



SUPPORT DE FORMATION — CRÉATION DE SITES WEB

Elementor pour WordPress

le guide complet du débutant

Comprendre, construire et livrer un site professionnel avec Elementor 4 et Elementor Pro : l'éditeur, la mise en page, le contenu, le système de design, le constructeur de thème, les formulaires, la mise en ligne.

Support de formation — 8 parties · 38 chapitres · 43 exercices · 0 fiches-outils · glossaire
Édition de septembre 2026 — Elementor 4.2 / Elementor Pro 4.2

AVANT-PROPOS

À qui s'adresse ce support, et ce qu'il promet

Ce document est un cours complet sur Elementor, le constructeur de pages le plus répandu de WordPress. Il n'est pas une liste d'astuces, ni un survol de l'interface, ni une publicité pour la version payante. C'est un support de formation destiné à des personnes qui n'ont jamais construit de site web — dirigeants de très petites entreprises, artisans, indépendants, responsables associatifs, médiateurs numériques — et qui veulent pouvoir, à la fin, produire un site vitrine propre, rapide, lisible sur téléphone et conforme au droit français.

Il part d'un constat : Elementor est facile à ouvrir et difficile à bien utiliser. On y pose un titre en cinq minutes ; on y fabrique, en cinq mois, un site lent, illisible sur mobile et impossible à modifier, parce que personne n'a expliqué ce qu'est une boîte, pourquoi une marge n'est pas un espacement interne, ni comment une couleur définie une fois peut se propager sur quarante boutons. Ce support prend le temps d'expliquer ces choses-là, dans l'ordre, avec des mots simples et des exercices.

CE QUE VOUS SAUREZ FAIRE À LA FIN

- Installer et régler Elementor et son thème compagnon, puis vous repérer dans l'éditeur sans chercher les boutons.
- Construire une mise en page avec les éléments atomiques d'Elementor 4 (Bloc Div, Flexbox, Grille) et savoir lire un site plus ancien fait de Sections et de Colonnes.
- Mettre en forme le texte, les images, les boutons et les widgets, puis rendre la page irréprochable sur tablette et sur téléphone.
- Bâtir un système de design — variables, classes, états — qui rend un site cohérent et modifiable en un clic.
- Utiliser Elementor Pro à bon escient : en-tête et pied de page sur mesure, contenu dynamique, grilles d'articles, formulaires, popups, boutique.
- Livrer un site qui tient : rapide, accessible, référencable, conforme, sauvegardé et maintenu.

UNE EXIGENCE DE MÉTHODE**CE QUE CE SUPPORT S'IMPOSE**

Chaque libellé d'interface, chaque prix et chaque numéro de version cités ici ont été relevés sur les pages officielles d'Elementor le 6 septembre 2026 (Elementor 4.2.4, Elementor Pro 4.2). L'interface évolue vite ; quand un réglage a changé de nom entre deux versions, le support donne le libellé français actuel et l'anglais entre parenthèses, afin que vous puissiez le retrouver dans le Centre d'aide. Lorsque deux sources officielles se contredisent, la formulation la plus prudente a été retenue.

COMMENT L'UTILISER

Les parties I à IV se lisent dans l'ordre : elles posent les fondements et l'on ne saute pas le chapitre sur les boîtes pour aller plus vite. Les parties V et VI se consultent séparément, selon que vous disposez ou non d'Elementor Pro. La partie VII, sur la livraison, se lit avant toute mise en ligne. La partie VIII rassemble le projet complet, les fiches-outils et le glossaire : c'est la partie à imprimer et à garder sous la main en atelier.

Chaque chapitre suit la même construction : un encadré **En bref** (public, enjeu, idée clé, prérequis, temps de lecture), des sous-parties numérotées, au moins un **pas-à-pas** avec chaque clic et chaque valeur à saisir, au moins un **exercice** chronométré avec son résultat attendu, et un encadré **À retenir**. Les encadrés colorés ont chacun un rôle fixe, décrit page suivante.

LE FIL ROUGE : LA MENUISERIE ROCHE

Un seul projet traverse tout le support. **Camille Roche** est menuisière à Muroi, dans le Puy-de-Dôme ; elle emploie deux personnes et fabrique escaliers, cuisines et agencements sur mesure depuis 2009. Elle veut un site vitrine de cinq pages — Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact — qui lui apporte des demandes de devis. Les exercices font avancer ce site chapitre après chapitre, et le chapitre 38 le reconstruit d'un bloc, séance par séance. L'entreprise, les personnes et les coordonnées sont fictives.

Num Compagny — accompagnement au numérique des TPE, PME et associations : Former · Développer · Accompagner. Support diffusé dans le cadre de ses formations ; sources en fin de volume. Édition de septembre 2026.

MODE D'EMPLOI

Conventions du support

Pour que le texte reste lisible, les éléments d'interface, les chemins de menu, les touches et les valeurs à saisir sont toujours présentés de la même façon.

Vous lisez	Cela signifie
Publier	Un bouton, un onglet, un champ ou un libellé affiché à l'écran, tel qu'il apparaît dans l'interface française d'Elementor ou de WordPress.
► Elementor › Éditeur › Réglages	Un chemin de menu à suivre dans l'administration WordPress, de gauche à droite.
Ctrl + S	Un raccourci clavier. Sur Mac, remplacez Ctrl par Cmd .
1140	Une valeur à saisir telle quelle dans un champ.
Réglages du site (<i>Site Settings</i>)	Le libellé français, suivi de l'anglais à sa première apparition dans le chapitre, pour le retrouver dans la documentation officielle.
GRATUIT PRO ADVANCED+	La version d'Elementor nécessaire : gratuite, Pro (tous plans) ou Pro à partir du plan Advanced.
ATOMIQUE CLASSIQUE	La génération de l'élément : élément atomique de l'éditeur V4 (par défaut depuis 2026) ou widget classique de la génération précédente.

LES ENCADRÉS

DÉFINITION

Un terme technique, expliqué à sa première apparition. Tous les termes définis sont repris dans le glossaire de fin de volume.

À SAVOIR

Une précision utile, un comportement de l'interface qu'il vaut mieux connaître, une nuance entre versions.

BONNE PRATIQUE

Ce que font les professionnels et que l'interface ne vous impose pas : nommer les conteneurs, enregistrer souvent, construire un bloc puis le dupliquer.

ATTENTION

Un point de vigilance : un réglage qui a des conséquences ailleurs, une vérification à ne pas oublier avant de publier.

PIÈGE CLASSIQUE

Une erreur fréquente chez les débutants, qui coûte du temps ou de l'argent, ou une pratique interdite par le droit.

MÉTHODE

Une procédure de travail réutilisable, une grille de décision, un canevas de document à adapter.

ELEMENTOR PRO

Une fonction réservée à la version payante, avec le plan minimum lorsqu'il est connu.

LE TEMPS

Chaque chapitre indique un temps de lecture et un temps d'exercice. Le support complet représente environ 25 heures de travail, exercices compris ; le projet fil rouge du chapitre 38 s'étale sur huit séances de deux heures. En formation Num Compagny, il sert de base à un parcours de trois à cinq journées selon que l'on intègre ou non Elementor Pro.

Sommaire

Table des matières

PARTIE I — COMPRENDRE AVANT DE CONSTRUIRE

01	WordPress et Elementor : qui fait quoi	11
1.1	Un site, c'est un empilement de couches	11
1.2	WordPress : le moteur	12
1.3	Thème et extensions : l'habillage et les fonctions	13
1.4	Elementor : le constructeur de pages	13
1.5	Éditeur de blocs ou Elementor ?	14
02	Gratuit, Pro, One : choisir sa version	17
2.1	Trois offres, un seul éditeur	17
2.2	Ce que la version gratuite contient	17
2.3	Elementor Pro : quatre plans	18
2.4	Elementor One, l'IA et les crédits	19
2.5	Comprendre la licence	20
2.6	Décider en cinq questions	20
03	Comment une page web est construite	22
3.1	Trois langages et un navigateur	22
3.2	Tout est boîte	22
3.3	Mesurer : pixels, pourcentages et unités relatives	24
3.4	Le responsive : un contenu, plusieurs largeurs	24
3.5	Le poids d'une page	25
3.6	La sémantique : dire ce que l'on est	25
04	Installer Elementor et préparer le terrain	28
4.1	Prérequis, hébergement et sauvegarde	28
4.2	Installer Elementor en cinq étapes	29
4.3	Le thème Hello Elementor	30
4.4	Installer Elementor Pro et activer la licence	30
4.5	Les réglages à faire avant la première page	31
4.6	Fermer le chantier : page « En construction » et mode maintenance	32

PARTIE II — PRENDRE EN MAIN L'ÉDITEUR

05	Visite guidée de l'éditeur	36
5.1	Ouvrir une page dans Elementor	36
5.2	Les trois zones de l'écran	36

5.3	Le mouvement de base : choisir, déposer, régler	38
5.4	Les outils qui font gagner du temps	38
5.5	Ce qui ne se passe pas dans l'éditeur	39

06 Deux générations d'éléments : atomiques et widgets classiques **41**

6.1	Dix ans d'Elementor en trois étapes	41
6.2	Ce qui change concrètement	42
6.3	Inventaire des éléments atomiques (septembre 2026)	42
6.4	Les widgets classiques : ce qu'on continue d'utiliser	44
6.5	Reconnaître un atome et activer l'Éditeur atomique	45

07 Votre première page en vingt minutes **48**

7.1	Ce que nous allons construire, et pourquoi si peu	48
7.2	Minutes 0 à 3 : créer la page et la préparer	49
7.3	Minutes 3 à 10 : le bandeau de bienvenue	49
7.4	Minutes 10 à 16 : trois prestations côte à côte	51
7.5	Minutes 16 à 20 : vérifier, publier, en faire la page d'accueil	51

08 Travailler vite : Structure, Historique, raccourcis, copier-coller **54**

8.1	La Structure : le plan de la page	54
8.2	L'Histoire : Actions et Révisions	55
8.3	Dupliquer, copier, coller : construire une fois	55
8.4	Le Finder, les Préférences et les Notes	56
8.5	Tous les raccourcis clavier	57
8.6	Une méthode de travail	58

PARTIE III — CONSTRUIRE LA MISE EN PAGE

09 Bloc Div, Flexbox et Grille : le jeu des boîtes **62**

9.1	Tout est boîte, une boîte contient des boîtes	62
9.2	L'onglet Général : balise HTML et lien	63
9.3	Style › Mise en page : ranger les enfants d'un Flexbox	63
9.4	La Grille : des lignes et des colonnes	64

9.5 — Imbriquer : la section pleine largeur et son contenu limité	65	14.2 — La Médiathèque et les tailles générées	99
9.6 — Bien construire : règles et erreurs classiques	66	14.3 — L'élément Image	100
10 Espacement, taille et position : le modèle de boîte	68	14.4 — Le SVG : logos et icônes	101
10.1 — Le modèle de boîte : quatre couches	68	14.5 — Image d'arrière-plan et voile de couleur	
10.2 — Espacement : lier et délier les quatre côtés	69	14.6 — Vidéos : trois éléments, un seul choix à faire	101 102
10.3 — Les unités : dans quoi mesure-t-on ?	69	14.7 — Visionneuse, Galerie basique et Carrousel d'images	103
10.4 — Taille : largeur, hauteur, minimum et maximum	70	15 Boutons, liens et appels à l'action	106
10.5 — Position : de statique à collante	71	15.1 — L'appel à l'action : la phrase qui fait agir	
10.6 — Position absolue et responsive : prudence	72	15.2 — L'élément Bouton	107 ¹⁰⁶
11 Lire un site existant : Conteneurs classiques, Sections et Colonnes	75	15.3 — Les états : survol, focus, actif	108
11.1 — Trois générations sur une même page	75	15.4 — Les liens : où mène le bouton	108
11.2 — Sections et Colonnes : l'ancien monde	76	15.5 — Accessibilité et bonnes pratiques	109
11.3 — Le Conteneur classique : le pont entre les deux mondes	77	15.6 — Le Bouton classique et la Liste d'icône	110
11.4 — L'onglet Avancé : où se cachent les réglages des deux premières générations	77	16 Les widgets classiques indispensables	113
11.5 — Convertir ou reconstruire ?	78	16.1 — Pourquoi les widgets classiques restent utiles	113
11.6 — Table de correspondance : d'une génération à l'autre	79	16.2 — Icônes, images et vidéo	114
12 Responsive : un site qui tient dans la poche		16.3 — Preuves et chiffres	116
12.1 — Le téléphone d'abord, l'ordinateur en premier	83	16.4 — Organiser le texte	116
12.2 — Les points de rupture	83	16.5 — Structure et repères	117
12.3 — La cascade descendante	84	16.6 — Contenus extérieurs et code	118
12.4 — Le mode responsive dans l'éditeur	85	16.7 — Tableau de synthèse : quel widget pour quelle page	119
12.5 — Ce que l'on adapte le plus souvent	86	16.8 — Styler un widget classique : la Boîte d'icône pas à pas	120
12.6 — Vérifier sur un vrai téléphone	87	17 Arrière-plans, bordures, ombres et effets	124
PARTIE IV — CONTENU ET STYLE		17.1 — Où se règle l'habillage	124
13 Le texte : Titre, Paragraphe, Éditeur de texte et typographie	91	17.2 — Arrière-plans : couleur, image, dégradé, couches	124
13.1 — Trois outils pour écrire	91	17.3 — Bordures et coins arrondis	126
13.2 — La hiérarchie des titres, de H1 à H6	91	17.4 — Effets : opacité, ombres, filtres, transformations, transitions	126
13.3 — L'élément Titre	92	17.5 — Cinq recettes à garder sous la main	127
13.4 — Le Paragraphe et l'Éditeur de texte	93	17.6 — Trois règles avant d'aller plus loin	128
13.5 — La typographie dans l'onglet Style	93	18 Le système de design : Variables, Classes et États	130
13.6 — Lisibilité : taille, longueur de ligne, contraste	95	18.1 — Le problème : quarante boutons, une couleur	130
14 Images, SVG et vidéos	98	18.2 — Les variables : un surnom pour une valeur	
14.1 — Préparer une image avant de la téléverser	98	18.3 — Les classes : un style partagé	132 ¹³¹
		18.4 — Les états : au survol, au focus, actif	133
		18.5 — La méthode : construire le système avant les pages	133

19 Réglages du site : couleurs, polices, identité, mise en page **136**

19.1 — Ouvrir les Réglages du site	136
19.2 — Système de conception : Couleurs globales et Polices globales	137
19.3 — Styles du thème : ce qui s'applique quand rien n'est réglé	137
19.4 — Réglages : identité, arrière-plan, mise en page et le reste	138
19.5 — Variables et réglages globaux : une seule source de vérité	139

20 Animations et interactions **141**

20.1 — Pourquoi peu, et pourquoi bien	141
20.2 — L'onglet Interactions des éléments atomiques	142
20.3 — Widgets classiques : Effets de mouvement et animation au survol	143
20.4 — Le survol « gratuit » : état et transition	144
20.5 — Avant de publier : la checklist du mouvement	144

PARTIE V — MODÈLES, COMPOSANTS ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

21 Modèles et bibliothèques : ne jamais repartir de zéro **147**

21.1 — Trois réservoirs de mises en page	147
21.2 — La Bibliothèque de modèles : blocs et pages prêts à l'emploi	148
21.3 — Vos propres modèles : enregistrer, ranger, exporter	148
21.4 — Modèles de sites et export d'un site entier	
21.5 — Réutiliser par référence : widget	149
Modèle, code court, Composants	150
21.6 — Adapter et nettoyer un modèle importé	

22 Composants (Pro) : construire une fois, réutiliser partout **153**

22.1 — Copie ou lien : la différence qui change tout	153
22.2 — Trois conditions avant de commencer	154
22.3 — Créer un composant pas à pas	154
22.4 — Exposer des propriétés : ce que chaque page peut changer	155
22.5 — Insérer, modifier, détacher, supprimer	156
22.6 — Trois composants pour la Menuiserie Roche, et ce que voit un Éditeur	156

23 Elementor AI et Angie : l'IA dans l'éditeur, sans se faire déposséder **158**

23.1 — Deux outils, deux logiques	158
23.2 — Elementor AI dans l'éditeur : écrire, illustrer, coder	159
23.3 — Angie : l'assistant qui agit dans WordPress	159
23.4 — Ce que l'IA fait bien, et ce qu'elle ne sait pas faire	160
23.5 — La méthode en quatre temps	160
23.6 — Ce que la loi demande depuis le 2 août 2026	161
23.7 — Confidentialité, propriété et coût	162

PARTIE VI — ELEMENTOR PRO EN DÉTAIL

24 Constructeur de thème (1) : en-tête et pied de page **165**

24.1 — Pourquoi un constructeur de thème	165
24.2 — L'écran du Constructeur de thème	166
24.3 — Construire l'en-tête	167
24.4 — Menu, menu mobile et en-tête collant	167
24.5 — Les conditions d'affichage	168
24.6 — Le pied de page, puis exporter	170

25 Constructeur de thème (2) : articles, pages, archives, 404, recherche **172**

25.1 — Pourquoi un artisan a besoin d'articles	172
25.2 — Les widgets qui affichent « le contenu en cours »	173
25.3 — Le modèle Publication unique	174
25.4 — Le modèle Page individuelle	174
25.5 — Archive et résultats de recherche	175
25.6 — La page Erreur 404	175
25.7 — Quand plusieurs modèles correspondent	175

26 Contenu dynamique : balises dynamiques et champs personnalisés **178**

26.1 — Le principe : une valeur qui vient d'ailleurs	
26.2 — Poser une balise dynamique	179 ¹⁷⁸
26.3 — Les groupes de balises	179
26.4 — Balises dynamiques et éléments atomiques	180
26.5 — Champs personnalisés : ajouter ses propres données	181
26.6 — Les actions : liens de contact, visionneuse, popup	182

27 Loop Builder : grilles et carrousels d'articles et de produits **184**

27.1 — Une boucle, c'est quoi	184
27.2 — Dessiner la carte : le Loop Item	185

27.3 – Le widget Loop Grid : la disposition	186
27.4 – La requête : choisir quoi afficher	186
27.5 – Filtrer, faire défiler, rester rapide	187
27.6 – La Boucle atomique (Pro 4.2)	188
28 Formulaires : widget Formulaire et Formulaire atomique	190
28.1 – La page la plus importante du site	190
28.2 – Construire les champs avec le widget Formulaire	191
28.3 – Après l’envoi : actions, e-mails et messages	192
28.4 – Le Formulaire atomique	194
28.5 – Faire partir les e-mails pour de bon	194
28.6 – Le droit : RGPD et rappel téléphonique	195
28.7 – Tenir les robots à distance	196
29 Popups : conditions, déclencheurs, règles avancées	199
29.1 – Ce qu’une popup peut faire, et ce qu’elle ne doit pas faire	199
29.2 – Créer et régler une popup	200
29.3 – Publier en trois volets : où, quand, combien de fois	201
29.4 – Ouvrir une popup à la demande	202
29.5 – Un formulaire dans une popup	203
29.6 – Respecter le visiteur	204
30 Les widgets Pro de design	207
30.1 – Comment lire cet inventaire	207
30.2 – Naviguer dans le site	208
30.3 – Mettre en avant	209
30.4 – Montrer ses réalisations et ses preuves	
30.5 – Vendre et convertir	211 ²¹⁰
30.6 – Les éléments « Site »	212
30.7 – Quel widget pour quel besoin	213
31 WooCommerce Builder : vendre en ligne avec Elementor	216
31.1 – Ce qu’implique vraiment une boutique	216
31.2 – Les briques : widgets produit et widgets de pages	217
31.3 – Les modèles Produit et Archive de produits	219
31.4 – Menuiserie Roche : trois objets, pas une boutique	219
31.5 – Les obligations minimales	220
32 Fonctions avancées : CSS personnalisé, code, conditions d’affichage, rôles, Notes	223
32.1 – CSS personnalisé : par élément et pour tout le site	223
32.2 – Code personnalisé : scripts de mesure et balises d’en-tête	225
32.3 – Polices, icônes et attributs personnalisés	
32.4 – Conditions d’affichage sur un élément	226
32.5 – Rôles, Notes, Mode sans échec et Contrôle de version	226
PARTIE VII – LIVRER UN SITE QUI TIENT	
33 Performance : un site rapide	230
33.1 – Pourquoi la vitesse compte	230
33.2 – Ce qui pèse vraiment dans une page	231
33.3 – Les réglages Elementor qui comptent	232
33.4 – Cache, hébergement et PHP	233
33.5 – Mesurer sans courir après le 100/100	234
34 Accessibilité et référencement de base	236
34.1 – L’accessibilité : de quoi parle-t-on, et qui y est tenu	236
34.2 – Dix pratiques qui rendent un site Elementor accessible	237
34.3 – Vérifier : au clavier, avec un outil, avec Ally	238
34.4 – Référencement : ce qu’Elementor fait et ne fait pas	238
34.5 – Les bases qui rapportent	239
35 Conformité : mentions légales, RGPD, cookies, formulaires, contenus IA	242
35.1 – Les mentions légales : dire qui publie	242
35.2 – La politique de confidentialité : dire ce qu’on fait des données	243
35.3 – Cookies et traceurs : ce qui déclenche le consentement	244
35.4 – Le formulaire et le téléphone	246
35.5 – Contenus produits avec une IA, images et droit d’auteur	246
35.6 – Mettre le site en règle : le parcours	247
36 Maintenance et dépannage	249
36.1 – La routine mensuelle	249
36.2 – Sauvegarder, et tester avant de mettre à jour	250
36.3 – Les outils de réparation d’Elementor	250
36.4 – Les douze pannes les plus fréquentes	251
36.5 – Demander de l’aide sans perdre de temps	253

37	Méthode : du brief à la mise en ligne	255
37.1	Pourquoi une méthode	255
37.2	Les dix étapes d'un site vitrine	255
37.3	Qui fait quoi	257
37.4	La mise en ligne	258
37.5	Après la mise en ligne	259

PARTIE VIII — PROJET FIL ROUGE ET FICHES-OUTILS

38	Projet complet : le site de la Menuiserie Roche, séance par séance	262
38.1	— Le cahier des charges en une page	262
38.2	— L'arborescence du site	263
38.3	— Le système de design	264
38.4	— Le plan en huit séances	265
38.5	— Séance 1 : installation, réglages et système de design	266
38.6	— Séance 2 : en-tête et pied de page	267
38.7	— Séance 3 : la page d'accueil	268
38.8	— Séance 4 : prestations et tableau de prix	269

38.9 – Séance 5 : réalisations, type de contenu et boucle	270
38.10 – Séance 6 : À propos et témoignages	271
38.11 – Séance 7 : contact, formulaire et pop up	
38.12 – Séance 8 : responsive, performance, conformité, mise en ligne	272 273
38.13 – Variante sans Elementor Pro	274
38.14 – Grille d'auto-évaluation	274

F Fiches-outils, glossaire et sources 277

F1 – Raccourcis clavier	277
F2 – Gratuit ou Pro : les fonctions par plan	278
F3 – Unités CSS et points de rupture	280
F4 – Checklist responsive	282
F5 – Checklist de mise en ligne	283
F6 – Dépannage rapide	285
F7 – Le système de design de la Menuiserie Roche	287
Glossaire	289
Sources et références	294

PARTIE I

Comprendre avant de construire

On ne construit pas bien ce qu'on ne comprend pas. Cette première partie explique ce qu'est Elementor, ce qu'il coûte, comment une page web est fabriquée, et prépare une installation propre.

-
- 01 WordPress et Elementor : qui fait quoi
 - 02 Gratuit, Pro, One : choisir sa version
 - 03 Comment une page web est construite
 - 04 Installer Elementor et préparer le terrain
-

CHAPITRE 01

WordPress et Elementor : qui fait quoi

On entend souvent « mon site est fait avec Elementor », comme si Elementor était le site tout entier. Ce n'est pas le cas : un site est un empilement de couches, et Elementor n'est que l'une d'elles. Ce premier chapitre pose ce vocabulaire, indispensable pour savoir où l'on agit, ce que l'on paie et à qui l'on s'adresse quand quelque chose ne va pas.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui débute, y compris si elle possède déjà un site WordPress dont elle ne sait pas grand-chose.
ENJEU	Distinguer hébergement, WordPress, thème, extension et contenu pour ne plus confondre les rôles ni les interlocuteurs.
IDÉE CLÉ	Elementor est un outil de mise en page posé sur WordPress : il dessine les pages, il ne fait pas le site.
PRÉREQUIS	Aucun.
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 20 minutes d'exercice).

1.1 — Un site, c'est un empilement de couches

Pour qu'un site soit visible par n'importe qui, il faut d'abord un ordinateur allumé en permanence et relié à Internet : c'est le **serveur**, que l'on loue à un **hébergeur**. Il faut ensuite une adresse pour y accéder, comme menuiserie-roche.fr : c'est le **nom de domaine**, loué lui aussi, à l'année. Sur ce serveur tourne un logiciel qui fabrique les pages à la demande : **WordPress**. WordPress s'habille avec un **thème** et gagne des fonctions grâce à des **extensions**. Elementor est l'une de ces extensions. Tout en haut de la pile, enfin, il y a ce que le visiteur vient chercher : le **contenu**, c'est-à-dire vos textes, vos photos et vos coordonnées.



Figure 1.1 — Les cinq couches d'un site WordPress. Elementor n'est que la quatrième.

Chaque couche a son fournisseur. L'hébergement et le nom de domaine se paient à un hébergeur ou à un bureau d'enregistrement, et c'est à eux que l'on s'adresse quand le site est injoignable. WordPress est un logiciel libre et gratuit. Le thème et les extensions sont gratuits ou payants selon les cas ; Elementor existe en version gratuite et en version Pro (chapitre 02). Le contenu, lui, ne s'achète nulle part : c'est à vous de le produire, et c'est souvent la partie la plus longue d'un projet.

DÉFINITION

Hébergement — location d'un espace sur un serveur, c'est-à-dire un ordinateur professionnel toujours allumé, qui stocke les fichiers du site et les envoie aux visiteurs. **Nom de domaine** — adresse lisible du site (par exemple menuiserie-roche.fr), louée à l'année, qui pointe vers l'hébergement. Les deux se louent souvent chez le même prestataire mais restent deux contrats distincts.

1.2 — WordPress : le moteur

WordPress fait tourner une part considérable des sites du monde entier, des blogs personnels aux sites de grandes entreprises. Son rôle est celui d'un moteur : il range le contenu dans une base de données, gère les comptes des personnes autorisées à modifier le site, stocke les images et fabrique, à chaque visite, la page demandée. Vous n'avez jamais à voir ce mécanisme ; vous le pilotez depuis une interface d'administration appelée **Tableau de bord** (*Dashboard*), accessible en ajoutant `/wp-admin` à l'adresse du site, avec un identifiant et un mot de passe.

Deux mots reviennent sans cesse et méritent d'être distingués tout de suite. Une **page** est un contenu stable, sans date, qui figure dans le menu du site : Accueil, Prestations, Contact. Un **article** est une actualité datée, classée dans une catégorie, qui vient s'ajouter au-dessus des précédentes dans un flux : c'est le principe du blog. Un site vitrine d'artisan est fait de pages ; il peut, en plus, publier des articles pour raconter ses chantiers ou donner des conseils de saison (chapitre 25).

Mot	Ce que c'est	Où le trouver dans le tableau de bord
Page	Contenu stable, sans date, présent dans le menu.	► Pages
Article	Actualité datée, classée par catégorie, affichée dans un flux.	► Articles
Médiathèque	Réserve d'images, de PDF et de vidéos téléversés, réutilisables partout.	► Médias
Menu	Liste de liens qui forme la navigation du site.	► Apparence » Menus
Thème	Habillage général du site ; un seul est actif à la fois.	► Apparence » Thèmes
Extension	Module qui ajoute une fonction (Elementor en est une).	► Extensions
Compte	Personne autorisée à se connecter, avec un rôle (administrateur, éditeur...).	► Comptes

Mot	Ce que c'est	Où le trouver dans le tableau de bord
Réglages	Titre du site, adresse, langue, page d'accueil, forme des adresses.	► Réglages

À SAVOIR

La **Médiathèque** (*Media Library*) appartient à WordPress, pas à Elementor. Quand vous choisirez une image dans Elementor, c'est cette réserve qui s'ouvrira ; et quand vous supprimerez une image de la Médiathèque, elle disparaîtra de toutes les pages qui l'utilisaient. Nous verrons au chapitre 14 comment y ranger des photos légères et bien nommées.

1.3 — Thème et extensions : l'habillage et les fonctions

Le **thème** définit l'apparence générale du site : la police par défaut, la présence et la forme d'un en-tête et d'un pied de page, la mise en forme des articles. WordPress en installe un par défaut, et des milliers d'autres existent. Un seul thème est actif à la fois, et changer de thème change l'allure de tout le site d'un coup. Avec Elementor, on choisit volontairement un thème presque vide, **Hello Elementor**, très léger (moins de 30 Ko selon Elementor), qui ne dessine rien par lui-même et laisse Elementor décider de tout. Nous l'installerons au chapitre 04.

Une **extension** (*plugin*) ajoute une fonction que WordPress n'a pas d'origine : un formulaire, une sauvegarde automatique, l'aide au référencement (Yoast ou Rank Math, par exemple), une boutique (WooCommerce). Elementor lui-même est une extension, et Elementor Pro en est une seconde qui complète la première : Pro ne fonctionne pas sans la version gratuite installée en dessous.

ATTENTION

Chaque extension ajoutée est un logiciel de plus à mettre à jour, un risque de conflit et un peu de poids sur chaque page. Un site vitrine bien construit tourne avec une dizaine d'extensions au plus. Avant d'en installer une, demandez-vous si WordPress ou Elementor ne fait pas déjà la même chose.

1.4 — Elementor : le constructeur de pages

Elementor est un **constructeur de pages** (*page builder*) : une extension qui remplace l'écriture du code par un geste visuel. On choisit un élément (titre, image, bouton, colonne), on le dépose sur la page, on règle son apparence dans un panneau, et Elementor écrit à votre place le code que le navigateur comprendra. Selon les chiffres publiés par l'éditeur, Elementor équipe 22 millions de sites, soit 13 % du web. Lancé en 2016, il est disponible en français, avec une version gratuite complète et une version Pro payante.

Il faut être précis sur ce qu'Elementor apporte, parce que la déception vient toujours de ce qu'on lui prête à tort. Il remplace la mise en page « à la main » : plus besoin d'écrire du HTML ou du CSS pour placer trois colonnes, colorer un bandeau ou adapter la page au téléphone. Tout le reste — l'hébergement, le contenu, le référencement, la sécurité, les obligations légales — reste à votre charge.

CE QU'ELEMENTOR FAIT

- Dessiner la mise en page de chaque page, sans code.
- Adapter cette mise en page au téléphone et à la tablette.
- Assurer la cohérence des couleurs, des polices et des boutons.
- Construire l'en-tête, le pied de page et les formulaires (Pro).

CE QU'ELEMENTOR NE FAIT PAS

- Héberger le site ni fournir le nom de domaine.
- Écrire les textes, choisir les photos, définir l'offre.
- Garantir le référencement ou la sécurité.
- Sauvegarder le site ni rédiger les mentions légales.

REPÉRER LES COUCHES SUR UN SITE EXISTANT

Si vous possédez déjà un site WordPress, ce pas-à-pas vous permet de reconnaître chaque couche depuis le tableau de bord, sans rien modifier.

- 1 **Connectez-vous au tableau de bord.** Tapez l'adresse de votre site suivie de `/wp-admin`, puis votre identifiant et votre mot de passe. Si vous ne les avez pas, la personne qui a créé le site ou votre hébergeur peut les réinitialiser.
- 2 **Lisez l'encart « D'un coup d'œil ».** Sur la page d'accueil du tableau de bord, cet encart indique la version de WordPress, le thème actif et le nombre de pages et d'articles. Notez ces trois informations.
- 3 **Ouvrez ► Apparence ► Thèmes.** Le thème actif est affiché en premier, avec la mention **Actif**. Les autres thèmes présents sont installés mais inactifs.
- 4 **Ouvrez ► Extensions ► Extensions installées.** La liste montre les extensions installées, actives ou non. Cherchez « Elementor » et « Elementor Pro » : leur présence vous dit si le site utilise déjà le constructeur de pages.
- 5 **Parcourez ► Pages, ► Articles et ► Médias.** Vous mesurez ainsi le contenu existant : combien de pages, publiées ou en brouillon, combien d'images dans la Médiathèque.
- 6 **Ouvrez ► Réglages ► Général.** Vous y lisez le titre du site, son slogan, son adresse et la langue. La couche « hébergement », elle, n'apparaît nulle part dans WordPress : retrouvez-la dans vos factures ou vos e-mails de l'hébergeur.

1.5 — Éditeur de blocs ou Elementor ?

Depuis la version 5.0 de WordPress, fin 2018, WordPress possède son propre outil de composition, l'**éditeur de blocs**, souvent appelé **Gutenberg** du nom du projet qui l'a fait naître. On y écrit paragraphe après paragraphe, en insérant des blocs : image, liste, citation, colonnes. Il est excellent pour un texte long et vivant, moins à l'aise pour composer un bandeau d'accueil élaboré, aligner des cartes de prestations ou dessiner un pied de page en quatre colonnes.

Les deux outils cohabitent sans conflit sur un même site. La règle du support est simple : les **pages vitrines** se construisent dans **Elementor** ; les **articles** s'écrivent dans l'**éditeur de blocs**, et un modèle Elementor Pro décide de leur habillage (chapitre 25). Une page donnée appartient toujours à l'un ou à l'autre : dès que l'on clique sur **Modifier avec Elementor** (*Edit with Elementor*), c'est Elementor qui prend la main sur elle (chapitre 05).

BONNE PRATIQUE

Ne cherchez pas à tout faire dans Elementor. Un article écrit dans l'éditeur de blocs est plus rapide à publier, plus léger et plus facile à reprendre par quelqu'un d'autre. Réservez Elementor aux pages dont la mise en page compte vraiment.

Un site n'est pas fait « avec Elementor » : il est fait avec un hébergeur, WordPress, un thème, des extensions et surtout du contenu. Elementor dessine.

EXERCICE 1.1 — L'INVENTAIRE DE LA MENUISERIE ROCHE**20 MIN**

Objectif : établir, avant de construire quoi que ce soit, la fiche d'inventaire de ce qui existe déjà, couche par couche — comme nous le faisons au début de chaque atelier Num Compagny.

Camille Roche, menuisière à Murol, décrit sa situation : « J'ai acheté le nom de domaine menuiserie-roche.fr il y a deux ans, avec un hébergement mutualisé chez un hébergeur français qui a installé WordPress en un clic ; je n'y ai jamais touché. J'ai une page Facebook avec une soixantaine de photos de chantiers, un dépliant papier, mon logo en PDF, et trois avis clients reçus par e-mail. »

1. Sur une feuille, tracez quatre rubriques : **Adresse et accès, État de WordPress, Contenus disponibles, Ce qui manque.**
2. Dans la première, notez le nom de domaine, le type d'hébergement, et la question à poser : où sont conservés les identifiants du bureau d'enregistrement, de l'hébergeur et du tableau de bord ?
3. Dans la deuxième, notez ce que Camille sait (WordPress installé, thème par défaut, aucune extension) et ce qu'il faudra vérifier avec le pas-à-pas de la partie 1.4.
4. Dans la troisième, classez chaque élément cité par sa couche : photos, texte du dépliant, logo, avis, coordonnées.
5. Dans la dernière, listez ce dont un site de cinq pages a besoin et que Camille n'a pas encore : photos en haute définition, un texte par prestation, les horaires, les mentions légales, une adresse e-mail de contact.

- ☐ Nom de domaine et hébergeur identifiés, avec la date de renouvellement.
- ☐ Identifiants du tableau de bord localisés ou demande de réinitialisation prévue.
- ☐ Thème actif et extensions présentes notés.
- ☐ Contenus existants classés, manques listés.

Résultat attendu : une fiche d'inventaire d'une page, en quatre rubriques, qui distingue clairement ce qui relève de l'hébergeur, de WordPress et du contenu, et qui se termine par une liste de manques à combler avant la construction. Cette fiche servira de point de départ au projet complet du chapitre 38.

À RETENIR

- Un site est un empilement de cinq couches : **hébergement et nom de domaine**, **WordPress**, **thème**, **extensions** (dont Elementor) et **contenu**.
- **WordPress** est le moteur : il gère les pages, les articles, la Médiathèque, les menus, les comptes et les réglages depuis le tableau de bord.
- Le **thème** habille, l'**extension** ajoute une fonction ; Elementor est une extension de mise en page, et Elementor Pro une seconde extension qui la complète.
- Elementor dessine les pages sans code, mais ne fournit ni hébergement, ni contenu, ni référencement, ni sauvegarde, ni mentions légales.
- Pages vitrines dans **Elementor**, articles dans l'**éditeur de blocs** : les deux cohabitent sur le même site.

CHAPITRE 02

Gratuit, Pro, One : choisir sa version

Elementor existe en trois formules : une version gratuite, une version Pro déclinée en plusieurs plans, et une offre « One » qui ajoute des services facturés en crédits. Avant d'installer quoi que ce soit, il faut savoir laquelle correspond à votre projet, parce que ce choix décide de ce que vous pourrez construire — et de ce que vous paierez chaque année.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui doit décider, ou conseiller, l'achat d'une licence.
ENJEU	Ne pas payer pour rien, mais ne pas se bloquer non plus au moment de construire le formulaire ou l'en-tête.
IDÉE CLÉ	On choisit sa version d'après les fonctions dont le site a besoin , pas d'après le prix affiché.
PRÉREQUIS	Chapitre 01.
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 15 minutes d'exercice).

2.1 — Trois offres, un seul éditeur

Quelle que soit la formule, l'éditeur est le même : même écran, mêmes gestes, mêmes éléments atomiques de base. La différence se joue sur ce que l'on a le droit d'ajouter. La **version gratuite** est une extension téléchargeable depuis le répertoire officiel de WordPress ; elle suffit à construire une page. **Elementor Pro** est une seconde extension, payante, qui vient se poser sur la première et débloque des fonctions entières : le Constructeur de thème, les formulaires, le contenu dynamique, les popups. **Elementor One** n'est pas un troisième éditeur mais un abonnement qui regroupe Elementor Pro et des services annexes (intelligence artificielle, optimisation des images, envoi des e-mails, accessibilité) payés en crédits mensuels.

Les prix cités dans ce chapitre ont été relevés le 6 septembre 2026 sur la page des tarifs d'Elementor. Ils sont exprimés en dollars américains, hors taxes, pour une facturation annuelle ; les montants en euros affichés par Elementor sont les mêmes chiffres. Ils évoluent régulièrement : vérifiez-les avant tout achat.

2.2 — Ce que la version gratuite contient

La version gratuite n'est pas une démonstration bridée. Elle comprend l'éditeur complet, les **éléments atomiques** de mise en page et de contenu (Bloc Div, Flexbox, Grille, Titre, Paragraphe, Bouton, Image, SVG, Vidéo, YouTube, Onglets), les Classes et les Variables, les interactions d'entrée, et plus de trente **widgets classiques** : Boîte d'icône, Galerie basique, Carrousel d'images, Témoignage, Compteur, Accordéon, Google Maps, entre autres. S'y ajoutent la bibliothèque de modèles, les révisions, le Canevas Elementor, le mode maintenance, les animations d'entrée et de survol.

Avec ce seul outil et le thème Hello Elementor, on construit un site vitrine simple et propre. L'en-tête et le pied de page sont alors ceux du thème : un logo ou le nom du site, un menu, une ligne de pied de page, réglables depuis les Réglages du site (*Site Settings*) d'Elementor et l'outil de personnalisation de WordPress. Le formulaire de contact, lui, devra venir d'une autre extension, car le widget Formulaire d'Elementor est réservé à Pro.

À SAVOIR

Le gratuit suffit quand le site tient en quelques pages, que l'en-tête standard du thème convient, que l'on n'a pas besoin de formulaire élaboré ni de blog habillé sur mesure. C'est le cas d'une association, d'une activité complémentaire ou d'un site « carte de visite ». Dès que l'on veut un en-tête dessiné, un formulaire de devis ou des articles présentés à sa façon, Pro devient nécessaire.

2.3 — Elementor Pro : quatre plans

Elementor Pro se vend par plans, qui diffèrent par le nombre de sites sur lesquels on peut l'activer et par les fonctions débloquentes. Le premier plan, **Essential**, couvre un seul site et donne accès à 57 widgets Pro, au Constructeur de thème (*Theme Builder*) et au contenu dynamique natif de WordPress. Il comprend le widget Formulaire, mais, d'après la page des tarifs, sans la conservation des envois dans WordPress ; il n'a ni popups, ni code ou CSS personnalisé, ni boutique. Les plans **Advanced Solo** (un site), **Advanced** (trois sites) et **Expert** (vingt-cinq sites) offrent tous la même chose : 85 widgets Pro, les popups, le code et le CSS personnalisés, WooCommerce, les Notes, la conservation et l'export des envois de formulaires, les intégrations avec les outils d'e-mailing.

Plan	Prix par an (HT)	Sites	Widgets Pro	Modèles cloud
Essential	60 \$	1	57	10
Advanced Solo	84 \$	1	85	20
Advanced	108 \$	3	85	30
Expert	204 \$	25	85	5 000

Tarifs relevés le 6 septembre 2026, en dollars US, hors taxes, facturation annuelle ; montants identiques en euros. Elementor annonce une garantie de remboursement de 30 jours.

Fonction	Gratuit	Essential	Advanced et plus
Éléments atomiques, Classes et Variables	✓	✓	✓
Widgets classiques gratuits (30+)	✓	✓	✓
Bibliothèque de modèles, révisions, mode maintenance	✓	✓	✓
Constructeur de thème (en-tête, pied de page, articles, archives)	—	✓	✓
Contenu dynamique natif (titre, date, image mise en avant...)	—	✓	✓
Champs personnalisés (ACF, par exemple)	—	—	✓

Fonction	Gratuit	Essential	Advanced et plus
Widget Formulaire et Formulaire atomique	—	✓	✓
Conservation des envois (Envois) et intégrations e-mailing	—	—	✓
Popups (conditions, déclencheurs, règles)	—	—	✓
CSS et code personnalisés	—	—	✓
WooCommerce Builder (boutique)	—	—	✓
Notes (commentaires sur la page)	—	—	✓

ELEMENTOR PRO

Dans tout le support, l'encadré « Elementor Pro » signale ce qui exige la version payante, en précisant le plan quand il est connu. Retenez dès maintenant la ligne de partage : **Essential** permet de dessiner tout le site (en-tête, pied de page, articles) ; les plans **Advanced** ajoutent ce qui fait travailler le site (envois de formulaires conservés, popups, boutique, code).

2.4 — Elementor One, l'IA et les crédits

Elementor One coûte 228 \$ par an pour un site. Il comprend tout Elementor Pro et donne chaque mois 25 000 **crédits**, une monnaie interne qui paie des services : l'intelligence artificielle (Elementor AI et Angie), l'optimisation des images, les correctifs d'accessibilité (Ally), l'envoi fiable des e-mails du site (Site Mailer), le bandeau de consentement aux cookies et des outils de gestion de site. Selon la grille publiée, une action d'IA consomme de 1 à 40 crédits, une image optimisée 10 crédits, un e-mail envoyé 10 crédits, un correctif d'accessibilité par IA 20 crédits ; l'éditeur Pro lui-même n'en consomme aucun. One n'inclut pas l'hébergement.

Deux outils d'IA méritent d'être distingués. **Elementor AI** est intégré à l'éditeur : **Écrire avec l'IA** (Write with AI) dans les champs de texte, génération d'images, et, en Pro, **Coder avec l'IA** (Code with AI). Il demande un compte Elementor et fonctionne par essai gratuit puis abonnement payant, sauf si l'on dispose des crédits One. **Angie** est une extension séparée, décrite par Elementor comme une IA « agentique », qui agit dans l'administration et dans l'éditeur pour générer des mises en page, des formulaires, des classes ou des variables ; elle se facture en crédits One. Le chapitre 23 revient sur leurs usages et leurs limites.

ATTENTION

Les crédits sont un abonnement dans l'abonnement : ils se renouvellent chaque mois et se consomment vite si l'on génère beaucoup d'images. Pour un site vitrine de cinq pages, écrit par l'artisan lui-même, One est rarement justifié dès le départ. On peut toujours y passer plus tard.

2.5 — Comprendre la licence

Une licence Elementor Pro s'attache à un compte Elementor et à un nombre de sites. Chaque site sur lequel on active Pro consomme une **activation** ; on peut à tout moment désactiver un site depuis son compte pour libérer la place, par exemple quand on remplace un site de test par le site définitif. L'abonnement est annuel et, par défaut, renouvelé automatiquement : vérifiez la date et le moyen de paiement enregistrés dans votre compte pour ne pas être surpris.

Que se passe-t-il si l'on ne renouvelle pas ? Le site continue de fonctionner et les pages construites avec des widgets Pro s'affichent toujours. En revanche, on ne reçoit plus les mises à jour d'Elementor Pro, ni l'assistance, ni l'accès aux modèles réservés. Comme les mises à jour corrigent aussi des failles de sécurité, une licence expirée n'est pas une catastrophe immédiate, mais ce n'est pas un état dans lequel laisser un site professionnel.

PIÈGE CLASSIQUE

On trouve en ligne des copies « gratuites » d'Elementor Pro, dites piratées ou *nulled*. Elles contiennent très souvent du code malveillant, ne reçoivent aucune mise à jour et sont illégales. Le prix d'une licence est sans commune mesure avec le coût d'un site piraté et d'une réputation abîmée. N'installez jamais une extension payante qui ne vient pas de l'éditeur.

2.6 — Décider en cinq questions

Le choix se fait en partant des fonctions dont le site aura besoin d'ici un an, pas seulement le jour de la mise en ligne. Répondez aux cinq questions dans l'ordre : la première réponse « oui » fixe le plan minimal.

- 1 Combien de sites ?** Un seul site : Essential ou Advanced Solo. Deux ou trois : Advanced. Un formateur ou un prestataire qui gère plusieurs clients regardera Expert.
- 2 Faut-il un en-tête, un pied de page ou des articles dessinés sur mesure ?** Si oui, il faut le Constructeur de thème, donc au minimum Essential. Si l'en-tête standard du thème Hello suffit, le gratuit reste possible.
- 3 Le site doit-il recevoir des demandes par formulaire et en garder la trace ?** Un formulaire qui envoie simplement un e-mail existe dès Essential. Garder chaque demande dans WordPress, l'exporter, la relier à un outil d'e-mailing : Advanced Solo au minimum.
- 4 A-t-on besoin de popups, de code personnalisé ou d'une boutique ?** Chacune de ces trois fonctions exige un plan Advanced ou supérieur.
- 5 Veut-on l'IA, l'optimisation des images et l'envoi des e-mails inclus ?** Si oui, comparez Elementor One avec l'achat séparé de ces services. Si non, restez sur Pro.

Si vous avez répondu « non » aux questions 2 à 5, la version gratuite suffit pour commencer ; vous pourrez passer à Pro plus tard sans rien reconstruire, puisque l'éditeur est le même.

BONNE PRATIQUE

Achetez la licence au nom de l'entreprise et avec son adresse e-mail, pas au nom du prestataire ou du stagiaire qui construit le site. C'est l'entreprise qui devra renouveler, désactiver ou transférer la licence dans deux ans, quand les personnes auront changé.

 EXERCICE 2.1 — QUELLE VERSION POUR LA MENUISERIE ROCHE ?**15 MIN**

Objectif : appliquer les cinq questions à un cas concret et justifier le choix par écrit.

Camille Roche précise ses besoins : un seul site de cinq pages ; un en-tête avec son logo, un menu et un bouton « Demander un devis » ; un formulaire de devis avec photo jointe, dont elle veut garder la trace dans le site parce que « les e-mails, j'en perds » ; une page Réalisations ; quelques actualités par an ; pas de boutique ; peut-être un jour un message automatique pendant la fermeture annuelle. Elle écrit ses textes elle-même.

1. Reprenez les cinq questions de la partie 2.6 et répondez pour chacune par oui ou non, en citant le besoin de Camille qui justifie la réponse.
2. Repérez la première réponse qui impose un plan payant, puis celle qui impose le plan le plus élevé.
3. Vérifiez dans le second tableau de la partie 2.3 que toutes les fonctions retenues sont couvertes par le plan choisi.
4. Rédigez trois lignes de justification, avec le prix annuel hors taxes, comme si vous deviez les présenter à Camille.
5. Question bonus : quel plan aurait suffi si Camille avait accepté de recevoir les demandes uniquement par e-mail, et pourquoi serait-ce un pari risqué ?

