveur »).
2. Ouvrir FileZilla. Saisir en haut dans la barre le **serveur, le nom d'utilisateur, le mot de passe** et le **port** figurant dans l'e-mail de votre hébergeur.
3. Pour le **protocole**, choisir si possible **SFTP** – voir l'encadré ci-dessous.
4. Cliquer sur **Se connecter**.
5. À gauche, vous voyez votre ordinateur, à droite le serveur. Sur le côté droit, passer dans le bon répertoire cible (voir ci-dessous).
6. À gauche, ouvrir le dossier d'export de votre site et glisser **tout son contenu** (pas le dossier lui-même) vers la droite avec la souris.
7. Attendre que tous les fichiers soient transférés – une file d'attente défile en bas.

> **SFTP ou FTP ?**
>
> **SFTP** est chiffré – personne ne peut lire au passage. **FTP** transmet votre mot de passe *en clair* ; quiconque se trouve sur le même Wi-Fi peut le récupérer. Ne prenez FTP que si votre hébergeur ne propose pas SFTP.

Le répertoire cible

C'est le dossier du serveur dans lequel votre site doit se trouver. Selon l'hébergeur, il porte un nom différent. Noms courants :

DOSSIER	RÉPANDU CHEZ
`/`	Quand l'accès arrive directement dans le bon dossier.
`/html`	Fréquent chez les hébergeurs allemands.
`/httpdocs`	Administrations Plesk.
`/public_html`	Administrations cPanel.
`/webseiten`, `/www` ou un dossier portant votre nom de domaine	Se rencontre également.

Si vous n'êtes pas sûr

Essayez `/`. Si un message d'erreur apparaît, essayez `/html`. Ou demandez à l'assistance de votre hébergeur : « Dans quel répertoire dois-je téléverser mon site par SFTP ? » – c'est une question standard à laquelle on y répond les yeux fermés.

La page d'accueil seule ne suffit pas

Téléversez **tout le contenu** du dossier d'export – c'est-à-dire `index.html` avec tous les sous-dossiers (`assets/`, `contact/`, etc.). S'il en manque une partie, votre site paraît incomplet ou s'affiche mal.

C'est fait

Quand FileZilla a terminé, appelez votre domaine dans le navigateur. Votre site est maintenant sur Internet, accessible à tous.

Si la page n'apparaît pas encore

Après une commande de domaine *toute fraîche*, il faut parfois quelques heures pour qu'il soit connu partout sur Internet. C'est normal et ce n'est pas de votre faute. Patientez et réessayez plus tard.

Après la mise en ligne

Modifications

Modifiez dans l'app ce que vous voulez, enregistrez, exportez de nouveau – et téléversez les fichiers avec FileZilla comme la première fois. FileZilla demande confirmation avant d'écraser ; choisissez « Écraser » ou « Toujours écraser ».

La liste de contrôle finale

VÉRIFIER	COMMENT
Toutes les pages sont-elles accessibles ?	Parcourez votre menu dans le navigateur.
Le formulaire arrive-t-il ?	Envoyez-vous un message de test.
Le numéro de téléphone est-il correct ?	Comparez caractère par caractère.
Impressum vollständig?	Votre vraie adresse, pas une « rue de l'Exemple ».
Vérifié sur mobile ?	Appelez votre page avec votre propre téléphone.
Trouvé dans Google ?	Cherchez le nom de votre entreprise. Patience – cela prend quelques semaines. Voir « Réglages de la page » dans Chapitre 3 (p. 19).

Montrez la page à quelqu'un qui ne vous connaît pas

Demandez à une personne extérieure à votre secteur : « Quel est mon métier, et comment me joindre ? » Si elle peut répondre en dix secondes, votre site est bon. Sinon, c'est presque toujours à cause du titre tout en haut.

CHAPITRE 9

Licence : ce que la version d'essai sait faire

Construire et essayer est libre. Pour la dernière étape – exporter le site terminé – il vous faut une clé de licence. Ce chapitre dit exactement où passe la limite.

Les deux niveaux

	VERSION D'ESSAI	LICENCE ACHETÉE
Construire des sites, tous les blocs	✅	✅
Tous les modèles et Themes	✅	✅
Enregistrer des projets	✅	✅
Enregistrer vos propres modèles	✅	✅
Le bloc Boutique	✅	✅
Exporter le site	❌	✅

Ce que cela signifie en pratique

Vous pouvez construire tout votre site, le mettre en forme, le remplir de vrais textes et de vraies images et l'enregistrer – **sans dépenser un centime**. Vous voyez donc exactement à l'avance ce que vous obtenez.

La licence ne vous est nécessaire qu'au moment où le site doit quitter votre ordinateur.