Résultat attendu : le plan **Advanced Solo** (84 \$ par an, hors taxes, au 6 septembre 2026). L'en-tête sur mesure et le modèle d'actualités demandent le Constructeur de thème, donc Pro ; la conservation des demandes de devis impose un plan Advanced ; un seul site suffit ; les popups, incluses, serviront pour la fermeture annuelle ; ni boutique ni IA ne justifient One. Essential aurait couvert l'en-tête et le formulaire par e-mail, mais une demande de devis perdue coûte plus cher qu'un an de licence.

À RETENIR

- L'éditeur est le même dans toutes les formules ; ce qui change, c'est ce que l'on a le droit d'ajouter.
- La **version gratuite** suffit pour un site vitrine simple avec l'en-tête du thème Hello ; elle n'a ni Constructeur de thème, ni formulaire, ni popups.
- **Essential** (60 \$/an, 1 site) dessine tout le site ; les plans **Advanced** (84 \$ Solo, 108 \$ pour 3 sites, 204 \$ Expert pour 25) ajoutent envois de formulaires, popups, code et boutique.
- **Elementor One** (228 \$/an) regroupe Pro et 25 000 crédits mensuels pour l'IA et les services ; il est rarement nécessaire au départ.
- Une licence non renouvelée laisse le site fonctionner mais sans mises à jour : ce n'est pas un état durable. Jamais de copie piratée.
- On décide d'après les **fonctions nécessaires d'ici un an**, en répondant aux cinq questions dans l'ordre.

CHAPITRE 03

Comment une page web est construite

Elementor écrit le code à votre place, mais il vous parle avec les mots de ce code : boîte, marge, pixel, balise, responsive. Ce chapitre les explique une fois pour toutes, sans exiger que vous écriviez la moindre ligne. Après lui, chaque réglage de l'éditeur aura un sens, au lieu d'être un bouton que l'on essaie au hasard.

EN BREF

PUBLIC	Non-techniciens qui veulent comprendre ce que fabrique Elementor derrière l'écran.
ENJEU	Acquérir le vocabulaire des boîtes, des unités et des balises que tous les chapitres suivants utilisent.
IDÉE CLÉ	Une page web n'est qu'un jeu de boîtes emboîtées , empilées de haut en bas, qui se réorganisent selon la largeur de l'écran.
PRÉREQUIS	Chapitre 01.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 20 minutes d'exercice).

3.1 — Trois langages et un navigateur

Quand vous ouvrez une page, votre navigateur (Chrome, Firefox, Safari, Edge) reçoit du serveur un texte écrit dans un langage appelé **HTML**. Ce texte décrit le *squelette* de la page : ici un titre, là un paragraphe, là une image, le tout rangé dans des boîtes qui en contiennent d'autres. Le navigateur reçoit ensuite un second texte, écrit en **CSS**, qui décrit l'*habillage* : la couleur du titre, la police du paragraphe, la largeur de l'image, l'espace entre les boîtes. Un troisième langage, **JavaScript**, ajoute le *mouvement* : un menu qui se déploie, une galerie qui défile, un formulaire qui vérifie une adresse e-mail avant l'envoi.

Le navigateur lit ces trois textes et *dessine* la page. C'est lui qui calcule où va chaque boîte, et il recommence chaque fois que la fenêtre change de taille. Elementor ne fait rien d'autre que produire ces textes à partir de vos gestes : quand vous déposez un Titre et que vous le colorez, il écrit la ligne de HTML et la ligne de CSS correspondantes. Vous ne les verrez jamais, mais savoir qu'elles existent explique bien des comportements.

DÉFINITION

Balise — mot-clé du HTML, écrit entre chevrons, qui annonce la nature d'un morceau de page : `h1` pour le titre principal, `p` pour un paragraphe, `img` pour une image, `header` pour l'en-tête. Une balise s'ouvre, contient quelque chose, puis se ferme : c'est ainsi que naissent les boîtes.

3.2 — Tout est boîte

Pour le navigateur, chaque élément d'une page est un rectangle, même s'il ne dessine pas ses bords. Un paragraphe est une boîte ; une image est une boîte ; un bouton est une boîte. Et les boîtes s'emboîtent : le bouton est dans une boîte « bandeau d'accueil », qui est dans la boîte

« contenu », qui est dans la boîte « page ». Cette imbrication est la clé de tout ce qui suit : quand vous réglerez la couleur de fond d'un Flexbox, c'est la boîte parente qui se colore, et ses enfants se posent dessus.

Par défaut, les boîtes se placent dans le **flux** : les unes sous les autres, de haut en bas, dans l'ordre où elles sont écrites, chacune occupant toute la largeur disponible. Une page web est donc naturellement une colonne. Mettre trois éléments côte à côte n'est pas le comportement par défaut : c'est une instruction que l'on donne à la boîte parente, et c'est précisément ce que font le Flexbox et la Grille d'Elementor (chapitre 09).

Presque toutes les pages vitrines partagent la même anatomie, de haut en bas : un **en-tête** (logo, menu, bouton), un **bandeau d'accueil** que l'on appelle souvent « héros », des **sections** de contenu (prestations, réalisations, témoignages), un **appel à l'action** et un **pied de page**. Deux largeurs cohabitent : certaines boîtes s'étendent d'un bord à l'autre de l'écran (« pleine largeur ») pour porter une couleur de fond, tandis que le contenu lisible est centré dans une zone plus étroite, la **largeur de contenu**, qu'Elementor fixe par défaut à 1140 pixels.



Figure 3.1 — Anatomie d'une page vitrine : des boîtes empilées, des fonds en pleine largeur, un contenu centré.

VOIR LES BOÎTES D'UNE VRAIE PAGE

Tous les navigateurs contiennent un outil d'inspection qui révèle les boîtes de n'importe quel site, sans rien modifier sur le site consulté.

- 1 **Ouvrez un site quelconque** sur un ordinateur, dans Chrome, Edge ou Firefox.
- 2 **Faites un clic droit sur un titre**, puis choisissez **Inspecter** (Chrome, Edge) ou **Examiner l'élément** (Firefox). Un panneau s'ouvre.
- 3 **Repérez la ligne surlignée** : c'est la balise du titre, par exemple `h1`. Survolez les lignes voisines : sur la page, chaque boîte correspondante se colore, avec ses marges.
- 4 **Remontez dans l'arborescence** en survolant les lignes du dessus : la boîte parente, puis la section, puis `header` ou `footer`.

- 5 **Réduisez la largeur de la fenêtre** en la tirant par son bord : les boîtes côte à côte se réempilent. C'est le responsive à l'œuvre.

3.3 — Mesurer : pixels, pourcentages et unités relatives

Dans l'onglet Style d'Elementor, presque chaque valeur est accompagnée d'un sélecteur d'unité. Le **pixel** (`px`) est l'unité la plus intuitive : un point de l'écran, une valeur fixe. Le **pourcentage** (`%`) se calcule par rapport à la boîte parente : une image à 50 % occupe la moitié de sa colonne, quelle que soit la taille de l'écran. Les unités `em` et `rem` sont relatives à la taille du texte : `1rem` vaut la taille de police de base du site, 16 pixels par défaut, si bien que `1.5rem` donne 24 pixels. Les unités `vw` et `vh` valent un centième de la largeur ou de la hauteur de la fenêtre : un bandeau de `100vh` occupe exactement la hauteur de l'écran, téléphone ou grand moniteur.

Unité	Ce qu'elle mesure	Quand l'utiliser	Exemple
<code>px</code>	Un point d'écran ; valeur fixe.	Bordures, rayons d'angle, petits espacements précis.	Bordure <code>1px</code> , rayon <code>12px</code>
<code>%</code>	Une fraction de la boîte parente.	Largeur des colonnes et des images.	Image à <code>50%</code>
<code>em</code>	La taille de police de l'élément lui-même.	Espacements qui doivent suivre la taille du texte.	Marge interne <code>1.5em</code>
<code>rem</code>	La taille de police de base du site (16 px par défaut).	Tailles de texte, marges entre sections.	Corps <code>1.125rem</code> = 18 px
<code>vw</code> / <code>vh</code>	1 % de la largeur / hauteur de la fenêtre.	Bandeau plein écran, très grands titres.	Hauteur mini <code>60vh</code>
<code>fr</code>	Une part de l'espace libre d'une grille.	Colonnes de l'élément Grille.	<code>1fr 1fr 1fr</code>
<code>auto</code>	« Laisse le navigateur décider ».	Hauteur des boîtes de texte, largeur d'un bouton.	Hauteur <code>auto</code>

BONNE PRATIQUE

Le pixel rassure, mais il fige. Pour les textes et les grands espacements, préférez le `rem` : si un visiteur a agrandi la taille de police de son navigateur, ou si vous changez un jour la taille de base du site, tout suit proportionnellement. Le pixel reste parfait pour ce qui doit rester fin et net : une bordure, un rayon, un trait de séparation.

3.4 — Le responsive : un contenu, plusieurs largeurs

Le même contenu doit être lisible sur un téléphone tenu à la verticale, large de quelques centaines de pixels, comme sur un moniteur de bureau. On appelle **responsive** (on dit parfois « adaptatif ») une page dont les boîtes se réorganisent d'elles-mêmes selon la largeur disponible : trois cartes côte à côte sur ordinateur deviennent trois cartes empilées sur téléphone ; un menu horizontal se replie derrière une icône ; un titre de 48 pixels descend à 32.

Le navigateur ne devine rien : ce sont des règles que l'on écrit, et qu'Elementor permet d'écrire sans code. Il découpe les largeurs d'écran en paliers, les **points de rupture** (*breakpoints*) : par défaut, « ordinateur » au-delà de 1024 pixels, « tablette » de 768 à 1024, « mobile » jusqu'à 767. Un réglage fait sur la vue ordinateur s'applique aux écrans plus petits, sauf valeur propre donnée à la tablette ou au mobile. Le chapitre 12 y est consacré ; retenez que le responsive n'est pas une option à cocher à la fin, mais une manière de penser chaque boîte dès sa création.

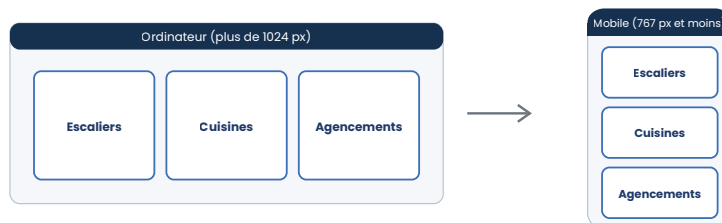


Figure 3.2 — Le même contenu, réorganisé : trois boîtes côte à côte sur ordinateur, empilées sur téléphone.

3.5 — Le poids d'une page

Chaque page qu'un visiteur ouvre est un ensemble de fichiers qui transitent par le réseau : le HTML, le CSS, le JavaScript, les polices et surtout les images. Leur somme est le **poids** de la page, en kilooctets (Ko) ou en mégaoctets (Mo). Sur la plupart des sites vitrines, les images représentent la plus grande part de ce poids — souvent plus de la moitié, parfois les deux tiers ou davantage quand les photos ont été téléversées telles quelles depuis un téléphone, où une seule photo pèse couramment plusieurs mégaoctets.

Le poids commande le **temps de chargement**. Sur une connexion mobile en zone rurale, une page de plusieurs mégaoctets met de longues secondes à s'afficher, et le visiteur est parti avant. Le sujet est traité aux chapitres 14 et 33 ; retenez qu'une photo de bandeau bien préparée pèse quelques centaines de kilooctets, et que chaque widget, chaque police et chaque animation ajoutés ont un coût, même invisible à l'écran.

ATTENTION

Ce qui s'affiche vite sur votre ordinateur, en fibre, avec la page déjà en mémoire, ne dit rien de ce que vit un client qui découvre le site sur son téléphone, dans une zone mal couverte. Testez toujours une page sur un vrai téléphone, en données mobiles, avant de la considérer comme terminée.

3.6 — La sémantique : dire ce que l'on est

Le HTML ne se contente pas de dessiner des boîtes : il dit ce qu'elles sont. Une boîte marquée **header** est un en-tête, **nav** une navigation, **main** le contenu principal, **section** une section, **article** un contenu autonome, **aside** un complément, **footer** un pied de page. De même, les titres sont hiérarchisés de **h1** à **h6** : un seul **h1** par page, qui en énonce le sujet ; des **h2** pour les grandes parties ; des **h3** pour leurs subdivisions. Cet étiquetage s'appelle la **sémantique**.

Deux lecteurs y sont particulièrement attentifs. Les moteurs de recherche s'en servent pour comprendre de quoi parle la page : un **h1** « Menuiserie sur mesure à Murol » dit plus qu'un texte en gros caractères sans balise. Les **lecteurs d'écran**, ces logiciels qui lisent la page à voix haute pour les personnes malvoyantes, permettent de sauter de titre en titre ou d'aller droit à la navigation ; sans balises, la page devient un bloc indistinct. Elementor vous donne la main sur

ces étiquettes : le Titre atomique propose sa balise de H1 à H6, et le Flexbox comme le Bloc Div ont un réglage **Balise HTML** (*HTML tag*) qui vaut Div, Header, Section, Article, Aside ou Footer. Choisir la bonne ne coûte qu'un clic.

PIÈGE CLASSIQUE

Choisir une balise de titre pour sa taille. Un débutant met un H1 partout « parce que c'est gros », ou un H4 « parce que c'est petit ». La taille se règle dans l'onglet Style ; la balise, elle, décrit le rôle du texte. Une page avec trois H1 ou sans aucun H2 est mal comprise par Google et pénible pour les lecteurs d'écran, même si elle est jolie.

Une page web est une colonne de boîtes qui portent chacune une étiquette. Tout le travail de mise en page consiste à décider lesquelles se placent côte à côte, et jusqu'à quelle largeur.

EXERCICE 3.1 — LA MAQUETTE EN BOÎTES DE LA PAGE D'ACCUEIL

20 MIN

Objectif : dessiner sur papier, avant d'ouvrir Elementor, la page d'accueil de la Menuiserie Roche sous forme de boîtes étiquetées, puis sa version pour téléphone.

1. Prenez une feuille A4 en hauteur : elle représente un écran d'ordinateur. Tracez deux traits verticaux fins à trois centimètres de chaque bord : c'est la largeur de contenu.
2. Dessinez l'**en-tête** en pleine largeur : un rectangle « Logo » à gauche, cinq mots de menu au centre (Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact), un bouton « Devis » à droite. Écrivez **header** dans la marge.
3. Dessinez le **bandeau d'accueil** : à gauche, le H1 « Le bois, sur mesure, depuis 2009 », un paragraphe et un bouton « Demander un devis » ; à droite, une boîte « Photo de l'atelier ». Notez **section** et **h1**.
4. Dessinez la section **Prestations** : un H2 centré, puis trois boîtes côte à côte (Escaliers, Cuisines, Agencements), chacune avec un H3 et un paragraphe.
5. Ajoutez, de haut en bas : **Réalisations** (six boîtes « Photo » sur deux lignes), **Témoignages** (deux boîtes), un bandeau **Appel à devis** en pleine largeur avec un H2 et un bouton, puis le **pied de page** (coordonnées, horaires, menu, mentions légales). Notez **footer**.
6. Sur une bande de papier de six centimètres de large, redessinez la même page pour un téléphone : tout ce qui était côte à côte s'empile, dans quel ordre ? Le menu devient une icône ; la photo passe sous le texte ou au-dessus ?
7. Comptez vos titres : un seul H1, un H2 par section, des H3 à l'intérieur. Corrigez si besoin.

Résultat attendu : deux maquettes en boîtes, ordinateur et téléphone, où chaque boîte porte sa balise et où l'on distingue les fonds en pleine largeur du contenu centré. Ces maquettes serviront de plan au chapitre 07, quand vous construirez cette page pour de vrai.

À RETENIR

- Le **HTML** décrit le squelette, le **CSS** l'habillage, le **JavaScript** le mouvement ; le navigateur dessine, et Elementor écrit ces trois textes à votre place.
- Tout élément est une **boîte**, les boîtes s'emboîtent et s'empilent de haut en bas par défaut ; mettre côte à côte est une instruction donnée à la boîte parente.
- Les fonds vont d'un bord à l'autre, le contenu lisible est centré dans la **largeur de contenu**, 1140 px par défaut.
- Le **pixel** fige, le **pourcentage** et le **rem** s'adaptent ; on les choisit selon ce que l'on mesure.
- Le **responsive** réorganise les boîtes selon des points de rupture : ordinateur, tablette, mobile.
- Les **balises** disent ce qu'est chaque boîte : un seul H1, des H2 et H3 ordonnés, header et footer bien nommés, pour Google comme pour les lecteurs d'écran.

CHAPITRE 04

Installer Elementor et préparer le terrain

Installer Elementor prend deux minutes ; préparer un site propre, rapide et sûr en prend trente. Ce chapitre fait les deux dans l'ordre : vérifier l'hébergement, sauvegarder, installer l'extension et le thème Hello, activer Pro si vous l'avez acheté, régler les options qui évitent des heures de correction plus tard, puis fermer le chantier aux visiteurs le temps de la construction.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui dispose d'un accès administrateur à un site WordPress, neuf ou existant.
ENJEU	Partir d'une installation saine et de réglages justes, pour ne pas construire sur du sable.
IDÉE CLÉ	Sauvegarder, installer, régler, fermer le chantier : quatre gestes, dans cet ordre, avant de poser le premier élément.
PRÉREQUIS	Chapitres 01 à 03.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 45 minutes d'exercice).

4.1 — Prérequis, hébergement et sauvegarde

VÉRIFIER LES PRÉREQUIS

Elementor 4.2.4, la version gratuite en vigueur en septembre 2026, exige au minimum WordPress 6.8 et PHP 7.4, et recommande des versions plus récentes, notamment PHP 8.3 ou plus, sensiblement plus rapide. **PHP** est le langage dans lequel WordPress est écrit ; sa version se règle chez l'hébergeur, pas dans WordPress. La mémoire allouée à PHP compte aussi. Enfin, l'éditeur ne fonctionne que dans un navigateur récent, sur un ordinateur : Elementor indique clairement que l'édition est impossible sur téléphone et tablette, même si le site, lui, s'y consulte.

Élément	Minimum	Recommandé par Elementor
WordPress	6.8	7.0 ou plus (testé jusqu'à 7.1)
PHP	7.4	8.3 ou plus
Base de données	MySQL 5.6 ou MariaDB 10.5	MySQL 8.0 ou MariaDB 10.6
Mémoire PHP	256 Mo	512 Mo (768 Mo pour de meilleures performances)
Navigateur	Chrome, Edge ou Brave 148 et plus ; Firefox 150 et plus ; Safari 26.2 et plus	
Appareil	Ordinateur uniquement pour l'édition ; le site se consulte partout	

Pour connaître ces valeurs sur votre site, ouvrez ► **Outils** ► **Santé du site** (*Tools* ► *Site Health*), onglet **Informations** (*Info*) : les rubriques « Serveur » et « Base de données » indiquent la version de PHP, la limite de mémoire et le type de base. Si PHP est trop ancien, l'espace client de l'hébergeur permet en général de changer de version en quelques clics.

À SAVOIR

Elementor gratuit et Elementor Pro doivent toujours être à jour ensemble : une version de Pro trop ancienne pour la version gratuite installée, ou l'inverse, provoque des avertissements et parfois un éditeur qui ne s'ouvre plus. Le chapitre 36 détaille l'ordre des mises à jour.

HÉBERGEMENT ET SAUVEGARDE

La plupart des hébergeurs français grand public — o2switch, OVHcloud ou Infomaniak, pour citer des exemples courants — proposent un hébergement mutualisé avec WordPress installable en un clic. Ce type d'offre suffit à un site vitrine, pourvu que la version de PHP soit à jour, la mémoire suffisante et les sauvegardes automatiques incluses.

Avant toute installation sur un site qui existe déjà, faites une **sauvegarde** complète : les fichiers et la base de données. Deux voies : l'espace client de l'hébergeur, qui offre souvent des sauvegardes quotidiennes restaurables, ou une extension dédiée (UpdraftPlus, par exemple). Sur un site neuf et vide, la sauvegarde est moins critique, mais prenez l'habitude tout de suite.

PIÈGE CLASSIQUE

Installer Elementor, changer de thème et modifier les permaliens sur un site en production, sans sauvegarde, un vendredi soir. Chacune de ces actions peut modifier l'apparence ou les adresses des pages existantes. Sauvegardez d'abord, travaillez à une heure creuse, vérifiez le site public après chaque étape.

4.2 — Installer Elementor en cinq étapes

- 1 **Ouvrez** ► **Extensions** ► **Ajouter une extension** (*Plugins* ► *Add New Plugin*) : la page affiche le répertoire officiel des extensions de WordPress.
- 2 **Cherchez « Elementor »** dans le champ de recherche. La carte à retenir s'intitule « Elementor Website Builder », éditée par Elementor.com, avec plusieurs millions d'installations actives.
- 3 **Cliquez sur** **Installer maintenant** (*Install Now*). Le bouton devient **Activer** (*Activate*) après quelques secondes.
- 4 **Cliquez sur** **Activer**. Un assistant de démarrage s'ouvre : il propose de connecter le site à un compte Elementor, d'installer le thème Hello, de nommer le site et d'ajouter un logo. Le compte Elementor n'est utile que pour Pro, l'IA et les modèles cloud ; chaque écran comporte un lien pour passer (*Skip*). Acceptez au moins l'installation du thème Hello.
- 5 **Vérifiez**. Un menu ► **Elementor** est apparu dans le tableau de bord, et chaque page propose le bouton **Modifier avec Elementor** (*Edit with Elementor*). L'entrée ► **Elementor** ► **Démarrage rapide** (*Quick Start*) permet de rejouer l'assistant plus tard.

4.3 — Le thème Hello Elementor

Le thème livré avec WordPress dessine son propre en-tête, son propre pied de page et ses propres styles ; construire avec Elementor par-dessus, c'est se battre contre eux en permanence. **Hello Elementor** est le thème gratuit de l'éditeur d'Elementor : il pèse moins de 30 Ko, n'impose presque aucun style et laisse Elementor décider de tout. En version gratuite, son en-tête et son pied de page minimalistes se règlent dans les Réglages du site ; en Pro, on les remplace avec le Constructeur de thème (chapitre 24).

- 1 **Ouvrez** ► **Apparence** ► **Thèmes** ► **Ajouter un thème** (*Appearance* ► *Themes* ► *Add New Theme*).
- 2 **Cherchez « Hello Elementor »** et vérifiez que l'auteur affiché est Elementor Team.
- 3 **Cliquez sur **Installer****, puis sur **Activer**. Le site prend aussitôt l'apparence dépouillée de Hello : c'est normal, et c'est voulu.
- 4 **Supprimez les thèmes inutiles.** Gardez Hello Elementor et un seul thème par défaut de WordPress en réserve ; les autres ne servent à rien et demandent des mises à jour.

ATTENTION

Elementor propose aussi un thème **Hello Biz**, accompagné d'un assistant pour débutants. Le 18 août 2026, Elementor a annoncé que Hello Biz passerait prochainement en mode maintenance et recommande de se tourner vers ses autres thèmes Hello. Ne le choisissez pas pour un site neuf : ce support s'appuie sur Hello Elementor.

4.4 — Installer Elementor Pro et activer la licence

Elementor Pro ne se trouve pas dans le répertoire de WordPress : il se télécharge depuis votre compte Elementor et s'installe par téléversement. La version gratuite doit rester installée et active : Pro s'ajoute, il ne remplace pas.

- 1 **Téléchargez le fichier.** Connectez-vous à votre compte sur my.elementor.com, ouvrez la rubrique des téléchargements et récupérez le fichier **.zip** d'Elementor Pro, sans le décompresser.
- 2 **Téléversez-le.** Dans ► **Extensions** ► **Ajouter une extension**, cliquez sur **Téléverser une extension** (*Upload Plugin*), choisissez le fichier, puis **Installer maintenant**.
- 3 **Activez l'extension.** Cliquez sur **Activer**. Un message vous invite aussitôt à activer la licence.
- 4 **Activez la licence.** Ouvrez ► **Elementor** ► **Licence** (*License*) et cliquez sur le bouton de connexion (*Connect & Activate*). Vous êtes renvoyé vers votre compte Elementor pour confirmer, puis ramené au site : la licence est active.
- 5 **Vérifiez.** Dans ► **Extensions** ► **Extensions installées**, Elementor et Elementor Pro sont tous deux actifs. Dans l'éditeur, les widgets Pro apparaissent dans le panneau, et le menu ► **Elementor** ► **Constructeur de thème** est disponible.

ELEMENTOR PRO

Chaque activation consomme une place dans votre licence (une pour Essential et Advanced Solo, trois pour Advanced, vingt-cinq pour Expert). Si vous construisez d'abord sur un site de test, désactivez-le depuis votre compte quand le site définitif est prêt.

4.5 — Les réglages à faire avant la première page

CÔTÉ WORDPRESS

Deux options de WordPress conditionnent tout ce qui suivra ; elles se règlent en une minute et ne se changent plus ensuite.

- 1 **Les permaliens.** Ouvrez ► **Réglages** ► **Permaliens** (*Settings* ► *Permalinks*) et choisissez **Titre de la publication** (*Post name*). Les adresses des pages prendront la forme `menuiserie-roche.fr/prestations/`, lisible par les visiteurs et par les moteurs de recherche, au lieu d'un numéro. Enregistrez.
- 2 **La page d'accueil.** Ouvrez ► **Réglages** ► **Lecture** (*Settings* ► *Reading*). Sous « Votre page d'accueil affiche », choisissez **Une page statique** plutôt que les derniers articles. Vous désignerez la page « Accueil » ici même dès qu'elle existera, au chapitre 07.
- 3 **Au passage,** ► **Réglages** ► **Général**. Renseignez le titre du site (« Menuiserie Roche »), le slogan (« Le bois, sur mesure, depuis 2009 »), le fuseau horaire et la langue. Elementor et les moteurs de recherche reprennent ces informations.

ATTENTION

Dans ► **Réglages** ► **Lecture**, la case « Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site » est utile pendant la construction. Si vous la cochez, notez-le : l'oublier à la mise en ligne est l'une des erreurs les plus fréquentes et les plus coûteuses (chapitre 34). Le mode maintenance décrit plus bas rend d'ailleurs cette case inutile.

CÔTÉ ELEMENTOR

Les réglages généraux d'Elementor se trouvent dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages** (*Elementor* ► *Editor* ► *Settings*), répartis en onglets. Quatre méritent une visite.

Dans l'onglet **Général** (*General*), la rubrique **Types de contenu** (*Post Types*) indique ce qu'Elementor a le droit d'éditer. Laissez **Pages** coché. Pour **Articles**, la ligne du support est claire : les articles s'écrivent dans l'éditeur de blocs et un modèle Pro les habille ; laissez la case décochée, sauf besoin précis. Les cases **Désactiver les couleurs par défaut** et **Désactiver les polices par défaut** sont expliquées au chapitre 19, où nous les cocherons.

L'onglet **Éditeur Atomique** (*Atomic Editor*) est le plus important : sur un site neuf en version 4, l'Éditeur atomique est activé par défaut ; vérifiez-le. Sur un site plus ancien, c'est ici qu'on l'active, ce qui active aussi les conteneurs Flexbox, les éléments imbriqués et la barre supérieure (chapitre 06).

Dans l'onglet **Performance**, réglez la **Méthode d'impression CSS** (*CSS Print Method*) sur le fichier externe (*External File*), qui permet au navigateur de mettre les styles en cache. L'onglet **Fonctionnalités** (*Features*) liste les fonctions stables et les expériences en cours : n'y touchez pas, et n'activez jamais une fonction marquée Alpha ou Bêta sur un site de production.

Juste en dessous, ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils** (*Tools*) regroupe les outils de maintenance : **Régénérer CSS et données** (*Regenerate CSS & Data*), premier réflexe quand un style semble disparaître ; **Synchroniser la bibliothèque** ; **Remplacer l'URL**, indispensable lors d'un changement d'adresse ; **Contrôle de version**, pour revenir à la version précédente d'Elementor ; le **Mode maintenance** ; et l'import-export de site. Le chapitre 36 les reprend un à un.

BONNE PRATIQUE

Faites une capture d'écran de chaque onglet de réglages une fois configuré, et rangez-la avec la fiche d'inventaire du chapitre 01 : quand un site change de mains, elle évite de tout redécouvrir.

4.6 — Fermer le chantier : page « En construction » et mode maintenance

Pendant la construction, les visiteurs et les moteurs de recherche ne doivent pas tomber sur des pages à moitié faites. Le **mode maintenance** d'Elementor affiche à tout visiteur non connecté un modèle de votre choix, tandis que vous travaillez normalement une fois connecté. Il faut d'abord créer ce modèle.

- 1 **Créez le modèle.** Ouvrez ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Modèles** ► **Modèles enregistrés** (*Templates* ► *Saved Templates*), cliquez sur **Ajouter** (*Add New*), choisissez le type **Page**, nommez-le « En construction » et validez : l'éditeur s'ouvre.
- 2 **Videz la page.** Dans les Réglages de page (engrenage de la barre supérieure), choisissez la mise en page **Canevas Elementor** : ni en-tête, ni pied de page, juste une page blanche.
- 3 **Composez un message sobre.** Déposez un Flexbox, puis un Titre « Menuiserie Roche — nouveau site en préparation » et un Paragraphe avec le téléphone 04 73 00 00 00 et l'adresse contact@menuiserie-roche.fr. Le chapitre 05 détaille ces gestes ; contentez-vous d'un résultat lisible. Cliquez sur **Publier**.
- 4 **Activez le mode.** Ouvrez ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils** ► **Mode maintenance**. Réglez le mode (*Choose Mode*) sur **Bientôt disponible** (*Coming Soon*), l'accès (*Who Can Access*) sur les utilisateurs connectés (*Logged In*), et sélectionnez le modèle « En construction » (*Choose Template*). Enregistrez.
- 5 **Testez.** Ouvrez l'adresse du site dans une fenêtre de navigation privée, où vous n'êtes pas connecté : le message s'affiche. Dans votre fenêtre habituelle, le site reste accessible, et l'administration rappelle que le mode est actif.

À SAVOIR

Le mode *Coming Soon* renvoie la page comme une page normale ; le mode *Maintenance* signale aux moteurs de recherche une indisponibilité temporaire, adaptée à une interruption de quelques heures sur un site déjà connu. Pour un site neuf, *Coming Soon* est le bon choix. Dans les deux cas, désactivez le mode le jour de la mise en ligne : c'est la première ligne de la checklist du chapitre 37.

🔧 EXERCICE 4.1 — INSTALLATION COMPLÈTE DE LA MENUISERIE ROCHE 45 MIN

Objectif : obtenir un site WordPress prêt à recevoir Elementor, réglé selon ce chapitre et fermé aux visiteurs.

1. Sur votre site d'exercice (site neuf chez votre hébergeur, ou installation locale), relevez dans ► **Outils** ► **Santé du site** ► **Informations** les versions de WordPress et de PHP et la limite de mémoire. Comparez au tableau de la partie 4.1 et corrigez chez l'hébergeur si besoin.
2. Faites une sauvegarde complète et notez où elle est rangée.
3. Installez et activez Elementor, puis Hello Elementor ; supprimez les thèmes superflus.
4. Si vous disposez d'une licence, installez Elementor Pro et activez-la ; sinon, poursuivez avec la version gratuite, tout l'exercice reste faisable.
5. Réglez les permaliens, la page d'accueil statique et les informations générales avec les valeurs de la Menuiserie Roche.
6. Parcourez les onglets Général, Éditeur Atomic et Performance des réglages d'Elementor et appliquez les choix de la partie 4.5.
7. Créez le modèle « En construction », activez le mode Bientôt disponible et vérifiez en navigation privée.

- ☐ WordPress 6.8 ou plus, PHP 8.3 ou plus, mémoire d'au moins 256 Mo (idéalement 512 Mo).
- ☐ Sauvegarde réalisée et localisée.
- ☐ Elementor actif ; Elementor Pro actif et licence validée, le cas échéant.
- ☐ Thème Hello Elementor actif, un seul thème de réserve conservé.
- ☐ Permaliens en « Titre de la publication » ; page d'accueil statique choisie ; titre et slogan renseignés.
- ☐ Éditeur atomique activé ; méthode d'impression CSS en fichier externe ; Pages cochées dans les types de contenu.
- ☐ Modèle « En construction » publié ; mode Bientôt disponible actif ; test en navigation privée concluant.

Résultat attendu : un site qui affiche aux visiteurs un message « nouveau site en préparation » avec le téléphone et l'adresse e-mail fictifs de la Menuiserie Roche, et qui, une fois connecté, présente un menu Elementor complet, un thème Hello actif et des réglages conformes à la checklist. Le chapitre 05 peut commencer.

À RETENIR

- Elementor 4.2 exige WordPress 6.8 et PHP 7.4 au minimum, et recommande PHP 8.3 avec 512 Mo de mémoire ; on vérifie tout cela dans **Outils › Santé du site**.
- Sur un site existant, on **sauvegarde avant** d'installer, de changer de thème ou de toucher aux permaliens.
- Elementor s'installe depuis **Extensions › Ajouter une extension** ; Pro se téléverse depuis le compte Elementor et s'active par la licence, sans jamais désinstaller la version gratuite.
- Le thème **Hello Elementor** est un habillage vide, volontairement ; Hello Biz, en fin de vie, n'est pas à choisir.
- Deux réglages WordPress dès le départ : permaliens en **Titre de la publication** et page d'accueil **statique** ; côté Elementor, Pages seules dans les types de contenu, Éditeur atomique activé, CSS en fichier externe.
- Le **mode maintenance** en « Bientôt disponible », avec un modèle Canevas, ferme le chantier aux visiteurs sans gêner votre travail.

Prendre en main l'éditeur

L'écran, les gestes, la première page. À la fin de cette partie, vous savez produire une page simple, propre et publiée.

05 Visite guidée de l'éditeur

06 Deux générations d'éléments : atomiques et widgets classiques

07 Votre première page en vingt minutes

08 Travailler vite : Structure, Historique, raccourcis, copier-coller

CHAPITRE 05

Visite guidée de l'éditeur

Avant de poser le moindre élément, il faut savoir où l'on est. Ce chapitre décrit l'écran d'Elementor tel qu'il se présente en 2026 : trois zones, une barre supérieure, un panneau et une toile. Tout le reste du support renvoie à ce vocabulaire.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui ouvre l'éditeur pour la première fois.
ENJEU	Nommer chaque zone de l'écran pour ne plus jamais « chercher le bouton ».
IDÉE CLÉ	L'éditeur se lit de gauche à droite : on choisit dans le panneau, on dépose sur la toile, on règle dans le panneau.
PRÉREQUIS	Chapitre 04 (Elementor installé, thème Hello actif).
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 15 minutes d'exercice).

5.1 — Ouvrir une page dans Elementor

Elementor ne remplace pas l'administration de WordPress : il s'y ajoute. On crée toujours la page dans WordPress, puis on l'ouvre dans Elementor pour la dessiner. Deux chemins mènent à l'éditeur.

- 1 Depuis la liste des pages.** Dans l'administration, ouvrez ► **Pages** ► **Toutes les pages**. Survolez le titre de la page : un lien **Modifier avec Elementor** apparaît sous le titre. Cliquez.
- 2 Depuis l'éditeur de WordPress.** Si la page est ouverte dans l'éditeur de blocs (Gutenberg), un grand bouton **Modifier avec Elementor** est affiché en haut. Il fait la même chose.
- 3 Depuis Elementor lui-même.** Une fois dans l'éditeur, le raccourci **Ctrl** + **E** (**Cmd** + **E** sur Mac) ouvre le **Finder**, une barre de recherche qui permet de sauter vers n'importe quelle page, article ou modèle sans repasser par l'administration.

À SAVOIR

Une page peut être « WordPress » ou « Elementor », jamais les deux à la fois. Dès que vous cliquez sur **Modifier avec Elementor**, le contenu existant de la page est repris dans un widget Éditeur de texte et c'est Elementor qui prend la main. Pour revenir à l'éditeur de blocs, WordPress propose un bouton **Revenir à l'éditeur WordPress** — mais la mise en page faite dans Elementor ne sera pas convertie.

5.2 — Les trois zones de l'écran

L'écran d'Elementor est découpé en trois zones fixes. Le Centre d'aide Elementor les nomme *Top Bar*, *Panel* et *Canvas* ; nous dirons la **barre supérieure**, le **panneau** et la **toile**.



Figure 5.1 — Les trois zones de l'éditeur : (1) la barre supérieure, (2) le panneau, (3) la toile.

LA BARRE SUPÉRIEURE

C'est la bande sombre qui court tout en haut. Elle rassemble les commandes qui concernent la page entière ou le site entier, jamais un élément précis. De gauche à droite, on y trouve : le **logo Elementor**, qui ouvre un menu (Réglages du site, Constructeur de thème, Notes, Préférences de compte, Raccourcis clavier, Centre d'aide, Sortir vers WordPress) ; le bouton **+ Ajouter un élément**, qui affiche ou masque le panneau des éléments ; les **Réglages de page** (engrenage) ; l'**Historique** ; le **nom de la page** en cours, qui donne aussi accès aux cinq dernières pages modifiées ; les trois icônes du **mode responsive** (ordinateur, tablette, mobile) ; le **Finder** ; la **Structure** ; l'**Aperçu** (œil) ; et enfin le bouton **Publier**, dont la petite flèche propose **Enregistrer le brouillon** et **Enregistrer comme modèle**. Depuis la version 4.1, une icône **Système de conception** (*Design System*) donne accès aux Variables et aux Classes, dont nous parlerons au chapitre 18.

LE PANNEAU

C'est la colonne de gauche. Elle a deux visages, et c'est la première chose qui déroute les débutants. Quand aucun élément n'est sélectionné sur la toile, le panneau montre la **liste des éléments** disponibles : en tête, les éléments atomiques (Bloc Div, Flexbox, Grille, Titre, Paragraphe, Bouton, Image, SVG, Vidéo, Onglets...), puis les widgets classiques rangés par catégories (Basique, Général, Site, Pro...). Dès que vous cliquez sur un élément de la toile, le panneau se transforme en **fiche de réglages** de cet élément : pour un élément atomique, deux onglets, **Général** et **Style** (plus **Interactions**) ; pour un widget classique, trois onglets, **Contenu**, **Style** et **Avancé**. Pour retrouver la liste des éléments, cliquez sur le **+** de la barre supérieure ou sur la petite grille en haut du panneau.

ASTUCE

Le champ de recherche en haut du panneau accepte les noms français et anglais. Tapez **titre** ou **heading** : le résultat est le même. C'est le moyen le plus rapide de trouver un élément quand on ne sait plus dans quelle catégorie il se range.

LA TOILE

C'est la grande zone claire à droite, que le Centre d'aide appelle aussi *Content Area*. Elle affiche la page telle que le visiteur la verra, à une différence près : ici, tout est cliquable pour être modifié. Quand vous survolez un élément, un liseré coloré et une petite poignée apparaissent ; un clic sélectionne l'élément et ouvre ses réglages dans le panneau ; un clic droit ouvre un menu contextuel (Modifier, Dupliquer, Copier, Coller, Coller le style, Réinitialiser le style, Structure, Enregistrer comme modèle, Supprimer). Si l'en-tête ou le pied de page du site sont construits avec le Constructeur de thème (Pro), ils s'affichent aussi sur la toile ; cliquer dessus bascule vers leur modèle.

ATTENTION

La toile n'est pas un aperçu fidèle à 100 %. Certaines animations, le comportement exact du menu mobile ou le rendu de polices non encore chargées peuvent différer. Avant de valider une page, utilisez toujours le bouton **Aperçu** (l'œil), qui ouvre la page réelle dans un nouvel onglet, puis testez-la sur un vrai téléphone.

5.3 — Le mouvement de base : choisir, déposer, régler

Toute l'utilisation d'Elementor tient dans un geste en trois temps. On **choisit** un élément dans le panneau, on le **dépose** sur la toile en le faisant glisser (on dit « glisser-déposer »), puis on le **règle** dans le panneau, qui affiche désormais ses options. Ce geste est le même pour un titre, une image, un formulaire ou une grille de trois colonnes. Les chapitres suivants ne feront que le répéter avec des éléments différents.

- 1 **Choisir.** Dans le panneau, repérez l'élément **Titre** (catégorie Éléments atomiques). Cliquez dessus et maintenez le bouton de la souris enfoncé.
- 2 **Déposer.** Sans relâcher, déplacez la souris vers la toile. Une ligne bleue indique l'endroit où l'élément va se poser. Relâchez. Sur une page vide, Elementor crée automatiquement un conteneur autour de l'élément.
- 3 **Régler.** Le panneau affiche maintenant les réglages du Titre : le texte, la balise (H1 à H6), le lien, puis dans l'onglet **Style** la typographie, la couleur, l'espacement. Modifiez le texte : la toile se met à jour instantanément.
- 4 **Enregistrer.** Rien n'est visible par les visiteurs tant que vous n'avez pas cliqué sur **Publier** (ou **Mettre à jour** si la page était déjà publiée). Le raccourci **Ctrl** + **S** enregistre sans quitter l'éditeur.

DÉFINITION

Conteneur — une boîte invisible qui contient d'autres éléments et décide de leur disposition (côte à côte, empilés, en grille). Dans Elementor 4, les conteneurs atomiques s'appellent **Bloc Div**, **Flexbox** et **Grille**. Un élément ne peut pas être posé « nulle part » : il vit toujours dans un conteneur, exactement comme un meuble dans une pièce.

5.4 — Les outils qui font gagner du temps

Quatre fenêtres secondaires méritent d'être connues dès le premier jour, parce qu'elles évitent les erreurs les plus fréquentes.

LA STRUCTURE

Ouverte par l'icône de la barre supérieure, par un clic droit sur la toile ou par **Ctrl** + **I**, la **Structure** (anciennement *Navigator*) montre la page sous forme d'arborescence : chaque conteneur, chaque élément, avec leur imbrication. C'est là que l'on comprend enfin « où » se trouve un élément récalcitrant, que l'on renomme un conteneur par double-clic (« Bandeau d'accueil » est plus parlant que « Flexbox »), et que l'on réordonne des blocs par glisser-déposer sans risquer de les déposer au mauvais endroit sur la toile. La Structure peut flotter ou être ancrée sur le côté.

L'HISTORIQUE

L'icône Historique ouvre deux onglets. **Actions** liste tout ce que vous avez fait depuis l'ouverture de la page ; cliquer sur une ligne ramène la page à cet état. **Révisions** liste les versions enregistrées : chaque clic sur Publier ou Mettre à jour en crée une, et l'on peut revenir à la version d'hier en deux clics. **Ctrl** + **Z** annule, **Ctrl** + **Shift** + **Z** rétablit.

LES RÉGLAGES DE PAGE

L'engrenage de la barre supérieure ouvre les réglages de la page elle-même, et non d'un élément : titre, statut (brouillon, publié), image mise en avant, et surtout la **mise en page** (*Page Layout*). Trois valeurs possibles : **Par défaut** (la page garde l'en-tête et le pied de page du thème), **Elementor pleine largeur** (idem, mais le contenu occupe toute la largeur) et **Canevas Elementor** (page entièrement vierge, sans en-tête ni pied de page — utile pour une page d'atterrissage ou une page « en construction »).

LE MODE RESPONSIVE

Les trois icônes ordinateur / tablette / mobile de la barre supérieure, ou le raccourci **Ctrl** + **Shift** + **M**, rétrécissent la toile à la taille d'un écran de tablette ou de téléphone. Ce n'est pas seulement un aperçu : les réglages que vous faites dans une de ces vues ne s'appliquent qu'à elle. Le chapitre 12 y est entièrement consacré.

5.5 — Ce qui ne se passe pas dans l'éditeur

Pour ne pas chercher au mauvais endroit, retenez ce qu'Elementor ne gère pas depuis son écran d'édition. Les **menus de navigation** se composent dans ► **Apparence** ► **Menus** de WordPress (Elementor ne fait que les afficher, via le widget Menu WordPress en Pro ou le Customizer du thème Hello en gratuit). Les **utilisateurs** et leurs droits, les **extensions**, les **réglages de lecture** (quelle page sert d'accueil) et les **permalien**s (la forme des adresses) restent dans l'administration WordPress. Les **images** sont stockées dans la Médiathèque de WordPress : Elementor y puise, mais c'est WordPress qui les conserve. Enfin, les réglages généraux d'Elementor (types de contenu autorisés, méthode de chargement du CSS, activation de l'Éditeur atomique) se trouvent dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages**, pas dans l'éditeur.

EXERCICE 5.1 — REPÉRAGE EN QUINZE MINUTES

15 MIN

Objectif : savoir nommer et retrouver chaque zone de l'éditeur sans réfléchir.

1. Créez une page WordPress nommée « Bac à sable » et ouvrez-la avec **Modifier avec Elementor**.
2. Dans les Réglages de page (engrenage), choisissez la mise en page **Canevas Elementor**.
3. Déposez sur la toile, dans cet ordre : un Titre, un Paragraphe, un Bouton. Observez le conteneur créé automatiquement.
4. Ouvrez la Structure (**Ctrl** + **I**) et renommez le conteneur « Test 1 » par double-clic.
5. Modifiez le texte du Titre en « Menuiserie Roche », puis annulez avec **Ctrl** + **Z**, puis rétablissez avec **Ctrl** + **Shift** + **Z**. Ouvrez l'Historique et retrouvez ces trois actions.
6. Passez en vue mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M**), puis revenez en vue ordinateur.
7. Enregistrez en brouillon (flèche du bouton Publier › Enregistrer le brouillon), puis ouvrez l'Aperçu.

Résultat attendu : une page « Bac à sable » en brouillon, contenant un conteneur nommé « Test 1 » avec trois éléments, et vous êtes capable de citer de mémoire les trois zones de l'écran et quatre commandes de la barre supérieure.

À RETENIR

- L'éditeur a trois zones : la **barre supérieure** (commandes de page et de site), le **panneau** (liste des éléments, puis réglages de l'élément sélectionné) et la **toile** (la page, cliquable).
- Le geste de base est toujours le même : **choisir** dans le panneau, **déposer** sur la toile, **régler** dans le panneau, **publier**.
- Un élément vit toujours dans un conteneur ; la **Structure** (**Ctrl** + **I**) montre cette imbrication et permet de renommer et réordonner sans risque.
- L'**Historique** et les **Révisions** rendent toute erreur réversible : on peut expérimenter sans crainte.
- Les menus, les utilisateurs, la Médiathèque et les réglages généraux restent dans **l'administration WordPress**.

CHAPITRE 06

Deux générations d'éléments : atomiques et widgets classiques

Le panneau montre deux familles d'éléments : une courte liste d'« éléments atomiques » en tête, puis des dizaines de widgets par catégories. Ce chapitre explique d'où viennent ces deux générations, ce qui les distingue, et la règle que suit ce support pour les combiner.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui hésite entre deux éléments du panneau qui portent presque le même nom.
ENJEU	Choisir la bonne génération à chaque dépôt, et lire sans crainte un site construit avant 2026.
IDÉE CLÉ	On construit avec les éléments atomiques, on complète avec les widgets classiques.
PRÉREQUIS	Chapitres 03 et 05.
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 25 minutes d'exercices).

6.1 — Dix ans d'Elementor en trois étapes

Elementor est né en 2016. Pendant six ans, une page se construisait avec des **Sections**, découpées en **Colonnes**, dans lesquelles on déposait des **widgets**. Simple mais rigide : une colonne ne pouvait contenir que des widgets, et chaque niveau ajoutait du code invisible. Le chapitre 11 apprend à lire ces sites, encore nombreux.

En 2022, Elementor a introduit le **Conteneur** (*Container*), fondé sur une technique du navigateur appelée Flexbox : il peut en contenir d'autres, se dispose en ligne ou en colonne, et remplace à lui seul le couple Section + Colonne. Les widgets n'ont pas changé : ce sont ceux que nous appelons « classiques », à trois onglets.

En juillet 2025, avec la version 3.30, Elementor a proposé en test un nouvel éditeur, dit **Éditeur atomique** ou **V4** ; la version 3.35, en février 2026, l'a déclaré prêt pour la production ; la version 4.0, publiée le 30 mars 2026, l'a rendu stable et **activé par défaut sur tous les nouveaux sites**. Depuis, deux générations cohabitent dans le même panneau : c'est l'état normal d'Elementor en 2026.



Septembre 2026 : Elementor 4.2.4 — les deux générations cohabitent

Figure 6.1 — Trois générations en dix ans ; deux servent encore, une seule pour construire.

DÉFINITION

Élément atomique — une brique de base de l'Éditeur V4 (conteneur, titre, paragraphe, bouton, image...) conçue pour être la plus petite unité possible, d'où le mot « atome ». Chaque atome partage le même onglet Style, accepte classes et variables (chapitre 18) et produit un code HTML plus sobre. Sa catégorie, **Éléments atomiques** (*Atomic Elements*), ouvre le panneau.

6.2 — Ce qui change concrètement

DEUX ONGLETS AU LIEU DE TROIS

Un widget classique présente trois onglets : **Contenu** (*Content*) pour ce qu'il affiche, **Style** pour son apparence et **Avancé** (*Advanced*) pour ses marges, sa position, ses effets et son CSS. Chaque widget a son propre onglet Style, différent de celui du voisin.

Un élément atomique n'a que deux onglets, **Général** (*General*) et **Style**, complétés par **Interactions**. Le premier tient en quelques champs : le texte et la balise pour un Titre, la balise HTML et le lien pour un Flexbox. Le second est **le même pour tous les atomes**, toujours dans le même ordre : **Mise en page** (*Layout*), **Espacement** (*Spacing*), **Taille** (*Size*), **Position**, **Typographie** (*Typography*), **Arrière-plan** (*Background*), **Bordure** (*Border*) et **Effets** (*Effects*). Appris sur un Titre, il est appris pour tous (Centre d'aide Elementor, page « Style tab: Layout »).

RESPONSIVE, PARTAGEABLE, PLUS LÉGER

Dans un atome, **toutes les options de l'onglet Style** se règlent par appareil (chapitre 12), là où un widget classique n'en offre que certaines. Les **classes** et **variables** du Système de conception — un style nommé, réutilisable sur cent éléments — ne s'appliquent qu'aux atomes (chapitre 18). Un atome produit le plus souvent une seule boîte HTML là où un widget en empile plusieurs (chapitre 33). En contrepartie, le tableau officiel signale deux absences : **pas de HTML** dans les champs, et **pas de bouton « rétablir par défaut »**. Enfin, l'onglet **Interactions** anime un atome à l'entrée (gratuit) ou au défilement, au survol et au clic (Pro, chapitre 20).

Point de comparaison	Widget classique (V3)	Élément atomique (V4)
Onglets du panneau	Contenu · Style · Avancé	Général · Style (+ Interactions)
Onglet Style	Propre à chaque widget	Identique pour tous, huit sections
Réglages responsives	Certains champs seulement	Toutes les options de Style
Classes et variables	Non (Couleurs et Polices globales)	Oui, avec le Gestionnaire de classe
Position collante (sticky)	En haut ou en bas	Sur les quatre côtés
Code HTML produit	Plusieurs boîtes imbriquées	Le plus souvent une seule
HTML dans les champs, « rétablir par défaut »	Oui	Non

6.3 — Inventaire des éléments atomiques (septembre 2026)

Liste au 6 septembre 2026 (Elementor 4.2.4, Pro 4.2.x) ; elle s'allonge à chaque version, votre panneau fait foi. Les trois premiers sont des conteneurs.

Bloc Div GRATUIT ATOMIQUE

Le conteneur générique, le plus léger : il empile ses enfants sans disposition particulière. Idéal pour une carte. Balise HTML au choix (Div, Section, Header, Footer...).

Flexbox GRATUIT ATOMIQUE

Le conteneur de mise en page : il range ses enfants en ligne ou en colonne, les centre, les espace (Écart), les fait passer à la ligne. La brique de toute section.

Grille GRATUIT ATOMIQUE

Le conteneur en lignes et colonnes (version 4.2) : unités CSS dont fr, « Schéma de la grille », placement d'un enfant sur plusieurs cases. Chapitre 09.

Titre GRATUIT ATOMIQUE

Un titre H1 à H6, lien et identifiant facultatifs, modifiable directement sur la toile. Un seul H1 par page (chapitre 13).

Paragraphe GRATUIT ATOMIQUE

Un bloc de texte courant, avec liens, gras et italique. Pas de listes ni de tableaux : pour cela, le widget Éditeur de texte classique.

Bouton GRATUIT ATOMIQUE

Texte, lien, identifiant, édition sur la toile. Tout son habillage (fond, bordure, rayon, typographie) passe par l'onglet Style commun. Chapitre 15.

Image GRATUIT ATOMIQUE

Une image de la Médiathèque ou une adresse externe, résolution, lien facultatif. Hauteur, ajustement et coins arrondis dans Style. Chapitre 14.

SVG GRATUIT ATOMIQUE

Un dessin vectoriel (logo, pictogramme) net à toute taille. Exporté en noir sans couleur fixée, il se recolore depuis Typographie.

Vidéo GRATUIT ATOMIQUE

Une vidéo hébergée sur votre site : début et fin, lecture automatique, muet, boucle, image de couverture.

YouTube GRATUIT ATOMIQUE

L'équivalent pour une vidéo YouTube, à partir de son adresse, avec début et fin. Pour Vimeo ou Dailymotion : widget Vidéo classique.

Onglets GRATUIT ATOMIQUE

Des onglets dont chaque volet est un conteneur libre : éléments de menu, volet par défaut, disposition en ligne ou en colonne.

Séparateur GRATUIT ATOMIQUE

Une ligne horizontale de séparation. Cet atome est récent : s'il n'apparaît pas dans votre panneau, le widget Séparateur classique fait le même travail.

Formulaire atomique PRO ATOMIQUE

Depuis Pro 4.0 : un conteneur Formulaire et ses champs (Libellé, Champ, Zone de texte, Case à cocher, Bouton radio, Sélecteurs de date et d'heure, Sélection, Téléversement, Soumettre). Actions Email, Email 2, Collecter les envois, Webhook. Chapitre 28.

Composants PRO ATOMIQUE

Un bloc construit une fois, inséré partout, mis à jour partout d'un coup. Atomes uniquement ; propriétés exposées (texte, image) modifiables par instance. Chapitre 22.

Boucle atomique PRO ATOMIQUE

Depuis Pro 4.2 : éléments Boucle, Disposition de boucle et Élément de boucle, soit « pour chaque article, applique ce gabarit ». Source, nombre, tri, pagination. Chapitre 27.

Interactions avancées PRO ATOMIQUE

Depuis Pro 4.0, sur tout atome : déclencheurs Défilement à l'écran, Pendant le défilement, Au survol, Au clic, effet personnalisé, réglage par point de rupture. Chapitre 20.

ELEMENTOR PRO

Sur les atomes, Pro ajoute aussi les **Conditions d'affichage** (montrer un élément selon la date, la page ou le rôle du visiteur) et le **CSS personnalisé par élément**, réservé aux plans Advanced et supérieurs — comme l'action **Collecter les envois** du Formulaire atomique (chapitre 02).

6.4 — Les widgets classiques : ce qu'on continue d'utiliser

Les atomes couvrent la mise en page, le texte, les boutons, les images et la vidéo : l'essentiel d'une page vitrine, mais pas tout. Une galerie, un carrousel, une Boîte d'icône, un Témoignage, un Compteur, un Accordéon, une carte Google Maps, un Menu WordPress (Pro) ou une grille d'articles (Publications, Loop Grid, Pro) passent encore par les widgets classiques. Le chapitre 16 les passe en revue.

Un widget classique se dépose dans un conteneur atomique comme un atome. Glissez une Boîte d'icône dans un Flexbox : elle s'aligne, s'espace et passe à la ligne selon ses règles. Ses réglages restent dans ses trois onglets, son emplacement est régi par le conteneur. C'est ce mélange contrôlé que le support recommande.

MÉTHODE

La règle du support tient en deux phrases. **Un.** Toute mise en page — sections, colonnes, cartes, bandeaux — et tout texte, bouton ou image se fait avec des éléments atomiques. **Deux.** Quand une fonction n'existe pas en atomique, on dépose le widget classique à l'intérieur d'un conteneur atomique, jamais l'inverse. La structure reste légère, responsive et pilotable par classes ; les widgets sont des invités.

À ÉVITER

Mélanger sans règle : un Conteneur classique ici, un Flexbox là, un widget Titre à côté d'un Titre atomique, selon ce que le panneau propose. Résultat : deux façons de régler l'espacement et le mobile, des classes qui ne touchent que la moitié des titres.

À FAIRE

Mélanger avec méthode : tous les conteneurs, titres, paragraphes et boutons sont atomiques ; les widgets classiques sont réservés aux fonctions sans équivalent et toujours posés dans un Flexbox ou un Bloc Div. Un changement de police tient alors en une variable.

PIÈGE CLASSIQUE

Si, en déposant votre premier élément sur une page vide, une **Section** ou un **Conteneur** à trois onglets apparaît, l'Éditeur atomique n'est pas actif. Ne continuez pas : activez-le d'abord (section 6.5).

6.5 — Reconnaître un atome et activer l'Éditeur atomique

TROIS INDICES QUI NE TROMPENT PAS

Dans le panneau, les atomes occupent la première catégorie, avec une icône distincte. Sélectionné, l'élément n'affiche que deux onglets, Général et Style. Enfin, en haut de l'onglet Style, un champ **Classes** montre une classe locale en rose : ce champ n'existe sur aucun widget classique. Dans la Structure, « Flexbox », « Bloc Div » et « Grille » sont des atomes ; « Conteneur », « Section » et « Colonne » n'en sont pas.

ACTIVER OU DÉSACTIVER L'ÉDITEUR ATOMIQUE

Sur un site créé avec Elementor 4.x, l'Éditeur atomique est actif d'office. Sur un site plus ancien mis à jour, il ne l'est pas : Elementor affiche seulement une notice dans le panneau des éléments. Le réglage se trouve dans l'administration WordPress.

- 1 **Ouvrez les réglages d'Elementor.** Dans l'administration WordPress, allez dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages**.
- 2 **Choisissez l'onglet Éditeur Atomique.** À côté de Général, Intégrations, Avancé, Performance et Fonctionnalités, un onglet **Éditeur Atomique** (*Atomic Editor*) lui est consacré.
- 3 **Activez la nouvelle expérience.** Cliquez sur le bouton d'activation (*Activate the new experience*). Cela active aussi Flexbox Container, Éléments imbriqués (*Nested Elements*) et la barre supérieure, dont l'Éditeur atomique dépend.
- 4 **Vérifiez dans l'éditeur.** Ouvrez une page : la catégorie Éléments atomiques doit apparaître en tête du panneau. Sinon, rechargez la page.
- 5 **Pour revenir en arrière.** Le même onglet permet de le désactiver ; sur un site qui contient déjà des atomes, jamais sans sauvegarde préalable.

ATTENTION

Sur un site existant construit en Sections ou en Conteneurs classiques, activer l'Éditeur atomique ne transforme rien : les pages restent telles quelles. Vous gagnez seulement les atomes pour les nouvelles pages et sections. Le chapitre 11 explique quand reconstruire.

EXERCICE 6.1 — ATOMIQUE OU CLASSIQUE ?

10 MIN

Objectif : reconnaître la génération d'un élément aux seuls indices du panneau et de la Structure.

1. Un conteneur « Section » dans la Structure, contenant deux « Colonne ».
2. Un titre à trois onglets : Contenu, Style, Avancé.
3. Un titre dont l'onglet Style commence par un champ Classes à étiquette rose.
4. Un conteneur « Flexbox », avec une liste Balise HTML dans Général.
5. Une Boîte d'icône de la catégorie Général du panneau.
6. Un bouton dont on modifie le texte sur la toile, avec deux onglets.
7. Un « Conteneur » aux onglets Mise en page, Style, Avancé.
8. Une Galerie basique déposée dans un Flexbox.

Résultat attendu : pour chaque cas, « atomique » ou « classique », et conforme ou non à la règle. Réponses : 1 classique, obsolète ; 2 classique ; 3 atomique ; 4 atomique ; 5 classique, acceptable dans un atome ; 6 atomique ; 7 classique, à ne plus créer ; 8 classique dans un atome, conforme.

EXERCICE 6.2 — RECONSTRUIRE UN BANDEAU EN ATOMIQUE

15 MIN

Objectif : refaire en atomique un bandeau d'appel au devis décrit en ancienne génération, et constater la différence dans la Structure.

1. Le bandeau d'origine se lit ainsi dans la Structure : Section (fond vert sauge) › Colonne › widget Titre « Un projet ? Parlons-en. » › widget Bouton « Demander un devis ».
2. Sur la page « Bac à sable », déposez un **Flexbox**. Général : Balise HTML **Section**. Style › Mise en page : Direction **Colonne**, Aligner les éléments **Center**, Écart 16. Espacement : marge interne 48 px sur les quatre côtés. Arrière-plan : #7A9E7E.
3. Déposez dedans un **Titre** : texte « Un projet ? Parlons-en. », balise **H2**, couleur #FAF7F2, centré.
4. Déposez sous le titre un **Bouton** : texte « Demander un devis », arrière-plan #A8663C, texte #FAF7F2.
5. Ouvrez la Structure (**Ctrl** + **I**, **Cmd** + **I** sur Mac), renommez le Flexbox « Appel au devis », enregistrez en brouillon.

Résultat attendu : un bandeau vert sauge, titre clair et bouton bois centrés, dont la Structure tient en trois lignes au lieu de quatre niveaux ; vous savez expliquer pourquoi la Colonne a disparu.

À RETENIR

- Trois générations : **Sections et Colonnes** (2016), **Conteneur Flexbox** (2022), **Éditeur atomique** (stable depuis le 30 mars 2026, par défaut sur les nouveaux sites).
- Un atome se reconnaît à sa catégorie **Éléments atomiques**, à ses deux onglets **Général** et **Style**, et au champ **Classes**.
- L'onglet Style des atomes est **identique pour tous** et **entièrement responsive** ; classes et variables ne s'appliquent qu'aux atomes.
- Règle du support : **mise en page, texte, boutons et images en atomique** ; widgets classiques seulement pour ce qui n'existe pas en atome, toujours **dans** un conteneur atomique.
- L'Éditeur atomique s'active dans **Elementor › Éditeur › Réglages › Éditeur Atomic** ; un site ancien n'est pas converti, il gagne de nouveaux outils.

CHAPITRE 07

Votre première page en vingt minutes

Assez de théorie : ce chapitre construit, clic après clic, la page d'accueil de la Menuiserie Roche — un bandeau de bienvenue et trois prestations côte à côte — puis la publie et en fait la page d'accueil du site. Vingt minutes, chronomètre en main, pour parcourir une première fois le cycle complet : créer, construire, régler, vérifier, publier.

EN BREF

PUBLIC	Débutant qui a lu les chapitres 05 et 06 et n'a encore rien construit pour de bon.
ENJEU	Vivre une fois le cycle complet, de la page vide à la page en ligne, pour que tout le reste du support ait un sens.
IDÉE CLÉ	Une page publiée imparfaite apprend plus qu'une page parfaite jamais publiée.
PRÉREQUIS	Chapitres 04 (Elementor installé, mode maintenance actif), 05 et 06.
LECTURE	Environ 10 minutes (+ 20 minutes de pas-à-pas + 20 minutes d'exercice).

7.1 — Ce que nous allons construire, et pourquoi si peu

La page d'accueil finale de la Menuiserie Roche (chapitre 38) comptera un bandeau, trois prestations, une galerie, des témoignages, un appel au devis et un pied de page. Nous n'en construisons aujourd'hui que les deux premiers blocs. Ce n'est pas par paresse : une première page doit être assez petite pour être terminée en une séance, publiée, et regardée sur un téléphone. Tout ce que nous laissons de côté sera ajouté chapitre après chapitre, sur cette même page.

Le résultat visé est celui de la figure 7.1 : un **Flexbox** de fond crème, en colonne, contenant un Titre H1, un Paragraphe et un Bouton ; puis un second Flexbox, en ligne, contenant trois **Blocs Div**, chacun avec un Titre H3 et un Paragraphe. Deux conteneurs, huit contenus, aucune image : les images arrivent au chapitre 14.

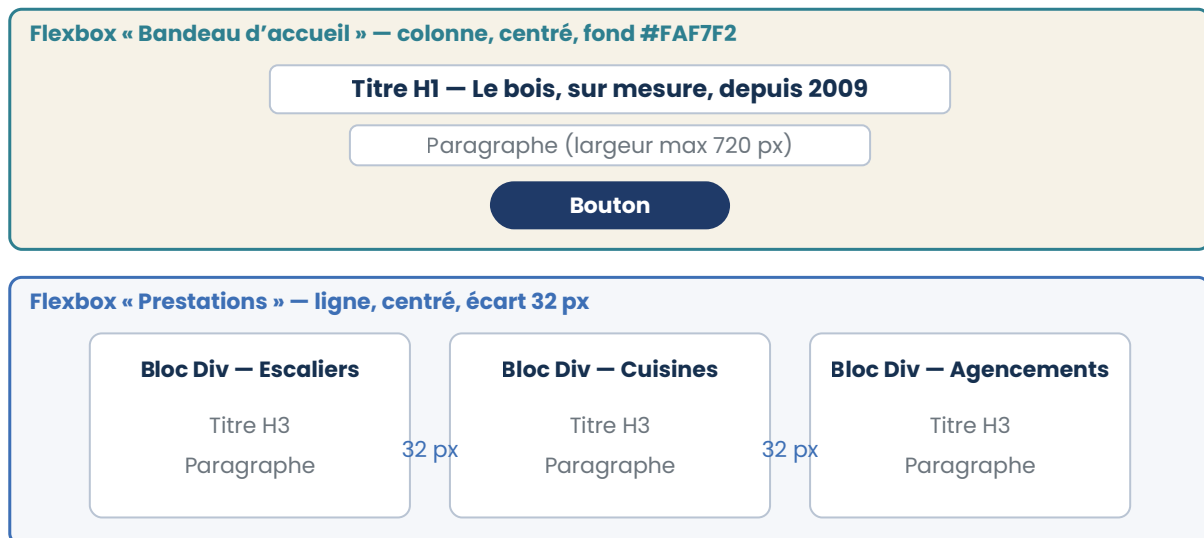


Figure 7.1 — La page d'accueil de ce chapitre : deux conteneurs Flexbox, huit contenus, aucune image.

BONNE PRATIQUE

Avant d'ouvrir l'éditeur, ayez vos textes sous la main, dans un document ou sur une feuille. Voici ceux d'aujourd'hui. Titre : « Le bois, sur mesure, depuis 2009 ». Paragraphe : « Camille Roche et son équipe conçoivent, fabriquent et posent vos escaliers, cuisines et agencements, à Murol et dans tout le Sancy. » Bouton : « Demander un devis ». Les trois prestations : Escaliers, Cuisines, Agencements, avec une phrase chacune. Les couleurs de la charte : crème #FAF7F2, anthracite #2B2B2B, bois #A8663C. Chercher ses mots dans l'éditeur est la première cause des « vingt minutes » qui en durent soixante.

7.2 — Minutes 0 à 3 : créer la page et la préparer

- 1 Créez la page dans WordPress.** Dans l'administration, ouvrez ► **Pages** ► **Ajouter une page**. Dans le champ du titre, tapez **Accueil**. Ne touchez à rien d'autre.
- 2 Passez dans Elementor.** Cliquez sur le bouton **Modifier avec Elementor** en haut de l'éditeur de blocs. Après quelques secondes, l'écran du chapitre 05 s'affiche, avec une toile vide.
- 3 Choisissez la mise en page.** Cliquez sur l'engrenage **Réglages de page** (*Page Settings*) dans la barre supérieure, ou tapez **Ctrl** + **Shift** + **Y** (**Cmd** à la place de **Ctrl** sur Mac). Dans la liste **Mise en page** (*Page Layout*), choisissez **Elementor pleine largeur** : la page garde l'en-tête et le pied de page du thème, mais votre contenu pourra occuper toute la largeur de l'écran.
- 4 Enregistrez une première fois.** Tapez **Ctrl** + **S**. Rien n'est encore visible, mais la page existe en brouillon et l'Histoire commence à la suivre.

7.3 — Minutes 3 à 10 : le bandeau de bienvenue

- 1 Déposez un Flexbox.** Dans le panneau, catégorie **Éléments atomiques**, saisissez **Flexbox** et glissez-le sur la zone vide de la toile. Un rectangle clair apparaît, avec une poignée en haut. Le panneau affiche ses deux onglets.

- 2 **Donnez-lui sa balise.** Onglet **Général**, liste **Balise HTML** (*HTML Tag*) : choisissez **Section**. Ce détail est invisible, mais il indique aux moteurs de recherche et aux lecteurs d'écran que cette boîte est une section de la page (chapitre 03).
- 3 **Réglez la disposition.** Onglet **Style**, section **Mise en page**. Le mode d'affichage est déjà **Flex**. Dans **Direction**, choisissez **Colonne** (*Column*) : les enfants s'empileront. Dans **Aligner les éléments** (*Align items*), choisissez **Center** : ils seront centrés horizontalement. Dans **Écart** (*Gap*), tapez **24** : vingt-quatre pixels sépareront chaque enfant du suivant.
- 4 **Donnez de l'air.** Section **Espacement**, champ de marge interne (*Padding*). Si les quatre côtés sont liés (icône de chaîne active), cliquez sur l'icône pour les délier, puis saisissez **80** en haut, **24** à droite, **80** en bas et **24** à gauche, en pixels. La marge interne est l'espace entre le bord de la boîte et son contenu ; le chapitre 10 en fait le tour.
- 5 **Colorez le fond.** Section **Arrière-plan**, choisissez une couleur unie et saisissez **#FAF7F2**. Le rectangle passe au crème.
- 6 **Nommez le conteneur.** Ouvrez la Structure (**Ctrl** + **I**), double-cliquez sur « Flexbox » et tapez **Bandeau d'accueil**. Refermez la Structure.
- 7 **Déposez le Titre.** Glissez un élément **Titre** à l'intérieur du Flexbox : la ligne bleue doit apparaître dans le rectangle crème, pas au-dessus ni en dessous. Dans **Général**, remplacez le texte par **Le bois, sur mesure, depuis 2009** et vérifiez que la liste de balise (*Tag*) indique **H1**.
- 8 **Habilitez le Titre.** Onglet **Style**, section **Typographie** : famille de police (*Font family*) **Playfair Display** (tapez son nom dans la liste, les polices Google y figurent), taille **48** px, graisse **700**, couleur **#2B2B2B**, alignement centré.
- 9 **Déposez le Paragraphe.** Glissez un **Paragraphe** sous le Titre, dans le même Flexbox. Collez la phrase de présentation. Typographie : **Source Sans 3**, **20** px, couleur **#2B2B2B**, centré. Section **Taille**, largeur maximale (*Max width*) : **720** px, pour que la ligne ne s'étire pas sur tout l'écran.
- 10 **Déposez le Bouton.** Glissez un **Bouton** sous le Paragraphe. Général : texte du bouton **Demander un devis** ; lien **#devis** pour l'instant (il pointerait vers le formulaire au chapitre 28). Style › Arrière-plan : **#A8663C**. Typographie : **Source Sans 3**, **17** px, graisse **600**, couleur **#FAF7F2**. Espacement › marge interne : **16** en haut et en bas, **32** à gauche et à droite. Bordure › rayon : **6** px.
- 11 **Enregistrez.** **Ctrl** + **S**. Le bandeau est terminé : un titre, une phrase, un bouton, centrés sur fond crème. Sept minutes si vos textes étaient prêts.

À SAVOIR

Pourquoi un seul H1. La balise H1 est le titre principal de la page : les moteurs de recherche et les lecteurs d'écran s'en servent pour comprendre de quoi elle parle. Une page qui en a trois ne dit plus rien de clair. Le H1 de la page d'accueil est ici le slogan ; les prestations passent en H3, car nous réservons H2 aux titres de section, qui arriveront plus tard. Ne choisissez jamais une balise pour sa taille : la taille se règle dans Typographie, la balise dit le rang (chapitre 13).

DÉFINITION

Bouton — un lien habillé pour être vu. Techniquement, le Bouton d'Elementor est un lien, mais il porte un fond, des marges internes et un rayon qui le font ressortir. Réservez-le à l'action que vous voulez que le visiteur accomplisse (demander un devis, appeler), une seule par écran si possible ; un lien dans un paragraphe suffit pour « en savoir plus ». Le chapitre 15 détaille liens, ancres et numéros de téléphone cliquables.

7.4 — Minutes 10 à 16 : trois prestations côte à côte

- 1 **Déposez un second Flexbox.** Glissez un **Flexbox** sous le bandeau, au niveau de la page : la ligne bleue doit s'afficher sous le rectangle crème, sur toute la largeur. Général › Balise HTML : **Section** . Renommez-le **Prestations** dans la Structure.
- 2 **Régalez-le en ligne.** Style › Mise en page : Direction **Ligne** (Row), **Justifier le contenu** (Justify content) sur **Center** , Aligner les éléments sur **Stretch** pour que les trois blocs aient la même hauteur, Écart **32** . Espacement › marge interne : **80** en haut et en bas, **40** à gauche et à droite.
- 3 **Déposez le premier Bloc Div.** Glissez un **Bloc Div** dans le Flexbox Prestations. Style › Taille : largeur **100** %, largeur maximale **340** px. Espacement › marge interne : **32** sur les quatre côtés, liés. Arrière-plan : **#FAF7F2** . Bordure › rayon : **12** px. Renommez-le **Prestation – Escaliers** .
- 4 **Remplissez-le.** Dans le Bloc Div, déposez un **Titre** : texte **Escaliers** , balise **H3** , Playfair Display, **24** px, couleur **#2B2B2B** ; Espacement › marge externe (Margin) : **12** px en bas seulement, pour l'écarter du texte. Puis un **Paragraphe** : « Droits, tournants ou hélicoïdaux, en chêne, frêne ou hêtre, dessinés pour votre maison. », Source Sans 3, **17** px, couleur **#2B2B2B** .
- 5 **Dupliquez deux fois.** Sélectionnez le Bloc Div (cliquez sur sa poignée, ou sur sa ligne dans la Structure) et tapez **Ctrl** + **D** deux fois. Trois blocs identiques s'alignent. Le chapitre 08 détaille ce geste, le plus grand gain de temps d'Elementor.
- 6 **Personnalisez les copies.** Dans le deuxième bloc, remplacez le titre par **Cuisines** et le texte par « Plans de travail, façades et rangements sur mesure, du dessin à la pose. » ; dans le troisième, **Agencements** et « Bibliothèques, dressings, bureaux et meubles uniques, ajustés au millimètre. ». Renommez les deux blocs dans la Structure.
- 7 **Enregistrez.** **Ctrl** + **S** . Seize minutes.

ASTUCE

Si un élément se dépose au mauvais endroit — dans le bandeau au lieu du Bloc Div, ou entre deux conteneurs —, ne le supprimez pas pour recommencer : ouvrez la Structure et faites-le glisser à sa place dans l'arborescence. C'est plus sûr que sur la toile, où la ligne bleue passe vite d'une boîte à l'autre.

7.5 — Minutes 16 à 20 : vérifier, publier, en faire la page d'accueil

- 1 **Regardez la page en mobile.** Tapez **Ctrl** + **Shift** + **M** et choisissez la vue Mobile. Le bandeau reste lisible ; les trois blocs, eux, se serrent en une ligne trop étroite. C'est attendu :

nous les passerons en colonne au chapitre 12. Ne changez rien pour l'instant, et revenez en vue Ordinateur.

- 2 **Ouvrez l'aperçu.** Cliquez sur l'œil **Aperçu**. Un nouvel onglet montre la page telle que le navigateur la rendra réellement, avec l'en-tête minimal du thème Hello. Relisez les textes une dernière fois ; refermez l'onglet.
- 3 **Publiez.** Cliquez sur **Publier**. Le bouton devient **Mettre à jour** : la page est en ligne, à une adresse du type `votre-site.fr/accueil/`.
- 4 **Faites-en la page d'accueil.** Retournez dans l'administration WordPress (menu du logo Elementor > **Sortir vers WordPress**, ou un autre onglet). Ouvrez ► **Réglages** > **Lecture**. Sous « Votre page d'accueil affiche », cochez **Une page statique**, puis choisissez **Accueil** dans la liste **Page d'accueil**. Cliquez sur **Enregistrer les modifications**.
- 5 **Vérifiez.** Ouvrez l'adresse de votre site dans un nouvel onglet. Connecté, vous voyez la vraie page d'accueil ; en navigation privée, si le mode maintenance du chapitre 04 est actif, vous voyez la page « Bientôt disponible ». C'est le comportement voulu jusqu'à la mise en ligne (chapitre 37). Vingt minutes.

ATTENTION

Vérifier sur mobile avant de publier deviendra un réflexe à partir du chapitre 12 ; aujourd'hui, vous avez publié une page dont les trois blocs sont trop serrés sur téléphone. C'est acceptable pour un site en mode maintenance, pas pour un site ouvert au public : la majorité des visiteurs d'un artisan arrivent depuis un téléphone. Retenez la règle dès maintenant : **Ctrl** + **Shift** + **M** avant **Publier**, toujours.

PIÈGE CLASSIQUE

Publier n'est pas enregistrer. **Ctrl** + **S** sur une page déjà publiée la met à jour immédiatement pour les visiteurs ; sur une page en brouillon, il enregistre le brouillon. Si vous voulez travailler sur une page en ligne sans que le public voie vos essais, utilisez la flèche du bouton **Mettre à jour** > **Enregistrer le brouillon**, ou construisez d'abord sur la page « Bac à sable » puis copiez le résultat (chapitre 08).

🔧 EXERCICE 7.1 — REFAIRE SANS FILET, PUIS AJOUTER UNE QUATRIÈME PRESTATION

20 MIN

Objectif : refaire la page de mémoire, sans relire le pas-à-pas, puis découvrir ce qui se passe quand une ligne est trop pleine — comme nous le faisons en atelier Num Compagny, où la seconde construction est toujours celle qui reste.

1. Créez une page « Essai accueil » en mise en page **Elementor pleine largeur**. Fermez ce support.
2. Reconstituez le bandeau : Flexbox en Section, colonne, centré, écart 24, marge interne 80/24, fond crème ; Titre H1 en Playfair Display 48 px ; Paragraphe en Source Sans 3 20 px limité à 720 px ; Bouton bois avec texte crème. Comparez ensuite vos valeurs à celles du pas-à-pas et notez les écarts.
3. Reconstituez la ligne des trois prestations avec un Bloc Div dupliqué deux fois.
4. Dupliquez une quatrième fois et nommez le bloc « Rénovation », texte : « Remise en état d'escaliers et de menuiseries anciennes, dans le respect du bâti. ». Observez : quatre blocs de 340 px plus trois écarts de 32 px dépassent la largeur disponible, et le navigateur rétrécit les blocs pour les faire tenir.
5. Testez deux remèdes. Premier : sur le Flexbox Prestations, section Mise en page, passez **Retour à la ligne** (*Wrap*) sur la valeur qui autorise le passage à la ligne ; le quatrième bloc descend sous les autres. Second : annulez, puis réduisez la largeur maximale des quatre blocs à **250** px ; les quatre tiennent sur une ligne. Choisissez celui qui vous paraît le plus lisible et notez pourquoi.
6. Enregistrez en brouillon. Ne remplacez pas la vraie page d'accueil : cette page d'essai reste votre terrain de jeu.

Résultat attendu : une page « Essai accueil » en brouillon, avec un bandeau conforme et quatre prestations lisibles, en ligne ou sur deux lignes ; vous savez expliquer avec vos mots ce que font l'écart, la marge interne et la largeur maximale, et vous avez identifié les deux ou trois valeurs que vous aviez oubliées.

À RETENIR

- Le cycle complet tient en cinq verbes : **créer** la page dans WordPress, **construire** dans Elementor, **régler** dans l'onglet Style, **vérifier** en aperçu et en vue mobile, **publier**.
- Une section de page est un **Flexbox avec la balise Section**, réglé en colonne pour empiler ou en ligne pour aligner, avec un **Écart** entre ses enfants et une **marge interne** pour respirer.
- Une page n'a qu'un seul **H1** ; la balise dit le rang, la **Typographie** dit la taille.
- On construit **un bloc**, on le **duplique**, puis on personnalise les copies : jamais trois fois le même travail.
- La page d'accueil se désigne dans **Réglages › Lecture** de WordPress, pas dans Elementor ; le mode maintenance la cache aux visiteurs tant qu'il est actif.

CHAPITRE 08

Travailler vite : Structure, Historique, raccourcis, copier-coller

La page du chapitre 07 a pris vingt minutes ; la même, construite par quelqu'un qui maîtrise la Structure, les raccourcis et le copier-coller, en prend huit. Ce chapitre rassemble les outils de vitesse d'Elementor et la méthode de travail qui va avec, avant que les chapitres suivants ne multiplient les réglages.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit sa première page et trouve que « ça prend du temps ».
ENJEU	Diviser par deux le temps de construction et, surtout, supprimer les erreurs de manipulation : élément déposé au mauvais endroit, réglage perdu, page cassée sans retour possible.
IDÉE CLÉ	On ne construit jamais deux fois : on construit une fois, puis on duplique .
PRÉREQUIS	Chapitres 05 et 07 (la page d'accueil existe).
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 25 minutes d'exercices).

8.1 — La Structure : le plan de la page

Le chapitre 05 a présenté la **Structure** (*Structure*, anciennement *Navigator*) comme une arborescence de la page. Il est temps de s'en servir vraiment. Elle s'ouvre de trois façons : par son icône dans la barre supérieure, par un clic droit sur n'importe quel élément de la toile puis **Structure**, ou par **Ctrl** + **I** (**Cmd** + **I** sur Mac). Elle montre chaque conteneur et chaque contenu, emboîtés comme sur la toile, avec une petite flèche pour replier ou déplier chaque branche.

Quatre gestes y sont possibles, et chacun remplace avantageusement le même geste sur la toile. **Sélectionner** : un clic sur une ligne sélectionne l'élément et ouvre ses réglages, sans risque de cliquer sur l'enfant au lieu du parent. **Renommer** : un double-clic sur le nom permet de le remplacer (« Bandeau d'accueil » plutôt que « Flexbox ») ; le nom n'a aucun effet sur le site, il ne sert qu'à vous, mais il change tout dès qu'une page dépasse dix éléments. **Réordonner** : on fait glisser une ligne au-dessus ou au-dessous d'une autre, ou à l'intérieur d'un conteneur, avec une précision que la toile n'offre pas. **Masquer** : l'icône d'œil (*View*) cache temporairement un élément dans l'éditeur pour travailler sur ce qu'il recouvre ; cela n'a aucun effet sur le site public, et l'on oublie facilement ce que l'on a masqué, d'où la règle : tout ré-afficher avant d'enregistrer.

La Structure est flottante par défaut ; le bouton d'ancrage (*Dock*) la colle au bord de l'écran, où elle reste ouverte pendant que vous travaillez. Elle signale aussi, par un petit marqueur, les éléments qui portent des Conditions d'affichage, des effets de mouvement, une position absolue ou du CSS personnalisé : autant d'explications à une page qui « ne se comporte pas comme prévu ».

1 Ouvrez la page « Accueil » et la Structure. **Ctrl** + **I**. Ancrez-la avec le bouton *Dock*.

- 2 **Repliez tout.** Cliquez sur les flèches pour ne voir que les deux conteneurs de premier niveau : « Bandeau d'accueil » et « Prestations ».
- 3 **Inversez-les.** Faites glisser « Prestations » au-dessus de « Bandeau d'accueil ». La toile se réorganise aussitôt.
- 4 **Revenez en arrière.** **Ctrl** + **Z**. L'ordre initial est rétabli.
- 5 **Dépliez « Prestations » et vérifiez les noms.** Les trois Blocs Div doivent s'appeler « Prestation – Escaliers », « Prestation – Cuisines », « Prestation – Agencements ». Renommez ce qui manque, puis **Ctrl** + **S**.

BONNE PRATIQUE

Gardez la Structure ancrée et ouverte en permanence dès qu'une page compte plus de deux sections. Les utilisateurs expérimentés d'Elementor travaillent la toile d'une main et la Structure de l'autre : la toile pour voir, la Structure pour sélectionner, nommer et déplacer.

8.2 — L'Historique : Actions et Révisions

L'**Historique** (*History*), ouvert par son icône dans la barre supérieure ou par **Ctrl** + **Shift** + **H**, a deux onglets qui répondent à deux questions différentes.

L'onglet **Actions** répond à « qu'ai-je fait depuis que j'ai ouvert cette page ? ». Chaque ajout, suppression, déplacement ou modification de réglage y apparaît sur une ligne ; cliquer sur une ligne ramène la page à cet instant, et les lignes suivantes restent disponibles tant que vous ne faites pas une nouvelle action. **Ctrl** + **Z** (Défaire) et **Ctrl** + **Shift** + **Z** (Refaire) parcourent cette même liste une ligne à la fois. Elle se vide quand vous quittez l'éditeur.

L'onglet **Révisions** (*Revisions*) répond à « comment était cette page hier ? ». Chaque enregistrement et chaque publication crée une révision, datée et signée. Cliquer sur une révision l'affiche sur la toile, avec un bouton pour l'appliquer et un autre pour l'ignorer ; appliquer une révision ne la publie pas, il faut encore enregistrer. Ces révisions sont conservées par WordPress, et certains hébergeurs en limitent le nombre : ne comptez pas sur elles comme sauvegarde à long terme (chapitre 36), mais comme filet de la semaine.

MÉTHODE

Revenir à la version d'hier en cinq gestes. Ouvrez la page dans Elementor ; **Ctrl** + **Shift** + **H** ; onglet Révisions ; cliquez sur la révision voulue en vous fiant à la date et à l'heure, vérifiez sur la toile que c'est bien l'état recherché ; appliquez, puis **Ctrl** + **S**. Si vous vous êtes trompé de révision, la version que vous venez d'écraser est elle-même devenue une révision : rien n'est perdu.

8.3 — Dupliquer, copier, coller : construire une fois

Ne construisez jamais deux fois ce qui peut être dupliqué.

Un clic droit sur un élément de la toile ou de la Structure ouvre un menu contextuel : **Dupliquer** (*Duplicate*), **Copier** (*Copy*), **Coller** (*Paste*), **Coller le style** (*Paste Style*), **Supprimer** (*Delete*), et pour les widgets classiques **Réinitialiser le style**. Chacun a son raccourci, et c'est par les raccourcis qu'on gagne du temps.

DUPLIQUER

Ctrl + **D** crée une copie de l'élément sélectionné juste après lui, dans le même conteneur, avec tous ses réglages et tous ses enfants. C'est ainsi que les trois prestations du chapitre 07 sont nées d'une seule. La méthode vaut pour tout ce qui se répète : cartes, colonnes, lignes d'un tarif, témoignages, sections entières. Construisez la première jusqu'au dernier détail — police, couleur, marges, rayon —, puis dupliquez ; corriger un détail sur trois copies coûte trois fois plus que le corriger avant.

COPIER ET COLLER, Y COMPRIS ENTRE PAGES ET ENTRE SITES

Ctrl + **C** copie l'élément sélectionné ; **Ctrl** + **V** le colle après l'élément sélectionné, ou à l'intérieur du conteneur sélectionné. La différence avec Dupliquer tient au presse-papiers : ce que vous copiez reste disponible quand vous changez de page. Copiez le bandeau de la page « Accueil », ouvrez la page « Prestations » avec le Finder, faites un clic droit sur la toile et collez : le bandeau arrive avec ses réglages. Ce presse-papiers est conservé par votre navigateur, ce qui lui permet de passer d'un onglet à l'autre et même d'un site Elementor à un autre, pour peu que vous y soyez connecté avec le même navigateur.

ATTENTION

Le collage se fait par rapport à l'élément *sélectionné*. Si un Titre est sélectionné, l'élément collé arrive après ce Titre, dans son conteneur ; si un Flexbox est sélectionné, il arrive à l'intérieur. Avant de coller, sélectionnez donc la cible dans la Structure, puis regardez où la copie est tombée. Entre deux sites, vérifiez aussi les images : elles doivent bien figurer dans la Médiathèque du site de destination, sinon elles pointent encore vers l'ancien site et disparaîtront avec lui.

COLLER LE STYLE

Ctrl + **Shift** + **V** applique à l'élément sélectionné les seuls réglages de style d'un élément copié du même type : le texte reste, l'habillage change. Trois boutons construits à des moments différents deviennent identiques en trois collages. Avec les éléments atomiques, cette commande garde son utilité pour un rattrapage ponctuel, mais la bonne réponse durable est la **classe** du chapitre 18 : un style nommé, appliqué à tous les boutons, modifié une seule fois pour tous.

RÉINITIALISER, SUPPRIMER, SÉLECTIONNER LE PARENT

Réinitialiser le style ramène un widget classique à son apparence par défaut ; les éléments atomiques n'ont pas d'équivalent (chapitre 06) : on efface les valeurs ou l'on retire la classe. La touche **Suppr** supprime l'élément sélectionné et tout ce qu'il contient — la Structure vous montre l'étendue des dégâts avant de confirmer. Enfin, pour sélectionner le conteneur d'un élément plutôt que l'élément lui-même, cliquez sur la poignée qui apparaît au sommet du conteneur quand on le survole, ou plus simplement sur sa ligne dans la Structure.

8.4 — Le Finder, les Préférences et les Notes

Le **Finder** (**Ctrl** + **E**) est une barre de recherche qui flotte au-dessus de l'éditeur. Tapez les premières lettres du nom d'une page, d'un article ou d'un modèle : il s'ouvre sans passer par l'administration. Tapez **Page**, **Post**, **Template** ou **Product** : le Finder propose d'en créer un

nouveau. Il donne aussi accès aux réglages d'Elementor, au Gestionnaire de rôle ou au Mode maintenance. Pour un site de cinq pages, c'est le moyen le plus rapide de passer de l'une à l'autre.

Les **Préférences de compte** (*User Preferences*, menu du logo ou **Ctrl** + **Shift** + **U**) règlent l'éditeur pour vous seul, pas pour le site : le thème clair ou sombre de l'interface, la largeur du panneau — élargissez-le si les noms de réglages sont coupés — et la visibilité des réglages globaux. Elles suivent votre compte utilisateur, pas le site.

ELEMENTOR PRO

Les **Notes** (**Shift** + **C**) permettent d'épingler un commentaire sur n'importe quel élément de la page, visible dans l'éditeur seulement, pour un collègue, un client ou vous-même la semaine prochaine (« remplacer par la photo de l'atelier »). Elles figurent dans les plans Advanced Solo et supérieurs, pas dans le plan Essential (chapitre 02). Sans Pro, une page « Notes de chantier » en brouillon rend le même service.

8.5 — Tous les raccourcis clavier

Elementor affiche cette liste depuis le menu du logo, **Raccourcis clavier** (*Keyboard Shortcuts*), ou avec **Ctrl** + **?**. Sur Mac, remplacez **Ctrl** par **Cmd**. Inutile de tout apprendre : les six premiers de la première famille suffisent à doubler votre vitesse.

Action	Raccourci	Ce qu'il fait
Enregistrer	Ctrl + S	Enregistre (met à jour si la page est publiée)
Défaire	Ctrl + Z	Annule la dernière action
Refaire	Ctrl + Shift + Z	Rétablit l'action annulée
Dupliquer	Ctrl + D	Copie l'élément sélectionné juste après lui
Copier	Ctrl + C	Place l'élément dans le presse-papiers Elementor
Coller	Ctrl + V	Colle après ou dans l'élément sélectionné
Coller le style	Ctrl + Shift + V	Applique le style copié, sans le contenu
Supprimer	Suppr	Supprime l'élément sélectionné et ses enfants
Finder	Ctrl + E	Recherche et création de pages, articles, modèles
Afficher / masquer le panneau	Ctrl + P	Agrandit la toile
Réglages du site	Ctrl + K	Couleurs, polices, identité, mise en page (chapitre 19)
Structure	Ctrl + I	Arborescence de la page
Réglages de page	Ctrl + Shift + Y	Titre, statut, mise en page de la page
Historique	Ctrl + Shift + H	Actions et Révisions
Préférences de compte	Ctrl + Shift + U	Thème de l'interface, largeur du panneau

Action	Raccourci	Ce qu'il fait
Mode responsive	Ctrl + Shift + M	Vues ordinateur, tablette, mobile (chapitre 12)
Bibliothèque de modèles	Ctrl + Shift + L	Blocs et pages prêts à l'emploi (chapitre 21)
Constructeur de thème	Ctrl + Shift + E	En-tête, pied de page, modèles (Pro, chapitre 24)
Notes	Shift + C	Commentaires sur la page (Pro, plans Advanced et supérieurs)
Raccourcis clavier	Ctrl + ?	Affiche cette liste dans l'éditeur
Quitter	Échap	Ferme la fenêtre ou le menu ouvert

Source : Centre d'aide Elementor, page « Hotkeys ». Un raccourci ne fonctionne que si le curseur n'est pas dans un champ de texte : cliquez d'abord sur la toile ou sur la Structure.

8.6 — Une méthode de travail

Les outils précédents ne valent que par la manière de s'en servir. Voici la routine que ce support applique à chaque page, et que vous retrouverez dans le projet complet du chapitre 38.

Nommer dès le dépôt. Chaque conteneur reçoit un nom dans la Structure au moment où il est créé, pas « plus tard ». Une page dont la Structure se lit comme un sommaire (« Bandeau d'accueil », « Prestations », « Témoignages », « Appel au devis ») se corrige en une minute, six mois après.

Enregistrer souvent, publier rarement. **Ctrl** + **S** après chaque bloc terminé ; sur une page déjà en ligne, on travaille en brouillon ou sur une page d'essai, et l'on ne met à jour qu'après vérification en vue mobile.

Construire un bloc, puis dupliquer. Une carte, une ligne, une section : on la termine entièrement, on la duplique, on personnalise les copies. Et quand la même carte doit exister sur trois pages, on la copie-colle plutôt que de la refaire — en attendant les modèles du chapitre 21 et, en Pro, les composants du chapitre 22.

Regarder la Structure avant de supprimer. Un Flexbox qui paraît vide sur la toile peut contenir des éléments masqués ou de hauteur nulle ; la Structure le dit.

- ☐ La Structure est ancrée et tous les conteneurs ont un nom.
- ☐ Aucun élément n'est masqué dans la Structure au moment d'enregistrer.
- ☐ Le premier exemplaire d'un bloc répété est terminé avant d'être dupliqué.
- ☐ La cible est sélectionnée dans la Structure avant chaque collage.
- ☐ **Ctrl** + **S** a été tapé après le dernier bloc terminé.

 EXERCICE 8.1 — UN BLOC, TROIS COPIES, DEUX PAGES**20 MIN**

Objectif : enchaîner Structure, duplication, copier-coller entre pages et collage de style, sans toucher à la souris plus que nécessaire.

1. Ouvrez la page « Essai accueil » de l'exercice 7.1 (ou « Bac à sable ») avec le Finder : **Ctrl** + **E**, tapez les premières lettres, Entrée.
2. Dans un nouveau Flexbox en ligne (balise Section, Justifier le contenu Center, Écart 32, marge interne 80 en haut et en bas), construisez un Bloc Div « Prestation » complet : marge interne 32, fond **#FAF7F2**, rayon 12, Titre H3 « Escaliers » en Playfair Display 24 px, Paragraphe en Source Sans 3 17 px, et un Bouton « En savoir plus » de style secondaire : fond transparent, bordure de 2 px couleur **#A8663C**, texte **#A8663C**, rayon 6, marge interne 12 en haut et en bas, 24 à gauche et à droite.
3. Nommez le bloc dans la Structure, puis **Ctrl** + **D** deux fois. Changez les titres des copies en « Cuisines » et « Agencements », renommez-les dans la Structure.
4. Créez la page « Prestations » depuis le Finder (**Ctrl** + **E**), tapez **Page**, choisissez la création, nommez-la), en mise en page Elementor pleine largeur.
5. Revenez sur la page d'essai avec le Finder, sélectionnez le Flexbox des trois blocs dans la Structure, **Ctrl** + **C**. Retournez sur « Prestations », clic droit sur la toile vide, **Coller**. Vérifiez dans la Structure que le Flexbox et ses trois enfants sont arrivés avec leurs noms.
6. Sur « Prestations », modifiez le bouton du premier bloc : fond **#A8663C**, texte **#FAF7F2**, sans bordure. Copiez-le, sélectionnez le bouton du deuxième bloc, **Ctrl** + **Shift** + **V** ; faites de même sur le troisième. Enregistrez en brouillon.