Prévoyez-le

Si vous terminez le vendredi soir et que la page doit être en ligne le lundi matin, procurez-vous la clé *avant*. Sinon, vous vous retrouvez au dernier moment devant un mur que vous n'aviez pas prévu.

Voir le statut de la licence

En haut à droite de la barre d'outils se trouve un bouton. Il indique votre statut :

AFFICHAGE	SIGNIFICATION
🔒 **Version d'essai** (jaune)	Aucune clé saisie. Construire oui, exporter non.
🔒 **Sous licence pour …** (vert)	Votre clé est saisie. Toutes les fonctions sont débloquées.

Saisir une clé de licence

1. Cliquer en haut à droite sur le bouton de licence.
2. Coller la **clé de licence** dans le champ. C'est une longue suite de caractères que vous recevez par e-mail lors de l'achat.
3. Confirmer. Le bouton du haut passe au vert.

> **La clé n'est pas vérifiée en ligne**
>
> L'app vérifie la clé **sur votre ordinateur** – vous n'avez besoin ni d'Internet ni d'un compte utilisateur. La clé reste enregistrée ; vous la saisissez une fois et plus jamais.

> **Si vous butez sur la limite en pleine tâche**
>
> Si vous cliquez sur *Exporter* dans la version d'essai, la fenêtre de licence s'ouvre et explique pourquoi. Saisissez-y une clé valide et l'action **se poursuit aussitôt** – vous n'avez rien à recommencer.

Questions fréquentes sur la licence

« Cette clé de licence n'est pas valide »

Le plus souvent, quelque chose s'est perdu à la copie ou un caractère de trop s'est glissé. Recopiez la clé entièrement depuis l'e-mail – du premier au dernier caractère, sans espace avant ni après.

Mon site reste-t-il le mien ?

Oui. Ce que vous exportez est un site complet et autonome, fait de fichiers HTML ordinaires. Vous pouvez le mettre en ligne n'importe où, le transmettre, le faire modifier ou l'archiver. Il n'y a aucune dépendance à cette app et aucun serveur qui sera un jour éteint. Ce qui se trouve dans le dossier vous appartient – voir Chapitre 7 (p. 65).

Que se passe-t-il si je change d'ordinateur ?

Saisissez de nouveau la clé sur le nouvel ordinateur. Vos projets vous suivent via le dossier *Documents › Webprojekte*.

CHAPITRE 10

Problèmes fréquents et solutions

Les messages d'erreur ont souvent l'air plus menaçants qu'ils ne le sont. Chacun est ici en langage de tous les jours – avec ce que vous pouvez concrètement faire.

> **Le premier réflexe pour à peu près tout**
>
> `Cmd` + `Z` annule chaque étape – autant de fois que vous voulez. Avant d'essayer quoi que ce soit d'autre : appuyez simplement plusieurs fois.

Pendant la construction

J'ai supprimé quelque chose et je veux le récupérer

`Cmd` + `Z`. Cela vaut aussi pour une section entière supprimée.

Je n'arrive pas à cliquer sur une surface

Cliquez sur un endroit vide à l'intérieur, pas sur le texte. Ou allez à gauche dans l'onglet **Calques** – chaque partie y est listée et se laisse sélectionner à coup sûr.

Je clique sur un texte et l'inspecteur montre autre chose

Vous aviez probablement encore un autre texte en cours de modification. Cliquez une fois sur un endroit vide à côté, puis sur l'élément souhaité.

Un réglage ne fait rien

Vérifiez ce qui est indiqué comme sélectionné en haut de l'inspecteur. Vous avez probablement sélectionné la **section** alors que vous voulez modifier un **élément** – ou l'inverse. Voir Chapitre 3 (p. 19).

Ma page paraît disloquée sur mobile

Ce sont presque toujours les tailles fixes qui sont en cause. Sélectionnez l'élément concerné, passez l'inspecteur en **Avancé** et videz **Largeur** et **Hauteur**. Repassez ensuite en **Simple**.

Le texte sur mon image d'arrière-plan n'est pas lisible

Sélectionner la section → **Arrière-plan de la section** → cocher **Image d'arrière-plan** → dans la zone **Voile sur l'image**, choisir **Sombre**, intensité environ 50 %. Voir Chapitre 3 (p. 19).

Le texte saute pendant la modification

Ce sont les effets de défilement. Basculez en haut sur ✎ **Edit** – ils y sont désactivés. En ▶ **Preview**, ils reprennent.

La fenêtre est blanche / l'app ne réagit pas

Votre projet est enregistré. Utilisez le bouton **Recharger** proposé. Si cela se reproduit souvent, fermez l'app et relancez-la.