Résultat attendu : une page « Prestations » en brouillon contenant une ligne de trois cartes nommées, aux boutons identiques, obtenue sans reconstruire une seule carte ; vous avez utilisé au moins six raccourcis différents.

 EXERCICE 8.2 — RETOUR DANS LE TEMPS**5 MIN**

Objectif : vérifier qu'une erreur publiée se répare en moins d'une minute grâce aux Révisions.

1. Sur la page « Accueil », remplacez le texte du H1 par **Erreur volontaire** et cliquez sur **Mettre à jour**.
2. Ouvrez l'Historique (**Ctrl** + **Shift** + **H**), onglet Révisions, et repérez la révision précédente à sa date et son heure.
3. Cliquez dessus, contrôlez sur la toile que le slogan est revenu, appliquez, puis **Ctrl** + **S**.
4. Ouvrez l'Aperçu pour confirmer que la page publiée porte à nouveau « Le bois, sur mesure, depuis 2009 ».

Résultat attendu : la page d'accueil est intacte, et l'onglet Révisions montre trois versions récentes : l'originale, l'erreur, la réparation.

À RETENIR

- La **Structure** (**Ctrl** + **I**) sert à sélectionner, nommer, réordonner et masquer sans risque ; gardez-la ancrée et nommez chaque conteneur dès sa création.
- L'**Historique** a deux mémoires : les **Actions** de la session (**Ctrl** + **Z**) et les **Révisions** de chaque enregistrement, qui permettent de revenir à la version d'hier.
- **Dupliquer** (**Ctrl** + **D**) après avoir terminé le premier exemplaire ; **copier-coller** (**Ctrl** + **C** / **V**) entre pages et entre sites ; **Coller le style** (**Ctrl** + **Shift** + **V**) pour rattraper, les classes pour durer.
- Le collage se fait par rapport à l'élément **sélectionné** : choisir la cible dans la Structure avant de coller.
- Le **Finder** (**Ctrl** + **E**) ouvre et crée pages et modèles sans quitter l'éditeur ; **Ctrl** + **?** affiche tous les raccourcis.

Construire la mise en page

Les boîtes, leur disposition, leurs espacements et leur comportement sur mobile : c'est le cœur du métier, et la partie à relire le plus souvent.

-
- 09** Bloc Div, Flexbox et Grille : le jeu des boîtes
 - 10** Espacement, taille et position : le modèle de boîte
 - 11** Lire un site existant : Conteneurs classiques, Sections et Colonnes
 - 12** Responsive : un site qui tient dans la poche
-

CHAPITRE 09

Bloc Div, Flexbox et Grille : le jeu des boîtes

Une page Elementor n'est rien d'autre qu'un emboîtement de boîtes. Ce chapitre présente les trois conteneurs atomiques — Bloc Div, Flexbox et Grille — et les quelques réglages qui décident comment leurs enfants se rangent : en ligne, en colonne, centrés, espacés. C'est le socle de la Partie III ; les chapitres 10 à 12 ne feront qu'affiner ce que l'on pose ici.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit sa première page (chapitre 07) et veut comprendre pourquoi les éléments se placent là où ils se placent.
ENJEU	Choisir le bon conteneur et régler sa disposition sans tâtonner.
IDÉE CLÉ	Un conteneur ne se règle pas lui-même : il range ses enfants .
PRÉREQUIS	Chapitres 05, 06 et 07.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 35 minutes d'exercices).

9.1 — Tout est boîte, une boîte contient des boîtes

Au chapitre 03, nous avons vu qu'une page web est un squelette de boîtes emboîtées. Elementor ne fait que rendre ces boîtes visibles : chaque élément déposé — titre, image, bouton — est une boîte, et chaque conteneur est une boîte plus grande dont le seul métier est de décider comment celles qu'il contient se rangent.

DÉFINITION

Parent et enfants — le conteneur qui en entoure un autre est son **parent** ; les éléments qu'il contient sont ses **enfants**. Les réglages de disposition se font toujours *sur le parent*, et ce sont les enfants qui bougent. Quand un élément est mal placé, on ne le regarde pas lui : on regarde son parent.

L'Éditeur atomique d'Elementor 4 propose trois conteneurs, tous gratuits, qui partagent les mêmes onglets **Général** (*General*) et **Style**. Le **Bloc Div** (*Div Block*) est le conteneur générique, « similaire au Flexbox, mais plus léger et plus rapide à charger » selon le Centre d'aide (page « Div Block element »). Le **Flexbox** dispose ses enfants en ligne ou en colonne. La **Grille** (*Grid*, apparue en 4.2.0) les organise sur des lignes et des colonnes ; un Flexbox peut d'ailleurs être basculé en Grille depuis sa section Mise en page.

Conteneur	Ce qu'il fait de ses enfants	Quand le choisir
Bloc Div	Les empile verticalement, dans l'ordre.	Une carte, un groupe titre + paragraphe, tout ce qui n'a pas besoin d'être réparti.
Flexbox	Les range sur un seul axe, puis les justifie, les aligne et les espace.	Un bandeau, une rangée de boutons, une image à côté d'un texte.
Grille	Les place dans des cases ; une case peut s'étendre sur plusieurs colonnes.	Une galerie, une mosaïque de prestations, tout ce qui doit rester aligné en hauteur et en largeur.

9.2 — L'onglet Général : balise HTML et lien

Le champ **Balise HTML** (*HTML tag*) propose six valeurs : Div, Header, Section, Article, Aside et Footer. Par défaut, un conteneur est un **div**, une boîte sans signification. Choisir **section** pour une bande de page, **header** ou **footer** pour l'en-tête et le pied de page, **article** pour un contenu autonome et **aside** pour un contenu latéral ne change rien à l'affichage, mais dit aux moteurs de recherche et aux lecteurs d'écran à *quoi sert la boîte* : c'est la sémantique du chapitre 03.

Le champ **Lien** (*Link*), reconnaissable à son icône **+**, rend toute la boîte cliquable, avec une option **Ouvrir dans un nouvel onglet** (*Open in a new tab*) — pratique pour une carte de prestation qui doit mener entière à sa page.

ATTENTION

Le Centre d'aide est formel (page « Flexbox element ») : si un lien est posé sur un conteneur, **aucun élément enfant ne peut plus être cliquable**. Un bouton placé dans une carte cliquable devient un simple décor. Soit la carte est un lien, soit elle contient un bouton, jamais les deux.

9.3 — Style › Mise en page : ranger les enfants d'un Flexbox

La section **Mise en page** (*Layout*) commence par un mode d'affichage : **Bloc** (*Block*), **Flex**, **Bloc en ligne** (*Inline-block*) et **Aucun** (*None*). Un Flexbox est en mode Flex, et c'est ce mode qui fait apparaître les cinq réglages qui suivent. Le mode Aucun masque l'élément ; on l'applique sur un seul point de rupture pour le cacher sur mobile (chapitre 12).

LA DIRECTION

Le réglage **Direction** fixe l'axe principal : **Ligne** (*Row*) range les enfants côte à côte, de gauche à droite ; **Colonne** (*Column*) les empile de haut en bas. Deux variantes inversées parcourent l'axe dans l'autre sens, utiles pour passer une image à droite du texte sans déplacer les éléments.

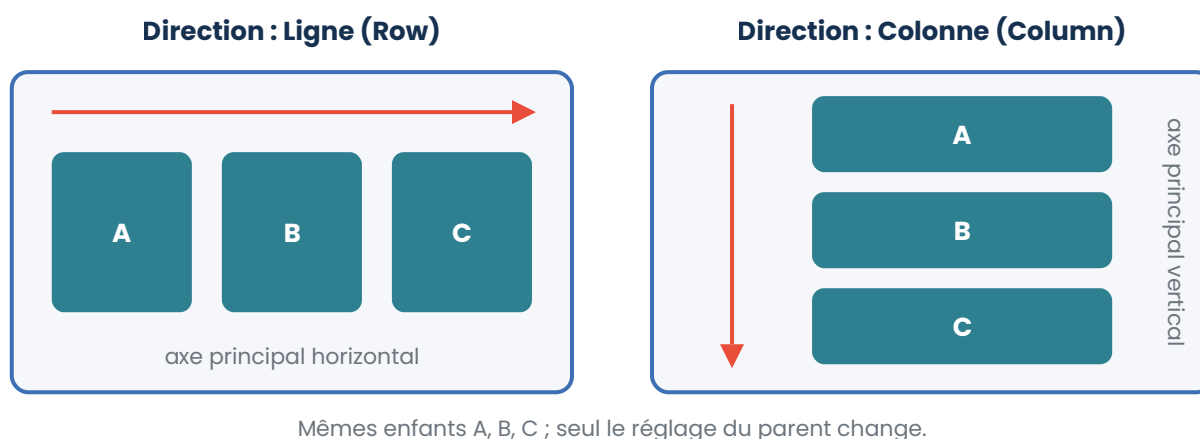


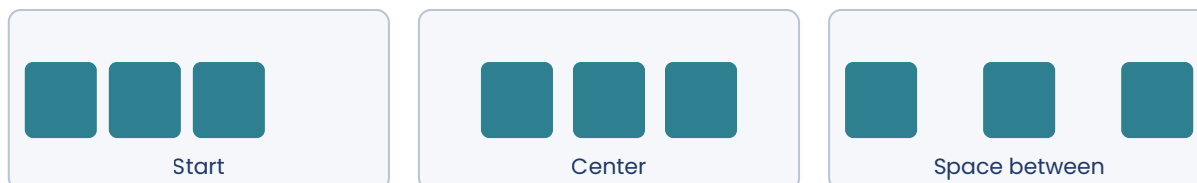
Figure 9.1 — La direction d'un Flexbox : en Ligne, les enfants se suivent horizontalement ; en Colonne, ils s'empilent.

JUSTIFIER ET ALIGNER : DEUX AXES, DEUX RÉGLAGES

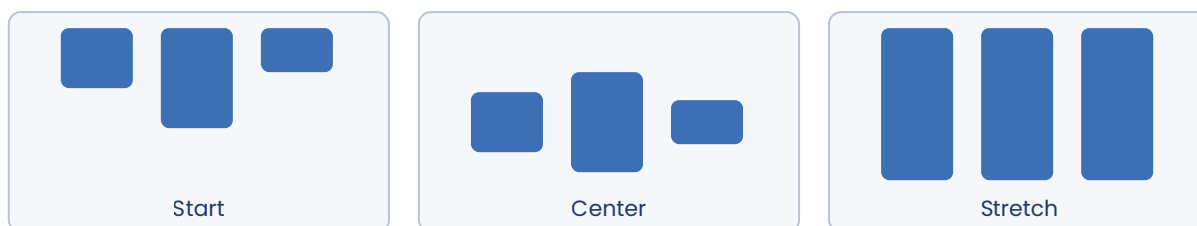
C'est ici que la plupart des débutants se perdent, parce que les deux réglages suivants ont des menus semblables. **Justifier le contenu** (*Justify content*) répartit les enfants **le long de l'axe principal** : Start (au début), Center, End (à la fin), Space between (espace entre les enfants,

aucun aux extrémités), Space around (espace autour de chacun) et Space evenly (espaces tous égaux). **Aligner les éléments** (*Align items*) les place **sur l'axe perpendiculaire** : Start, Center, End ou Stretch (étirés sur toute la hauteur — ou toute la largeur, en Colonne).

Justifier le contenu (axe principal, ici horizontal)



Aligner les éléments (axe perpendiculaire, ici vertical)



Direction : Ligne dans les six cas. Justifier agit à l'horizontale, Aligner à la verticale.

Figure 9.2 — Justifier le contenu réparti sur l'axe de la direction ; Aligner les éléments agit sur l'autre axe.

ASTUCE

Si la direction change, les deux réglages échangent leurs rôles : en Colonne, **Justifier le contenu** agit à la verticale et **Aligner les éléments** à l'horizontale. Pour centrer le contenu d'une section en Colonne, on règle donc *Aligner* sur Center. Quand un élément refuse de se centrer, vous avez presque toujours touché au mauvais des deux.

L'ÉCART ET LE RETOUR À LA LIGNE

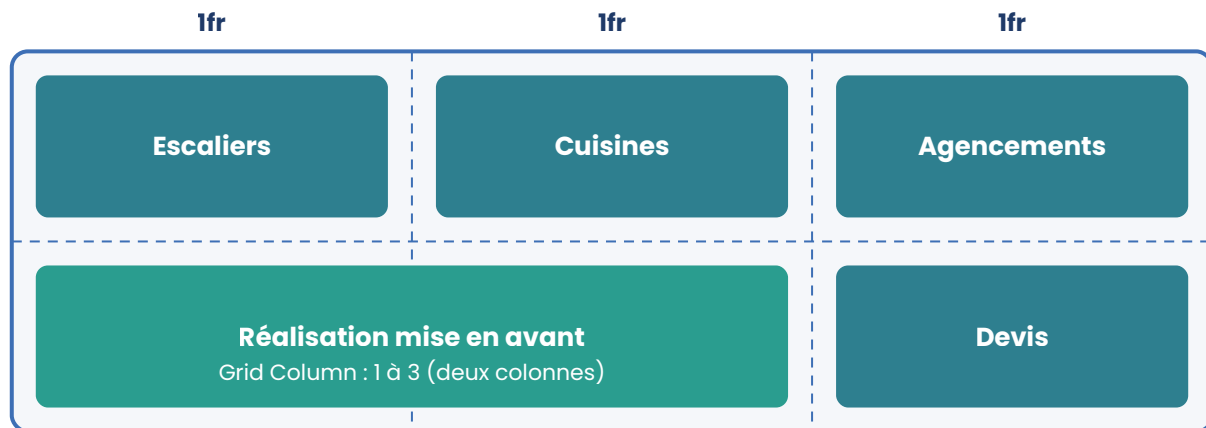
L' **Écart** (*Gap*) fixe la distance entre les enfants. Il remplace les marges que l'on posait autrefois sur chaque élément : il ne crée jamais d'espace parasite au bord du conteneur et il suit la direction, horizontal en Ligne, vertical en Colonne. **Retour à la ligne** (*Wrap*) décide de ce qui arrive quand la place manque : *No wrap* comprime les enfants sur une seule ligne, *Wrap* les fait passer dessous, *Reverse wrap* fait de même en ordre inverse. Réglez toujours un Flexbox dans cet ordre — Direction, Écart, Justifier, Aligner, Retour à la ligne.

9.4 — La Grille : des lignes et des colonnes

Un Flexbox ne raisonne que sur un axe : avec Retour à la ligne, il fait passer des cartes dessous, sans garantir qu'elles s'alignent sous celles de la première ligne. La Grille dessine d'abord des cases, puis y dépose les enfants. Sa section Mise en page demande le nombre et la taille des **colonnes** et des **lignes**, dans n'importe quelle unité CSS et notamment en `fr`. Le bouton **Schéma de la grille** (*Show Grid Outline*) dessine sur la toile des pointillés qui matérialisent les cases, invisibles sur le site publié. Les enfants se placent de gauche à droite puis de haut en bas ; l'option **Dense auto-placement** comble les trous laissés par un enfant plus grand.

DÉFINITION

L'unité fr (pour *fraction*) — une part de l'espace disponible. Trois colonnes à 1fr 1fr 1fr se partagent la largeur en trois parts égales ; 2fr 1fr donne deux tiers à la première et un tiers à la seconde. Contrairement aux pourcentages, l'unité fr tient compte d'elle-même des écarts : on ne calcule jamais « 33,33 % moins l'écart ».



Grille 3 colonnes (1fr 1fr 1fr), 2 lignes, Écart 24 px ; les pointillés = Schéma de la grille.

Figure 9.3 — Une Grille de trois colonnes égales ; l'enfant de la seconde ligne s'étend sur deux colonnes grâce au réglage Grid Column.

Chaque enfant d'une Grille reçoit des réglages propres : **Grid Column** et **Grid Row** pour occuper plusieurs colonnes ou lignes, **Align Self** et **Order** pour l'aligner ou le déplacer indépendamment des autres (Centre d'aide, page « How to use CSS Grid in the Atomic Editor »). Règle de choix : alignement dans les deux sens — galerie, catalogue, pied de page à quatre blocs — égale Grille ; rangée ou pile égale Flexbox.

9.5 — Imbriquer : la section pleine largeur et son contenu limité

Presque toute page vitrine repose sur une même figure : une bande colorée qui occupe *toute* la largeur de l'écran, et un contenu *limité* à une largeur lisible — 1140 px, la largeur de contenu par défaut d'Elementor (► **Réglages du site** ► **Mise en page** ► **Largeur du contenu**). Contrairement au conteneur classique du chapitre 11, le Flexbox atomique n'a pas de réglage « Boîte / Pleine largeur » tout fait : on construit cette figure avec deux boîtes imbriquées, l'extérieure qui porte le fond, l'intérieure qui porte la largeur.

- 1 **Déposez un premier Flexbox** sur la page « Accueil », sous le bandeau du chapitre 07. Dans la Structure (**Ctrl** + **I**, **Cmd** + **I** sur Mac), renommez-le « Section prestations » ; dans **Général**, balise `section`.
- 2 **Réglez-le comme un cadre.** ► **Style** ► **Mise en page** : Direction **Colonne**, Aligner les éléments **Center**. **Espacement** : padding de 80 px en haut et en bas (chapitre 10). **Arrière-plan** : blanc cassé #FAF7F2.
- 3 **Déposez un second Flexbox à l'intérieur**, renommé « Contenu prestations ». **Taille** : largeur 100 %, largeur maximale 1140 px. Mise en page : Direction **Ligne**, Écart 32 px, Aligner les éléments **Stretch**.
- 4 **Déposez trois Blocs Div dans le contenu**, nommés « Carte escaliers », « Carte cuisines », « Carte agencements », chacun avec un Titre H3 et un Paragraphe.

- 5 **Vérifiez dans la Structure** : quatre niveaux, pas davantage — Section › Contenu › Carte › Titre et Paragraphe. Enregistrez avec **Ctrl** + **S**.

À SAVOIR

Pourquoi deux boîtes ? Parce qu'une boîte limitée à 1140 px ne peut pas colorer les bords de l'écran : il faut une boîte qui s'étale et une boîte qui se retient. Vous reproduirez cette paire sur chaque section ; au chapitre 21, vous l'enregistrerez comme modèle.

9.6 — Bien construire : règles et erreurs classiques

Un emboîtement propre se reconnaît dans la Structure au premier coup d'œil. **Peu de niveaux** : section, contenu, carte, éléments — au-delà de cinq, on ne sait plus quel parent règle quoi. **Un conteneur, un rôle** : celui qui porte le fond ne porte pas la largeur. **Le Bloc Div par défaut** : on ne crée un Flexbox que pour aligner ou répartir. **Un nom par conteneur**. Et jamais de hauteur fixée « pour que ce soit aligné » : c'est Stretch qui aligne, et une hauteur fixe casse sur mobile (chapitre 10).

À ÉVITER

Un seul Flexbox pour toute la page, vingt éléments poussés à coups de marges ; des hauteurs fixées ; des conteneurs qui s'appellent tous « Flexbox » ; un lien sur une carte qui contient un bouton.

À FAIRE

Une section par bande de page, un contenu limité à 1140 px, des cartes en Blocs Div, l'espace réglé par l'Écart et le padding, des hauteurs libres, des noms explicites, un seul élément cliquable par carte.

EXERCICE 9.1 — LE BANDEAU « 3 PRESTATIONS », EN FLEXBOX PUIS EN GRILLE

25 MIN

Objectif : construire deux fois la même rangée de cartes pour ressentir la différence entre un Flexbox et une Grille.

1. Reprenez « Section prestations » du pas-à-pas. Allongez le paragraphe de la carte « Cuisines » à six lignes : les deux autres cartes s'étirent pour rester alignées (effet de Stretch).
2. Dupliquez la section (clic droit › **Dupliquer**). Dans la copie, basculez « Contenu prestations » en Grille : trois colonnes 1fr 1fr 1fr, Écart 32 px, **Schéma de la grille** activé.
3. Ajoutez une quatrième carte « Rénovation » dans les deux versions. Côté Flexbox, testez Retour à la ligne sur *No wrap* puis sur *Wrap* ; côté Grille, notez où se place la carte.
4. Dans la Grille, faites occuper deux colonnes à « Rénovation » avec **Grid Column**, puis décidez quelle version vous gardez.

Résultat attendu : deux sections à quatre cartes. En Flexbox sans retour à la ligne, les cartes se compriment ; avec retour à la ligne, la quatrième passe seule dessous. En Grille, elle prend la première case de la seconde ligne, alignée sous la première, puis s'étend sur deux colonnes à la demande.

🔗 EXERCICE 9.2 — IMAGE ET TEXTE CÔTE À CÔTE

10 MIN

Objectif : maîtriser Justifier, Aligner et la direction inversée sur le bloc le plus courant d'un site vitrine.

1. Sur la page « Accueil », ajoutez la paire section + contenu du pas-à-pas, nommée « Section atelier ». Dans « Contenu atelier » : Direction **Ligne**, Écart **48** px, Aligner les éléments **Center**.
2. Déposez-y une Image (photo provisoire) puis un Bloc Div « Texte atelier » avec un Titre H2 « Un atelier à Murol, depuis 2009 », un Paragraphe et un Bouton « Découvrir l'atelier ». Largeur **50** % pour chacun des deux enfants (section Taille).
3. Testez Aligner sur Start, Center et End, puis passez la direction en Ligne inversée : l'image passe à droite sans que rien n'ait été déplacé.

Résultat attendu : un bloc image + texte à deux enfants de même largeur, dont vous inversez le sens en un clic — comme nous le faisons en atelier Num Compagny pour alterner les sections d'une page longue.

À RETENIR

- Trois conteneurs atomiques gratuits : le **Bloc Div** empile, le **Flexbox** range sur un axe, la **Grille** range sur deux axes.
- La disposition se règle toujours sur le **parent** ; ce sont les enfants qui bougent.
- **Justifier le contenu** agit le long de la direction, **Aligner les éléments** agit en travers ; en Colonne, les deux échangent leurs rôles.
- L'**Écart** remplace les marges entre enfants ; les hauteurs restent libres.
- La figure de base d'une page vitrine est une paire : un Flexbox **section** pleine largeur qui porte le fond, un Flexbox **contenu** limité à 1140 px qui porte la largeur, avec une balise HTML et un **nom** dans la Structure.

CHAPITRE 10

Espacement, taille et position : le modèle de boîte

Les boîtes sont en place ; reste à décider ce qui les sépare, quelle place elles prennent et où elles se posent. Ce chapitre explique le modèle de boîte — la façon dont tout navigateur mesure un élément — puis parcourt trois sections de l'onglet Style qui en découlent : Espacement, Taille et Position. C'est le chapitre qui fait passer une page « qui marche » à une page aérée et solide.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a lu le chapitre 09 et dont les pages restent « tassées » ou « bancales » sans savoir pourquoi.
ENJEU	Choisir sans hésiter entre marge interne, marge externe et écart ; ne plus jamais figer une hauteur ; placer un élément décoratif sans casser le mobile.
IDÉE CLÉ	L'espace appartient toujours à une boîte : dedans (marge interne), autour (marge externe) ou entre (écart).
PRÉREQUIS	Chapitres 03 et 09.
LECTURE	Environ 18 minutes (+ 25 minutes d'exercice).

10.1 — Le modèle de boîte : quatre couches

Pour un navigateur, tout élément d'une page — un titre, une image, un conteneur — est un rectangle composé de quatre couches emboîtées. Au centre, le **contenu** : le texte ou l'image. Autour, la **marge interne** (*padding*), un coussin d'espace qui appartient à la boîte. Puis la **bordure** (*border*), un trait facultatif. Enfin, la **marge externe** (*margin*), un espace qui repousse les voisins. Le CSS appelle cet ensemble le modèle de boîte (*box model*), et Elementor n'invente rien : chacun de ses réglages d'espacement correspond à l'une de ces couches.

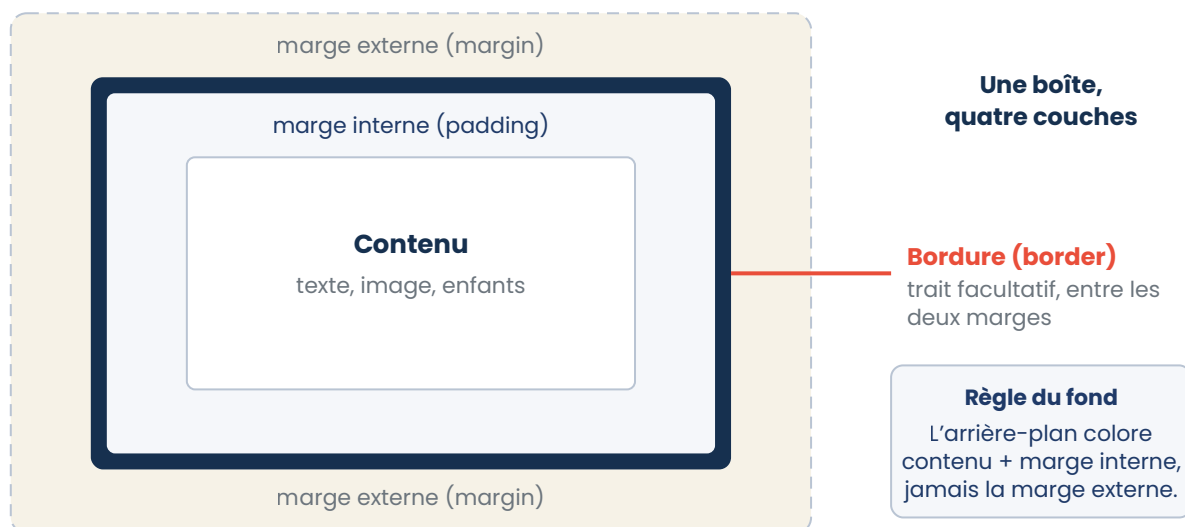


Figure 10.1 — Le modèle de boîte : contenu, marge interne, bordure, marge externe. La couleur de fond s'arrête à la bordure.

Une conséquence pratique se lit sur la figure : l'arrière-plan d'une boîte colore le contenu et la marge interne, mais jamais la marge externe. Une carte à fond blanc avec 24 px de marge interne montre donc 24 px de blanc autour de son texte ; la même carte avec 24 px de marge externe reste collée à son texte et laisse simplement un vide autour d'elle. C'est le premier critère de choix : si l'espace doit être *coloré comme la boîte*, c'est du padding.

DÉFINITION

Marge interne (padding) — l'espace entre le bord d'une boîte et son contenu ; il fait partie de la boîte et prend sa couleur de fond. **Marge externe (margin)** — l'espace entre une boîte et ses voisines ; il est transparent et n'appartient à personne. **Écart (gap)** — l'espace qu'un conteneur Flexbox ou Grille impose entre ses enfants (chapitre 09) ; c'est la marge externe « moderne », sans effet de bord.

10.2 — Espacement : lier et délier les quatre côtés

Dans l'onglet Style d'un élément atomique, la section **Espacement** (*Spacing*) contient deux groupes de champs, *Padding* et *Margin*, chacun avec quatre valeurs : haut, droite, bas, gauche. Une petite icône de chaîne, à côté du groupe, **lie** les quatre côtés : tant qu'elle est active, une valeur saisie dans un champ se recopie dans les trois autres. Cliquez dessus pour **délier** et régler chaque côté séparément — c'est ce que l'on fait pour une section, où l'on veut 80 px en haut et en bas mais seulement 24 px sur les côtés.

À SAVOIR

L'interface française d'Elementor conserve souvent le mot anglais « Padding » pour la marge interne, et traduit « Margin » par « Marge ». Ne vous laissez pas troubler : Padding = dedans, Marge = autour. Dans les widgets classiques (chapitre 11), ces mêmes réglages se trouvent dans l'onglet **Avancé**, sous les libellés « Marge » et « Padding ».

Trois habitudes règlent 90 % des cas. Sur une **section**, du padding haut et bas (80 px sur ordinateur est une valeur courante) et un padding latéral d'au moins 20 à 24 px, pour que le texte ne touche jamais le bord d'un écran de téléphone. Sur une **carte**, du padding uniforme (24 à 32 px). **Entre** les cartes, jamais de marge : l'Écart du parent. Il reste peu de place pour la marge externe ; on s'en sert pour décoller un titre de son paragraphe (16 px en bas d'un titre, par exemple) ou pour un décalage ponctuel. Les valeurs négatives sont acceptées et permettent de faire chevaucher deux boîtes, mais elles se paient toujours sur mobile ; évitez-les tant que vous n'en avez pas un besoin précis.

10.3 — Les unités : dans quoi mesure-t-on ?

Chaque champ de taille ou d'espacement propose une unité, choisie dans un petit menu à droite du champ. Le débutant travaille en pixels, ce qui est raisonnable pour les espacements. Mais quelques autres unités valent la peine d'être comprises, parce qu'elles rendent la page plus souple.

Unité	Ce qu'elle mesure	Cas d'usage conseillé	À éviter pour
px	Le pixel CSS, unité fixe et prévisible.	Padding, écart, bordures, rayons de coins, largeur maximale d'un contenu (1140).	La largeur d'une boîte qui doit s'adapter à l'écran.
%	Une part de la dimension du parent.	Largeur d'un enfant dans une rangée (50 %, 100 %).	Les hauteurs (le pourcentage d'une hauteur non définie ne vaut rien) ; le padding, dont le pourcentage se calcule sur la largeur.
em	Un multiple de la taille de police de l'élément lui-même.	Padding d'un bouton (0,75em 1,5em), pour qu'il grossisse avec son texte.	Les emboîtements profonds, où les em se multiplient et surprennent.
rem	Un multiple de la taille de police de base du site (16 px par défaut dans les navigateurs, donc 1 rem = 16 px, 5 rem = 80 px).	Tailles de texte (chapitre 13), largeur maximale d'un paragraphe, espacements verticaux si l'on veut qu'ils suivent la police.	Rien de particulier ; c'est l'unité « sûre » pour tout ce qui touche au texte.
vw	Un centième de la largeur de la fenêtre du navigateur.	Rarement ; parfois un titre géant de bandeau (6vw).	Le texte courant (illisible sur mobile, énorme sur grand écran) et les largeurs (crée un défilement horizontal).
vh	Un centième de la hauteur de la fenêtre.	Hauteur <i>minimale</i> d'un bandeau d'accueil (60vh à 90vh).	Une hauteur fixe : sur téléphone, la barre d'adresse fait varier la hauteur réelle.
auto	« Laisse le navigateur décider. »	Largeur d'un bouton (à son contenu) ; marges gauche et droite pour centrer une boîte de largeur limitée.	—

BONNE PRATIQUE

Une règle simple pour tout le support : **px** pour les espacements et les bordures, **rem** pour les tailles de texte, **%** pour les largeurs des enfants d'une rangée, **vh** uniquement pour la hauteur minimale d'un bandeau. Avec ces quatre unités, vous couvrez un site vitrine entier sans mauvaise surprise.

10.4 — Taille : largeur, hauteur, minimum et maximum

La section **Taille** (*Size*) regroupe la largeur (*Width*), la hauteur (*Height*), leurs bornes minimale et maximale (*Min / Max*) et, en fin de section, le **Débordement** (*Overflow*). Par défaut, un conteneur prend toute la largeur de son parent et exactement la hauteur de son contenu ; un

bouton ou une image prennent leur taille naturelle. La plupart du temps, vous ne toucherez qu'à deux champs : la **largeur** d'un enfant dans une rangée (en pourcentage) et la **largeur maximale** d'un contenu (1140 px pour une section, 720 px environ pour un paragraphe seul, afin de garder des lignes lisibles — le chapitre 13 y revient).

NE FIXEZ JAMAIS UNE HAUTEUR SUR UNE BOÎTE DE TEXTE

C'est l'erreur la plus fréquente, et la plus coûteuse. Sur votre écran, une carte de 220 px de haut contient parfaitement ses trois lignes de texte. Mais sur un téléphone, ces trois lignes en deviennent six ; le texte déborde alors de la carte et se superpose à l'élément suivant. Un texte plus long, un visiteur qui agrandit la police, une traduction : tout fait varier la hauteur d'un texte. La solution est toujours la même : laisser la hauteur libre, et si l'on veut une hauteur « au moins égale à », utiliser la **hauteur minimale**.

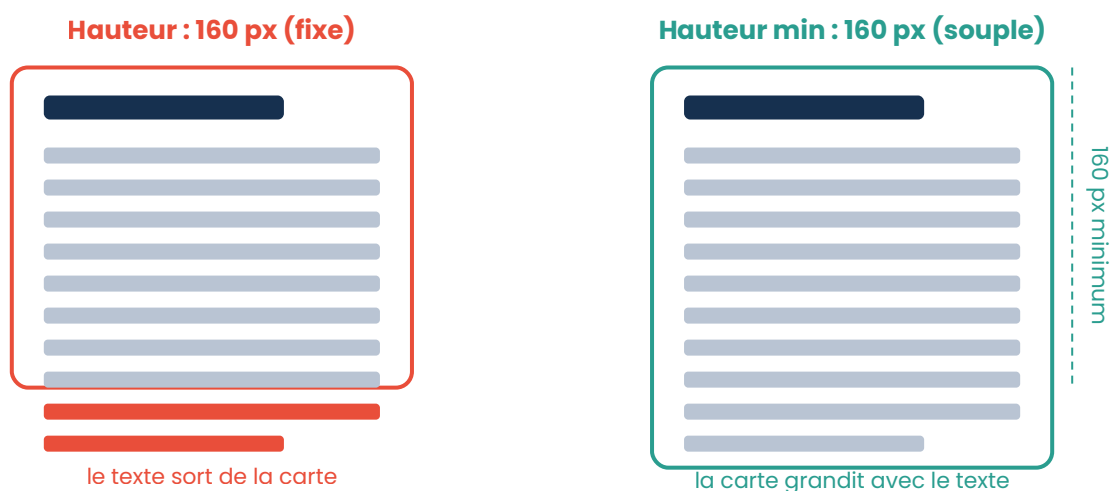


Figure 10.2 — Même contenu sur un écran étroit : la hauteur fixe fait déborder le texte ; la hauteur minimale laisse la carte grandir.

Deux autres valeurs méritent d'être connues. La largeur **fit-content** donne à une boîte exactement la largeur de son contenu, ni plus ni moins : c'est ce que l'on veut pour un badge ou un bouton isolé dans un conteneur en Colonne, qui sinon s'étirerait sur toute la largeur ; si votre liste d'unités ne la propose pas, elle se saisit comme valeur personnalisée. Le **Débordement**, enfin, décide de ce qui arrive quand un contenu dépasse : *Visible* (par défaut, il dépasse), *Hidden* (il est coupé — indispensable pour qu'une image respecte les coins arrondis de sa carte) ou *Auto* (une barre de défilement apparaît — presque toujours à éviter dans une page vitrine).

10.5 — Position : de statique à collante

La section **Position** répond à une question que le débutant ne se pose jamais tant que tout va bien : *par rapport à quoi* une boîte se place-t-elle ? Par défaut, la réponse est « dans le flux » : chaque boîte vient après la précédente, comme des mots dans une phrase. Les autres valeurs de position sortent une boîte de ce flux, en tout ou partie.

- **Statique** (*Static*) — la valeur par défaut. La boîte suit le flux et ignore les champs de décalage.
- **Relative** — la boîte garde sa place dans le flux, mais peut être décalée (haut, droite, bas, gauche) par rapport à cette place. Surtout, elle devient le **point de référence** de ses enfants en position absolue : c'est son usage principal.

- **Absolue** (*Absolute*) — la boîte est retirée du flux ; les voisins se comportent comme si elle n'existait pas. Elle se place aux coordonnées indiquées, mesurées depuis le parent le plus proche qui a une position autre que statique. C'est la position d'un badge sur une photo, d'une étiquette « Nouveau » sur une carte.
- **Fixe** (*Fixed*) — comme Absolue, mais mesurée depuis la fenêtre du navigateur : la boîte ne bouge pas quand on fait défiler. Usage : un bouton « Appeler » flottant en bas d'écran.
- **Collante** (*Sticky*) — la boîte suit le flux, puis, quand le défilement l'amène à la distance indiquée du bord, elle s'y accroche et reste visible. C'est ainsi qu'un en-tête reste à l'écran (chapitre 24). L'Éditeur atomique permet de coller sur chacun des quatre côtés.

Le champ **Z-index** complète la section : quand deux boîtes positionnées se chevauchent, celle dont le z-index est le plus grand passe devant. Des valeurs de 1 à 10 suffisent largement ; réservez les grands nombres aux fenêtres surgissantes. Notez que la Structure signale d'un marqueur les éléments en position absolue (Centre d'aide, page « Elementor Top Bar ») : un moyen rapide de les retrouver quand un élément « a disparu » de la toile.

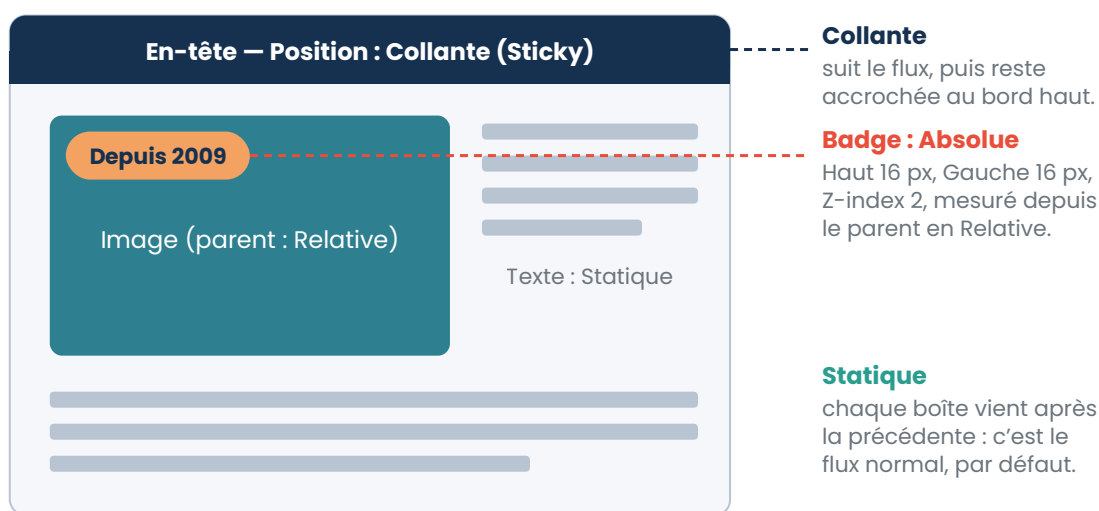


Figure 10.3 — Trois positions sur une même page : l'en-tête collant, le badge absolu sur son parent relatif, le texte statique dans le flux.

10.6 — Position absolue et responsive : prudence

Un élément en position absolue ne pousse rien et n'est poussé par rien. Sur un écran large, cela permet des compositions élégantes ; sur un téléphone, où tout s'empile et s'allonge, le même élément vient recouvrir un texte ou sortir de l'écran. La règle du support est donc stricte : la position absolue est réservée aux **éléments décoratifs et petits** — un badge, une icône, une forme d'arrière-plan — jamais à un bloc de texte ni à une image de contenu. Le parent est toujours en Relative, les coordonnées sont petites (quelques dizaines de pixels), et l'on vérifie chaque point de rupture (chapitre 12). Pour tout ce qui est une vraie mise en page — deux colonnes, une image à côté d'un texte —, ce sont le Flexbox et la Grille qui font le travail, jamais des coordonnées.

PIÈGE CLASSIQUE

Positionner un titre « à l'œil » en absolu pour qu'il se superpose à une photo, puis découvrir sur téléphone qu'il chevauche le bouton ou déborde à droite. Un texte sur image se construit autrement : l'image en **arrière-plan** du conteneur (chapitre 14), le titre dans le flux normal, centré par le Flexbox. Le texte reste alors lisible à toutes les largeurs.

- 1 **Sélectionnez le parent de l'image du bandeau.** Sur la page « Accueil », dans la Structure (**Ctrl** + **I** , **Cmd** + **I** sur Mac), cliquez sur le Bloc Div qui contient la photo. Dans ► **Style** ► **Position**, choisissez **Relative**. Rien ne bouge : c'est normal, vous venez seulement de désigner le point de référence.
- 2 **Créez le badge.** Déposez un Bloc Div dans ce même parent, après l'image ; renommez-le « Badge 2009 ». Placez-y un Paragraphe avec le texte « Depuis 2009 ».
- 3 **Positionnez-le.** Sur « Badge 2009 », ► **Style** ► **Position** : **Absolue**, Haut 16 px, Gauche 16 px, Z-index 2. Le badge saute dans le coin de l'image.
- 4 **Dimensionnez-le.** Dans **Taille**, largeur fit-content (ou laissez le Bloc Div en largeur automatique) pour qu'il ne s'étire pas. Dans **Espacement**, padding lié à 8 px puis délié : 8 haut et bas, 16 gauche et droite.
- 5 **Habilitez-le.** Arrière-plan bois chaud #A8663C, texte blanc cassé #FAF7F2 (section Typographie), coins arrondis à 999 px dans Bordure pour obtenir une pilule (le chapitre 17 détaille ces réglages).
- 6 **Contrôlez en tablette et en mobile** (**Ctrl** + **Shift** + **M**). Le badge doit rester dans le coin de l'image, sans toucher au titre. Enregistrez.

EXERCICE 10.1 — AÉRER LA PAGE D'ACCUEIL

25 MIN

Objectif : appliquer une grille d'espacement cohérente à toute la page d'accueil de Menuiserie Roche, sans une seule hauteur fixe.

1. Ouvrez la Structure et listez, sur papier, chaque conteneur « section » de la page (bandeau, prestations, atelier). Pour chacun, réglez le padding : 80 px haut et bas, 24 px gauche et droite (chaîne déliée). Notez que le chapitre 12 ramènera ces valeurs à 40 px sur mobile.
2. Sur chaque Flexbox « contenu », vérifiez : largeur 100 %, largeur maximale 1140 px, Écart 32 px entre les cartes.
3. Dans chaque carte de prestation, padding lié à 24 px ; entre le titre H3 et son paragraphe, une marge externe basse de 8 px sur le titre.
4. Parcourez toutes les boîtes de la page et supprimez toute *hauteur* fixée en pixels. Si une section doit rester haute (le bandeau), remplacez-la par une hauteur minimale de 70 vh.
5. Reprenez le pas-à-pas du badge « Depuis 2009 » si ce n'est pas déjà fait, puis allongez volontairement le paragraphe d'une carte à huit lignes : rien ne doit déborder.
6. Passez en vue mobile et faites défiler toute la page : aucun texte ne doit toucher le bord de l'écran, aucun élément ne doit en sortir.

Résultat attendu : une page d'accueil dont toutes les sections respirent de la même façon (80 px), dont toutes les cartes sont bâties sur le même padding (24 px) et le même écart (32 px), sans aucune hauteur fixe, avec un badge en position absolue qui tient dans le coin de l'image à toutes les largeurs. La Structure ne montre qu'un seul marqueur de position absolue : le badge.

À RETENIR

- Toute boîte a quatre couches : **contenu**, **marge interne** (padding, colorée par le fond), **bordure**, **marge externe** (margin, transparente).
- Padding pour l'espace **dedans**, Écart du parent pour l'espace **entre**, marge externe seulement pour un décalage ponctuel.
- Unités : **px** pour les espacements, **rem** pour le texte, **%** pour les largeurs d'enfants, **vh** pour la hauteur minimale d'un bandeau.
- Ne fixez **jamais** une hauteur en pixels sur une boîte qui contient du texte ; utilisez la hauteur minimale.
- La position **absolue** se mesure depuis un parent **relatif** et se réserve aux petits éléments décoratifs ; la position **collante** sert à l'en-tête.
- Après tout réglage de position, on contrôle la tablette et le mobile avant d'enregistrer.

CHAPITRE 11

Lire un site existant : Conteneurs classiques, Sections et Colonnes

Tous les sites que vous toucherez n'auront pas été construits en 2026. Beaucoup de sites reçus en maintenance, hérités d'un ancien prestataire ou d'un neveu doué, reposent sur deux systèmes plus anciens : les Sections et Colonnes, puis le Conteneur classique. Ce chapitre ne sert pas à construire avec eux — le support ne le fera jamais — mais à les reconnaître, à retrouver leurs réglages et à décider, en connaissance de cause, ce que l'on convertit et ce que l'on reconstruit.

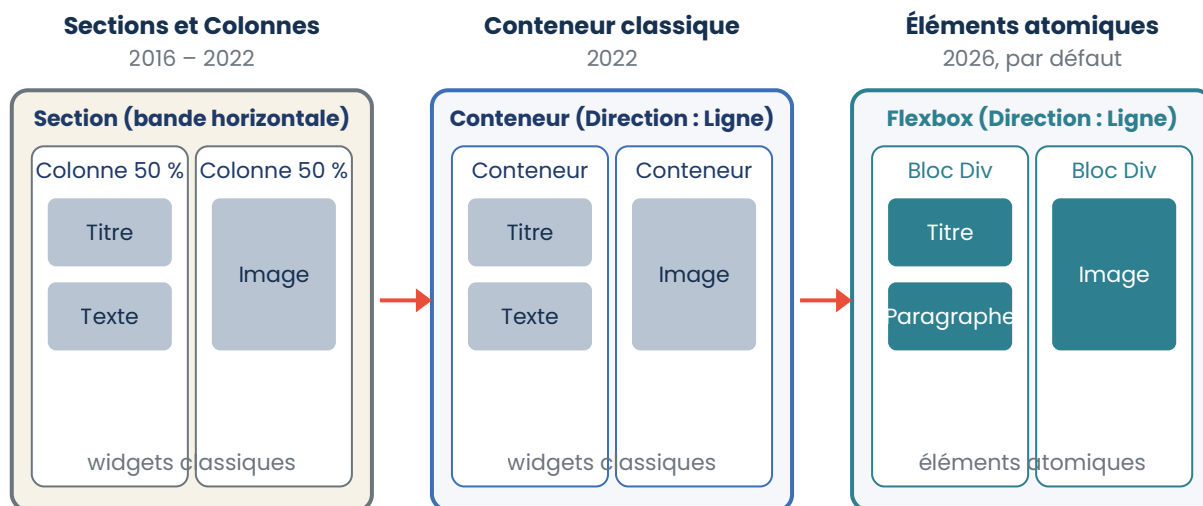
EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui hérite d'un site Elementor construit par quelqu'un d'autre, ou qui met à jour un site antérieur à 2026.
ENJEU	Identifier la génération de chaque bloc en trois secondes, traduire ses réglages dans le vocabulaire du chapitre 09, et ne pas casser ce qui fonctionne.
IDÉE CLÉ	On lit l'ancien, on construit en atomique.
PRÉREQUIS	Chapitres 06 et 09.
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 25 minutes d'exercice).

11.1 — Trois générations sur une même page

Le chapitre 06 a raconté l'histoire en trois temps : les **Sections et Colonnes** (de 2016 à 2022), le **Conteneur classique** (*Flexbox Container*, 2022) et l'**Éditeur atomique** (alpha en juillet 2025, stable depuis le 30 mars 2026, actif par défaut sur les nouveaux sites). Ce qu'il faut ajouter ici, c'est que ces trois générations *cohabitent* sans difficulté sur un même site, et même sur une même page. Un site créé en 2019 et enrichi chaque année peut contenir un en-tête en Sections, une page d'accueil en Conteneurs et une page « Actualités » toute neuve en atomique. Rien de cela n'est une erreur ; c'est la vie normale d'un site.

Pour savoir à quelle génération appartient un bloc, deux indices suffisent. Le premier est le **nom dans la Structure** (**Ctrl** + **I**, **Cmd** + **I** sur Mac) : « Section », « Colonne » et « Section interne » signent la première génération ; « Conteneur » la deuxième ; « Flexbox », « Bloc Div » et « Grille » la troisième. Le second est le **nombre d'onglets du panneau** quand le bloc est sélectionné : trois onglets **Mise en page**, **Style** et **Avancé** pour les deux premières générations ; deux onglets **Général** et **Style**, plus **Interactions**, pour les éléments atomiques (Centre d'aide Elementor, page « What are the differences between the Elementor Editor 3.x and V4 »).



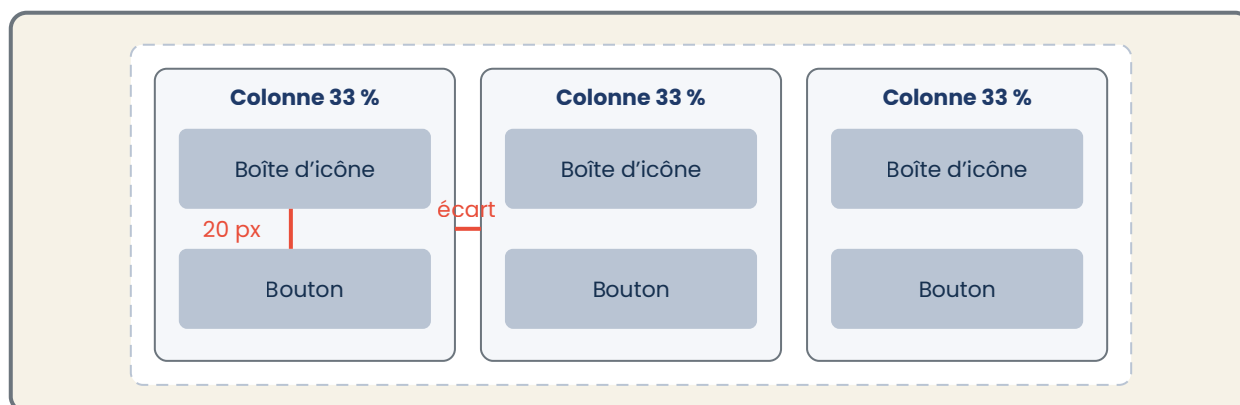
Même résultat à l'écran ; trois vocabulaires, trois onglets différents dans le panneau.

Figure 11.1 — Un même bloc « image + texte » dans les trois générations : Section et Colonnes, Conteneur classique, Flexbox et Blocs Div.

11.2 — Sections et Colonnes : l'ancien monde

Dans le premier système, la page est une pile de **Sections**, chacune étant une bande horizontale qui occupe toute la largeur. Une Section contient toujours au moins une **Colonne**, et ce sont les Colonnes qui reçoivent les widgets ; un widget ne peut pas être posé directement dans une Section. Pour mettre des colonnes dans une colonne, il fallait un widget spécial, la **Section interne** (*Inner Section*), et l'on ne pouvait pas aller plus loin : deux niveaux, pas trois. Cette contrainte explique bien des bricolages que vous rencontrerez.

Section — Largeur du contenu : Boîte (1140 px) · Position verticale : Milieu



Écart entre colonnes (Section) · Espace entre widgets 20 px (Colonne) · largeurs en % dont la somme fait 100.

Figure 11.2 — Anatomie d'une Section à trois Colonnes : la Section porte la largeur et l'alignement vertical, chaque Colonne porte sa largeur en pourcentage et l'espace entre ses widgets.

Les réglages d'une Section se trouvent dans son onglet **Mise en page** : **Largeur du contenu** (*Content Width*), avec deux valeurs, Boîte (*Boxed*, le contenu est limité à la largeur du site, 1140 px par défaut) ou Pleine largeur (*Full Width*) ; **Écart entre colonnes** (*Columns Gap*), en paliers nommés plutôt qu'en pixels ; **Hauteur**, avec le choix Par défaut, Ajuster à l'écran ou Hauteur minimale ; **Position verticale** (*Vertical Align*), qui aligne les colonnes en haut, au milieu ou en bas ; puis Débordement et Balise HTML. Une Colonne, elle, expose sa **Largeur de la colonne**

en pourcentage — la somme des colonnes d’une section fait toujours 100 —, son alignement vertical et horizontal, et l’ **Espace entre widgets** (*Widgets Space*), qui vaut 20 px par défaut et joue le rôle de l’Écart du chapitre 09. La table de correspondance de la section 11.6 traduit chacun de ces réglages.

À SAVOIR

Pour ajouter une Colonne à une Section, on faisait un clic droit sur une Colonne existante puis **Ajouter une nouvelle colonne** ; pour changer la répartition, la Section proposait un choix de **Structure** en dessins (une colonne, deux, trois, 33/66...). Vous n’aurez à le faire que pour réparer une page ancienne ; sur une page atomique, l’équivalent est un simple Écart et des largeurs en pourcentage ou en fr .

11.3 — Le Conteneur classique : le pont entre les deux mondes

Le Conteneur de 2022 a remplacé la paire Section + Colonne par une seule boîte, imbricable sans limite, qui applique déjà les règles du Flexbox. Si vous avez lu le chapitre 09, vous en connaissez presque tout. Son onglet **Mise en page** est simplement organisé autrement : un premier groupe *Conteneur* avec **Largeur du contenu** (Boîte ou Pleine largeur), **Largeur** (1140 px par défaut, reprise des Réglages du site) et **Hauteur minimale** ; un groupe *Éléments* avec **Direction** (ligne, colonne et leurs inverses), **Justifier le contenu**, **Aligner les éléments**, **Écarts** et **Retour à la ligne** ; enfin un groupe de réglages supplémentaires avec **Débordement** et **Balise HTML**. Une variante Grille du Conteneur existe aussi, avec ses colonnes et ses lignes.

La différence utile pour vous est la **Largeur du contenu** intégrée : un Conteneur classique en mode Boîte limite lui-même son contenu à 1140 px tout en étalant son fond sur toute la largeur, là où le Flexbox atomique demande la paire « section + contenu » de la figure 9.4. C’est plus court à poser, mais c’est aussi ce qui rend le code HTML d’un Conteneur plus lourd qu’un élément atomique — une enveloppe supplémentaire —, et le chapitre 06 a expliqué que les atomes se contentent d’un seul `div`, sans mise en forme imposée, avec les Classes et les Variables en prime. Le Conteneur classique reste un excellent système : on le lit et on le maintient sans crainte ; on ne s’en sert simplement plus pour du neuf.

11.4 — L’onglet Avancé : où se cachent les réglages des deux premières générations

Dans les Sections, les Colonnes, les Conteneurs et tous les widgets classiques, ce que l’Éditeur atomique range sous l’onglet Style se trouve dans l’onglet **Avancé** (*Advanced*). C’est là qu’il faut aller chercher les valeurs qui « expliquent » l’aspect d’un bloc hérité. Parcourez-le dans l’ordre :

- **Mise en page** : **Marge** et **Padding** sur quatre côtés (le modèle de boîte du chapitre 10), **Largeur d’élément** pour un widget (pleine largeur, à son contenu, ou personnalisée), **Position** (par défaut, absolue, fixe), **Z-index**, puis l’ID CSS et les classes CSS.
- **Effets de mouvement** (*Motion Effects*) : l’animation d’entrée, gratuite, et, en Pro, les effets de défilement, les effets de souris et l’option *Sticky* qui rend un en-tête collant — l’équivalent de la position Collante du chapitre 10.
- **Transformer, Fond, Bordure, Masque** : l’habillage, que le chapitre 17 traite pour les atomes.

- **Responsive** : les cases **Masquer sur** ordinateur, tablette ou mobile (*Hide On*), ainsi que l'inversion de l'ordre des colonnes sur tablette et mobile. C'est l'endroit où l'on découvre pourquoi un bloc « manque » sur téléphone.
- **Attributs** et **CSS personnalisé**, réservés à Elementor Pro (le CSS personnalisé aux plans Advanced et supérieurs).

MÉTHODE

Pour comprendre un bloc hérité, lisez toujours dans cet ordre : la Structure (quelle génération, quelle imbrication), l'onglet Mise en page (largeurs, direction, hauteur), puis l'onglet Avancé de haut en bas (marges négatives, position absolue, masquage responsive). Notez chaque valeur « bizarre » — une marge de -60 px, une hauteur fixe de 350 px, une colonne masquée sur mobile — avant de toucher à quoi que ce soit. Un bloc ancien qui fonctionne a souvent un équilibre fragile ; on le comprend d'abord, on le modifie ensuite.

11.5 — Convertir ou reconstruire ?

Quand la fonctionnalité Conteneur Flexbox est active, une Section sélectionnée propose, dans son onglet Mise en page, un bouton pour la **convertir en Conteneur** (*Convert*). Elementor crée alors une copie de la Section sous forme de Conteneurs — un Conteneur pour la Section, un Conteneur enfant par Colonne — et la place sous l'originale, qui reste en place tant que vous ne la supprimez pas. C'est commode pour comparer les deux et revenir en arrière ; c'est aussi la raison pour laquelle une page « convertie » à la hâte peut afficher chaque bloc deux fois.

- 1 **Sauvegardez d'abord.** Une révision suffit pour une page (**Ctrl** + **S** crée un point de retour dans l'Histoire) ; pour un site entier, une sauvegarde complète avant toute campagne de conversion (chapitre 36).
- 2 **Sélectionnez la Section** par sa poignée ou dans la Structure, puis ouvrez l'onglet **Mise en page** et repérez le bouton de conversion, quand votre version le propose.
- 3 **Comparez** la copie et l'originale sur la toile, en vue ordinateur puis en vue mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M**). Corrigez les largeurs (les pourcentages des colonnes ne tiennent pas toujours compte des écarts) et les marges héritées de l'onglet Avancé.
- 4 **Supprimez l'originale** une fois la copie validée, renommez les Conteneurs obtenus dans la Structure, enregistrez.

Faut-il tout convertir ? Non, et pour trois raisons. D'abord, la conversion produit des Conteneurs classiques, pas des éléments atomiques : elle ne vous fait franchir qu'une génération, et il n'existe pas, à notre connaissance, de bouton pour transformer un Conteneur en Flexbox atomique. Ensuite, une page ancienne qui s'affiche bien, se charge vite et tient sur mobile n'a aucun besoin d'être touchée : le visiteur ne voit pas la génération du code. Enfin, quand une page mérite vraiment d'être refaite — parce qu'elle est lente, cassée sur mobile ou impossible à modifier —, le plus rapide est presque toujours de la **reconstruire en atomique** à côté, en copiant les textes et les images, plutôt que de convertir puis de corriger. La règle du support tient en une phrase : on ne construit jamais de neuf en Sections ni en Conteneurs classiques ; on reconstruit en atomique ce qui doit changer ; on laisse tranquille ce qui fonctionne.

À ÉVITER

Convertir toutes les pages d'un site le jour de la reprise « pour faire propre » ; ajouter une nouvelle Section sur une page ancienne parce que « c'est comme le reste » ; désactiver une fonctionnalité dans les réglages pour voir ce que ça fait.

À FAIRE

Lire chaque page avec la Structure ; noter ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas ; ajouter le neuf en atomique, même sur une page ancienne ; reconstruire seulement les pages à problème, une par une, après sauvegarde.

LES FONCTIONNALITÉS À NE PAS TOUCHER

Dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Fonctionnalités** (*Features*, anciennement *Experiments*), vous verrez les interrupteurs **Conteneur Flexbox** (*Flexbox Container*), **Conteneur Grille** et **Éléments imbriqués** (*Nested Elements*, qui permet aux widgets Onglets et Accordéon de contenir d'autres éléments). Activer l'Éditeur atomique, depuis l'onglet **Éditeur Atomic** du même écran, active aussi Conteneur Flexbox, Éléments imbriqués et la Barre supérieure (Centre d'aide, page « Elementor experiments »). Ne désactivez jamais Conteneur Flexbox sur un site qui contient des Conteneurs : les pages qui en dépendent cessent de s'afficher correctement, et l'éditeur recommence à créer des Sections à chaque dépôt. C'est l'une des pannes les plus fréquentes du chapitre 36.

ATTENTION

Sur un site existant, l'Éditeur atomique n'est **pas** activé automatiquement par la mise à jour vers Elementor 4 : le site reçoit une notice dans le panneau des éléments, et c'est vous qui l'activez dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Éditeur Atomic**. Tant que ce n'est pas fait, le panneau ne propose ni Flexbox ni Bloc Div atomiques, et vous ne pouvez pas appliquer la ligne du support. C'est la première chose à vérifier sur un site hérité.

11.6 — Table de correspondance : d'une génération à l'autre

Ce tableau traduit chaque notion des anciens systèmes dans le vocabulaire des chapitres 09 et 10. Gardez-le sous la main : c'est lui qui permet de « lire » un site ancien avec des réflexes modernes, et de reconstruire sans rien oublier.

Sections et Colonnes (2016)	Conteneur classique (2022)	Élément atomique (2026)
Section (bande pleine largeur)	Conteneur, Largeur du contenu : Pleine largeur ou Boîte	Flexbox « section », balise <code>section</code> , contenant un Flexbox « contenu » à 1140 px max
Colonne (largeur en %)	Conteneur enfant, largeur en %	Bloc Div ou Flexbox enfant, Taille › Largeur en % (ou colonne <code>fr</code> d'une Grille)
Section interne (deux niveaux maximum)	Conteneur imbriqué, sans limite	Flexbox ou Grille imbriqué, sans limite
Structure (choix du nombre de colonnes)	Direction Ligne + autant de Conteneurs enfants	Direction Ligne + enfants, ou Grille à N colonnes
Écart entre colonnes (paliers nommés)	Écarts (valeur en px)	Écart (Mise en page)
Espace entre widgets (20 px)	Écarts du Conteneur enfant	Écart du Bloc Div ou du Flexbox parent

Sections et Colonnes (2016)	Conteneur classique (2022)	Élément atomique (2026)
Position verticale (Section) · Alignement vertical (Colonne)	Aligner les éléments · Justifier le contenu	Aligner les éléments · Justifier le contenu (chapitre 09)
Hauteur : Ajuster à l'écran / Hauteur minimale	Hauteur minimale	Taille › Hauteur min (chapitre 10)
Avancé › Marge / Padding	Avancé › Marge / Padding	Style › Espacement
Avancé › Position absolue / Z-index	Idem	Style › Position
Avancé › Effets de mouvement › Sticky (Pro)	Idem	Style › Position › Collante (gratuit)
Avancé › Effets de mouvement › Animation d'entrée	Idem	Onglet Interactions (chapitre 20)
Style › Fond / Bordure · Avancé › Fond / Bordure	Idem	Style › Arrière-plan / Bordure / Effets (chapitre 17)
Avancé › Responsive › Masquer sur mobile	Idem	Style › Mise en page › Aucun, sur le point de rupture voulu (chapitre 12)
Section › Balise HTML	Conteneur › Balise HTML	Général › Balise HTML
Couleurs et polices globales (Réglages du site)	Idem	Variables et Classes (chapitre 18), synchronisées avec les globales

 EXERCICE 11.1 — DIAGNOSTIC D'UNE PAGE HÉRITÉE**25 MIN**

Objectif : lire une page ancienne à partir de sa seule arborescence, en repérer les fragilités et rédiger un plan de reconstruction en atomique.

Camille Roche vous confie l'ancienne page d'accueil de la Menuiserie, construite en 2019 par un cousin. La Structure affiche ceci :

- Section 1 — Pleine largeur, Hauteur : Ajuster à l'écran ; une Colonne 100 % contenant Titre (H2), Éditeur de texte, Bouton.
 - Section 2 — Boîte, Hauteur minimale 350 px ; trois Colonnes 33 % contenant chacune une Boîte d'icône ; la Colonne 2 a une marge externe haute de -40 px (Avancé).
 - Section 3 — Boîte ; deux Colonnes 50 % : Image à gauche ; à droite une Section interne à deux Colonnes contenant Titre (H1) et Éditeur de texte.
 - Section 4 — Pleine largeur, masquée sur mobile (Avancé › Responsive) ; une Colonne 100 % contenant Google Maps et le numéro de téléphone.
1. Identifiez la génération de chaque bloc et le nombre de niveaux d'imbrication de la Section 3.
 2. Listez au moins cinq problèmes, en distinguant ceux qui gênent le visiteur (mobile, accessibilité, sémantique) et ceux qui gênent seulement la maintenance.
 3. Pour chaque Section, écrivez son équivalent atomique à l'aide de la table de correspondance : quel conteneur, quelle direction, quels réglages d'espacement.
 4. Décidez, en une phrase argumentée, s'il vaut mieux convertir cette page ou la reconstruire, puis proposez l'ordre des opérations.

Résultat attendu : un plan écrit d'une dizaine de lignes. Il relève notamment : le H1 placé dans la Section 3 alors que le titre du bandeau est un H2 (hiérarchie inversée, chapitre 13) ; la hauteur fixe de 350 px et la marge négative de la Section 2, qui casseront sur mobile ; la Section 4 masquée sur mobile, qui prive justement les visiteurs sur téléphone du plan et du numéro ; la Section interne, dont l'imbrication devient un simple Bloc Div. Il conclut à une reconstruction en atomique (quatre Flexbox « section » avec leur « contenu » à 1140 px, une Grille pour les trois prestations), après sauvegarde et en gardant l'ancienne page en brouillon.

À RETENIR

- Trois générations cohabitent sans problème : **Sections et Colonnes** (2016–2022), **Conteneur classique** (2022), **éléments atomiques** (2026).
- On reconnaît la génération au **nom dans la Structure** et au **nombre d’onglets** : trois (Mise en page, Style, Avancé) pour l’ancien, deux plus Interactions pour l’atomique.
- Dans l’ancien monde, les marges, positions, masquages responsive et effets se trouvent dans l’onglet **Avancé** ; c’est là que l’on lit ce qui « explique » un bloc.
- La conversion Section → Conteneur crée une **copie** sous l’originale et ne mène pas à l’atomique ; on convertit peu, on reconstruit ce qui doit changer, on laisse tranquille ce qui fonctionne.
- Ne jamais désactiver **Conteneur Flexbox** sur un site qui en contient ; sur un site hérité, vérifier d’abord que l’**Éditeur Atomic** est activé.
- Règle du support : on **lit** l’ancien, on **construit** en atomique.

CHAPITRE 12

Responsive : un site qui tient dans la poche

Vous construisez la page sur un grand écran ; le visiteur la découvre sur un téléphone, dans sa main, souvent debout. Ce chapitre explique comment Elementor adapte une même page à toutes les largeurs — les points de rupture et la cascade descendante —, quels réglages on modifie le plus souvent sur tablette et sur mobile, et comment vérifier le résultat. Il clôt la Partie III : après lui, la mise en page tient sur tous les écrans.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne dont la page est belle sur ordinateur et « bizarre » sur téléphone.
ENJEU	Comprendre la cascade des points de rupture pour adapter une page sans la casser, et vérifier sur un vrai appareil avant de publier.
IDÉE CLÉ	On règle d’abord l’ordinateur , puis on corrige en descendant — jamais l’inverse.
PRÉREQUIS	Chapitres 09 et 10.
LECTURE	Environ 18 minutes (+ 30 minutes d’exercice).

12.1 — Le téléphone d’abord, l’ordinateur en premier

Pour un artisan ou un commerce de proximité, la visite type ne ressemble pas à ce que l’on imagine en construisant le site. Elle commence sur un téléphone, par une recherche du genre « menuisier Murol » ou par un clic depuis la fiche Google de l’entreprise ; elle dure une ou deux minutes ; elle se termine par un appel ou par un formulaire. Sans avancer de chiffre précis, on peut dire que, pour la plupart des sites d’entreprises locales, la majorité des visites se fait sur téléphone — et que le site doit donc y être irréprochable. Le paradoxe, c’est que l’éditeur d’Elementor ne fonctionne pas sur téléphone ni sur tablette (chapitre 04) : on construit sur ordinateur ce que l’on lira sur mobile.

DÉFINITION

Responsive — se dit d’une page dont le contenu se réorganise selon la largeur de l’écran : trois cartes côte à côte sur un ordinateur deviennent trois cartes empilées sur un téléphone, avec des titres plus petits et des marges plus courtes. Le contenu est le même ; seule la mise en page change. Elementor rend tout responsive par défaut, mais c’est à vous de décider *comment* chaque bloc se réorganise.

12.2 — Les points de rupture

Un **point de rupture** (*breakpoint*) est une largeur d’écran, en pixels, à partir de laquelle la page change de comportement. Elementor en active trois par défaut, qui correspondent à ses trois vues d’édition : **Ordinateur** (*Desktop*) au-delà de 1024 px, **Tablette** (*Tablet*) de 768 à 1024 px, **Mobile** jusqu’à 767 px. Ces valeurs se lisent et se modifient dans ► **Réglages du site** ► **Mise en page** ► **Points de rupture** (*Breakpoints*), accessible par **Ctrl** + **K** (**Cmd** + **K** sur Mac) ; le bouton **+** de la liste **Points de rupture actifs** permet d’en ajouter jusqu’à quatre autres.

Point de rupture	Largeur par défaut	Ce que cela représente	Actif par défaut
Mobile (portrait)	jusqu'à 767 px	Un téléphone tenu verticalement ; la vue la plus importante après l'ordinateur.	✓
Mobile Paysage (<i>Mobile Landscape</i>)	jusqu'à 880 px	Un téléphone tenu horizontalement.	—
Tablette (portrait)	768 à 1024 px	Une tablette verticale ; aussi une fenêtre d'ordinateur réduite.	✓
Tablette en mode paysage (<i>Tablet Landscape</i>)	jusqu'à 1200 px	Une tablette horizontale ou un petit portable.	—
Portable (<i>Laptop</i>)	jusqu'à 1366 px	Un ordinateur portable d'entrée de gamme.	—
Ordinateur (<i>Desktop</i>)	au-delà de 1024 px	La vue de référence, celle dans laquelle on construit.	✓
Écran large (<i>Widescreen</i>)	à partir de 2400 px	Un très grand moniteur ; seul point de rupture défini par une largeur <i>minimale</i> .	—

Mobile et Tablette ne peuvent pas être supprimés (Centre d'aide Elementor, page « Responsive editing »). Pour un site vitrine de cinq pages, restez sur ces trois vues : chaque point de rupture ajouté est une vue de plus à régler et à vérifier sur chaque page. Ajoutez Mobile Paysage seulement si un bloc pose problème sur un téléphone tenu en travers, et ne touchez aux valeurs par défaut que si vous avez une raison précise.

12.3 — La cascade descendante

Voici la règle qui explique tout le reste. L'édition responsive d'Elementor est **descendante** (*top-down*) : un réglage fait dans la vue Ordinateur s'applique à toutes les vues plus étroites ; un réglage fait en vue Tablette s'applique à la tablette et au mobile ; un réglage fait en vue Mobile ne s'applique qu'au mobile. Jamais l'inverse : rien de ce que vous réglez sur mobile ne remonte vers l'ordinateur. Une seule exception : la vue **Écran large**, dont les réglages ne s'appliquent à aucune autre vue, ni au-dessus ni en dessous.

La cascade descendante : ce qui est réglé en haut s'applique en bas, sauf réglage propre

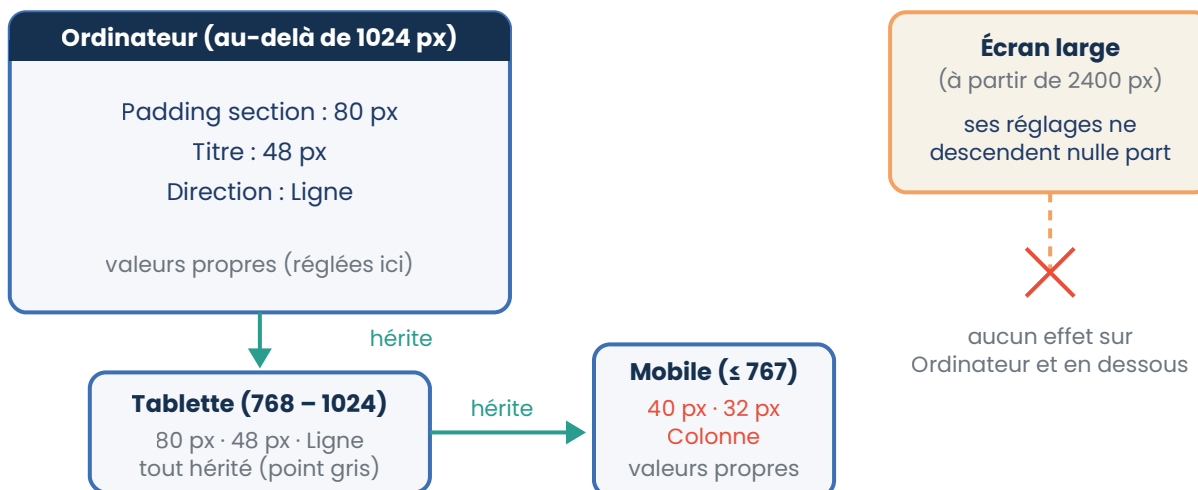


Figure 12.1 — La cascade : la tablette hérite de l'ordinateur ; le mobile a ici ses propres valeurs ; l'Écran large ne transmet rien.

Dans le panneau, une valeur héritée se reconnaît à son aspect : grisée dans les widgets classiques, atténuée et accompagnée d'un **point gris** dans les éléments atomiques, le point indiquant de quelle vue provient la valeur (Centre d'aide, page « Inherited responsive values »). Dès que vous saisissez une valeur dans la vue courante, elle devient une valeur *propre* et cesse de suivre la vue supérieure. C'est utile et dangereux à la fois : utile, parce que c'est ainsi que l'on adapte ; dangereux, parce qu'une valeur propre posée par erreur en vue Mobile ne bougera plus, même si vous changez ensuite l'ordinateur en croyant tout régler d'un coup.

PIÈGE CLASSIQUE

Régler la page en vue Mobile en premier, ou y rester sans s'en apercevoir. Chaque champ touché devient une valeur propre du mobile ; quand vous repassez en vue Ordinateur, tout est à refaire, et vos deux versions divergent silencieusement. Avant chaque série de réglages, regardez l'icône d'appareil allumée dans la barre supérieure ; construisez toujours en vue Ordinateur, puis descendez.

12.4 — Le mode responsive dans l'éditeur

Les trois icônes ordinateur, tablette et mobile de la barre supérieure, ou le raccourci **Ctrl** + **Shift** + **M**, basculent la toile dans la largeur de l'appareil choisi. Hors de la vue Ordinateur, des poignées sur les côtés de la toile permettent d'ajuster la largeur de l'aperçu, pour voir comment la page se comporte entre deux points de rupture (Centre d'aide, page « Mobile editing »). Dans l'Éditeur atomique, **toutes** les options de l'onglet Style sont responsives : il suffit de changer d'appareil dans la barre supérieure, puis de modifier le champ voulu. Dans les widgets classiques, seuls les champs qui portent une petite icône d'appareil se règlent par vue ; cliquer sur cette icône change aussi la vue de la toile.

ASTUCE

Travaillez en trois passes plutôt qu'élément par élément : d'abord toute la page en vue Ordinateur, jusqu'à ce qu'elle soit terminée ; puis toute la page en vue Tablette ; enfin toute la page en vue Mobile. Une passe complète par vue évite les allers-retours et fait apparaître les valeurs héritées d'un seul coup d'œil.

12.5 — Ce que l'on adapte le plus souvent

Une page bien construite (chapitres 09 et 10) demande peu d'adaptations, toujours les mêmes. Les voici, dans l'ordre où elles reviennent en atelier.

LA DIRECTION : DE LA LIGNE À LA COLONNE

C'est l'adaptation reine. Trois cartes en Direction Ligne sur ordinateur deviennent illisibles à 375 px de large. En vue Mobile, on passe le Flexbox parent en Direction **Colonne** : les cartes s'empilent, et l'Écart, qui suivait l'horizontale, s'applique maintenant à la verticale sans autre réglage. Pour une Grille, on réduit le nombre de colonnes (trois sur ordinateur, deux sur tablette, une sur mobile). Sur tablette, une rangée de trois cartes tient souvent encore, avec un Écart réduit à 24 px ; c'est au cas par cas.

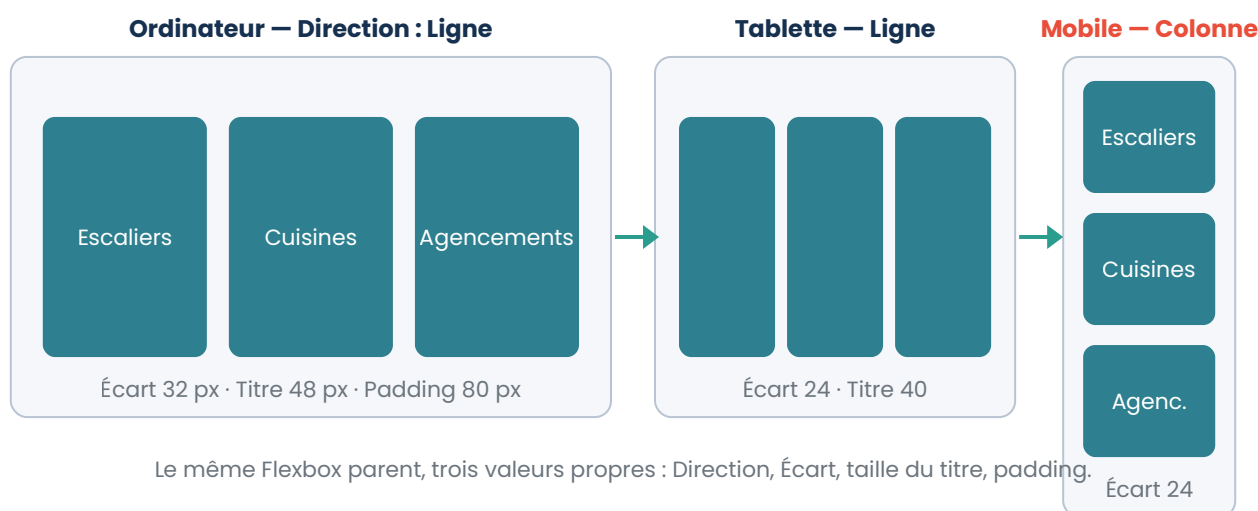


Figure 12.2 — Trois cartes en Ligne sur ordinateur et tablette, en Colonne sur mobile : un seul réglage du parent suffit.

LES TITRES, LES ESPACEMENTS, LES LARGEURS

Un titre de 48 px occupe deux ou trois lignes sur un téléphone ; on le ramène à 32 px en vue Mobile (36 à 40 px en tablette), dans la section Typographie du chapitre 13. Le padding de section passe de 80 px à 40 px en haut et en bas, et l'on vérifie que le padding latéral de 20 à 24 px est bien hérité : c'est lui qui empêche le texte de toucher le bord. Les largeurs en pourcentage réglées au chapitre 09 (50 % pour l'image et le texte de la section « atelier ») repassent à 100 % en Mobile, en même temps que le parent passe en Colonne.

MASQUER, RÉORDONNER

Pour cacher un élément sur une vue, l'Éditeur atomique utilise la section ► **Style** ► **Mise en page** réglée sur **Aucun** dans la vue voulue ; les widgets classiques ont les cases ► **Avancé** ► **Responsive** ► **Masquer sur**. Faites-en un usage rare : un élément masqué est tout de même chargé par le

navigateur, et surtout, l'information qu'il porte disparaît pour le visiteur — l'exercice 11.1 a montré un plan et un numéro de téléphone masqués justement sur l'appareil où l'on en a besoin. Masquez une image décorative, jamais un contenu. Pour changer l'ordre — afficher l'image *après* le texte sur mobile, alors qu'elle est à gauche sur ordinateur —, l'enfant d'un Flexbox ou d'une Grille dispose du réglage **Order**, qui se règle lui aussi par vue.

IMAGES, BOUTONS, MENUS

Les images d'arrière-plan gagnent à être recadrées plus haut que large sur mobile (chapitre 14), et un bandeau de 90 vh sur ordinateur se contente souvent de 60 vh sur téléphone. Les boutons passent en pleine largeur pour offrir une cible facile au pouce (chapitre 15), et le lien « Appeler » en **tel:** devient l'élément le plus important de la page. Le menu, enfin, se replie derrière une icône à partir d'un point de rupture que le widget Menu WordPress permet de choisir (chapitre 24).

- 1 **Terminez la vue Ordinateur.** Sur la page « Accueil », vérifiez que la section « Prestations » est complète : trois cartes en Ligne, Écart 32 px, padding 80 px. Enregistrez (**Ctrl** + **S**).
- 2 **Passez en Tablette** (icône de la barre supérieure). Sélectionnez « Contenu prestations » : ses champs affichent des valeurs atténuées avec un point gris, héritées de l'ordinateur. Réglez seulement l'Écart à 24 px. Sélectionnez la section, padding haut et bas 60 px.
- 3 **Passez en Mobile.** Sur « Contenu prestations », Direction **Colonne**, Aligner les éléments **Stretch**. Sur la section, padding haut et bas 40 px ; vérifiez que les 24 px latéraux sont bien hérités.
- 4 **Adaptez le titre.** Sélectionnez le Titre H1 du bandeau et, toujours en vue Mobile, réglez la taille à 32 px dans Typographie.
- 5 **Repassez en Ordinateur.** Rien n'a dû bouger : c'est la preuve que vous avez travaillé en descendant. Enregistrez et ouvrez l' **Aperçu**.

12.6 — Vérifier sur un vrai téléphone

La vue Mobile de l'éditeur simule une largeur, pas un téléphone : elle ignore la barre d'adresse qui change la hauteur visible, la taille réelle du pouce, la lenteur d'une connexion à la campagne et la manière dont chaque navigateur affiche les polices. Avant de publier une page, ouvrez l'Aperçu, envoyez-vous l'adresse et parcourez la page sur votre propre téléphone, puis, si possible, sur un second appareil d'une autre marque. La liste suivante tient sur une main.

- ☐ Aucun défilement horizontal : la page ne « glisse » pas de gauche à droite quand on la touche.
- ☐ Tout le texte se lit sans zoomer (corps d'au moins 16 px).
- ☐ Les titres tiennent en deux lignes au plus, sans mot coupé bizarrement.
- ☐ Chaque bouton et chaque lien se touche facilement du pouce, sans en toucher un autre.
- ☐ Les images ne sont ni écrasées ni coupées sur un visage ou un détail important.
- ☐ Le lien « Appeler » lance bien un appel ; le formulaire s'ouvre et se remplit sans lutte.
- ☐ Le menu s'ouvre, se ferme et mène à chaque page.
- ☐ Aucun contenu utile n'est masqué sur mobile.
- ☐ La page se charge en quelques secondes sur le réseau mobile, pas seulement en wifi.

À ÉVITER

Une largeur fixe en pixels (une image à 600 px, un conteneur à 1140 px sans « max ») qui déborde d'un écran de 375 px et crée un défilement horizontal ; une hauteur fixe qui tronque le texte ; régler d'abord le mobile ; masquer la moitié de la page « parce que ça ne rentre pas ».

À FAIRE

Des largeurs en pourcentage et des largeurs *maximales* en pixels ; des hauteurs minimales ; l'ordinateur d'abord, puis une passe complète par vue ; réorganiser plutôt que masquer ; tester sur un vrai téléphone avant de cliquer sur Publier.

À SAVOIR

Le défilement horizontal a presque toujours une seule cause : un élément plus large que l'écran. Pour le trouver, passez en vue Mobile, ouvrez la Structure et parcourez les éléments un à un en observant la toile ; le coupable est celui dont le liseré dépasse à droite. Une largeur fixe en px, une marge négative ou un padding latéral trop généreux sur un enfant en sont les explications habituelles.

🔗 EXERCICE 12.1 — LA PAGE D'ACCUEIL PARFAITE EN TABLETTE ET EN MOBILE**30 MIN**

Objectif : rendre toute la page d'accueil de Menuiserie Roche irréprochable sur les trois vues, en appliquant la cascade descendante et la checklist du chapitre.

1. En vue Ordinateur, parcourez la page dans la Structure et notez sur papier, pour chaque section, les trois valeurs à adapter : direction du contenu, taille du titre, padding.
2. Passez en vue Tablette et faites une passe complète : Écart des rangées à 24 px, padding de section à 60 px, titre du bandeau à 40 px. Ne touchez à rien d'autre ; observez les points gris des valeurs héritées.
3. Passez en vue Mobile et faites une passe complète : toutes les rangées de cartes en Direction **Colonne** (trois colonnes deviennent une), section « atelier » en Colonne avec image et texte à 100 %, titre H1 de 48 à 32 px, padding de section de 80 à 40 px, hauteur minimale du bandeau à 60 vh.
4. Sur la section « atelier », en Mobile, utilisez **Order** pour afficher le texte avant l'image, puis décidez quelle version vous préférez.
5. Vérifiez le badge « Depuis 2009 » du chapitre 10 dans les deux vues : il doit rester dans le coin de l'image.
6. Enregistrez, ouvrez l'Aperçu sur votre téléphone et cochez chaque ligne de la checklist de la section 12.6. Corrigez, puis publiez.

Résultat attendu : une page d'accueil qui, sur téléphone, se lit de haut en bas sans zoom ni défilement horizontal, avec des cartes empilées, un titre en deux lignes, des sections respirant à 40 px et un bouton d'appel accessible au pouce ; sur ordinateur, rien n'a changé depuis le chapitre 10. Vous savez expliquer, avec la figure 12.1, pourquoi une valeur réglée en Mobile ne remonte jamais.

À RETENIR

- Trois points de rupture par défaut — **Ordinateur** au-delà de 1024 px, **Tablette** de 768 à 1024, **Mobile** jusqu'à 767 — réglables dans Réglages du site › Mise en page ; quatre autres peuvent être ajoutés, à n'utiliser qu'en cas de besoin.
- La cascade est **descendante** : un réglage s'applique à sa vue et à toutes les vues plus étroites ; jamais vers le haut ; l'Écran large ne transmet rien.
- Une valeur héritée est atténuée avec un **point gris** ; dès qu'on la modifie, elle devient propre à la vue et cesse de suivre.
- On construit en vue **Ordinateur**, puis une passe complète en Tablette, puis en Mobile — jamais le mobile en premier.
- Les adaptations habituelles : Direction Ligne → **Colonne**, titres plus petits, padding réduit, largeurs à 100 %, Order pour réordonner ; on masque rarement, jamais un contenu utile.
- Ni largeur ni hauteur **fixes** en pixels ; et l'on vérifie sur un **vrai téléphone** avant de publier.

Contenu et style

Texte, images, boutons, widgets, arrière-plans, puis le système de design qui rend tout cela cohérent et modifiable en un clic.

13 Le texte : Titre, Paragraphe, Éditeur de texte et typographie

14 Images, SVG et vidéos

15 Boutons, liens et appels à l'action

16 Les widgets classiques indispensables

17 Arrière-plans, bordures, ombres et effets

18 Le système de design : Variables, Classes et États

19 Réglages du site : couleurs, polices, identité, mise en page

20 Animations et interactions

CHAPITRE 13

Le texte : Titre, Paragraphe, Éditeur de texte et typographie

Un site vitrine est d'abord fait de mots : un slogan, des titres, des descriptions de prestations, des coordonnées. Maintenant que vous savez construire des boîtes (chapitres 09 à 12), ce chapitre ouvre la partie « Contenu et style » par la matière première la plus importante, le texte : quels éléments l'écrivent, comment hiérarchiser les titres, et comment régler une typographie lisible sur tous les écrans.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui doit écrire et mettre en forme les textes d'un site.
ENJEU	Des titres bien hiérarchisés et un texte lisible sur tous les écrans, sans nuire au référencement ni à l'accessibilité.
IDÉE CLÉ	Une balise de titre dit ce que le texte est , jamais la taille qu'il fait.
PRÉREQUIS	Chapitres 05, 06, 07 (la page d'accueil existe) et 09.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 35 minutes d'exercices).

13.1 — Trois outils pour écrire

Elementor propose trois éléments pour poser du texte, et le débutant hésite souvent entre eux. Le **Titre** (*Heading*) atomique écrit une ligne de titre, portée par une balise H1 à H6. Le **Paragraphe** (*Paragraph*) atomique écrit un paragraphe de texte courant, avec des mots en gras ou en italique et des liens. L'**Éditeur de texte** (*Text Editor*), widget classique, ouvre une petite fenêtre de traitement de texte capable d'enchaîner plusieurs paragraphes, des listes à puces et des citations.

La règle du support est simple. Pour tout ce qui se lit d'un coup d'œil — un titre, un sous-titre, la phrase d'accroche d'une carte —, on prend le Titre et le Paragraphe atomiques : ils sont légers, entièrement responsives, et ils acceptent les classes et les variables du chapitre 18. Pour un texte long et structuré — la page « À propos », les mentions légales, une liste d'étapes —, on prend l'Éditeur de texte, parce qu'il sait faire des listes et tenir plusieurs paragraphes dans un seul élément.

DÉFINITION

Balise (*tag*) — l'étiquette invisible que le navigateur lit pour savoir ce qu'est un morceau de page : un titre de niveau 1 (`h1`), un paragraphe (`p`), un lien (`a`). Le visiteur ne la voit pas ; Google et les lecteurs d'écran, si. Choisir la bonne balise, c'est décrire son contenu, pas le décorer.

13.2 — La hiérarchie des titres, de H1 à H6

Le web connaît six niveaux de titre, de H1 (le plus important) à H6 (le plus fin). Ils forment le plan de la page, exactement comme les titres de chapitre et de section d'un rapport. Trois règles suffisent pour ne jamais se tromper.

Un seul H1 par page. Le H1 est le titre de la page, celui qui dit de quoi elle parle. Sur l'accueil de la Menuiserie Roche, c'est le slogan « Le bois, sur mesure, depuis 2009 » ; sur la page Prestations, ce sera « Escaliers, cuisines et agencements sur mesure ». Deux H1 sur une page, ce sont deux sujets annoncés : le moteur de recherche ne sait plus lequel retenir.

Un ordre logique, sans saut. Après le H1 viennent des H2 pour les grandes parties, puis des H3 pour les subdivisions de chaque H2. On ne passe pas d'un H2 à un H4 : ce serait ouvrir une sous-partie sans sous-partie. Voici le plan de la page d'accueil telle que le chapitre 07 l'a laissée, une fois les balises bien choisies :

- H1 — Le bois, sur mesure, depuis 2009
- H2 — Nos prestations, puis trois H3 : Escaliers, Cuisines, Agencements
- H2 — Ils nous font confiance (témoignages)
- H2 — Parlons de votre projet (appel à devis)

Jamais une balise pour sa taille. C'est l'erreur la plus fréquente : on veut un titre plus petit et l'on choisit H4 « parce que c'est plus petit ». La balise décrit la place du titre dans le plan ; la taille se règle à part, dans l'onglet Style. Un H2 peut faire 24 px si la maquette le demande, il restera un H2 pour Google et pour la personne qui navigue avec un lecteur d'écran.

PIÈGE CLASSIQUE

Le thème Hello affiche lui-même le titre WordPress de la page, en H1, au-dessus du contenu (c'est ce que désigne le « Sélecteur de titre de page » des Réglages du site, réglé sur `h1.entry-title`). Si vous construisez votre propre H1 dans Elementor, la page en compte deux. Ouvrez les Réglages de page (l'engrenage de la barre supérieure) et activez **Masquer le titre** (*Hide Title*) sur chaque page construite avec Elementor.

À SAVOIR

Les lecteurs d'écran, utilisés par les personnes malvoyantes, proposent de « sauter de titre en titre » pour parcourir une page comme on feuillette un sommaire. Une hiérarchie propre n'est donc pas une coquetterie de référencement : c'est ce qui rend votre site navigable pour tous, et c'est l'un des points contrôlés au chapitre 34.

13.3 — L'élément Titre

Déposez un Titre depuis le panneau (catégorie Éléments atomiques). Son onglet **Général** tient en quatre champs : le texte du titre, la **Balise** (*Tag*, de H1 à H6), un **Lien** facultatif, et un champ **ID** qui donne un nom unique à l'élément — il servira aux ancres du chapitre 15. Depuis la version 3.35, le texte s'édite aussi directement sur la toile : un double-clic sur le titre ouvre la saisie en place. Pour un titre, on s'en tient au texte brut ; du gras ou de l'italique à l'intérieur d'un titre nuisent plus qu'ils n'aident.

- 1 Déposez un Titre** dans le Flexbox « Nos prestations » de la page d'accueil, au-dessus des trois blocs.
- 2 Saisissez le texte** `Nos prestations`, dans le panneau ou par double-clic sur la toile.
- 3 Choisissez la balise** **H2** : c'est une grande partie de la page, sous le H1 du bandeau.
- 4 Passez dans l'onglet Style**, section **Typographie** : famille `Playfair Display`, taille `36` px, graisse `700`, couleur anthracite `#2B2B2B`.

- 5 **Vérifiez dans la Structure** (**Ctrl** + **I**, **Cmd** + **I** sur Mac) que le Titre est bien l'enfant du bon Flexbox, puis enregistrez avec **Ctrl** + **S**.

BONNE PRATIQUE

Renommez vos Titres dans la Structure (« H1 Slogan », « H2 Prestations »). Quand la page comptera vingt éléments de texte, vous retrouverez en une seconde celui qui porte le H1 — l'exercice 13.2 vous le fera vérifier.

13.4 — Le Paragraphe et l'Éditeur de texte

LE PARAGRAPHE ATOMIQUE

Le Paragraphe produit exactement une balise `p`. Son onglet Général contient le texte et un lien facultatif ; sur la toile, le double-clic permet de sélectionner quelques mots et de les passer en gras ou en italique, ou d'y poser un lien, grâce à une petite barre de mise en forme. Un Paragraphe par paragraphe : si votre texte en compte trois, déposez trois Paragraphes dans un Flexbox en colonne avec un écart de 16 px, ou passez à l'Éditeur de texte. Cette discipline paraît lourde ; elle rend en échange chaque paragraphe déplaçable, stylable et responsive séparément.

L'ÉDITEUR DE TEXTE CLASSIQUE

Ce widget ouvre l'éditeur visuel de WordPress, TinyMCE, avec ses deux onglets **Visuel** et **Texte**. En mode Visuel, vous disposez des outils d'un traitement de texte simplifié : gras, italique, listes à puces et numérotées, citation, alignement, lien, couleur. En mode Texte, vous voyez le HTML et pouvez y coller un petit tableau ou un code fourni par un tiers. Le widget ajoute deux options rares ailleurs : la mise en **Colonnes** d'un texte long (deux ou trois colonnes de journal) et la **Lettrine** (*Drop Cap*).

C'est un widget classique : il a trois onglets (Contenu, Style, Avancé) et sa typographie de départ vient des Polices globales des Réglages du site (chapitre 19), non des variables atomiques. On l'utilise pour les textes longs ; on ne l'utilise pas pour les titres, car ses titres internes (menu déroulant « Titre 2 », « Titre 3 ») sont bien plus difficiles à styler que des éléments Titre séparés.

DÉFINITION

TinyMCE — le petit éditeur de texte enrichi intégré à WordPress depuis ses débuts, celui de « l'éditeur classique » d'avant Gutenberg. Il transforme vos clics sur « gras » ou « liste » en balises HTML, sans que vous ayez à les écrire.

13.5 — La typographie dans l'onglet Style

Pour tout élément atomique, la section **Typographie** (*Typography*) de l'onglet Style rassemble les mêmes réglages. Les voici dans l'ordre où vous les rencontrez, avec ce qu'un site vitrine en fait.

La famille de police (*font family*). Le menu regroupe les polices système (celles déjà installées sur l'appareil du visiteur : Arial, Georgia, Verdana...), le catalogue Google Fonts et, en Pro, vos polices personnalisées. La Menuiserie Roche a choisi Playfair Display pour les titres et Source Sans 3 pour le texte : deux familles, pas plus. Chaque famille supplémentaire est un fichier de plus à télécharger.

La taille. Trois unités sont utiles. Le **pixel** (px) est absolu : 17 px, c'est 17 px partout. L'**em** se mesure par rapport à la taille de texte de l'élément parent. Le **rem** (*root em*) se mesure par rapport à la taille de base du site, 16 px par défaut dans les navigateurs : 1 rem vaut 16 px, 1.5 rem vaut 24 px. Nous recommandons le rem pour le texte courant et les titres : si un visiteur a agrandi la taille de police de son navigateur pour mieux lire, tout votre texte suit. Le pixel reste pratique pour les petits éléments (badges, légendes) et pour les valeurs que vous réglez à l'œil.

La graisse (*font weight*) : 400 pour le texte normal, 600 ou 700 pour les titres et les mots à faire ressortir. **L'interligne** (*line height*) s'exprime sans unité : 1.6 pour un texte courant aéré, 1.1 à 1.2 pour un grand titre sur deux lignes, sinon les lignes se retrouvent trop écartées. **L'espacement des lettres** (*letter spacing*) sert surtout aux petits textes en capitales (un léger 0.05 em les rend lisibles) ; on ne le touche pas ailleurs. **La transformation** (*text transform*) passe un texte en capitales ou en minuscules sans le retaper ; **la décoration** (*text decoration*) souligne — réservez le soulignement aux liens, sinon vos visiteurs cliqueront sur des mots inertes. **L'alignement** : à gauche pour tout ce qui dépasse deux lignes, centré pour un titre court ou une accroche, jamais justifié sur le web (les espaces irréguliers gênent la lecture). Enfin, **la couleur** du texte se règle dans la même section.