Après la mise en ligne

Mon site n'est pas accessible

1. Venez-vous tout juste de commander le domaine ? Alors patientez quelques heures – il doit d'abord se faire connaître sur Internet.
2. Vérifiez le **répertoire cible**. Si les fichiers sont dans le mauvais dossier, personne ne les trouve. Essayez `/html` au lieu de `/`.
3. Demandez à l'assistance de votre hébergeur : « Dans quel répertoire mon site doit-il aller ? »

Je vois encore l'ancienne version

Votre navigateur a mis la page en mémoire. Appuyez sur `Cmd` + `Shift` + `R` pour la recharger. Ou appelez la page sur votre mobile en données mobiles – là, rien n'est en mémoire.

Un lien mène à une page d'erreur

Le grand classique : un lien vers l'une de vos pages a été tapé à la main comme **URL externe**. Ouvrez le lien dans l'inspecteur et réglez-le sur **Page interne**. Voir Chapitre 5 (p. 49).

Mon formulaire n'arrive pas

1. Sélectionnez le formulaire et vérifiez qu'une **cible** est définie. Sans cible, rien ne se passe.
2. Avec *mailto* : le visiteur doit encore appuyer sur « Envoyer » dans son propre logiciel de messagerie. C'est normal – mais beaucoup ne le font pas. Si cela vous paraît trop incertain, prenez un service de formulaires (endpoint).
3. Regardez dans votre dossier de courrier indésirable.
4. Détails dans Chapitre 6 (p. 56).

Je ne suis pas trouvé dans Google

Cela prend du temps. Les nouveaux sites mettent des semaines à apparaître. Entre-temps, veillez à ce que le **titre SEO** et la **meta description** soient remplis pour chaque page (Chapitre 3 (p. 19)), et vérifiez que **noindex** n'est activé nulle part par inadvertance.

> **Le moyen le plus rapide d'être trouvé localement**
>
> Créez une **fiche d'établissement Google** gratuite (anciennement « Google My Business »). Pour les artisans, les cabinets et les commerces, cela rapporte à court terme plus que toute optimisation pour les moteurs de recherche sur le site lui-même.

J'ai perdu mes identifiants

Cherchez l'e-mail de votre hébergeur. Si vous ne le trouvez pas, vous pouvez vous connecter à l'espace d'administration de l'hébergeur et y définir un nouveau mot de passe FTP/SFTP.

Généralités

Puis-je continuer à modifier ici un site existant ?

Non. L'app ne travaille qu'avec des projets qui y ont été construits.

Puis-je déménager mon site plus tard ?

Oui. Exportez-le (Chapitre 7 (p. 65)) et téléversez le dossier chez le nouvel hébergeur. Ce sont des fichiers HTML ordinaires qui fonctionnent partout.

Ai-je besoin d'un contrat de maintenance ?

Non. Votre site se compose de fichiers fixes. Il n'y a aucun système qui réclame des mises à jour de sécurité – contrairement à WordPress par exemple. Vous ne payez que votre hébergement.

Et l'accessibilité ?

Les blocs sont conçus pour fonctionner avec les lecteurs d'écran et le clavier. Votre contribution : des **textes alternatifs** sur toutes les images et un contraste suffisant entre le texte et l'arrière-plan.

CHAPITRE 11

Annexe

Raccourcis clavier, un petit dictionnaire et une liste de contrôle à cocher.

Raccourcis clavier

RACCOURCIS CLAVIER	CE QUI SE PASSE
`Cmd` + `S`	Enregistrer le projet
`Cmd` + `E`	Exporter le site
`Cmd` + `Maj` + `E`	Exporter le site vers … (choisir soi-même le dossier de destination)
`Cmd` + `Z`	Annuler la dernière étape
`Cmd` + `C`	Copier la section sélectionnée
`Cmd` + `V`	Coller la section copiée
`Suppr`	Supprimer la section sélectionnée
`Cmd` + `F`	Rechercher dans ce PDF

> **Copier et supprimer exigent une sélection**
>
> Ces raccourcis n'agissent que si vous n'êtes *pas* en train de taper dans un champ de texte. Sinon, vous copiez le texte, pas la section.