- 1 **Sélectionnez le Paragraphe** du bandeau d'accueil et ouvrez **Style > Typographie**.
- 2 **Choisissez la famille** Source Sans 3 dans la liste (tapez les premières lettres pour filtrer).
- 3 **Réglez la taille** : changez l'unité en **rem** puis saisissez 1.0625 (soit 17 px). Graisse 400, interligne 1.6.
- 4 **Réglez la couleur** sur l'antracite #2B2B2B et l'alignement à gauche.
- 5 **Passez en vue Mobile** (**Ctrl** + **Shift** + **M**) : descendez la taille à 1 rem si le texte paraît trop grand. La valeur ordinateur reste inchangée (chapitre 12).

ATTENTION

Google Fonts et RGPD. Par défaut, une police Google est téléchargée depuis les serveurs de Google à chaque visite, ce qui leur transmet l'adresse IP du visiteur ; en 2022, un tribunal allemand a condamné un site pour ce seul motif. La pratique recommandée en Europe est d'héberger les fichiers de police sur son propre serveur. Dans Elementor, le réglage se trouve dans ► **Elementor > Éditeur > Réglages > Avancé** : l'option **Google Fonts** permet de désactiver le chargement depuis Google, et **Chargement de Google Fonts** (*Google Fonts Load*) règle la façon dont le texte s'affiche en attendant la police (**Swap** évite le texte invisible). Une fois le chargement Google coupé, on fournit les fichiers soi-même : avec Elementor Pro, dans ► **Elementor > Éditeur > Éléments personnalisés > Polices personnalisées** (fichiers .woff2 obtenus depuis Google Fonts ou un outil gratuit de conversion) ; sans Pro, par le thème ou une extension dédiée. Le chapitre 35 revient sur les cookies et les ressources tierces.

ELEMENTOR PRO

Les **Polices personnalisées** (*Custom Fonts*) sont réservées à Elementor Pro, dès le plan Essential. Elles servent à deux choses : héberger localement une police Google (point ci-dessus) et utiliser une police achetée ou fournie par votre graphiste. Une fois téléversée, la police apparaît dans le menu de famille comme n'importe quelle autre.

13.6 — Lisibilité : taille, longueur de ligne, contraste

Une belle police mal réglée se lit mal. Trois mesures font la différence, et toutes trois se règlent dans Elementor sans code.

La taille du corps de texte : entre 16 et 18 px sur ordinateur, jamais en dessous de 16 px sur mobile. Les navigateurs de téléphone zooment d'eux-mêmes sur les champs de texte trop petits, ce qui casse la mise en page. Le fil rouge retient 17 px, soit 1,0625 rem.

La longueur de ligne : entre 45 et 75 caractères par ligne, espaces comprises, soit environ 10 à 12 mots. Au-delà, l'œil se perd en revenant à la ligne ; c'est ce qui rend illisible un paragraphe étiré sur toute la largeur d'un écran de 1 920 px. La parade est un réglage de **Largeur max** (*Max width*) dans la section **Taille** de l'onglet Style : 720 px pour un texte de 17 px ; si votre version propose une unité personnalisée, 65ch (l'unité *ch* vaut à peu près la largeur d'un caractère) fait le même travail en s'adaptant à la police. Appliquez-la au Paragraphe lui-même ou au Flexbox qui contient le texte.

Le contraste entre le texte et son fond. La référence internationale (WCAG, niveau AA) demande un rapport d'au moins 4,5:1 pour le texte courant et 3:1 pour les grands titres. Sur le fond blanc cassé #FAF7F2 de la Menuiserie Roche, l'anthracite #2B2B2B atteint environ 13:1 : parfait pour le corps de texte. Le bois chaud #A8663C plafonne vers 4,2:1 : convenable pour un grand titre, insuffisant pour un texte de 17 px. Le vert sauge #7A9E7E descend à 2,8:1 : à réserver aux fonds, aux filets et aux éléments décoratifs, jamais à un texte. Des vérificateurs de contraste gratuits existent en ligne ; le chapitre 34 en explique l'usage.

Reste le cas du **texte posé sur une photo** : le contraste change d'une zone à l'autre de l'image, et un titre blanc peut devenir illisible sur un ciel clair. La solution est un voile de couleur entre la photo et le texte ; le chapitre 14 la met en œuvre sur le bandeau d'accueil.

UNE ÉCHELLE TYPOGRAPHIQUE POUR UN SITE VITRINE

Plutôt que de régler chaque titre à l'instinct, fixez une fois pour toutes une échelle : quelques tailles, toujours les mêmes, qui donnent au site son rythme. Celle-ci convient à la plupart des sites de TPE ; adaptez-la à vos polices (Playfair Display, génèreuse, supporte des titres un peu plus petits que la moyenne).

Élément	Ordinateur	Mobile	Interligne	Graisse et remarques
H1 (titre de page)	44 à 56 px (2,75 à 3,5 rem)	32 à 36 px	1,1	700 ; police de titres ; un seul par page
H2 (grande partie)	32 à 36 px (2 à 2,25 rem)	26 à 28 px	1,2	700 ; police de titres
H3 (sous-partie, titre de carte)	24 px (1,5 rem)	20 à 22 px	1,25	600 ou 700 ; police de titres ou de texte

Élément	Ordinateur	Mobile	Interligne	Graisse et remarques
H4 et au-delà	20 px (1,25 rem)	18 px	1,3	600 ; rarement utile sur un site vitrine
Corps de texte	17 px (1,0625 rem)	16 px	1,6	400 ; largeur max 720 px ou 65 ch
Accroche (sous le H1)	20 px (1,25 rem)	18 px	1,5	400 ; une ou deux phrases
Petit texte (légendes, mentions)	14 px (0,875 rem)	14 px	1,5	400 ; jamais en dessous de 14 px
Bouton	16 à 17 px	16 px	1	600 ; voir chapitre 15

Les valeurs en rem supposent la base de 16 px des navigateurs. Les tailles mobiles s'appliquent en vue Mobile (chapitre 12) ; la vue Tablette hérite le plus souvent des valeurs ordinateur sans retouche.

Deux polices, une échelle, un contraste : le reste de la typographie n'est que de la constance.

EXERCICE 13.1 — LA TYPOGRAPHIE DE LA MENUISERIE ROCHE

25 MIN

Objectif : appliquer sur toute la page d'accueil le couple Playfair Display (titres) / Source Sans 3 (texte), à l'échelle du tableau ci-dessus, sur ordinateur et sur mobile.

1. Dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages** ► **Avancé**, vérifiez l'état de l'option Google Fonts et notez-le : vous déciderez au chapitre 35 de l'hébergement local des polices. Réglez **Chargement de Google Fonts** sur **Swap**.
2. Ouvrez la page Accueil dans Elementor. Sélectionnez le Titre H1 du bandeau : Playfair Display, 3.25 rem (52 px), graisse 700, interligne 1,1, couleur anthracite, alignement centré.
3. Réglez le Titre H2 « Nos prestations » (36 px, soit 2.25 rem) et les trois H3 des blocs (1.5 rem, graisse 700, Playfair Display).
4. Réglez chaque Paragraphe : Source Sans 3, 1.0625 rem, graisse 400, interligne 1,6, couleur anthracite, largeur max 720 px pour l'accroche du bandeau.
5. Passez en vue Mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M**) : H1 à 2.125 rem (34 px), H2 à 1.75 rem, H3 à 1.375 rem, texte à 1 rem. Revenez en vue Ordinateur et vérifiez que rien n'a bougé.
6. Vérifiez le contraste de chaque texte coloré : aucun texte de moins de 24 px en bois chaud ou en vert sauge.
7. Enregistrez (**Ctrl** + **S**), ouvrez l'Aperçu sur ordinateur, puis sur votre téléphone.

Résultat attendu : une page d'accueil dont tous les titres sont en Playfair Display et tout le texte en Source Sans 3, aux tailles de l'échelle, lisible sur téléphone sans zoomer. Vous avez répété les mêmes réglages sur une dizaine d'éléments : c'est précisément la répétition que les Classes du chapitre 18 vont supprimer.

 EXERCICE 13.2 — L'AUDIT DES TITRES**10 MIN**

Objectif : vérifier la hiérarchie des balises de la page d'accueil avec la Structure.

1. Ouvrez la Structure (**Ctrl** + **I**) et renommez chaque Titre avec sa balise et son rôle : « H1 Slogan », « H2 Prestations », « H3 Escaliers »...
2. Listez sur papier les balises dans l'ordre où elles apparaissent sur la page. Il doit y avoir un seul H1, en premier ; chaque H3 doit suivre un H2.
3. Ouvrez les Réglages de page et confirmez que **Masquer le titre** est activé.
4. Corrigez toute balise choisie « pour sa taille », puis rétablissez la taille voulue dans Style › Typographie.

Résultat attendu : une liste de la forme H1, H2, H3, H3, H3, H2, H2 — sans doublon de H1 ni saut de niveau — et des noms parlants dans la Structure.

À RETENIR

- Le **Titre** et le **Paragraphe** atomiques servent aux textes courts et structurés ; l'**Éditeur de texte** classique sert aux textes longs avec listes.
- Une page a **un seul H1**, puis des H2 et des H3 dans l'ordre, et la balise ne se choisit **jamais pour sa taille** ; masquez le titre du thème sur les pages Elementor.
- La section **Typographie** de l'onglet Style règle famille, taille, graisse, interligne, espacement, transformation, décoration, alignement et couleur ; préférez le **rem** au pixel.
- Lisibilité : corps de texte de **16 à 18 px**, lignes de **45 à 75 caractères** (largeur max 720 px), contraste d'au moins **4,5:1**.
- Les polices Google chargées depuis Google posent une question de **RGPD** : le réglage est dans Elementor › Éditeur › Réglages › Avancé, l'hébergement local passe par les Polices personnalisées (Pro) ou le thème.
- Fixez une **échelle typographique** (H1 44-56, H2 32-36, H3 24, corps 17) et tenez-vous-y sur toutes les pages.

CHAPITRE 14

Images, SVG et vidéos

Une menuiserie se vend par ses photos : un escalier en chêne, une cuisine posée, un atelier. Ce chapitre explique comment préparer une image avant de la téléverser, comment l'afficher avec l'élément Image, ce qu'est un SVG et quand l'employer, comment poser une photo en arrière-plan d'un bandeau sans sacrifier la lisibilité du texte, et comment intégrer une vidéo sans alourdir la page. Il vient juste après la typographie parce que texte et image se règlent l'un contre l'autre.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui doit mettre des photos, un logo ou une vidéo sur un site.
ENJEU	Des images belles et légères, un texte lisible par-dessus, et aucune surprise de poids ou de conformité.
IDÉE CLÉ	Une image se prépare avant d'entrer dans WordPress ; après, il est trop tard pour la rendre légère.
PRÉREQUIS	Chapitres 03, 07, 09 et 13.
LECTURE	Environ 18 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

14.1 — Préparer une image avant de la téléverser

Le chapitre 03 l'a dit : sur une page vitrine typique, les images représentent la plus grosse part du poids téléchargé. Une photo prise avec un téléphone récent mesure 4 000 pixels de large et pèse entre 3 et 8 Mo ; affichée dans une carte de 400 px, elle est dix fois trop grande. WordPress en fabrique des versions réduites, mais il conserve l'original et ne le compresse pas vraiment. La bonne habitude est donc de préparer chaque image *avant* de la téléverser, en quatre gestes : choisir le format, réduire les dimensions, compresser, nommer.

CHOISIR LE FORMAT

Format	Pour quoi	Points forts	Limites
JPG (JPEG)	Photos	Universel ; bonne compression des photos	Pas de transparence ; perd un peu de qualité à chaque enregistrement
PNG	Logos à plat, captures d'écran, images avec transparence	Sans perte ; fond transparent	Très lourd pour une photo
WebP	Photos et graphiques destinés au web	Nettement plus léger que le JPG à qualité égale ; transparence possible ; accepté par WordPress et par les navigateurs actuels	Peu d'appareils photo le produisent : il faut convertir
AVIF	Photos destinées au web	Encore plus léger que le WebP ; accepté par WordPress depuis la version 6.5	Conversion plus lente ; quelques navigateurs anciens l'ignorent

Format	Pour quoi	Points forts	Limites
SVG	Logos, icônes, pictogrammes	Vectériel : net à toutes les tailles, poids minuscule, recolorable	Jamais pour une photo ; téléversement à autoriser (section 14.4)
GIF	Petites animations	Animé, universel	256 couleurs, très lourd : préférez une courte vidéo

En pratique : les photos en WebP (ou en JPG si votre outil ne sait pas convertir), le logo en SVG, un PNG seulement quand il faut de la transparence sur une image qui n'est pas un logo. Les photos HEIC des iPhone doivent être converties avant tout : WordPress ne les accepte pas telles quelles.

RÉDUIRE, COMPRESSER, NOMMER

Les dimensions se règlent sur l'usage. Une photo de bandeau pleine largeur se prépare à 1 600 ou 2 000 px de large — au-delà, aucun écran courant n'en profite ; une image de carte ou de galerie à 800 ou 1 200 px ; un logo en pixels à 400 px de large (ou, mieux, en SVG). **Le poids** vise moins de 200 à 300 Ko pour un bandeau et moins de 100 Ko pour une image de carte. Un outil de compression gratuit, en ligne ou sur l'ordinateur, réduit dimensions et poids en une opération ; une qualité de 75 à 82 % est invisible à l'œil sur une photo. **Le nom du fichier** compte aussi : `escalier-chene-murol.webp` renseigne les moteurs de recherche, `IMG_4521.JPG` ne dit rien. Minuscules, tirets, sans accents ni espaces.

MÉTHODE

Avant chaque téléversement : (1) recadrer la photo au format voulu (4:3 pour les galeries, 16:9 ou plus large pour un bandeau) ; (2) la réduire à la largeur d'usage ; (3) l'exporter en WebP à 80 % ; (4) vérifier le poids ; (5) la renommer. Trente secondes par image, et un site deux à trois fois plus léger à l'arrivée.

LE TEXTE ALTERNATIF

Le **texte alternatif** (*alt text*) est une phrase courte qui décrit l'image pour qui ne la voit pas : la personne qui navigue avec un lecteur d'écran, le moteur de recherche, ou le visiteur dont la connexion a échoué. « Escalier quart tournant en chêne massif, réalisation à Murol » vaut mieux que « escalier », et infiniment mieux que rien. On le renseigne dans la Médiathèque, une fois pour toutes ; une image purement décorative (un motif de fond) peut garder un texte alternatif vide.

14.2 — La Médiathèque et les tailles générées

Toute image passe par la **Médiathèque** de WordPress (► **Médias** ► **Ajouter**, ou directement depuis le sélecteur d'image d'Elementor). À chaque téléversement, WordPress fabrique automatiquement plusieurs copies réduites : une miniature carrée de 150 px, une taille moyenne de 300 px, une grande de 1 024 px, puis des versions de 1 536 et 2 048 px, sans compter l'original. Les valeurs des trois premières se modifient dans ► **Réglages** ► **Médias**. Si l'original dépasse 2 560 px, WordPress en crée en outre une version réduite qu'il sert à la place — mais il garde le fichier lourd sur le serveur, d'où l'intérêt de réduire avant.

Ces tailles expliquent le champ **Résolution** (*Resolution*) que vous verrez sur l'élément Image : il choisit laquelle de ces copies la page télécharge. Pour une carte de 400 px de large, la taille « Moyenne » ou « Medium Large » (768 px) suffit ; réserver la taille originale aux bandeaux, c'est diviser le poids d'une galerie par cinq.

BONNE PRATIQUE

Dans la Médiathèque, cliquez sur une image pour renseigner d'un coup son **Texte alternatif**, son titre et, si utile, sa légende. Elementor reprend le texte alternatif de la Médiathèque : vous n'aurez pas à le retaper à chaque utilisation de l'image.

14.3 — L'élément Image

L'**Image** atomique affiche une image de la Médiathèque. Son onglet **Général** propose l'image elle-même, la **Résolution** et un **Lien** (vers une page du site ou une adresse externe). L'onglet **Style** est celui de tous les atomes : c'est dans **Taille** que se règlent la largeur et la hauteur, dans **Bordure** que se dessinent les coins arrondis, dans **Effets** que s'ajoutent une ombre ou un filtre.

Un point mérite explication : que se passe-t-il quand la boîte n'a pas les proportions de l'image ? Par défaut, l'image se déforme ou déborde. Le réglage d'**ajustement de l'objet** (*object-fit*), proposé avec les réglages de taille, répond à la question : **Cover** remplit la boîte en recadrant ce qui dépasse (le cas habituel pour une photo), **Contain** montre l'image entière en laissant du vide (le cas d'un logo). Avec Cover, une position d'objet permet de choisir la zone conservée (le centre, le haut...).

- 1 **Déposez une Image** dans le premier Bloc Div « Escaliers » de la page d'accueil, au-dessus du Titre H3.
- 2 **Choisissez la photo** `escalier-chene-muroi.webp` dans la Médiathèque (téléversez-la si besoin, avec son texte alternatif).
- 3 **Régalez la Résolution** sur **Medium Large** : l'image sera affichée à moins de 400 px de large.
- 4 **Dans Style › Taille**, largeur `100 %`, hauteur `240 px`, ajustement **Cover** : les trois cartes auront des images de même hauteur, quelles que soient les photos.
- 5 **Dans Style › Bordure**, rayon `12 px` sur les quatre coins. Enregistrez avec **Ctrl** + **S** (**Cmd** + **S** sur Mac).

À SAVOIR

Le widget **Image classique** existe toujours (catégorie Basique). Il a trois réglages que l'élément atomique n'offre pas de la même façon : une **Légende** sous l'image, un lien vers le **Fichier média** qui ouvre la photo en grand dans la Visionneuse (section 14.7), et une animation au survol. Pour une photo qui doit s'agrandir au clic, c'est lui que l'on choisit.

14.4 — Le SVG : logos et icônes

DÉFINITION

SVG (*Scalable Vector Graphics*) — un format d'image décrit par des formes géométriques (lignes, courbes, remplissages) plutôt que par des pixels. Il reste parfaitement net à n'importe quelle taille, pèse quelques kilo-octets et peut être recoloré. C'est le format naturel d'un logo, d'une icône ou d'un pictogramme — jamais d'une photo.

L'élément **SVG** atomique affiche un tel fichier ; ses réglages généraux sont le fichier, un lien et un ID. Particularité utile : si le fichier a été exporté en noir, sans couleur de remplissage imposée, sa couleur se règle dans la section **Typographie** de l'onglet Style, comme celle d'un texte (Centre d'aide Elementor, page « SVG element »). Le logo de la Menuiserie Roche pourra ainsi passer en anthracite sur fond clair et en blanc cassé dans le pied de page, à partir du même fichier.

PIÈGE CLASSIQUE

WordPress refuse par défaut les fichiers SVG, et pour une bonne raison : un SVG est un fichier texte qui peut contenir du code exécutable. Elementor propose de lever cette restriction dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Avancé**, option **Enable Unfiltered File Uploads** (« activer les téléversements de fichiers non filtrés »). Activez-la uniquement pour téléverser vos propres fichiers, produits par votre graphiste ou par un logiciel de dessin — jamais un SVG récupéré sur un site inconnu — et, si plusieurs personnes ont accès à l'administration, désactivez l'option une fois le logo en place. L'alternative sans risque reste un logo PNG de 400 px de large, sur fond transparent.

14.5 — Image d'arrière-plan et voile de couleur

Le bandeau d'accueil d'un artisan montre presque toujours une photo derrière le titre. Cette photo n'est pas un élément Image : c'est l'**arrière-plan** du Flexbox qui forme le bandeau. La section **Arrière-plan** (*Background*) de l'onglet Style d'un conteneur atomique accepte une couleur, une image ou un dégradé — et, nouveauté de l'Éditeur atomique, **plusieurs couches** empilées. Pour une image, on règle la position (centrée, en haut...), la taille (**Cover** pour couvrir tout le conteneur, **Contain** pour la montrer entière), la répétition (aucune, pour une photo) et l'attachement.

Le problème du texte sur photo, vu au chapitre 13, se règle ici. Entre la photo et le texte, on glisse un **voile** : une couche de couleur unie rendue partiellement transparente. De l'anthracite **#2B2B2B** à 40 % d'opacité assombrit la photo juste assez pour qu'un titre blanc cassé reste lisible sur n'importe quelle zone de l'image, sans la transformer en aplat. L'ordre des couches compte : la première de la liste est celle du dessus.

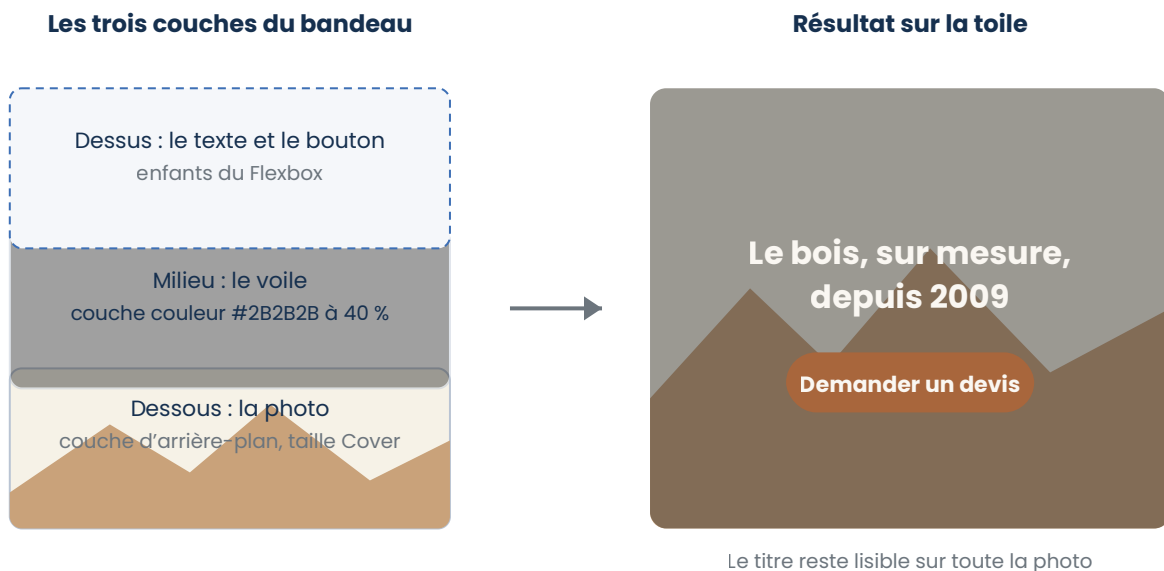


Figure 14.1 — Un bandeau héros : la photo en arrière-plan, un voile de couleur semi-transparent par-dessus, le texte au sommet.

À SAVOIR

Sur un **conteneur classique** (v3), le voile est une section à part de l'onglet Style : la **Superposition d'arrière-plan** (*Background Overlay*), avec sa propre couleur et son curseur d'opacité. Le principe est le même ; seule la place du réglage change.

Les **dégradés** (*gradients*) suivent la même logique de couches : deux couleurs, un angle, et l'on obtient un fond vivant sans image. Un dégradé du bois chaud vers l'anthracite, posé au-dessus d'une photo avec une opacité réduite, donne un bandeau très « atelier ». Gardez la main légère : un dégradé par page suffit.

ATTENTION

L'attachement **Fixe** (l'image reste en place pendant que la page défile, effet dit « parallaxe ») est ignoré par la plupart des navigateurs de téléphone, qui affichent alors l'image de façon inattendue. Sur mobile, revenez à l'attachement par défaut et, si la photo est très large, prévoyez une position d'image propre à la vue Mobile (chapitre 12).

14.6 — Vidéos : trois éléments, un seul choix à faire

Elementor propose trois façons d'afficher une vidéo. Le bon choix dépend de l'endroit où le fichier est hébergé et de ce que vous acceptez de charger chez vos visiteurs.

La **Vidéo** atomique lit un fichier **auto-hébergé**, c'est-à-dire téléversé dans votre Médiathèque (format MP4). Ses options : temps de début et de fin, lecture automatique (avec une option distincte pour la lecture sur mobile), son coupé, boucle, affichage des contrôles du lecteur, autorisation de téléchargement, préchargement, et une **image d'affiche** (*poster*) montrée avant la lecture. C'est le bon outil pour un clip court de l'atelier — vingt à trente secondes, moins de 5 à 10 Mo, préparé avec un outil de conversion vidéo. Au-delà, le fichier pèse trop pour être servi confortablement par un hébergement mutualisé.

L'élément **YouTube** atomique se contente de l'adresse de la vidéo et de ses temps de début et de fin. YouTube héberge, diffuse et s'adapte au débit du visiteur : c'est la solution pour toute vidéo de plus d'une minute. En contrepartie, le lecteur YouTube charge des ressources tierces et dépose des cookies dès l'affichage de la page, ce qui relève du consentement traité au chapitre 35.

Le widget **Vidéo classique** couvre YouTube, Vimeo, Dailymotion, VideoPress et l'auto-hébergé. Il ajoute deux réglages précieux : un **Mode confidentialité** (*Privacy Mode*) pour YouTube, qui retarde le dépôt de cookies jusqu'au clic sur lecture, et une **Image de superposition** (*Image Overlay*) : la page affiche une image fixe avec une icône de lecture et ne charge le lecteur qu'au clic, éventuellement dans la Visionneuse. C'est la combinaison la plus légère et la plus respectueuse : une image de 60 Ko à l'affichage, le lecteur seulement pour qui le demande.

Élément	Sources	Points forts	Quand le choisir
Vidéo (atomique)	Fichier MP4 de la Médiathèque	Aucune ressource tierce ; style atomique ; image d'affiche	Clip court et léger, entièrement sous votre contrôle
YouTube (atomique)	Adresse YouTube	Simple ; aucun poids sur votre serveur	Vidéo longue déjà publiée sur votre chaîne
Vidéo (widget classique)	YouTube, Vimeo, Dailymotion, VideoPress, MP4	Mode confidentialité ; image de superposition ; Visionneuse	Vidéo hébergée ailleurs, à charger seulement au clic

PIÈGE CLASSIQUE

La **vidéo d'arrière-plan** (proposée dans l'arrière-plan des conteneurs classiques) fait rêver et coûte cher : plusieurs mégaoctets téléchargés avant même que le visiteur ait lu le titre, un son forcément coupé, et une lecture souvent bloquée sur téléphone, où il faut de toute façon prévoir une image de remplacement. Pour un site d'artisan, une belle photo avec voile fait le même effet pour un centième du poids.

14.7 — Visionneuse, Galerie basique et Carrousel d'images

La **Visionneuse** (*Lightbox*) est la fenêtre sombre qui s'ouvre par-dessus la page pour montrer une image en grand, avec des flèches pour passer à la suivante. Elle se règle une fois pour toutes dans ► **Réglages du site** ► **Visionneuse** (activation, couleur du fond, affichage de la légende) ; ensuite, tout widget classique dont le lien pointe vers le **Fichier média** l'utilise.

Pour la page « Réalisations », deux widgets classiques font le travail. La **Galerie basique** (*Basic Gallery*) affiche une grille de photos : on choisit les images, la **Taille d'image** servie (« Medium Large » ou « Large », jamais l'originale), le nombre de **Colonnes** par appareil, et le **Lien** vers le Fichier média pour ouvrir la Visionneuse — qui enchaîne alors toute la galerie. Le **Carrousel d'images** (*Image Carousel*) fait défiler les photos une ou plusieurs à la fois : nombre de diapositives affichées (réglable par appareil), flèches et points de navigation, lecture automatique avec pause au survol, boucle infinie. Un carrousel n'est jamais regardé jusqu'au bout : mettez la meilleure photo en premier, et gardez une galerie pour les visiteurs qui veulent tout voir. Le chapitre 16 détaille les réglages de ces deux widgets ; le chapitre 27 montrera comment générer automatiquement une galerie à partir de fiches « Réalisation ».

ASTUCE

Une galerie n'est belle que si toutes les photos ont les **mêmes proportions**. Recadrez tout au 4:3 (ou au carré) avant de téléverser : c'est plus fiable que n'importe quel réglage de hauteur.

Enfin, si des images lourdes sont déjà en ligne, l'outil **Image Optimization** d'Elementor (menu ► **Elementor** ► **Image Optimization**) les convertit et les compresse sur place ; il consomme les crédits du plan One, à raison de 10 crédits par image. Sans One, une extension d'optimisation d'images ou l'outil de l'hébergeur rendent le même service — et surtout, la préparation avant téléversement décrite en 14.1 évite d'en avoir besoin.

EXERCICE 14.1 — BANDEAU HÉROS ET GALERIE DE RÉALISATIONS**30 MIN**

Objectif : donner à la page d'accueil son bandeau photo avec voile, et créer la première galerie de la page Réalisations.

1. Préparez la photo de l'atelier : 1 920 px de large, format 16:9, WebP à 80 %, moins de 300 Ko, nommée `atelier-menuiserie-roche-murrol.webp`. Préparez six photos de réalisations au 4:3, 1 200 px de large, moins de 150 Ko chacune, nommées de la même façon.
2. Téléversez les sept fichiers dans la Médiathèque et renseignez le texte alternatif de chacun.
3. Ouvrez la page Accueil et sélectionnez le Flexbox du bandeau (chapitre 07). Dans **Style** ► **Arrière-plan**, ajoutez une couche image : la photo de l'atelier, taille Cover, position centrée, sans répétition. Ajoutez une couche couleur `#2B2B2B` à 40 % d'opacité et placez-la au-dessus de l'image.
4. Passez le Titre H1 et le Paragraphe du bandeau en blanc cassé `#FAF7F2`. Dans **Style** ► **Taille** du Flexbox, donnez une hauteur minimale de 60 vh, et vérifiez le padding de 80 px en haut et en bas.
5. Créez la page « Réalisations » (mise en page Elementor pleine largeur, titre masqué). Déposez un Flexbox section, un Titre H1 « Nos réalisations », puis une Galerie basique : les six photos, 3 colonnes sur ordinateur, 2 en tablette, 1 en mobile, Taille d'image Medium Large, Lien vers le Fichier média.
6. Ouvrez l'Aperçu : cliquez sur une photo, la Visionneuse doit s'ouvrir et enchaîner les six. Passez en vue Mobile et vérifiez la zone de la photo du bandeau visible derrière le titre ; ajustez la position d'arrière-plan pour cette vue si nécessaire.
7. Publiez les deux pages.

Résultat attendu : un bandeau d'accueil dont le slogan reste lisible sur toute la photo, sur ordinateur comme sur téléphone, et une page Réalisations avec une galerie de six photos de même proportion qui s'ouvrent dans la Visionneuse. Le poids total des images de la page d'accueil ne dépasse pas 600 Ko.

À RETENIR

- Une image se **prépare avant** le téléversement : format WebP (SVG pour le logo), largeur d'usage (1 600 à 2 000 px pour un bandeau), moins de 300 Ko, nom explicite, texte alternatif.
- WordPress génère plusieurs tailles de chaque image ; le champ **Résolution** de l'élément Image choisit celle que la page télécharge — jamais l'originale pour une petite image.
- La photo d'un bandeau est l'**arrière-plan du conteneur**, et un **voile** de couleur semi-transparent posé par-dessus garantit la lisibilité du texte.
- Le **SVG** est le format du logo et des icônes ; son téléversement demande d'activer une option de sécurité à manier avec prudence.
- Vidéo : un clip court auto-hébergé avec l'élément Vidéo, une vidéo longue via YouTube — de préférence avec le widget Vidéo classique, son **image de superposition** et son mode confidentialité. Pas de vidéo d'arrière-plan.
- La **Galerie basique** avec la Visionneuse montre tout ; le **Carrousel** met en avant quelques photos. Des proportions identiques font la différence.

CHAPITRE 15

Boutons, liens et appels à l'action

Un site vitrine n'a qu'un but : que le visiteur fasse quelque chose — appeler, demander un devis, venir à l'atelier. Ce quelque chose passe presque toujours par un bouton. Ce chapitre montre comment construire un bouton avec l'élément atomique, où le faire pointer (page, ancre, e-mail, téléphone), comment le rendre accessible, et comment distinguer un bouton principal d'un bouton secondaire. Il vient après le texte et l'image parce qu'un bouton n'est, au fond, qu'un texte posé sur un fond, avec un lien.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui veut que son site fasse décrocher le téléphone.
ENJEU	Des boutons visibles, cohérents, cliquables au pouce, qui mènent au bon endroit.
IDÉE CLÉ	Un seul bouton principal par écran ; tous les autres lui sont subordonnés.
PRÉREQUIS	Chapitres 07, 10 et 13.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 35 minutes d'exercices).

15.1 — L'appel à l'action : la phrase qui fait agir

DÉFINITION

Appel à l'action (*call to action*, souvent abrégé CTA) — l'élément d'une page qui invite explicitement le visiteur à faire le pas suivant : « Demander un devis », « Appeler l'atelier », « Voir nos réalisations ». C'est en général un bouton, parfois un lien mis en avant. Une page sans appel à l'action est une brochure ; une page avec un bon appel à l'action est un vendeur.

Pour un artisan, les appels à l'action utiles se comptent sur les doigts d'une main : demander un devis (le principal), appeler, voir les réalisations, venir à l'atelier (itinéraire), écrire un e-mail. Chaque écran de chaque page devrait en porter un, et un seul, qui domine : le **bouton principal**. Les autres, s'il y en a, sont des **boutons secondaires**, visuellement plus discrets. Deux boutons de même poids côte à côte se neutralisent : le visiteur hésite, puis ne clique sur aucun.

Le texte du bouton dit ce qui va se passer : un verbe d'action et un objet. « Demander un devis » annonce un formulaire ; « Cliquez ici » ou « En savoir plus » n'annoncent rien, et un lecteur d'écran qui liste les boutons de la page n'en tirera que du bruit. Court, concret, à l'infinitif ou à l'impératif : deux à quatre mots.

À ÉVITER

Trois boutons identiques alignés sous le bandeau : « Cliquez ici », « En savoir plus », « Contact ». Le visiteur ne sait ni lequel est important ni ce qui se passera au clic.

À FAIRE

Un bouton principal plein « Demander un devis » et, à côté, un bouton secondaire au contour « Voir nos réalisations ». Le regard va d'abord au plein, puis au contour.

15.2 — L'élément Bouton

Le **Bouton** (*Button*) atomique se trouve dans la catégorie Éléments atomiques du panneau. Son onglet **Général** tient en trois champs : le **Texte du bouton**, le **Lien** (avec l'option d'ouverture dans un nouvel onglet) et un **ID**. Comme le Titre, il s'édite aussi directement sur la toile par double-clic. Tout le reste — couleurs, forme, taille — se règle dans l'onglet Style, dont les sections sont celles de tous les atomes. Le schéma ci-dessous nomme les parties d'un bouton et les réglages qui les commandent.

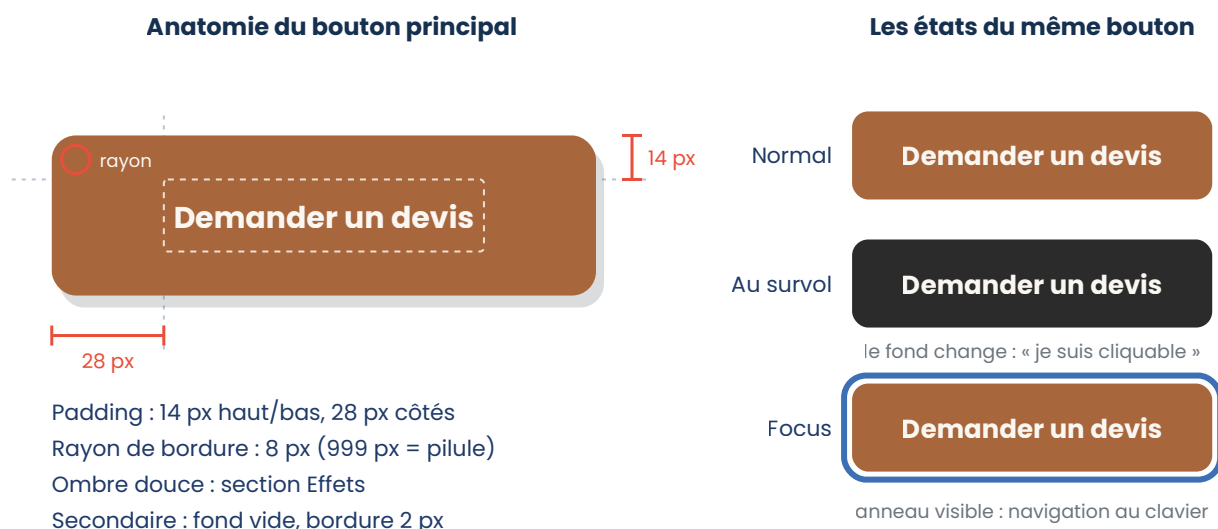


Figure 15.1 — Anatomie d'un bouton : la marge interne fait sa taille, le rayon fait sa forme, et chaque état (normal, survol, focus) a son apparence.

LE STYLE, SECTION PAR SECTION

Typographie : la police du texte courant (Source Sans 3), 16 ou 17 px, graisse 600, sans transformation — les capitales rendent un libellé long difficile à lire. **Espacement** : la marge interne (*padding*, chapitre 10) fait la taille du bouton ; 14 px en haut et en bas, 28 px à gauche et à droite donnent un bouton d'environ 48 px de haut, confortable au pouce. **Arrière-plan** : la couleur de fond, bois chaud #A8663C pour le bouton principal. **Bordure** : le **Rayon** arrondit les coins — 8 px pour un bouton sobre, une valeur énorme comme 999 px pour une « pilule » parfaitement ronde aux extrémités ; la bordure elle-même (2 px, couleur bois) sert au bouton secondaire, dont le fond reste transparent. **Effets** : une ombre légère détache le bouton du fond ; c'est aussi là que se règle la transition qui adoucit le changement de couleur au survol (chapitre 17). **Taille** : par défaut le bouton prend la largeur de son texte ; sur mobile, une largeur de 100 % le rend impossible à manquer.

- 1 **Sélectionnez le Bouton** « Demander un devis » du bandeau d'accueil (chapitre 07). Dans Général, saisissez le lien `/contact/`.
- 2 **Style › Typographie** : Source Sans 3, 17 px, graisse 600, couleur blanc cassé #FAF7F2.
- 3 **Style › Espacement** : marge interne 14 px en haut et en bas, 28 px à gauche et à droite (déliez les côtés si nécessaire).
- 4 **Style › Arrière-plan** : couleur #A8663C. **Style › Bordure** : rayon 8 px sur les quatre coins.

- 5 **Vue Mobile** (**Ctrl** + **Shift** + **M** , **Cmd** sur Mac) : Style › Taille, largeur 100 %. Enregistrez avec **Ctrl** + **S** .

15.3 — Les états : survol, focus, actif

Un bouton n'a pas qu'une apparence : il en a quatre. **Normal**, au repos. **Au survol** (*hover*), quand la souris passe dessus : il doit changer, ne serait-ce qu'un peu, pour dire « je suis cliquable ». **Focus**, quand il est atteint au clavier par la touche Tabulation : la personne qui ne peut pas utiliser de souris doit voir où elle en est. **Actif** (*active*), l'instant du clic. Le téléphone ne connaît pas le survol ; le focus et l'actif y existent.

Dans l'Éditeur atomique, les états s'ajoutent sur une **classe** : dans l'onglet Style, la classe locale de l'élément (celle qui porte ses réglages, affichée en rose) a un menu à trois points d'où l'on choisit **Au survol** , **Focus** ou **Actif** ; le panneau bascule alors sur cet état, et tout réglage fait ensuite ne s'applique qu'à lui. Pour le bouton principal : au survol, fond anthracite #2B2B2B ; au focus, la même chose plus une bordure visible. Le chapitre 18 transformera cette classe locale en classe globale « btn-primaire » pour que tous les boutons du site partagent ces états ; pour l'instant, réglez-les sur le bouton du bandeau, vous les recopierez.

BONNE PRATIQUE

Ne supprimez jamais l'anneau de focus « parce qu'il est moche ». Remplacez-le par quelque chose de visible et cohérent avec votre charte : une bordure de 2 px en anthracite, ou le même changement de fond qu'au survol. Un site où l'on ne voit pas le focus est inutilisable au clavier.

15.4 — Les liens : où mène le bouton

Le champ Lien accepte bien plus qu'une adresse de page. Voici les formes utiles à un site d'artisan, et la façon de les écrire.

Destination	Ce qu'on saisit	Remarques
Une page du site	/contact/ ou l'adresse complète	Le chemin relatif survit à un changement de domaine ; pas de nouvel onglet
Un site extérieur	https://...	Cochez l'ouverture dans un nouvel onglet ; ajoutez <i>nofollow</i> si le lien est commercial ou non maîtrisé
Un endroit de la même page (ancres)	#devis	Il faut un élément portant l'ID <code>devis</code> (voir ci-dessous) ; depuis une autre page : /contact/#devis
Un e-mail	mailto:contact@menuiserie-roche.fr	Ouvre le logiciel de messagerie ; prévoyez aussi l'adresse en clair à côté
Un appel téléphonique	tel:+33473000000	Sur téléphone, lance l'appel d'une pression ; format international, sans espaces
WhatsApp	https://wa.me/33600000000	Ouvre la conversation ; en Pro, la balise dynamique <i>Contact URL</i> compose le lien pour vous (chapitre 26)

Destination	Ce qu'on saisit	Remarques
Un document PDF	L'adresse du fichier dans la Médiathèque	Nouvel onglet ; indiquez « (PDF) » dans le texte du bouton
Une popup	Balise dynamique Actions › Popup	Elementor Pro, plans Advanced et supérieurs (chapitre 29)

POSER UNE ANCRE

Une **ancree** est un point de la page vers lequel un lien peut faire défiler. Il faut deux choses : un élément cible portant un **ID**, et un lien qui commence par **#** suivi de cet ID. Sur un élément atomique (Titre, Bouton, SVG), le champ ID est dans l'onglet Général ; sur un widget classique, il s'appelle **ID CSS** dans l'onglet Avancé. Un ID s'écrit sans espace, sans accent, sans **#**, et n'existe qu'une fois par page : `devis`, `realisations`, `contact`. Quand aucun élément ne convient comme cible, le widget classique **Ancree de menu** (*Menu Anchor*), un point invisible que l'on dépose juste au-dessus de la section visée, fait l'affaire (chapitre 16).

DÉFINITION

nofollow — un attribut ajouté à un lien pour dire aux moteurs de recherche : « je pointe vers ce site, mais je ne me porte pas garant de lui ». On l'active sur les liens vers des sites commerciaux, des partenaires payants ou des pages que l'on ne contrôle pas. Pour un lien vers la mairie de Murol ou vers votre fiche Google, il est inutile.

ATTENTION

Le lien `tel:` est l'appel à l'action le plus rentable d'un site d'artisan : la majorité des visites d'un site local se font sur téléphone, et le visiteur veut souvent simplement appeler. Écrivez le numéro au format international (`+33` puis le numéro sans le 0 initial), et affichez-le aussi en clair dans le texte du bouton ou à côté : sur ordinateur, `tel:` ne fait souvent rien, et le visiteur doit pouvoir lire le numéro.

PIÈGE CLASSIQUE

Poser un lien directement sur un Flexbox ou un Bloc Div (onglet Général › Lien) rend toute la boîte cliquable — pratique pour une carte — mais, comme le précise le Centre d'aide Elementor (page « Flexbox element »), **aucun élément à l'intérieur ne peut alors être cliquable**. Un bouton placé dans une carte-lien ne répondra plus. Choisissez : la carte est un lien, ou elle contient un bouton, jamais les deux.

15.5 — Accessibilité et bonnes pratiques

Un bouton accessible est d'abord un bouton visible. **Contraste** : le texte du bouton suit la même règle que tout texte, 4,5:1 au minimum. Du blanc cassé sur le bois chaud `#A8663C` atteint tout juste ce seuil ; gardez une graisse de 600 et une taille d'au moins 16 px pour rester du bon côté. De l'antracite sur le bois chaud, en revanche, ne passe pas (environ 3:1). **Taille de cible** : un doigt a besoin d'une zone d'au moins 44 px de haut — la marge interne de 14 px avec un texte de 17 px y arrive — et de 8 à 16 px d'écart entre deux boutons voisins (le réglage **Écart** du

Flexbox parent). **Focus visible** : réglé en 15.3. **Texte explicite** : « Demander un devis », pas « Cliquez ici ». **Un bouton est un bouton** : ne fabriquez pas de faux boutons avec un Bloc Div coloré et un lien ; l'élément Bouton produit le bon code, que les lecteurs d'écran annoncent comme tel.

Enfin, la cohérence : tous les boutons principaux du site ont la même forme, la même couleur, le même comportement au survol. Sur cinq pages, on y arrive à la main ; le chapitre 18 montre comment l'imposer une fois pour toutes avec une classe globale.

Un bouton que l'on ne peut ni voir, ni toucher, ni comprendre n'est pas un bouton : c'est une décoration.

15.6 — Le Bouton classique et la Liste d'icône

Deux widgets classiques complètent l'élément atomique. Le **Bouton** classique (catégorie Basique, trois onglets) offre ce que l'atome n'a pas encore : une **icône** intégrée, placée avant ou après le texte, avec son espacement ; des tailles prédéfinies ; un **Alignement** dans son conteneur ; et une animation au survol. Sa couleur de départ vient de ► **Réglages du site** ► **Styles du thème** ► **Boutons** (chapitre 19). Prenez-le quand le bouton doit porter une icône — un combiné téléphonique devant « Appeler l'atelier », par exemple.

La **Liste d'icône** (*Icon List*) est le widget des blocs de coordonnées : une liste d'éléments composés chacun d'une icône, d'un texte et d'un lien. Trois lignes — téléphone en **tel:**, e-mail en **mailto:**, adresse avec un lien vers l'itinéraire — et le pied de page ou la page Contact ont leur bloc de contact, cliquable ligne par ligne. La **Disposition** se règle en vertical (par défaut) ou en ligne ; le style permet d'ajuster l'espace entre les éléments, un séparateur, la couleur et la taille des icônes. Le chapitre 16 en donne les réglages complets.

ELEMENTOR PRO

Les **Boutons flottants** (*Floating Buttons*) — le bouton rond « Appeler » ou « WhatsApp » qui reste dans un coin de l'écran pendant le défilement — sont des modèles créés depuis l'administration, dont les conditions d'affichage demandent Elementor Pro. Le chapitre 30 les met en place ; le bouton **tel:** de l'exercice ci-dessous en est la version gratuite.

EXERCICE 15.1 — LES BOUTONS DE LA MENUISERIE ROCHE**25 MIN**

Objectif : créer le bouton principal, le bouton secondaire et un bouton d'appel visible seulement sur mobile.

1. Sur la page Accueil, reprenez le bouton « Demander un devis » réglé dans le pas-à-pas de 15.2. Dans Style, ouvrez le menu à trois points de sa classe locale et ajoutez l'état **Au survol** : fond #2B2B2B. Ajoutez l'état **Focus** : même fond, bordure 2 px anthracite.
2. Dupliquez ce bouton (**Ctrl** + **D**). Texte : « Voir nos réalisations », lien /realisations/. Style : arrière-plan transparent, bordure 2 px #A8663C, texte #A8663C ; au survol, fond bois chaud et texte blanc cassé.
3. Vérifiez que les deux boutons sont dans un Flexbox en direction Ligne, écart 16 px, retour à la ligne activé. En vue Mobile, passez ce Flexbox en Colonne pour que les boutons s'empilent sur toute la largeur.
4. Ajoutez un troisième Bouton : texte « Appeler le 04 73 00 00 00 », lien tel:+33473000000, style du bouton principal. En vue Ordinateur, réglez **Style › Mise en page** sur **Aucun** : il disparaît sur ordinateur et, par héritage, sur tablette. En vue Mobile, réglez la Mise en page sur **Bloc** et la largeur sur 100 %.
5. Enregistrez, ouvrez l'Aperçu sur ordinateur (deux boutons visibles, le survol change le fond, la touche Tabulation montre le focus), puis sur votre téléphone (trois boutons, et une pression sur le troisième propose l'appel).

Résultat attendu : deux boutons hiérarchisés sur ordinateur, trois sur mobile, tous cliquables au pouce, avec des états de survol et de focus visibles. Notez les réglages du bouton principal : ils deviendront la classe globale « btn-primaire » du chapitre 18.

EXERCICE 15.2 — LE BLOC DE COORDONNÉES**10 MIN**

Objectif : construire avec la Liste d'icône un bloc de contact réutilisable dans le pied de page et sur la page Contact.

1. Créez la page « Contact » si elle n'existe pas (Elementor pleine largeur, titre masqué), avec un Flexbox section et un Titre H1 « Parlons de votre projet ».
2. Déposez une Liste d'icône et créez trois éléments : « 04 73 00 00 00 » (icône téléphone, lien tel:+33473000000) ; « contact@menuiserie-roche.fr » (icône enveloppe, lien mailto:contact@menuiserie-roche.fr) ; « Atelier à Murol — itinéraire » (icône repère, lien vers l'itinéraire de votre service de cartes, ouvert dans un nouvel onglet).
3. Style : icônes en bois chaud, texte en anthracite 17 px, espace de 12 px entre les éléments.
4. Enregistrez le bloc comme modèle (flèche du bouton Publier › Enregistrer comme modèle, nommé « Coordonnées ») pour le réutiliser au chapitre 24.

Résultat attendu : un bloc de trois lignes cliquables, dont chaque lien fait la bonne chose sur téléphone, enregistré comme modèle.

À RETENIR

- Un **appel à l'action** par écran, un seul bouton principal, des secondaires plus discrets ; texte = verbe d'action + objet, jamais « Cliquez ici ».
- Le **Bouton atomique** se règle dans l'onglet Style : la marge interne fait sa taille (14 × 28 px), le rayon sa forme, l'arrière-plan sa couleur, la largeur 100 % son confort sur mobile.
- Les **états** Au survol, Focus et Actif se définissent sur la classe de l'élément ; le focus doit toujours rester visible.
- Le champ Lien accepte une page, une URL externe (nouvel onglet), une **ancree** (**#id**), un **mailto:**, un **tel:** au format international et un lien WhatsApp.
- Un lien posé sur un conteneur rend ses enfants **non cliquables** : une carte est un lien ou contient un bouton, jamais les deux.
- Accessibilité : contraste 4,5:1, cible d'au moins 44 px de haut, écart entre boutons, texte explicite ; le **Bouton classique** ajoute une icône, la **Liste d'icône** fait le bloc de coordonnées.

CHAPITRE 16

Les widgets classiques indispensables

Les éléments atomiques construisent la page et portent le texte, les images et les boutons. Pour tout le reste — une boîte à icône, une galerie, un accordéon de questions, un compteur, une carte — Elementor gratuit fournit une trentaine de widgets « classiques » qui n'ont pas encore d'équivalent atomique. Ce chapitre les passe en revue un par un, dit lesquels servent vraiment à un site vitrine, et montre comment les régler et les loger dans une mise en page atomique.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit ses premières pages en atomique et bute sur « il n'y a pas d'élément pour ça ».
ENJEU	Choisir le bon widget, le régler en quelques clics et le fondre dans le style du site sans casser la mise en page.
IDÉE CLÉ	Un widget classique est un invité dans une maison atomique : il apporte sa fonction, la maison décide de sa place.
PRÉREQUIS	Chapitres 06 (les deux générations d'éléments), 09 (conteneurs), 14 (images) et 15 (boutons et liens).
LECTURE	Environ 25 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

16.1 — Pourquoi les widgets classiques restent utiles

Le chapitre 06 a posé la règle du support : la mise en page, le texte, les images et les boutons se font avec les éléments atomiques ; pour le reste, on pioche dans les widgets classiques. Ce « reste » n'est pas négligeable. Une page « À propos » a besoin de trois valeurs illustrées d'une icône, de chiffres clés, d'avis clients et d'une foire aux questions ; une page « Contact » a besoin d'un plan ; une page « Réalisations » d'une galerie. Aucun de ces blocs n'existe encore en version atomique dans Elementor 4.2, et tous existent depuis des années en version classique. Les widgets classiques ne sont donc pas un héritage à éviter : ce sont des outils finis, entretenus, que l'on utilise en connaissance de cause.

DÉFINITION

Widget — un élément prêt à l'emploi de la génération classique d'Elementor (dite V3), qui remplit une fonction précise (afficher une galerie, un compteur, une carte) et se règle par trois onglets : **Contenu** (*Content*), **Style** et **Avancé** (*Advanced*). Les éléments atomiques, eux, n'ont que deux onglets, **Général** et **Style**, plus **Interactions**. La version gratuite d'Elementor annonce « plus de 30 widgets » ; le readme officiel en liste une trentaine, tous présentés dans ce chapitre.

RECONNAÎTRE UN WIDGET CLASSIQUE

Dans le panneau, les éléments atomiques occupent la première catégorie, en tête de liste. En dessous viennent les widgets classiques, rangés par catégories (Basique, Général, puis les catégories Pro quand la licence est active). Le champ de recherche du panneau accepte les noms français et anglais : **compteur** ou **counter** donnent le même résultat. Une fois le widget

déposé sur la toile, le second indice ne trompe pas : le panneau affiche trois onglets au lieu de deux. La Structure (**Ctrl** + **I**, **Cmd** sur Mac) les montre avec leur icône propre, sous le conteneur qui les héberge.

LES TROIS ONGLETS

L'onglet **Contenu** dit *quoi* afficher : les textes, l'image, l'icône, les liens, la liste des éléments d'un accordéon ou d'une galerie. L'onglet **Style** dit *comment* : couleurs, tailles et typographie de chaque partie du widget, souvent avec deux sous-onglets **Normal** et **Au survol**. L'onglet **Avancé** est le même pour tous les widgets et correspond à l'onglet Style d'un atome : marge externe et marge interne, largeur de l'élément, position et z-index, un champ **ID CSS** et un champ **Classes CSS**, puis les sections Effets de mouvement, Arrière-plan (parfois traduit « Fond »), Bordure, Masque et Responsive, où l'on peut masquer le widget sur ordinateur, tablette ou mobile. Les sections Attributs et CSS personnalisé demandent Elementor Pro.

PLACER UN WIDGET DANS UNE MISE EN PAGE ATOMIQUE

Un widget classique se dépose dans un Flexbox, un Bloc Div ou une Grille exactement comme un Titre ou un Bouton atomique : on le glisse depuis le panneau jusqu'à la ligne bleue qui indique sa place. C'est ensuite le conteneur parent qui décide de sa position (Justifier le contenu, Aligner les éléments, Écart) ; le widget lui-même ne règle que sa propre largeur, dans ► **Avancé** ► **Mise en page** ► **Largeur**, où « Pleine largeur » lui fait occuper toute la place disponible et « En ligne » la seule largeur de son contenu. Deux choses ne passent pas la frontière entre les générations. Les **Classes** et les **Variables** de l'Éditeur atomique (chapitre 18) sont réservées aux atomes : un widget classique prend ses couleurs par défaut dans les Couleurs et Polices globales des Réglages du site (chapitre 19), et le reste se règle à la main. Les **Interactions** atomiques n'existent pas non plus : l'animation d'un widget se règle dans ► **Avancé** ► **Effets de mouvement** (chapitre 20). En revanche, le clic droit offre **Coller le style** (**Ctrl** + **Shift** + **V**) et **Réinitialiser le style**, deux commandes précieuses pour harmoniser trois widgets voisins.

À SAVOIR

La catégorie **Site** du panneau — Logo du site (*Site Logo*), Titre du site (*Site Title*), Titre de page (*Page Title*), Formulaire de recherche, Fil d'Ariane (*Breadcrumbs*), Plan du site, Menu WordPress — ne contient **aucun widget gratuit**. Ce sont des éléments de thème d'Elementor Pro, faits pour le Constructeur de thème. Le chapitre 24 les met en œuvre dans l'en-tête et le pied de page ; le chapitre 30 les inventorie. En version gratuite, un logo est une Image atomique avec un lien vers l'accueil, et le menu vient du thème Hello.

BONNE PRATIQUE

Avant de déposer un widget, posez-vous une seule question : « un Titre, un Paragraphe, une Image ou un Bouton atomiques feraient-ils la même chose ? ». Si oui, prenez l'atome : il est plus léger, il profite des classes et des variables, et il se comporte mieux sur mobile. Si non, prenez le widget sans hésiter — c'est précisément à cela qu'il sert.

16.2 — Icônes, images et vidéo

Ces huit widgets couvrent tout ce qui « illustre » un site vitrine au-delà de la simple Image atomique : les pictogrammes, les blocs image-plus-texte, les galeries et les vidéos hébergées ailleurs.

Boîte d'icône (Icon Box) GRATUIT

CLASSIQUE

Une icône, un titre et un texte court réunis dans un seul bloc : le widget des « trois valeurs », des « trois étapes » ou des « trois garanties ».

Réglages qui comptent : l'icône (bibliothèque Font Awesome ou fichier SVG téléversé), la position de l'icône (au-dessus, à gauche, à droite) et la balise HTML du titre, à passer en H3 sous le H2 de la section. Piège : y écrire un paragraphe entier ; deux lignes de description, le détail va sur la page Prestations.

 Icône (Icon) GRATUIT CLASSIQUE

Une icône seule, avec ou sans lien, éventuellement posée dans un cercle ou un carré. Réglages qui comptent : l'icône elle-même, la vue (par défaut, empilée sur un fond, encadrée d'un trait) avec sa forme, puis la taille et la couleur principale. Piège : une icône cliquable sans texte n'est comprise ni par tous les visiteurs ni par un lecteur d'écran ; dès qu'un clic est attendu, prenez une Boîte d'icône ou un Bouton.

Liste d'icône (Icon List) GRATUIT CLASSIQUE

Une liste dont chaque ligne associe une icône, un texte et un lien : le bloc de coordonnées du chapitre 15, ou la liste des points forts d'une prestation. Réglages qui comptent : les éléments (icône, texte, lien), la disposition verticale ou en ligne, l'espace entre les éléments et le séparateur facultatif. Piège : s'en servir pour une simple liste à puces de texte courant, que l'Éditeur de texte fait pour moins lourd.

Icônes réseaux sociaux (Social Icons)

GRATUIT CLASSIQUE

Une rangée d'icônes de réseaux, chacune avec son lien, dans la couleur officielle du réseau ou dans une couleur choisie. Réglages qui comptent : la liste des réseaux et leurs adresses, la forme (arrondie, carrée, cercle) et la taille, l'espacement et l'alignement. Piège : afficher un réseau sur lequel l'entreprise ne publie jamais, ou laisser un lien vide ; deux icônes vivantes valent mieux que six mortes.

Boîte d'image (Image Box) GRATUIT

CLASSIQUE

La cousine de la Boîte d'icône, avec une photo à la place du pictogramme : idéale pour présenter l'équipe ou trois prestations photographiées. Réglages qui comptent : l'image et sa résolution servie, la position de l'image (au-dessus ou sur le côté) et la balise du titre. Piège : des photos de proportions différentes, qui donnent trois boîtes de hauteurs inégales ; recadrez tout au même format avant de téléverser (chapitre 14).

Galerie basique (Basic Gallery) GRATUIT

CLASSIQUE

Une grille de photos ouvrant la Visionneuse au clic, présentée au chapitre 14. Réglages qui comptent : la taille d'image servie (jamais l'originale), le nombre de colonnes par appareil et le lien vers le Fichier média, qui déclenche la Visionneuse et enchaîne toute la galerie. Piège : une galerie de trente photos hétéroclites ; six à douze images choisies, de même proportion, racontent mieux le savoir-faire.

Carrousel d'images (Image Carousel)

GRATUIT CLASSIQUE

Des photos qui défilent, une ou plusieurs à la fois, avec flèches et points de navigation. Réglages qui comptent : le nombre de diapositives affichées par appareil, la navigation (flèches, points ou les deux) et la lecture automatique avec sa vitesse, sa pause au survol et sa boucle. Piège : une lecture automatique trop rapide, que personne ne suit ; comptez au moins cinq secondes par image, et mettez la meilleure photo en premier.

Vidéo (Video) GRATUIT CLASSIQUE

Lit une vidéo YouTube, Vimeo, Dailymotion, VideoPress ou auto-hébergée. Il complète les éléments Vidéo et YouTube atomiques (chapitre 14) pour les autres plateformes et pour la superposition d'image. Réglages qui comptent : la source et son adresse, les options de lecture (début et fin, lecture automatique coupée, contrôles, mode confidentialité pour YouTube) et la superposition d'image, une couverture avec bouton de lecture derrière laquelle la vidéo ne se charge qu'au clic. Piège : une vidéo tierce

chargée dès l'ouverture de la page, qui pèse et appelle des serveurs extérieurs avant tout consentement.

16.3 — Preuves et chiffres

Un site vitrine convaincant par des preuves : ce que disent les clients, depuis quand l'entreprise existe, combien de chantiers elle a livrés. Ces quatre widgets les mettent en scène — à condition que les chiffres soient vrais.

Témoignage (Testimonial) GRATUIT

CLASSIQUE

Un avis client mis en forme : le texte, une photo facultative, le nom et une « fonction », où l'on inscrit plutôt la commune et le type de chantier (« Cuisine en chêne, Besse »). Réglages qui comptent : le texte, le nom et sa ligne de contexte, la position de l'image (à côté ou au-dessus) et l'alignement. Piège : un avis inventé ou arrangé ; chaque témoignage publié a un prénom réel et un accord écrit, et trois avis vrais valent mieux que dix vagues.

Évaluation (Rating) GRATUIT CLASSIQUE

Une rangée d'étoiles (ou d'une autre icône) qui affiche une note. Réglages qui comptent : l'échelle (5 par défaut), la note elle-même, décimales acceptées (4,7), puis l'icône, sa taille et ses deux couleurs, notée et non notée. Piège : afficher « 5/5 » sans dire d'où vient la note ; indiquez la source et le nombre d'avis à côté (« 4,8 sur 23 avis Google »), et n'attendez pas de ce widget qu'il transmette la note aux moteurs de recherche : il ne produit aucune donnée structurée.

Compteur (Counter) GRATUIT CLASSIQUE

Un nombre qui s'anime de sa valeur de départ à sa valeur finale quand il apparaît à l'écran, avec un titre sous lui. Réglages qui comptent : les nombres de départ et d'arrivée, le préfixe ou le suffixe (« + », « % », « ans »), la durée de l'animation et le séparateur de milliers. Piège : le séparateur de milliers, activé par défaut, transforme l'année 2009 en « 2,009 » ; désactivez-le pour toute date, et vérifiez que chaque chiffre affiché peut être justifié.

Barre de progression (Progress Bar)

GRATUIT CLASSIQUE

Une barre horizontale remplie à un pourcentage donné, avec un titre et un texte intérieur. Réglages qui comptent : le pourcentage, l'affichage ou non de sa valeur, la couleur (par type ou personnalisée) et la hauteur de la barre. Piège : les fausses « compétences » (« Escaliers 95 % ») qui ne mesurent rien ; réservez la barre à une proportion réelle, comme la part de bois issue de scieries du département, et écrivez d'où vient le chiffre.

16.4 — Organiser le texte

Quand une page contient beaucoup de texte, ces widgets le rangent : en onglets, en accordéon, en message d'alerte. La règle est la même pour tous : ce qui est caché derrière un clic est moins lu. On y met le complément, jamais l'essentiel.

Éditeur de texte (Text Editor) GRATUIT

CLASSIQUE

Le traitement de texte d'Elementor, présenté au chapitre 13 : gras, italique, liens, listes à puces, petits tableaux. Réglages qui comptent : le texte lui-même, le découpage en colonnes et la lettrine, puis la typographie et la couleur dans

Onglets (Nested Tabs) GRATUIT CLASSIQUE

Des onglets dont chaque volet est un conteneur : on y dépose n'importe quel élément, image ou bouton compris. Un élément Onglets atomique existe aussi (chapitre 06) ; la version classique garde plus d'options de présentation. Réglages qui comptent : la liste des onglets

Style. Piège : coller depuis un traitement de texte en gardant la mise en forme, qui embarque des styles invisibles ; collez en texte brut, puis remettez le gras et les liens.

(titre, icône), leur position (en haut, en bas, sur le côté) et le point de rupture à partir duquel ils s'empilent sur mobile. Piège : cacher dans un onglet une information que le visiteur doit voir sans cliquer, tarifs ou horaires.

Accordéon (*Nested Accordion*) **GRATUIT**

CLASSIQUE

Des lignes de titre qui se déplient au clic sur leur contenu, chaque contenu étant un conteneur libre : le widget de la foire aux questions. Réglages qui comptent : les éléments et leurs titres, l'état par défaut (premier ouvert ou tout fermé), le nombre d'éléments ouverts en même temps (un seul ou plusieurs) et la balise HTML des titres ; un interrupteur ajoute les données structurées de FAQ. Piège : vingt questions ; cinq à huit, dont chacune est une question réellement posée par un client.

Ouvrir/fermer (*Toggle*) **GRATUIT**

CLASSIQUE

L'ancêtre de l'Accordéon : des lignes de titre qui s'ouvrent indépendamment les unes des autres, sur un contenu limité au texte. Réglages qui comptent : les éléments (titre et texte), l'icône d'ouverture et l'élément ouvert par défaut. Piège : l'utiliser sur un site neuf, alors que l'Accordéon imbriqué avec « plusieurs éléments ouverts » fait la même chose en mieux ; on le rencontre surtout sur les sites anciens que l'on reprend (chapitre 11).

Alerte (*Alert*) **GRATUIT** CLASSIQUE

Un encadré de message avec un titre, un texte, une icône et un bouton de fermeture facultatif, en quatre couleurs : information, succès, avertissement, danger. Utile pour « Atelier fermé du 5 au 20 août » ou « Délais rallongés cet automne ». Réglages qui comptent : le type, le titre et la description, le bouton de fermeture. Piège : l'alerte oubliée, qui annonce en novembre la fermeture d'août ; retirez-la à la date dite ou conditionnez son affichage (chapitre 32, Pro).

Lire la suite (*Read More*) **GRATUIT**

CLASSIQUE

Un repère invisible qui coupe un article à cet endroit dans les listes d'articles du thème, avec un lien « Lire la suite » vers la version complète. Réglage qui compte : le texte du lien. Piège : le déposer sur une page en espérant un bouton qui déplie le texte ; il n'a aucun effet visible sur une page, ne concerne que les articles affichés en extrait, et les grilles Loop du chapitre 27 s'en passent.

16.5 — Structure et repères

Quatre widgets ne montrent presque rien mais organisent la page : un trait, un espace, un point d'ancrage, une zone de widgets WordPress. Deux d'entre eux méritent qu'on s'en méfie.

Séparateur (*Divider*) **GRATUIT** CLASSIQUE

Un trait horizontal, plein, en tirets, en pointillés ou en motif, pouvant porter un texte ou une icône en son milieu. Réglages qui comptent : le style du trait, sa largeur et son alignement, l'élément central, puis la couleur et l'épaisseur. Piège : un séparateur entre chaque bloc ; un trait signale un changement de sujet, pas un changement de paragraphe, et un espace suffit le plus souvent.

Espaceur (*Spacer*) **GRATUIT** CLASSIQUE

Un bloc vide d'une hauteur donnée en pixels, qui « pousse » ce qui suit vers le bas. Réglage unique : l'espace. À éviter dans une mise en page atomique : l'Écart du Flexbox parent et la Marge interne des conteneurs (chapitre 10) font le même travail proprement et s'adaptent à chaque écran. Piège : un site truffé d'espaces de 80 px, qui ouvre des trous sur mobile ; s'il en reste, c'est un site ancien à relire (chapitre 11).

Ancre de menu (Menu Anchor) GRATUIT**CLASSIQUE**

Un point invisible vers lequel un lien peut faire défiler la page (chapitre 15). Réglage unique : l'identifiant, sans #, sans espace ni accent, unique sur la page ; le lien s'écrit ensuite #identifiant. Piège : poser l'ancre à l'intérieur de la section au lieu de juste au-dessus, ce qui coupe le titre à l'arrivée ; et rappelez-vous qu'un atome porte déjà un champ ID, qui rend souvent l'ancre inutile.

Colonne latérale (Sidebar) GRATUIT**CLASSIQUE**

Affiche une zone de widgets WordPress (► **Apparence » Widgets**) déclarée par le thème : calendrier, articles récents, catégories. Réglage unique : la zone choisie. Piège : chercher ce widget sur un site vitrine ; avec un thème volontairement minimal comme Hello, la liste des zones peut être vide, et une barre latérale de blog se construit mieux dans le Constructeur de thème (chapitre 25).

16.6 — Contenus extérieurs et code

Ces six widgets font entrer dans la page quelque chose qui vient d'ailleurs : une carte Google, un lecteur audio, un code fourni par un tiers, ou un effet de texte. Ils appellent une vigilance particulière, expliquée après les cartes.

Google Maps GRATUIT CLASSIQUE

Une carte Google centrée sur une adresse, que le visiteur peut déplacer et agrandir. Réglages qui comptent : l'adresse (l'emplacement), le niveau de zoom et la hauteur de la carte ; une option empêche le défilement de la carte au passage de la souris, ce qui évite de « rester coincé » dedans sur téléphone. Note RGPD : la carte charge des ressources depuis les serveurs de Google dès l'affichage de la page, avant tout consentement (chapitre 35). L'alternative saine pour un artisan : une image du plan ou une photo de l'atelier, cliquable vers l'itinéraire. Piège : poser la carte « parce que tout le monde en a une ».

SoundCloud GRATUIT CLASSIQUE

Un lecteur audio pour une piste hébergée sur SoundCloud : l'interview de Camille à la radio locale, par exemple. Réglages qui comptent : l'adresse de la piste, le lecteur visuel ou compact, la lecture automatique et les boutons affichés (achat, partage, téléchargement). Piège : la lecture automatique, toujours désactivée, et le même chargement de ressources tierces que la carte ; pour un extrait court, un fichier audio dans la Médiathèque et un lien suffisent.

HTML GRATUIT CLASSIQUE

Une zone où l'on colle du code HTML, et le cas échéant un script, tel quel : le code d'intégration d'un outil de prise de rendez-vous, d'un affichage d'avis, d'un calendrier. Réglage unique : le code. Piège : coller un script dont on ne sait pas ce qu'il fait ; tout script tiers charge des ressources extérieures, souvent des traceurs, et peut casser la page. Seul un administrateur peut insérer des scripts, et c'est une bonne chose.

Code court (Shortcode) GRATUIT**CLASSIQUE**

Insère un **code court**, ce petit code entre crochets fourni par une autre extension WordPress ([nom_du_code]), qui affiche sa fonction à cet endroit : un formulaire d'une extension dédiée, un flux d'avis, un agenda. Réglage unique : le code court. Piège : un code court dont l'extension a été désactivée s'affiche en texte brut, crochets compris ; et son apparence dépend de l'extension, pas de l'onglet Style d'Elementor.

Chemin du texte (Text Path) GRATUIT**CLASSIQUE**

Un texte qui suit une courbe : vague, arc, cercle, ligne, spirale, ou un tracé SVG personnalisé. Réglages qui comptent : le texte, le type de chemin, le lien éventuel, l’affichage du tracé lui-même, puis la taille et le point de départ. Piège : y mettre un titre ou une information utile ; c’est un ornement (« depuis 2009 » en arc autour d’un logo), jamais un H1, et il n’a sa place qu’une fois sur tout le site.

Lien en bio (Link in Bio) GRATUIT CLASSIQUE

Une petite page « carte de visite » pour la biographie d’Instagram ou de Facebook : photo, nom, phrase de présentation, icônes de réseaux et quelques boutons. En gratuit, seule la disposition « Minimalist » est disponible. Réglages qui comptent : l’image de profil, les textes, les liens des boutons. Piège : le confondre avec une page d’accueil ; on le pose sur une page dédiée en Canevas Elementor, avec trois à cinq liens, et l’on colle son adresse dans le profil du réseau.

ATTENTION

Google Maps, Vidéo (YouTube, Vimeo, Dailymotion), SoundCloud, HTML et parfois Code court ont un point commun : ils chargent des **ressources tierces**, c’est-à-dire des fichiers servis par un autre site que le vôtre, dès que la page s’affiche. Ces serveurs voient l’adresse IP du visiteur et peuvent déposer des traceurs, ce qui relève du consentement préalable décrit au chapitre 35. Trois attitudes possibles : remplacer (une image cliquable à la place de la carte), différer (la superposition d’image du widget Vidéo, qui ne charge rien avant le clic), ou conditionner l’affichage à un bandeau de consentement. Sur un site de cinq pages, la première solution suffit presque toujours.

16.7 — Tableau de synthèse : quel widget pour quelle page

Le tableau ci-dessous reprend les widgets qui trouvent réellement leur place sur un site vitrine d’artisan et indique la page de la Menuiserie Roche où chacun sert. Les autres restent disponibles pour des besoins particuliers.

Widget	Usage sur un site vitrine	Page de la Menuiserie Roche
Boîte d’icône	Trois valeurs, trois étapes, trois garanties	À propos (valeurs), Accueil
Boîte d’image	Présenter l’équipe ou des prestations photographiées	À propos (équipe)
Liste d’icône	Coordonnées cliquables, points forts	Contact, Prestations, pied de page
Icônes réseaux sociaux	Liens vers les réseaux actifs	Pied de page
Galerie basique	Grille de photos avec Visionneuse	Réalisations
Carrousel d’images	Défilé des meilleures photos	Accueil (dernières réalisations)
Vidéo	Film de l’atelier hébergé sur une plateforme, avec superposition d’image	À propos ou Accueil
Témoignage	Avis clients autorisés	À propos, Accueil
Évaluation	Note moyenne, avec sa source	Accueil, à côté des témoignages
Compteur	Chiffres clés justifiables	À propos
Barre de progression	Une proportion réelle et sourcée	À propos (facultatif)

Widget	Usage sur un site vitrine	Page de la Menuiserie Roche
Onglets	Contenus complémentaires par thème	Prestations (essences de bois, finitions)
Accordéon	Foire aux questions	Prestations, Contact
Alerte	Message temporaire (fermeture, délais)	Accueil, Contact, le temps utile
Séparateur	Trait entre deux sujets, rare	À propos (entre histoire et équipe)
Ancre de menu	Cible d'un lien interne quand aucun élément n'a d'ID	Prestations (escaliers, cuisines, agencements)
Google Maps ou image cliquable	Situer l'atelier	Contact
Code court, HTML	Outil d'une autre extension ou d'un tiers	Contact (prise de rendez-vous, si besoin)
Icône, Éditeur de texte	Ornement isolé ; texte riche avec liste ou tableau	Ponctuellement, toutes pages
Espaceur, Ouvrir/fermer, Lire la suite, Colonne latérale, SoundCloud, Chemin du texte, Lien en bio	Sans emploi sur un site vitrine de cinq pages, ou réservés à un cas précis	Aucune

16.8 — Styler un widget classique : la Boîte d'icône pas à pas

Tous les widgets se stylient de la même façon, et la Boîte d'icône est le meilleur terrain d'entraînement parce qu'elle a trois parties (icône, titre, description) réglables séparément. Le principe : le **conteneur parent** porte le fond, la bordure et l'ombre de la carte ; le **widget** ne porte que son contenu et ses couleurs. Cette répartition prépare le chapitre 18, où le conteneur recevra une classe « carte » partagée par toute la page.

- 1 Préparez le conteneur.** Sur la page À propos, déposez une Grille atomique de trois colonnes (chapitre 09), écart 32 px, et dans sa première cellule un Bloc Div. Nommez-les « Valeurs » et « Valeur 1 » dans la Structure.
- 2 Déposez la Boîte d'icône** dans le Bloc Div. Onglet **Contenu** : choisissez l'icône dans la bibliothèque (une feuille d'arbre, par exemple) ou téléversez un SVG ; titre « Bois local » ; description en deux lignes ; position de l'icône **Haut** ; balise du titre **H3**.
- 3 Réglez l'icône.** Onglet **Style**, section Icône : couleur principale bois chaud #A8663C, taille 40 px, espacement de 16 px entre l'icône et le titre. Essayez la vue « encadrée » avec la forme cercle, puis revenez à la vue par défaut si le résultat charge le bloc.
- 4 Réglez le texte.** Toujours dans Style, section Contenu : alignement centré ; espacement du titre 8 px ; couleur du titre anthracite #2B2B2B avec la police de titres du site ; description en gris moyen, 17 px, interligne 1,5. Si les couleurs proposées par défaut vous conviennent, c'est qu'elles viennent des Couleurs globales (chapitre 19).
- 5 Réglez l'espace.** Onglet **Avancé** : marge interne 24 px sur les quatre côtés (icône de liaison activée), marge externe 0. Laissez vides les sections Arrière-plan et Bordure du

widget : c'est le Bloc Div parent qui recevra fond blanc, coins arrondis et ombre (chapitre 17).

- 6 **Dupliquez et harmonisez.** Dupliquez le Bloc Div (**Ctrl** + **D**) deux fois, changez icône, titre et description des copies (« Sur mesure », « Pose soignée »). Si vous aviez déjà créé les trois boîtes séparément, un clic droit sur la première › **Copier** , puis sur chacune des autres › **Coller le style** aligne tout en deux gestes.
- 7 **Vérifiez sur mobile.** **Ctrl** + **Shift** + **M** : la Grille passe à une colonne (chapitre 12), les trois boîtes s'empilent, l'icône reste à 40 px. Si l'une d'elles doit disparaître sur téléphone, ► **Avancé › Responsive › Masquer sur mobile** s'en charge.

MÉTHODE

Pour n'importe quel autre widget, la démarche est identique : Contenu d'abord (le widget doit être juste avant d'être beau), Style ensuite en allant de la partie la plus visible à la moins visible, Avancé en dernier pour l'espace autour. Réglez complètement le premier exemplaire, puis dupliquez ou collez le style : ne stylez jamais trois widgets identiques l'un après l'autre.

*Le widget apporte la fonction ; le conteneur apporte la place et l'habillage.
Quand chacun reste à son rôle, la page se tient.*

 EXERCICE 16.1 — LA PAGE « À PROPOS » DE LA MENUISERIE ROCHE**40 MIN**

Objectif : construire une page complète en mêlant conteneurs atomiques et widgets classiques : valeurs, chiffres clés, témoignages et foire aux questions.

1. Créez la page « À propos » (Elementor pleine largeur, titre de page masqué). Premier Flexbox balise Section, direction colonne, fond blanc cassé `#FAF7F2` : Titre H1 « L'atelier, depuis 2009 » et un Paragraphe de trois lignes qui présente Camille Roche, Murol et les deux salariés.
2. Deuxième Flexbox en ligne, écart `48` px : à gauche une Image atomique (photo de l'atelier au 4:3), à droite un Titre H2 « Notre histoire » et deux Paragraphes. En vue mobile, passez ce Flexbox en colonne.
3. Troisième section « Nos valeurs » : reprenez le pas-à-pas de 16.8 en entier — Grille de trois colonnes, trois Blocs Div, trois Boîtes d'icône « Bois local », « Sur mesure », « Pose soignée », balise H3, mêmes réglages de style.
4. Quatrième section « En chiffres », fond anthracite `#2B2B2B` : un Flexbox en ligne, justifié « espace autour », contenant trois Compteurs. Premier : départ `1990`, arrivée `2009`, séparateur de milliers **désactivé**, titre « Année de création ». Deuxième : de `0` à `350`, suffixe « + », titre « Chantiers livrés ». Troisième : de `0` à `2`, titre « Salariés à l'atelier ». Même durée d'animation pour les trois (`1500` ms), nombre en blanc cassé, titre en gris clair. Passez le Flexbox en colonne sur mobile.
5. Cinquième section « Ils nous font confiance » : une Grille de trois colonnes (une sur mobile), trois widgets Témoignage avec un texte de deux à trois lignes, un prénom et, en ligne de contexte, la commune et le chantier (« Escalier en frêne, Saint-Nectaire »). Utilisez des textes provisoires clairement marqués « à remplacer » : seuls des avis réels, avec accord écrit, seront publiés.
6. Sixième section « Vos questions » : un Accordéon imbriqué de cinq éléments — délais, essences de bois, garantie, zone d'intervention, entretien — premier élément ouvert, un seul ouvert à la fois, titres en H3, données structurées de FAQ activées. Dans chaque volet, un Paragraphe atomique de trois à cinq lignes.
7. Fermez la page par le bouton principal « Demander un devis » du chapitre 15, centré dans un Flexbox à fond bois chaud. Enregistrez, ouvrez l'Aperçu sur ordinateur puis sur votre téléphone : les compteurs s'animent en arrivant à l'écran, l'accordéon s'ouvre au doigt, et rien ne déborde.

Résultat attendu : une page « À propos » de six sections, un seul H1, un H2 par section, trois Boîtes d'icône identiques dans leur style, trois Compteurs qui affichent « 2009 », « 350+ » et « 2 », trois emplacements de témoignages et une foire aux questions repliée. Comme nous le faisons en atelier Num Compagny, notez sur une feuille les réglages de la Boîte d'icône et du Bloc Div parent : ils deviendront des classes au chapitre 18.

À RETENIR

- Les widgets classiques (trois onglets **Contenu, Style, Avancé**) restent le seul moyen d'obtenir une galerie, un accordéon, un compteur, un témoignage ou une carte : on les utilise sans complexe, dans des conteneurs atomiques.
- Le **conteneur parent** décide de la place et de l'habillage (fond, bordure, ombre, écart) ; le widget ne règle que son contenu, ses couleurs et sa largeur dans Avancé.
- Les **Classes, Variables et Interactions** atomiques ne s'appliquent pas aux widgets ; leurs couleurs par défaut viennent des Couleurs globales, et **Coller le style** harmonise les exemplaires.
- Les widgets « Site » (Logo du site, Titre du site, Menu WordPress...) sont tous **Pro** ; l'**Espaceur** est à proscrire en atomique, l'Écart et la Marge interne le remplacent.
- Google Maps, Vidéo, SoundCloud et HTML chargent des **ressources tierces** avant tout consentement : remplacer (image cliquable vers l'itinéraire), différer (superposition d'image) ou conditionner.
- Un chiffre, un avis ou une note affichés doivent être **vrais et sourcés** ; et pour une année dans un Compteur, désactivez le séparateur de milliers.

CHAPITRE 17

Arrière-plans, bordures, ombres et effets

Vos pages sont construites, vos textes et vos images sont en place. Il reste à leur donner du relief : un fond, une bordure, une ombre, parfois un mouvement. Ce chapitre passe en revue les trois dernières sections de l'onglet Style des éléments atomiques, puis propose cinq recettes réutilisables. Il prépare le chapitre 18, où ces réglages deviendront des classes partagées.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit sa première page et la trouve « plate ».
ENJEU	Donner du relief à une page sans la surcharger ni la ralentir.
IDÉE CLÉ	Un effet se justifie par la lisibilité , jamais par la décoration.
PRÉREQUIS	Chapitres 09 (conteneurs), 10 (modèle de boîte) et 14 (images).
LECTURE	Environ 14 minutes (+ 25 minutes d'exercice).

17.1 — Où se règle l'habillage

Pour un élément atomique, tout se passe dans l'onglet **Style**, dont vous connaissez déjà les premières sections : Mise en page, Espacement, Taille, Position et Typographie. Ce chapitre s'intéresse aux trois dernières, **Arrière-plan** (*Background*), **Bordure** (*Border*) et **Effets** (*Effects*). Elles sont identiques pour un Bloc Div, un Flexbox, un Titre, un Bouton ou une Image : ce que vous apprenez sur l'un vaut pour tous les autres.

Pour un widget classique, l'habillage se partage entre l'onglet **Style** du widget (ses réglages propres, comme la couleur de l'icône d'une Boîte d'icône) et l'onglet **Avancé**, commun à tous les widgets : Arrière-plan (parfois traduit « Fond » selon la version de la traduction), Bordure, Masque (*Mask*) et Effets de mouvement (chapitre 20). Beaucoup de widgets classiques proposent aussi deux sous-onglets **Normal** et **Au survol**.

À SAVOIR

Tout ce que vous réglez dans l'onglet Style d'un élément atomique s'applique à sa **classe locale**, donc à cet élément seulement. Pour la même ombre sur vingt cartes, vous pouvez la copier avec **Coller le style** (**Ctrl** + **Shift** + **V**, **Cmd** sur Mac), mais vous la recopiez à chaque changement d'avis. Faites vos essais ici en gardant en tête que ces réglages sont destinés à devenir des classes globales (chapitre 18).

17.2 — Arrière-plans : couleur, image, dégradé, couches

La section Arrière-plan rythme la page : une page vitrine se lit mieux quand ses sections alternent des fonds légèrement différents, blanc, blanc cassé, blanc, puis une section sombre pour l'appel à l'action. Trois types de fond existent, et l'Éditeur atomique permet de les empiler.

LA COULEUR

C'est le fond le plus simple et le plus sain. On choisit une couleur dans le sélecteur, ou mieux une variable de couleur (chapitre 18). Pour la Menuiserie Roche, les sections alternent le blanc et le blanc cassé `#FAF7F2`, et la section d'appel à devis passe sur l'antracite `#2B2B2B` avec un texte clair. Le sélecteur propose un curseur d'opacité : une couleur semi-transparente sert de voile sur une photo.

L'IMAGE

Le chapitre 14 a présenté l'image d'arrière-plan. Les réglages qui comptent : la **position** (où se cale l'image quand elle est recadrée), la **taille** (couvrir, pour remplir toute la boîte quitte à rogner ; contenir, pour la montrer entière), la **répétition** (à désactiver pour une photo) et l'**attachement** (fixe donne un effet de profondeur au défilement, mais se comporte mal sur beaucoup de téléphones).

LE DÉGRADÉ

Un dégradé (*gradient*) est un passage progressif d'une couleur à une autre, linéaire (le long d'un angle) ou radial (depuis un centre), sans limite de nombre de couleurs en atomique. Un dégradé réussi est presque invisible : deux tons proches d'une même teinte, du bois `#A8663C` vers un bois plus sombre, donnent de la matière sans attirer l'œil. Un dégradé bleu-rose-jaune signe un site amateur.

LES COUCHES

Le vrai apport de l'Éditeur atomique est que ces fonds s'**empilent** : une couleur, une image par-dessus, puis un voile coloré semi-transparent par-dessus l'image. L'ordre des couches dans le panneau est leur ordre d'affichage, la couche du haut de la liste étant dessinée au-dessus des autres ; on réordonne par glisser-déposer. C'est cette superposition qui rend un texte lisible sur une photo.

- 1 **Sélectionnez le Flexbox du bandeau** et ouvrez **Style › Arrière-plan**. Vérifiez que la photo est en taille « couvrir », position centre, sans répétition.
- 2 **Ajoutez une couche de couleur** au-dessus de l'image : anthracite `#2B2B2B`, opacité 45 %. Si elle apparaît sous l'image, remontez-la par glisser-déposer.
- 3 **Passez le texte en clair** : titre et paragraphe en blanc cassé `#FAF7F2`.
- 4 **Testez en vue mobile** (**Ctrl** + **Shift** + **M**) : le texte doit rester lisible là où la photo est la plus claire, car le recadrage n'est pas le même que sur ordinateur.



Figure 17.1 — Trois couches pour un bandeau lisible : la photo, un voile sombre semi-transparent, puis le texte en clair.

PIÈGE CLASSIQUE

Poser un titre blanc directement sur une photo claire. Sur l'écran du créateur, le résultat semble correct ; sur le téléphone d'un visiteur, l'image est recadrée autrement et le titre tombe sur un ciel blanc. Le voile n'est pas une option esthétique, c'est une assurance de lisibilité : 35 à 55 % d'opacité pour un voile sombre est un bon point de départ, à vérifier ensuite au contraste (chapitre 34).

17.3 — Bordures et coins arrondis

La section Bordure règle deux choses distinctes : le **trait** qui entoure la boîte et l'**arrondi** de ses coins. Le trait a une largeur, réglable côté par côté grâce à l'icône qui lie ou délie les quatre valeurs (comme pour les marges au chapitre 10), un style (plein, tirets, pointillés, double) et une couleur. Une bordure de 1 pixel dans un ton très clair détache souvent mieux une carte du fond qu'une ombre : elle ne pèse rien et reste nette sur tous les écrans.

Le rayon (*border radius*) se règle coin par coin. Trois valeurs couvrent la quasi-totalité des besoins d'un site vitrine : **0** pour un style strict, **8** à **16** pixels pour les cartes et les images, et une valeur très grande (**999** pixels) pour un bouton en pilule quelle que soit sa taille. Pour une image parfaitement ronde, il faut qu'elle soit carrée et lui donner un rayon de **50 %**.

BONNE PRATIQUE

Choisissez **un** rayon pour tout le site : le même sur les cartes, les images et les champs de formulaire, et la pilule pour les boutons. Rien ne trahit plus vite un site bricolé qu'un mélange de coins carrés, de coins à 4 pixels et de coins à 30 pixels. Au chapitre 18, ce rayon deviendra une variable.

17.4 — Effets : opacité, ombres, filtres, transformations, transitions

La section Effets regroupe tout ce qui modifie l'apparence d'un élément sans toucher à sa structure. Elle est puissante ; c'est précisément pour cela qu'il faut l'utiliser avec parcimonie.

OPACITÉ

L'opacité (*opacity*) rend l'élément entier plus ou moins transparent, texte compris ; c'est la différence avec une couleur de fond semi-transparente. On l'utilise pour atténuer un élément secondaire ou comme point de départ d'une animation d'apparition (chapitre 20). Ne « grisez » jamais ainsi un texte que le visiteur doit lire.

OMBRE PORTÉE

L'ombre portée (*box shadow*) se définit par un décalage horizontal, un décalage vertical, un flou, un étalement et une couleur ; l'Éditeur atomique accepte plusieurs ombres empilées. Une ombre réussie ne se voit pas, elle se devine : décalage horizontal 0, vertical 8, flou 24, étalement 0, couleur anthracite à 8 ou 10 % d'opacité. Une ombre noire opaque de 10 pixels est le second signe du site amateur, juste après le dégradé arc-en-ciel.

FILTRES ET MODES DE FUSION

Les filtres (*filters*) transforment le rendu comme une retouche photo : flou, luminosité, contraste, saturation, niveaux de gris. Ils servent surtout aux images : une photo de réalisation légèrement désaturée au repos, qui retrouve ses couleurs au survol, est un classique discret. Les modes de fusion (*blend modes*) décident comment un élément se mélange avec ce qui se trouve derrière lui ; c'est un outil de graphiste, rarement utile sur un site vitrine.

TRANSFORMATIONS

Les transformations (*transform*) déplacent, tournent ou agrandissent un élément sans modifier la place qu'il occupe : les voisins ne bougent pas. Trois usages raisonnables : un léger agrandissement au survol (échelle 1.03), une remontée de quelques pixels d'une carte survolée, la rotation d'un élément purement décoratif. Faire pivoter un titre ou un paragraphe nuit à la lecture.

TRANSITIONS

Une transition (*transition*) est le temps que met un élément pour passer d'un état à un autre. Sans transition, un bouton change de couleur instantanément au survol ; avec 250 millisecondes, le passage est fluide. La transition se règle sur l'état **normal**, pas sur l'état de survol : elle décrit le voyage, pas la destination. Le chapitre 18 explique comment définir l'état de survol lui-même.

DÉFINITION

Masque (*mask*) — découpe d'un élément selon une forme (cercle, goutte, hexagone ou forme personnalisée), disponible dans l'onglet Avancé des widgets classiques. Pour une image arrondie ou ronde, le rayon de bordure suffit en atomique ; pour une forme libre, passez par le widget Image classique et sa section Masque.

17.5 — Cinq recettes à garder sous la main

Les réglages qui suivent servent de point de départ pour le site de la Menuiserie Roche ; ajustez-les, mais ne les multipliez pas. Chaque recette s'applique à un élément atomique depuis l'onglet Style.

Recette	Réglages
Carte avec ombre douce	Bloc Div, fond blanc, rayon 12 px, marge interne 32 px, ombre 0 / 8 / 24 / 0 anthracite à 8 %, transition 250 ms. Au survol : ombre 0 / 12 / 32 à 14 %, déplacement vertical -4 px.
Bandeau dégradé + image	Flexbox, couche 1 : photo de l'atelier, taille couvrir, position centre ; couche 2 au-dessus : dégradé linéaire de l'anthracite à 70 % vers l'anthracite à 20 %, angle 90 °. Texte en blanc cassé.
Image ronde	Image carrée (160 px de côté), objet ajusté en couvrir, rayon 50 %, bordure 4 px blanc cassé pour la détacher du fond.
Bouton avec transition	Bouton, fond bois, texte blanc cassé, marge interne 14 / 28 px, rayon 999 px, transition 250 ms. Au survol : fond bois sombre, échelle 1.03 .
Section inclinée simple	Flexbox en position relative avec débordement masqué (section Taille) ; à l'intérieur, un Bloc Div décoratif en position absolue, plus large que la section, fond blanc cassé, rotation de -3 °. Le contenu, placé après, garde une position normale.

Les valeurs exactes de couleur (bois sombre, voile) sont fixées au chapitre 18 dans le tableau du système de design ; ici, l'important est la structure de chaque recette.

17.6 — Trois règles avant d'aller plus loin

À ÉVITER

Une ombre différente sur chaque carte, un dégradé à trois couleurs sur le bandeau, une bordure pointillée sur les images, un titre en rotation et un flou d'arrière-plan sur la section contact. Chaque effet est possible ; ensemble, ils fatiguent le visiteur et masquent le message.

À FAIRE

Un rayon, une ombre, deux fonds qui alternent, une transition de 250 ms partout. Les effets sont définis une fois, dans des classes, et le site en tire une unité que le visiteur ne remarque pas mais qu'il ressent.

Première règle, la **cohérence** : un site vitrine n'a besoin que d'un rayon, d'une ombre et d'une durée de transition, qui deviendront des variables ou des classes. Deuxième règle, le **contraste** : tout texte posé sur une image ou un dégradé doit rester lisible dans le pire cas, sur mobile, avec l'image recadrée. Troisième règle, **ne pas empiler** : un flou sur une grande zone, plusieurs ombres multicouches et des filtres animés demandent du travail au navigateur, sensiblement plus sur un téléphone d'entrée de gamme ; les couleurs, bordures et ombres simples ne coûtent rien.

Le visiteur ne doit jamais remarquer un effet ; il doit seulement trouver la page agréable et claire.

🔗 EXERCICE 17.1 — CARTES « PRESTATIONS » AVEC OMBRE ET SURVOL 25 MIN

Objectif : habiller les trois Blocs Div « Escaliers », « Cuisines » et « Agencements » de la page d'accueil (chapitre 9) et découvrir l'état de survol avant de le rendre réutilisable au chapitre 18.

1. Sélectionnez le premier Bloc Div de la ligne des prestations. Dans **Style › Arrière-plan**, posez un fond blanc ; dans **Bordure**, un rayon de 12 px sur les quatre coins liés.
2. Dans **Effets**, ajoutez une ombre portée 0 / 8 / 24 / 0, anthracite à 8 % d'opacité, puis une transition de 250 ms.
3. En haut de l'onglet Style, repérez la classe locale de l'élément (en rose). Ouvrez son menu (trois points) et ajoutez l'état **Au survol**. Dans cet état, passez l'ombre à 0 / 12 / 32 à 14 % et ajoutez un déplacement vertical de -4 px.
4. Revenez à l'état normal, enregistrez avec **Ctrl** + **S** et ouvrez l'**Aperçu** : au survol, la carte doit se soulever doucement.
5. Copiez la carte (clic droit › **Copier**) et collez son style sur les deux autres avec **Ctrl** + **Shift** + **V**. Vérifiez en vue mobile que les cartes empilées gardent ombre et rayon sans déborder.

Résultat attendu : trois cartes blanches, arrondies, portant une ombre à peine visible qui s'accroît au survol. Vous avez dû recopier le style deux fois : c'est exactement le problème que le chapitre 18 va résoudre.

À RETENIR

- L'habillage d'un élément atomique se règle dans trois sections de l'onglet Style, **Arrière-plan**, **Bordure** et **Effets**, identiques pour tous les éléments.
- Les fonds **s'empilent** : une image, puis un voile coloré semi-transparent par-dessus, sont la condition d'un texte lisible sur une photo.
- Un seul **rayon**, une seule **ombre** discrète (décalage vertical, flou large, couleur à 8-10 %) et une **transition** de 250 ms suffisent à tout un site.
- La transition se règle sur l'état **normal** ; l'état **Au survol** s'ajoute depuis le menu de la classe et ne décrit que la destination.
- Filtres, transformations et modes de fusion sont des outils d'exception : cohérence, contraste et sobriété d'abord ; tout ceci a vocation à devenir une **classe** (chapitre 18).