Petit dictionnaire

TERME	DIT SIMPLEMENT
Texte alternatif	Courte description d'image pour les visiteurs aveugles et pour Google.
Assets	Votre réserve d'images dans l'app.
Bloc	Une bande toute prête pour votre page – accroche, tableau de prix, formulaire.
Navigateur	Le programme avec lequel on regarde les sites web : Chrome, Safari, Firefox, Edge.
Canvas	Le plan de travail blanc au centre. Votre site en vrai.
CTA	« Call to Action » – un bloc bien visible qui invite à appeler ou à faire une demande.
Domaine	Votre adresse Internet, p. ex. *votre-entreprise.fr*.
Export	Le site terminé sous forme de dossier sur votre ordinateur.
FTP / SFTP	Le chemin par lequel les fichiers voyagent vers le serveur. SFTP est la variante chiffrée et sûre.
Hero	La grande accroche tout en haut d'une page.
Hébergement / hébergeur	Le fournisseur chez qui votre site habite.
Inspecteur	La barre de réglages à droite.
Impressum	La page légalement obligatoire portant vos informations.
Parallax	L'arrière-plan défile plus lentement que le texte – cela crée de la profondeur.
Port	Un nombre qui va avec l'adresse du serveur. SFTP = 22, FTP = 21.
Responsive	La page s'adapte d'elle-même au mobile, à la tablette et à l'ordinateur.
Section	Une bande horizontale de votre page.
SEO	Tout ce qui fait que Google vous trouve.
Serveur	Un ordinateur qui tourne jour et nuit et délivre votre site.
Slug	Le chemin d'adresse d'une page, p. ex. `/contact/`.

TERME	DIT SIMPLEMENT
Theme	Un jeu de couleurs tout prêt pour l'ensemble de votre site.
Préréglage	Un site terminé à transformer.
Webspace	L'espace de stockage loué où se trouve votre site.
WebP	Un format d'image moderne : cela ressemble à une photo, mais c'est bien plus petit.
Répertoire cible	Le dossier du serveur dans lequel votre site doit aller.

Liste de contrôle avant la mise en ligne

Parcourez-la une fois avant de téléverser le site exporté chez votre hébergeur :

✓	POINT	OÙ
☐	Tous les textes relus, plus aucun texte de remplissage	Chap. 6 (p. 56)
☐	Toutes les images remplacées, textes alternatifs renseignés	Chap. 6 (p. 56)
☐	Le numéro de téléphone et l'e-mail sont corrects	—
☐	**Impressum** mit Ihren echten Angaben	Chap. 8 (p. 70)
☐	**Datenschutzerklärung** mit Ihrem Hoster	Chap. 8 (p. 70)
☐	Le formulaire a une cible – et vous l'avez testée	Chap. 6 (p. 56)
☐	Chaque page vue sur mobile	Chap. 2 (p. 13)
☐	Tous les liens du menu mènent quelque part	Chap. 5 (p. 49)
☐	Titre SEO et meta description renseignés pour chaque page	Chap. 3 (p. 19)
☐	Projet enregistré	Chap. 7 (p. 65)
☐	La clé de licence est prête	Chap. 9 (p. 78)

> **Et ensuite ?**
> Ensuite, votre site est en ligne. Prenez une demi-heure une fois par trimestre : les prix sont-ils encore justes ? Les horaires d'ouverture sont-ils exacts ? Y a-t-il un nouveau projet à montrer ? Un petit site bien tenu vaut mieux qu'un grand qui prend la poussière.

À propos de ce manuel

Ce manuel est généré à partir du code source de l'app. Les chiffres qu'il contient – combien de blocs, combien de Themes, quels messages d'erreur existent – sont lus dans le code, pas estimés.

Après une mise à jour de l'app, il peut être régénéré avec une seule commande :

```
npm run manual:fr
```

Le PDF généré se trouve ensuite sous `manual/Manual-Website-Builder-FR.pdf`. Ce qui a changé dans l'app doit être répercuté dans les textes de chapitre sous `manual/content/` ; les chiffres bruts sont rassemblés dans `manual/content/app-facts.mjs`.

Index

Les nombres sont des numéros de page. Vous pouvez aussi chercher directement dans le PDF avec `Cmd` + `F`.

A

Affichage sur téléphone 11
Animation 28
Animation du texte 30
Annuler 12
Assets 57

B

Bandeau cookies 35
Bloc 13
Boutique 61
Bouton Hasard 18

C

Calendrier de réservation 62
Canvas 10
Clé de licence 79

D

Datenschutzerklärung 73
Domain 71

E

Effets au défilement 32
Export 67, 70

F

Fonctionnement hors ligne 8
Formulaire 60

G

Google Analytics 35

I

Impressum 73
Inspector 10

M

Marges intérieures 28
Menu burger 53
Mode Edit 17
Mode Preview 11
Modèle 44

O

Onglet Calques 17
Ouverture de la page 33

P

Page de remerciement 37
Page de réussite 37
Parallax 29
Pipette 41
Projet 8, 66

S

Section 13
SEO 34
Slug 34, 51
Statistiques et publicité 35

T

Texte alternatif 26
Theme 37, 46
Tracking 35

V

Version d'essai 78
Voile 27

W

WebP 58
Webspace 71