CHAPITRE 18

Le système de design : Variables, Classes et États

Jusqu'ici, chaque réglage de style ne valait que pour l'élément sélectionné. Ce chapitre change d'échelle : on définit une valeur une fois, on la nomme, on la partage, et tout le site suit. C'est le chapitre le plus important de cette partie, parce qu'il décide si votre site restera facile à faire évoluer dans deux ans.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui va construire plus d'une page, c'est-à-dire tout le monde.
ENJEU	Ne plus jamais régler la même couleur, la même police ou la même ombre deux fois.
IDÉE CLÉ	On nomme les décisions de style au lieu de les répéter : une variable pour une valeur, une classe pour un ensemble de valeurs.
PRÉREQUIS	Chapitres 06 (éléments atomiques), 13 (typographie) et 17 (habillage).
LECTURE	Environ 18 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

18.1 — Le problème : quarante boutons, une couleur

Imaginez le site de la Menuiserie Roche terminé : cinq pages, une quarantaine de boutons, une vingtaine de cartes. Camille Roche trouve le bois de sa palette trop orangé et veut un ton plus profond. Avec la méthode des chapitres précédents, il faudrait ouvrir chaque page, sélectionner chaque bouton, changer la couleur, puis recommencer pour le survol : une après-midi de travail, et la certitude d'en oublier un.

La solution existe dans tous les métiers du design : on ne répète pas une décision, on la **nomme**. « Couleur bois » devient un nom qui pointe vers une valeur ; « bouton principal », un nom qui pointe vers un ensemble de réglages. Changer ce qui se trouve derrière le nom met à jour tout ce qui l'utilise. C'est ce qu'Elementor appelle, depuis la version 4.1, le **Système de conception** (*Design System*), accessible depuis la barre supérieure, avec deux onglets, **Variables** et **Classes**.

DÉFINITION

Système de design — l'ensemble des décisions de style d'un site (couleurs, polices, tailles, formes de boutons, de cartes, de sections), enregistrées une seule fois sous des noms explicites et réutilisées partout. Dans Elementor 4, il repose sur trois briques : les **variables** (une valeur nommée), les **classes** (un ensemble de réglages nommé) et les **états** (les variantes d'une classe au survol, au focus, en actif). Il est réservé aux **éléments atomiques** ; les widgets classiques s'appuient sur les Couleurs et Polices globales du chapitre 19, vers lesquelles les variables sont synchronisées depuis la version 4.0.

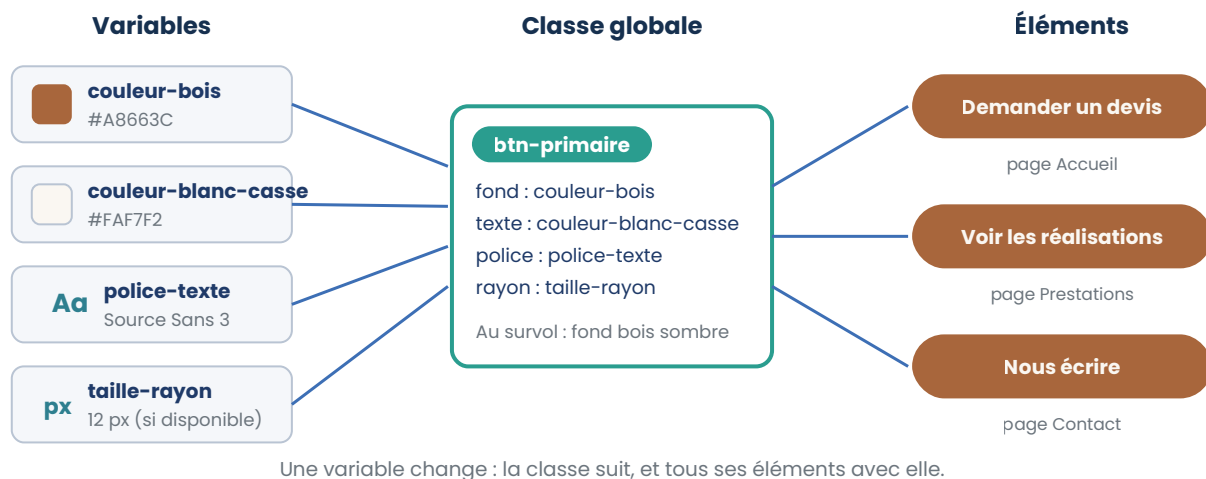


Figure 18.1 — Du plus général au plus concret : les variables alimentent une classe, la classe habille tous les éléments qui la portent.

18.2 — Les variables : un surnom pour une valeur

Le Centre d'aide Elementor définit une variable comme « un surnom pour une certaine valeur ». Trois types existent : **Couleur** (*Color*), **Police** (*Font*, une famille de caractères) et **Taille** (*Size*, une valeur avec son unité). Sur ce dernier type, la documentation n'est pas parfaitement claire : la page consacrée aux variables réserve les variables de taille aux utilisateurs Pro, tandis que celle du Gestionnaire de variables présente les trois types sans distinction. Si votre installation ne propose pas le type Taille, saisissez ces quelques valeurs directement dans vos classes ; le système restera cohérent.

Le nom d'une variable s'affiche dans les champs à la place de la valeur ; il doit rester clair dans six mois. Préférez des noms courts, en minuscules, sans accent ni espace, préfixés par le type : `couleur-bois`, `police-titres`, `taille-rayon`. Évitez les noms liés à un usage (`couleur-bouton-accueil`) : le jour où la couleur sert ailleurs, le nom ment.

- 1 **Ouvrez un champ de couleur** d'un élément atomique, par exemple **Style › Arrière-plan** d'une carte. À côté du sélecteur, une petite icône de variable est affichée.
- 2 **Cliquez sur l'icône, puis sur **Créer une variable**** (*Create a variable*).
- 3 **Donnez un nom et une valeur** : `couleur-bois` et `#A8663C`, puis enregistrez. La variable est créée immédiatement, disponible dans tout le site sans publier la page, et le champ affiche désormais son nom.
- 4 **Réutilisez-la**. Sur tout autre élément atomique, la même icône ouvre la liste des variables existantes : choisissez `couleur-bois`. Aucune valeur à retaper, aucune faute de frappe possible.

Pour voir toutes vos variables d'un coup, ouvrez le **Gestionnaire de variables** (*Variables Manager*) : icône Système de conception de la barre supérieure, onglet **Variables**. On y crée des variables sans passer par un champ, on modifie une valeur par double-clic, on duplique et on supprime ; avant de supprimer, assurez-vous qu'aucun élément n'utilise encore la variable.

BONNE PRATIQUE

Créez vos variables de couleur et de police **avant** de styler quoi que ce soit, à partir de la palette décidée avec l'entreprise. Une variable créée à la volée depuis un champ sert à compléter le système, pas à le fonder ; sinon on finit avec « couleur-bois », « bois2 » et « marron » pour la même teinte à un point près.

18.3 — Les classes : un style partagé

« Une classe est un ensemble de caractéristiques de style partagées », dit le Centre d'aide. Chaque élément atomique possède d'office une classe **locale** (*local*), celle que vous avez modifiée sans le savoir dans tous les chapitres précédents ; elle ne concerne que cet élément et apparaît en **rose** en haut de l'onglet Style. Une classe **globale**, affichée en **vert**, est partagée par tous les éléments qui la portent : modifier la classe, c'est les modifier tous à la fois.

Deux façons de créer une classe globale. Taper un nom dans le champ **Classes**, en haut de l'onglet Style, puis choisir **Créer une nouvelle classe** (*Create a new class*) : la classe naît vide et se style ensuite. Ou, plus naturel pour un débutant, styler d'abord un élément localement, puis **convertir** sa classe locale en classe globale ; la traduction officielle de cette commande est « Convertir en classe mondiale » (*Convert to global class*), lisez « globale ».

- 1 Stylez un bouton localement.** Sur la page d'accueil, sélectionnez « Demander un devis ». Onglet Style : fond **couleur-bois**, texte **couleur-blanc-casse**, police **police-texte** en grasse 600, marge interne 14 px haut et bas et 28 px sur les côtés, rayon 999 px, transition 250 ms.
- 2 Ouvrez les trois points de la classe locale** (en rose, en haut de l'onglet Style) et choisissez « Convertir en classe mondiale ». Nommez-la **btn-primaire** et validez : la pastille passe au vert.
- 3 Appliquez-la à un autre bouton.** Sur la page « Prestations », sélectionnez le bouton, cliquez dans le champ Classes, tapez **btn** et choisissez **btn-primaire**. Le bouton prend instantanément le même style.
- 4 Modifiez la classe pour vérifier.** La pastille verte étant sélectionnée, passez la marge interne horizontale à 32 px : les deux boutons changent ensemble. Remettez 28.

ATTENTION

Avant de toucher à un réglage de l'onglet Style, regardez la couleur de la pastille sélectionnée. **Rose** : vous modifiez cet élément seulement. **Vert** : vous modifiez la classe globale, donc tous les éléments qui la portent, sur toutes les pages. L'erreur classique consiste à vouloir élargir un seul bouton et à élargir les quarante.

PLUSIEURS CLASSES, ET LAQUELLE GAGNE

Un élément peut porter plusieurs classes globales en plus de sa classe locale : une carte peut être **carte** et, pour celle que l'on veut mettre en avant, **carte-accent** qui n'ajoute qu'une bordure de couleur. Quand deux classes règlent la même propriété, la **classe locale l'emporte toujours**, ce qui permet une exception ponctuelle sans casser le système. Entre classes globales, c'est l'**ordre du Gestionnaire de classe** qui décide ; on le modifie par glisser-déposer et l'on vérifie sur la toile laquelle prend le dessus.

Le **Gestionnaire de classe** (*Class Manager*) s'ouvre depuis le Système de conception (onglet **Classes**) ou depuis une icône de l'onglet Style. Il liste les classes globales du site et permet de les renommer, supprimer, réordonner, rechercher et, par une icône en forme de cible, de **localiser** les éléments qui les utilisent ; des filtres (*Unused, Empty, On this page* : inutilisées, vides, sur cette page) aident au ménage. Depuis la version 4.1, un site peut compter jusqu'à 1 000 classes ; un site vitrine bien tenu en utilise moins de vingt. Les utilisateurs non administrateurs ont des droits restreints. Avant de supprimer une classe, localisez ses éléments, qui perdraient le style qu'elle leur donne ; préférez renommer, le renommage se propage partout.

18.4 — Les états : au survol, au focus, actif

Un bouton a une apparence au repos, une autre quand la souris le survole, une autre quand il a le focus (sélectionné au clavier avec la touche Tabulation) et une autre pendant le clic. Elementor appelle ces variantes des **états** (*element states*) : **Au survol** (*Hover*), **Focus** et **Actif** (*Active*) ; l'élément Onglets dispose en plus de l'état **Sélectionné** (*Selected*) pour l'onglet ouvert. Un état s'ajoute à une classe, locale ou globale, depuis le même menu à trois points. Ajouté à une classe globale, il vaut pour tous les éléments qui la portent : quarante boutons réagissent au survol sans avoir été réglés un par un.

- 1 **Sélectionnez un bouton portant btn-primaire** et vérifiez que la pastille verte de la classe est sélectionnée.
- 2 **Ouvrez les trois points de la classe et choisissez Au survol**. Vous éditez maintenant l'état de survol de cette classe.
- 3 **Régalez uniquement ce qui change** : fond couleur-bois-sombre et, dans Effets, une échelle de 1.03. Tout ce qui n'est pas redéfini dans l'état est hérité de l'état normal.
- 4 **Revenez à l'état normal** : c'est là, rappel du chapitre 17, que la transition de 250 ms doit être définie pour que le passage soit fluide.
- 5 **Ajoutez l'état Focus**, par exemple une bordure de 2 px en couleur-anthracite : un visiteur qui navigue au clavier doit voir où il se trouve, exigence d'accessibilité (chapitre 34). Enregistrez et testez dans l'Aperçu à la souris, puis au clavier avec **Tab**.

MÉTHODE

Pour chaque classe interactive, définissez dans cet ordre l'état normal complet, la transition, puis les états Au survol et Focus qui ne redéfinissent que ce qui change. Un état de survol qui recopie tous les réglages du normal est une source d'erreurs : quand vous modifiez le normal, le survol ne suit plus.

18.5 — La méthode : construire le système avant les pages

L'ordre de travail que nous recommandons, et que nous appliquons en atelier Num Compagny, tient en une ligne : **variables, puis classes, puis pages**. On enregistre la palette et les polices ; on construit sur une page « bac à sable » un exemplaire de chaque composant, que l'on convertit en classes globales ; on construit enfin les pages en appliquant ces classes. Le tableau 18.1 résume le système de la Menuiserie Roche : dix variables et six classes suffisent à un site vitrine de cinq pages.

Nom	Type	Valeur ou contenu
couleur-bois	Couleur	#A8663C — boutons, accents, liens
couleur-bois-sombre	Couleur	#8A5230 — survol des boutons et des liens
couleur-anthracite	Couleur	#2B2B2B — texte, titres, section sombre
couleur-blanc-casse	Couleur	#FAF7F2 — sections alternées, texte sur fond sombre
couleur-sauge	Couleur	#7A9E7E — badges, icônes, messages de succès
couleur-blanc	Couleur	#FFFFFF — cartes et sections principales
police-titres	Police	Playfair Display
police-texte	Police	Source Sans 3
taille-rayon	Taille	12 px — cartes, images, champs (si le type Taille est disponible)
taille-espace-section	Taille	80 px — marge interne haut et bas des sections (idem)
btn-primaire	Classe	Fond bois, texte blanc cassé, police texte 600, marge interne 14 / 28, rayon 999, transition 250 ms. Survol : bois sombre, échelle 1.03. Focus : bordure 2 px anthracite.
btn-secondaire	Classe	Fond transparent, bordure 2 px bois, texte bois, mêmes marges, rayon et transition. Survol : fond bois, texte blanc cassé.
carte	Classe	Fond blanc, rayon <code>taille-rayon</code> , marge interne 32, ombre 0 / 8 / 24 anthracite à 8 %, transition 250 ms. Survol : ombre 0 / 12 / 32 à 14 %, déplacement vertical -4 px.
section	Classe	Flexbox en colonne, éléments centrés, marge interne <code>taille-espace-section</code> haut et bas, 24 px sur les côtés ; 40 px haut et bas en vue mobile.
titre-section	Classe	Police titres, 36 px, graisse 700, anthracite, centré, marge externe basse 24 px ; 28 px en vue mobile.
texte-max	Classe	Largeur maximale 720 px, police texte 17 px, interligne 1,6, anthracite.

Tableau 18.1 — Le système de design de la Menuiserie Roche, repris en fiche F7. Les classes sont responsives : une valeur réglée en vue mobile ne vaut que pour cette vue (chapitre 12).

À cinq pages, ce système fait gagner une après-midi à chaque changement de palette et garantit que le bouton de la page Contact ressemble à celui de l'Accueil. À cinquante pages, ou dès qu'une deuxième personne intervient, il devient la seule chose qui empêche la dérive : chaque nouvelle page se construit avec les six mêmes classes. Il voyage aussi : classes et variables sont exportées et importées avec les modèles et les Modèles de sites (chapitre 21), pour réutiliser le même socle d'un site à l'autre.

Un site sans système de design n'est pas terminé : il est seulement arrêté.

🔧 EXERCICE 18.1 — LE SYSTÈME DE DESIGN DE LA MENUISERIE ROCHE 40 MIN

Objectif : créer les dix variables et les six classes du tableau 18.1, appliquer `btn-primaire` aux trois boutons existants du site, puis vérifier qu'un changement d'avis ne coûte plus qu'une minute.

1. Ouvrez le Système de conception, onglet **Variables**, et créez les six variables de couleur et les deux variables de police. Si le type Taille est proposé, créez aussi les deux variables de taille ; sinon, notez leurs valeurs pour les saisir dans les classes.
2. Sur la page « Bac à sable » (chapitre 5), déposez un Flexbox, un Titre, un Paragraphe, deux Boutons et un Bloc Div. Stylez chacun localement selon le tableau, puis convertissez sa classe locale en classe globale : `section`, `titre-section`, `texte-max`, `btn-primaire`, `btn-secondaire`, `carte`.
3. Ajoutez les états Au survol et Focus sur `btn-primaire`, `btn-secondaire` et `carte`.
4. Ouvrez les pages Accueil, Prestations et Contact et appliquez `btn-primaire` à leur bouton principal via le champ Classes. Si un bouton garde un réglage local contradictoire (une autre couleur de fond), retirez-le de sa classe locale : le local l'emporte.
5. Dans le Gestionnaire de classe, utilisez l'icône de localisation sur `btn-primaire` : elle doit signaler trois éléments.
6. Dans le Gestionnaire de variables, changez par double-clic `couleur-bois` en `#9A5A32` et parcourez les trois pages : tous les boutons ont changé. Remettez `#A8663C` et comparez le temps passé avec celui de l'exercice 17.1.

Résultat attendu : dix variables et six classes visibles dans le Système de conception, trois boutons identiques sur trois pages dont le survol et le focus fonctionnent dans l'Aperçu, et un changement de couleur global effectué en moins d'une minute.

À RETENIR

- Le **Système de conception** (barre supérieure, depuis la version 4.1) réunit les **Variables** et les **Classes** ; il ne concerne que les éléments atomiques.
- Une **variable** est une valeur nommée (couleur, police et, selon la version, taille), créée depuis l'icône d'un champ ou depuis le Gestionnaire de variables, enregistrée immédiatement.
- Une **classe** est un ensemble de réglages nommé : locale (rose) pour un seul élément, globale (verte) pour tous ceux qui la portent ; on convertit une classe locale en globale depuis ses trois points.
- La classe **locale l'emporte toujours** ; entre classes globales, l'ordre du Gestionnaire de classe décide.
- Les **états** Au survol, Focus et Actif s'ajoutent à une classe et ne redéfinissent que ce qui change ; la transition, elle, se règle sur l'état normal.
- Ordre de travail : **variables, puis classes, puis pages**. Dix variables et six classes suffisent à un site vitrine, et voyagent avec les modèles.

CHAPITRE 19

Réglages du site : couleurs, polices, identité, mise en page

Le chapitre 18 a construit le système de design des éléments atomiques. Mais un site contient aussi des widgets classiques, un thème, un logo, un favicon, une largeur de contenu. Tout cela se règle dans un seul panneau, les Réglages du site, qui valent pour l'ensemble des pages. Ce chapitre le parcourt section par section et l'aligne sur les variables du chapitre précédent.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui met en place un site, avant même de construire ses pages.
ENJEU	Régler une fois ce qui vaut pour tout le site, et faire parler widgets classiques et éléments atomiques d'une même voix.
IDÉE CLÉ	Les Réglages du site sont le socle : ce que vous n'y réglez pas, Elementor le décide à votre place.
PRÉREQUIS	Chapitres 04 (installation), 12 (points de rupture) et 18 (variables).
LECTURE	Environ 14 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

19.1 — Ouvrir les Réglages du site

Les **Réglages du site** (*Site Settings*) s'ouvrent de trois façons : depuis le menu du logo Elementor dans la barre supérieure, par le raccourci **Ctrl** + **K** (**Cmd** + **K** sur Mac), ou depuis l'administration WordPress, dans ► **Elementor** ► **Éditeur**, par le bouton de personnalisation (*Customize*) affiché sous « Réglages du site ». Le panneau de gauche est alors remplacé par une liste en trois groupes : **Système de conception** (*Design System*), **Styles du thème** (*Theme Style*) et **Réglages** (*Settings*).

Deux différences avec ce que vous connaissez. Rien de ce que vous réglez ici n'appartient à la page ouverte : cela vaut pour tout le site. Et ces réglages ne s'enregistrent pas avec le bouton Publier de la page, mais avec le bouton **Enregistrer les modifications** (*Save Changes*) en bas du panneau. Oublier ce bouton est la première cause de « réglages qui ne s'appliquent pas ».

DÉFINITION

Couleurs globales et Polices globales (*Global Colors, Global Fonts*) — les valeurs de référence utilisées par les widgets classiques et par les Styles du thème. Elles jouent, pour l'ancienne génération d'éléments, le rôle que les variables jouent pour les éléments atomiques. Depuis la version 4.0, les variables de couleur et de police sont synchronisées vers ces réglages globaux.

19.2 — Système de conception : Couleurs globales et Polices globales

Les **Couleurs globales** proposent quatre couleurs nommées, **Primaire** (Primary), **Secondaire** (Secondary), **Texte** (Text) et **Accent**, auxquelles on ajoute autant de couleurs personnalisées que nécessaire. Les **Polices globales** suivent la même logique avec quatre entrées ; chacune associe une famille de caractères à une taille, une graisse et les autres réglages de typographie du chapitre 13.

À quoi servent-elles, si les variables existent déjà ? À tout ce qui n'est pas atomique. Ouvrez un widget classique, une Boîte d'icône par exemple, et cliquez sur un champ de couleur : une icône en forme de globe permet de lier ce champ à une couleur globale au lieu de saisir une valeur ; il en va de même pour la typographie. Un site qui mélange éléments atomiques et widgets classiques, comme le recommande ce support, a donc besoin que les deux jeux de valeurs disent la même chose.

- 1 **Ouvrez les Réglages du site** (**Ctrl** + **K**) puis **Couleurs globales**.
- 2 **Vérifiez la synchronisation.** Si vos variables du chapitre 18 apparaissent dans la liste, la synchronisation annoncée avec la version 4.0 a fonctionné ; sinon, saisissez les valeurs à la main.
- 3 **Affectez les quatre couleurs nommées.** Pour la Menuiserie Roche : Primaire **#A8663C** (bois), Secondaire **#7A9E7E** (sauge), Texte **#2B2B2B** (anthracite), Accent **#8A5230** (bois sombre). Ajoutez une couleur personnalisée « Blanc cassé » **#FAF7F2**.
- 4 **Passez aux Polices globales.** Primaire : Playfair Display, graisse 700 (grands titres) ; Secondaire : Playfair Display, graisse 400 (sous-titres) ; Texte : Source Sans 3, graisse 400, 17 px ; Accent : Source Sans 3, graisse 600 (boutons, étiquettes).
- 5 **Enregistrez les modifications**, puis ouvrez un widget classique : ses champs de couleur proposent désormais votre palette derrière l'icône globe.

ATTENTION

Primaire, Secondaire, Texte et Accent sont des rôles, pas des couleurs : un modèle importé de la bibliothèque (chapitre 21) utilise ces mêmes rôles, et ses boutons « Primaire » deviendront bois chez vous. C'est un avantage, à condition d'avoir affecté les quatre rôles avec cohérence. Ne laissez jamais les valeurs d'usine d'Elementor, un bleu clair et un vert qui n'ont rien à voir avec votre entreprise.

19.3 — Styles du thème : ce qui s'applique quand rien n'est réglé

Les **Styles du thème** définissent l'apparence par défaut des contenus qui ne passent pas par un réglage explicite : le texte d'un article écrit dans l'éditeur de blocs, les titres H1 à H6, les liens, les boutons et les champs de formulaire. Leurs sections sont **Typographie**, **Boutons**, **Images**, **Champs de formulaire** et, avec le thème Hello Elementor, **Entête** et **Pied de page**.

Typographie règle la couleur et la police du corps de texte, l'espacement des paragraphes, les liens au repos et au survol, puis chaque niveau de titre. Boutons règle typographie, couleurs, bordure, rayon et marges internes des boutons, au repos et au survol. Images règle bordure, rayon, opacité et ombre de toutes les images. Champs de formulaire règle libellés et champs. Entête et Pied de page pilotent l'en-tête et le pied de page fournis par le thème Hello : logo ou

titre du site, slogan, menu, disposition et couleurs. Ces deux dernières sections cessent d'avoir un effet dès que vous construisez un en-tête et un pied de page avec le Constructeur de thème (chapitre 24, Elementor Pro).

LE RÉGLAGE QU'IL FAUT CONNAÎTRE : DÉSACTIVER LES COULEURS ET POLICES PAR DÉFAUT

Par défaut, les Styles du thème ne s'appliquent qu'aux contenus *hors* Elementor. Les widgets classiques arrivent avec leurs propres couleurs et polices d'usine, d'où le bouton vert et le titre gris que l'on obtient en déposant un widget sur une page neuve. Pour que les widgets suivent vos Styles du thème et vos Couleurs globales, cochez deux cases dans l'administration : ►

Elementor › **Éditeur** › **Réglages**, onglet **Général**, **Désactiver les couleurs par défaut** (*Disable Default Colors*) et **Désactiver les polices par défaut** (*Disable Default Fonts*). Faites-le dès l'installation, avant de construire quoi que ce soit.

BONNE PRATIQUE

Régalez les Styles du thème même si toutes vos pages sont construites avec des classes. Un jour, un article de blog, une page de mentions légales écrite dans l'éditeur de blocs ou une page 404 non personnalisée s'afficheront sans passer par vos classes : les Styles du thème décideront de leur allure. Alignez-les sur votre système de design, et ces pages resteront dans le ton.

19.4 — Réglages : identité, arrière-plan, mise en page et le reste

Le troisième groupe rassemble les réglages qui ne sont pas des styles. Le tableau 19.1 les passe en revue avec les valeurs retenues pour la Menuiserie Roche.

Section	Ce qu'elle règle	Valeur pour la Menuiserie Roche
Identité du site (<i>Site Identity</i>)	Nom du site , Description du site (le slogan), Logo du site , Favicon du site . Ce sont les valeurs de WordPress ; logo et nom sont repris par les widgets Logo du site et Titre du site (Pro) et par l'en-tête du thème Hello.	« Menuiserie Roche » ; « Le bois, sur mesure, depuis 2009 » ; logo PNG ou SVG sur fond transparent ; favicon carré d'au moins 512 × 512 px.
Arrière-plan (<i>Background</i>)	Couleur ou image de fond de tout le site, derrière les pages ; arrière-plan du navigateur mobile, c'est-à-dire la couleur de la barre du navigateur sur téléphone.	Fond blanc #FFFFFF ; barre mobile en bois #A8663C .
Mise en page (<i>Layout</i>)	Largeur du contenu (1140 px par défaut), Marges internes du conteneur , Écarts par défaut, Sélecteur de titre de page (<code>h1.entry-title</code>), Mise en page par défaut des nouvelles pages (Canevas Elementor ou Elementor pleine largeur), et la section Points de rupture du chapitre 12.	1140 px ; marges et écarts par défaut, puisque la classe <code>section</code> les fixe ; sélecteur inchangé avec Hello ; mise en page par défaut : Elementor pleine largeur ; points de rupture par défaut.
Visionneuse (<i>Lightbox</i>)	Activation de la visionneuse plein écran pour les images cliquables, couleur du voile, couleur des icônes, éléments d'interface affichés.	Activée pour la galerie des réalisations ; voile anthracite, icônes blanc cassé.

Section	Ce qu'elle règle	Valeur pour la Menuiserie Roche
Transitions de page (<i>Page Transitions</i>)	Animation entre deux pages et écran de chargement (fonction d'Elementor Pro).	Désactivées : elles ralentissent la navigation sans bénéfice pour un site vitrine.
CSS personnalisé (<i>Custom CSS</i>)	Code CSS appliqué à tout le site (Elementor Pro, plans Advanced et supérieurs ; chapitre 32).	Vide pour l'instant.
Réglages supplémentaires (<i>Additional Settings</i>)	Quelques options techniques, notamment liées au chargement des images d'arrière-plan, qui varient selon la version.	Valeurs par défaut.

Tableau 19.1 — Les sections du groupe Réglages et les choix retenus pour le fil rouge.

Trois précisions. La **largeur du contenu** ne concerne que les conteneurs sans largeur propre ; vos Flexbox construits avec la classe `section` et un Flexbox intérieur limité à 1140 px (chapitre 9) n'en dépendent pas directement, mais garder la même valeur partout permet aux modèles importés de s'aligner sur vos pages. Le **sélecteur de titre de page** indique à Elementor quel élément masquer quand vous activez « Masquer le titre » dans les Réglages de page ; avec le thème Hello, la valeur par défaut convient. La **mise en page par défaut** évite de choisir « Elementor pleine largeur » à chaque nouvelle page.

PIÈGE CLASSIQUE

Téléverser un logo de 3 000 pixels de large « pour qu'il soit net ». Il sera affiché à 200 pixels dans l'en-tête, mais chargé en pleine taille sur chaque page, y compris sur mobile. Préparez un logo à la taille d'affichage, au double au maximum pour les écrans haute densité, ou un SVG (chapitre 14). Même règle pour le favicon : un carré de 512 pixels suffit.

19.5 — Variables et réglages globaux : une seule source de vérité

Résumons l'articulation entre ce chapitre et le précédent. Les **variables** alimentent les classes des éléments atomiques ; les **Couleurs et Polices globales** alimentent les widgets classiques et les Styles du thème. Depuis la version 4.0, les premières sont synchronisées vers les secondes, pas l'inverse. La méthode la plus sûre : créer la palette sous forme de variables, vérifier qu'elle apparaît dans les Couleurs globales, puis affecter les quatre rôles à partir de ces valeurs. Si la synchronisation ne se fait pas dans votre installation, saisissez les mêmes codes des deux côtés et notez-les dans la fiche F7 : deux listes qui disent la même chose valent mieux qu'une liste incomplète.

À ÉVITER

Régler le bois à `#A8663C` dans les variables, laisser la couleur Primaire d'usine dans les Réglages du site, et découvrir trois mois plus tard que toutes les Boîtes d'icône de la page À propos sont restées bleu clair.

À FAIRE

Une palette, deux listes alignées, les cases « Désactiver les couleurs / polices par défaut » cochées, les Styles du thème réglés sur la même palette. Un widget classique déposé n'importe où prend l'allure du site sans qu'on y touche.

Terminez toujours par **Enregistrer les modifications**. Pour conserver une trace écrite de vos choix, indépendante de l'installation, la fiche F7 en fin d'ouvrage est faite pour les noter.

EXERCICE 19.1 — LES RÉGLAGES DU SITE DE LA MENUISERIE ROCHE**30 MIN**

Objectif : configurer entièrement les Réglages du site pour qu'un widget classique déposé sur n'importe quelle page prenne d'emblée l'allure du site.

1. Dans l'administration, ouvrez ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages**, onglet Général, cochez **Désactiver les couleurs par défaut** et **Désactiver les polices par défaut**, enregistrez.
2. Ouvrez une page dans Elementor puis les Réglages du site (**Ctrl** + **K**). Dans **Identité du site**, saisissez le nom, la description, le logo et le favicon.
3. Dans **Couleurs globales** et **Polices globales**, affectez les quatre rôles selon le pas-à-pas de la section 19.2 et ajoutez « Blanc cassé ».
4. Dans **Styles du thème** ► **Typographie**, réglez le corps de texte sur la police Texte et la couleur Texte, les titres H1 à H3 sur la police Primaire, les liens sur la couleur Primaire avec Accent au survol. Dans **Boutons**, reproduisez **btn-primaire** : fond Primaire, texte Blanc cassé, rayon 999 px, marge interne 14 / 28 px, fond Accent au survol.
5. Dans **Mise en page**, vérifiez la largeur de contenu à **1140** et choisissez **Elementor pleine largeur** comme mise en page par défaut ; dans **Arrière-plan**, fixez la couleur de la barre du navigateur mobile au bois. Cliquez sur **Enregistrer les modifications**.
6. Déposez une Boîte d'icône classique sur la page « Bac à sable » : titre, texte et icône doivent déjà être dans les bonnes polices et couleurs. Créez enfin une page de test dans l'éditeur de blocs de WordPress, sans Elementor, avec un titre, un paragraphe et un lien : elle doit ressembler au reste du site.

Résultat attendu : une identité complète, quatre couleurs et quatre polices globales alignées sur les variables, des Styles du thème cohérents, et deux pages de test qui prennent l'allure du site sans réglage individuel.

À RETENIR

- Les **Réglages du site** (**Ctrl** + **K**) valent pour tout le site et s'enregistrent avec **Enregistrer les modifications**, pas avec Publier.
- Les **Couleurs et Polices globales** (Primaire, Secondaire, Texte, Accent) servent aux widgets classiques et au thème ; elles doivent dire la même chose que les variables du chapitre 18.
- Les **Styles du thème** décident de l'allure de tout ce qui n'est pas réglé explicitement ; cochez « Désactiver les couleurs / polices par défaut » pour qu'ils s'appliquent aussi aux widgets.
- L'**Identité du site** (nom, description, logo, favicon) et la **Mise en page** (largeur 1140 px, mise en page par défaut, points de rupture) se règlent une fois, avant les pages.
- Un logo à la bonne taille, des transitions de page désactivées et des valeurs par défaut conservées ailleurs : le socle doit rester léger.

CHAPITRE 20

Animations et interactions

Une page qui bouge attire l'œil ; une page qui bouge trop le fatigue. Ce dernier chapitre de la partie « Contenu et style » présente les deux systèmes d'animation d'Elementor, l'onglet Interactions des éléments atomiques et les Effets de mouvement des widgets classiques, puis fixe des règles simples pour que le mouvement serve la lecture au lieu de la gêner.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne tentée d'animer sa page d'accueil, c'est-à-dire tout le monde à ce stade.
ENJEU	Utiliser le mouvement avec parcimonie, sans nuire à la lisibilité, à l'accessibilité ni à la vitesse.
IDÉE CLÉ	Une animation réussie est courte , rare et invisible une fois terminée.
PRÉREQUIS	Chapitres 12 (responsive), 17 (transitions) et 18 (états).
LECTURE	Environ 13 minutes (+ 20 minutes d'exercice).

20.1 — Pourquoi peu, et pourquoi bien

Le mouvement est le signal le plus fort qu'une page puisse envoyer : l'œil y réagit avant même de lire. C'est précisément ce qui le rend dangereux, pour trois raisons.

La **lisibilité**, d'abord : un titre qui glisse, un paragraphe qui apparaît en fondu, trois cartes qui rebondissent, et le visiteur attend que tout se calme avant de lire ; sur une page longue, il finit par défiler plus vite que les animations ne se déclenchent et voit des zones vides. L'**accessibilité**, ensuite : certaines personnes souffrent de troubles vestibulaires ou d'une sensibilité au mouvement ; les systèmes d'exploitation proposent un réglage de réduction des animations, mais rien ne garantit que toutes les animations d'une page en tiennent compte. La **performance**, enfin : les effets liés au défilement et les animations continues occupent le processeur du téléphone du visiteur, et sur un appareil modeste la page saccade.

MÉTHODE

Cinq règles, valables pour tout ce qui suit : une durée de **300 à 600 ms** pour une apparition, 200 à 300 ms pour un survol ; **une seule animation par écran**, c'est-à-dire par section visible à la fois ; **jamais sur le texte principal** (titre H1, paragraphes de contenu) ; des délais en cascade de 100 à 150 ms au maximum entre éléments d'une même ligne ; un **test sur un vrai téléphone** avant publication.

Si le visiteur remarque l'animation, elle est déjà trop longue.

20.2 — L'onglet Interactions des éléments atomiques

Chaque élément atomique possède, à côté de Général et Style, un troisième onglet, **Interactions**. Il est vide au départ ; le bouton **Créer une interaction** (*Create an interaction*), ou le signe **+**, ajoute une interaction, et l'on peut en empiler plusieurs sur un même élément. Chaque interaction se décrit par quelques champs.

Le **Déclencheur** (*Trigger*) dit quand l'animation démarre. En version gratuite, un seul est disponible : le chargement de la page (*Page load*), qui lance l'animation dès l'affichage. Elementor Pro (depuis Pro 4.0) en ajoute quatre : **Défilement à l'écran** (*Scroll into view* : l'animation démarre quand l'élément entre dans la zone visible), **Pendant que vous faites défiler** (*While scrolling* : l'animation progresse avec le défilement, entre une ligne de début et une ligne de fin placées sur la toile), **Au survol** (*On hover*) et **Au clic** (*On click*).

L'**Effet** (*Effect*) dit ce qui se passe : **Fondu** (*Fade*, l'opacité varie), **Diapositive** (*Slide*, l'élément glisse depuis une direction) ou **Redimensionner** (*Scale*, l'élément grandit ou rétrécit) ; Pro ajoute un effet personnalisé (*Custom*). Le **Type** précise s'il s'agit d'une entrée (*In*) ou d'une sortie (*Out*) ; la **Direction** s'applique aux effets qui en ont une ; la **Durée** (*Duration*) et le **Délai** (*Delay*) se règlent en millisecondes. En Pro, enfin, une interaction peut être réglée différemment selon le point de rupture, ce qui permet de la désactiver sur mobile.

- Sélectionnez l'élément à animer** : sur la page d'accueil, le Bloc Div de la carte « Escaliers » (classe `carte`).
- Ouvrez l'onglet Interactions** et cliquez sur **Créer une interaction**.
- Choisissez le déclencheur** : chargement de la page en version gratuite ; Défilement à l'écran si vous disposez de Pro, préférable pour un élément situé sous le bandeau.
- Choisissez l'effet Fondu, type entrée**, durée `500` ms, délai `0`.
- Enregistrez et ouvrez l'Aperçu**. La carte apparaît en fondu. Si vous ne voyez rien, l'animation s'est probablement jouée avant que vous ayez défilé jusqu'à la carte : voyez l'encadré ci-dessous.

ATTENTION

Le déclencheur « chargement de la page » ne se soucie pas de savoir si l'élément est visible. Pour un élément placé bas dans la page, l'animation se joue pendant que le visiteur regarde encore le bandeau ; quand il arrive à l'élément, tout est terminé et il ne voit rien. En version gratuite, réservez donc les interactions atomiques aux éléments du premier écran, et animez le reste avec les Effets de mouvement des widgets classiques (section 20.3), ou pas du tout. En Pro, utilisez Défilement à l'écran.

Interactions des éléments atomiques	Gratuit	Pro
Déclencheur : chargement de la page (<i>Page load</i>)	✓	✓
Déclencheur : Défilement à l'écran (<i>Scroll into view</i>)	—	✓
Déclencheur : Pendant que vous faites défiler (<i>While scrolling</i>), avec lignes de début et de fin	—	✓
Déclencheurs : Au survol, Au clic	—	✓

Interactions des éléments atomiques	Gratuit	Pro
Effets Fondu, Diapositive, Redimensionner ; type entrée / sortie ; direction	✓	✓
Durée et délai en millisecondes	✓	✓
Effet personnalisé (<i>Custom</i>)	—	✓
Réglage différent par point de rupture (désactiver sur mobile)	—	✓
Widgets classiques : animation d'entrée, animation au survol	✓	✓
Widgets classiques : effets de défilement, effets de souris, position collante	—	✓

ELEMENTOR PRO

Les déclencheurs au défilement, au survol et au clic, l'effet personnalisé et le réglage par point de rupture sont arrivés avec Elementor Pro 4.0 et restent réservés à la version Pro (Centre d'aide Elementor, page « Interactions »). Pour un site vitrine, le seul qui change vraiment la donne est Défilement à l'écran : il rend enfin utile l'animation d'un élément situé sous le premier écran.

20.3 — Widgets classiques : Effets de mouvement et animation au survol

Les widgets classiques n'ont pas d'onglet Interactions ; leurs animations se règlent dans l'onglet **Avancé**, section **Effets de mouvement** (*Motion Effects*). En version gratuite, on y trouve l'**animation d'entrée** (*Entrance Animation*), choisie dans une longue liste classée par familles (fondus, zooms, glissements, rebonds, rotations...), avec une **durée** à trois vitesses (lente, normale, rapide) et un **délai** en millisecondes. Contrairement au déclencheur de chargement de page des éléments atomiques, l'animation d'entrée d'un widget classique se joue quand le widget entre dans la zone visible, ce qui la rend utilisable sur toute la hauteur de la page.

Elementor Pro ajoute dans la même section les **effets de défilement** (*Scrolling Effects* : déplacement, transparence, flou, rotation, échelle liés à la position de défilement), les **effets de souris** (*Mouse Effects* : l'élément suit le curseur ou s'incline en trois dimensions) et la position **collante** (*Sticky*), qui fait tenir un élément en haut ou en bas de l'écran pendant le défilement. Les deux premiers relèvent de la page de démonstration plus que du site d'artisan ; le troisième est utile pour un en-tête, et l'Éditeur atomique l'obtient sans Pro par la position collante de la section Position (chapitre 10).

Plusieurs widgets proposent aussi une **animation au survol** (*Hover Animation*) dans leurs propres réglages : le widget Image dans son onglet Style, le widget Bouton dans son onglet Contenu, avec des effets tels que grossir, rétrécir, pulser ou rebondir. Choisissez, s'il le faut, le plus discret, et le même pour tout le site.

À ÉVITER

Un titre en « rebond », trois cartes en « rotation d'entrée », une image qui suit la souris, un bouton qui pulse en permanence et un bandeau à effet de défilement. Chaque effet, seul, amuse trente secondes ; ensemble, ils disent « site fait en une soirée ».

À FAIRE

Le bandeau apparaît en fondu au chargement, les trois cartes de prestations apparaissent en fondu quand on arrive dessus, en cascade de 150 ms, et tout ce qui est interactif réagit au survol par un état et une transition de 250 ms. Rien d'autre.

20.4 — Le survol « gratuit » : état et transition

Une confusion fréquente mérite d'être levée. Le déclencheur **Au survol** de l'onglet Interactions (Pro) lance une *animation* quand la souris arrive sur l'élément : un fondu, un glissement, un changement d'échelle animé. L'**état** Au survol du chapitre 18 décrit simplement une autre *apparence* de l'élément (couleur, ombre, échelle, bordure), et la **transition** du chapitre 17 rend le passage progressif. Pour un bouton qui fonce, une carte qui se soulève, un lien qui se souligne, la seconde méthode suffit, en version gratuite, et elle est plus légère : c'est du CSS pur, exécuté par le navigateur sans aucun script. Réservez l'interaction au survol, si vous avez Pro, aux cas où il faut vraiment un mouvement, par exemple faire apparaître une légende sur une photo de réalisation.

BONNE PRATIQUE

Sur un téléphone, il n'y a pas de survol : le doigt touche ou ne touche pas. Tout ce qui n'est visible qu'au survol (une légende, un bouton, un prix) est donc invisible pour la majorité des visiteurs d'un site local. Le survol ne doit jamais porter une information indispensable ; il ne fait qu'enrichir ce qui est déjà lisible.

20.5 — Avant de publier : la checklist du mouvement

Passez ces points en revue sur chaque page animée, sur ordinateur puis sur un vrai téléphone. Une page qui ne coche pas tout doit perdre une animation, pas en gagner une.

- ☐ Aucune animation ne dure plus de 600 ms, aucun survol plus de 300 ms.
- ☐ Aucun titre H1, aucun paragraphe de contenu, aucun formulaire n'est animé.
- ☐ Une seule animation par écran ; les cascades restent sous 150 ms d'écart et ne dépassent pas quatre éléments.
- ☐ En version gratuite, les éléments situés sous le premier écran ne dépendent pas du déclencheur de chargement de page.
- ☐ Aucune information n'est réservée au survol.
- ☐ Sur mobile, la page reste fluide au défilement ; en Pro, les interactions inutiles y sont désactivées par point de rupture.
- ☐ Après l'animation, chaque élément est exactement à sa place, sans décalage résiduel.

À SAVOIR

Les interactions et les effets de mouvement ne se voient pas dans la toile de l'éditeur comme sur la page réelle. Vérifiez toujours avec le bouton **Aperçu**, puis en rechargeant la page publiée sur votre téléphone : c'est la seule façon de constater qu'une animation se joue au bon moment et ne saccade pas.

EXERCICE 20.1 — TROIS CARTES EN CASCADE

20 MIN

Objectif : faire apparaître en fondu les trois cartes de prestations de la page d'accueil avec un délai croissant, vérifier leur survol et contrôler le résultat sur téléphone.

1. Ouvrez la page « Accueil » et sélectionnez la carte « Escaliers ». Onglet **Interactions** › **Créer une interaction** : déclencheur chargement de la page (ou Défilement à l'écran en Pro), effet Fondu, type entrée, durée 500 ms, délai 0.
2. Répétez sur la carte « Cuisines » avec un délai de 150 ms, puis sur « Agencements » avec 300 ms.
3. Vérifiez que les trois cartes portent la classe **carte** du chapitre 18, dont l'état Au survol soulève la carte avec une transition de 250 ms : aucune interaction Au survol n'est nécessaire.
4. Enregistrez, ouvrez l' **Aperçu** et rechargez : les cartes doivent apparaître l'une après l'autre en moins d'une seconde au total, puis réagir au survol.
5. Si les cartes sont sous le premier écran et que vous êtes en version gratuite, rechargez puis défilez lentement. Si l'animation est déjà terminée à votre arrivée, retirez-la ou remplacez ces cartes par des Boîtes d'icône classiques avec une animation d'entrée « fondu » et les mêmes délais.
6. Ouvrez la page publiée sur votre téléphone : le défilement doit rester fluide et les cartes lisibles sans survol. En Pro, désactivez l'interaction en vue mobile depuis l'onglet Interactions.

Résultat attendu : trois cartes qui apparaissent en cascade de 0, 150 et 300 ms, un survol fluide sur ordinateur, et une page mobile sans saccade où toute l'information est lisible sans interaction.

À RETENIR

- Le mouvement se justifie par la lecture : **300 à 600 ms**, une animation par écran, jamais sur le texte principal, test sur téléphone.
- Les éléments atomiques s'animent dans l'onglet **Interactions** : déclencheur, effet (Fondu, Diapositive, Redimensionner), type, direction, durée, délai.
- En gratuit, le seul déclencheur est le **chargement de la page**, qui ne convient qu'au premier écran ; Pro ajoute **Défilement à l'écran**, le défilement continu, le survol, le clic, l'effet personnalisé et le réglage par point de rupture.
- Les widgets classiques s'animent dans **Avancé › Effets de mouvement** : animation d'entrée gratuite, jouée à l'entrée dans l'écran ; effets de défilement, de souris et position collante en Pro.
- Pour un survol, l'**état** d'une classe et une **transition** suffisent presque toujours, sans Pro et sans script ; le survol n'existe pas sur téléphone et ne doit porter aucune information indispensable.

Modèles, composants et intelligence artificielle

Ne jamais repartir de zéro : bibliothèques de modèles, composants réutilisables et outils d'IA d'Elementor, avec leurs limites.

-
- 21 Modèles et bibliothèques : ne jamais repartir de zéro
 - 22 Composants (Pro) : construire une fois, réutiliser partout
 - 23 Elementor AI et Angie : l'IA dans l'éditeur, sans se faire déposséder
-

CHAPITRE 21

Modèles et bibliothèques : ne jamais repartir de zéro

Une page réussie mérite d'être réutilisée, et une page ordinaire mérite d'être empruntée à quelqu'un qui l'a déjà dessinée. Ce chapitre explique comment Elementor range, échange et importe des mises en page toutes faites : la bibliothèque fournie avec l'extension, vos propres modèles, et les modèles de sites complets. Il ouvre la partie consacrée à la réutilisation, juste avant les Composants du chapitre 22.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit au moins une page (chapitres 07 à 20) et veut aller plus vite sur les suivantes.
ENJEU	Réutiliser sans recopier, importer sans hériter du désordre des autres.
IDÉE CLÉ	Un modèle inséré est une copie : ce que vous insérez vous appartient, avec ses qualités et ses défauts.
PRÉREQUIS	Chapitres 05, 07, 08 et 18.
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 20 minutes d'exercice).

21.1 — Trois réservoirs de mises en page

Jusqu'ici, chaque bandeau et chaque carte de la Menuiserie Roche a été posé à la main. C'était nécessaire pour apprendre ; ce n'est plus nécessaire pour produire. Elementor conserve ce qui a déjà été construit, par vous ou par d'autres, sous forme de **modèles** réinsérables en deux clics.

DÉFINITION

Modèle (*template*) — un morceau de page (un conteneur et tout ce qu'il contient) ou une page entière, enregistré à part pour être réinséré ailleurs. À l'insertion, Elementor fabrique une **copie** indépendante : modifier la copie ne touche pas l'original, et modifier l'original ne met pas la copie à jour. C'est la différence avec le Composant du chapitre 22, qui reste lié à sa source.

Les modèles proviennent de trois réservoirs qui partagent la même fenêtre. La **Bibliothèque de modèles** (*Template Library*) contient des blocs et des pages dessinés par Elementor. Les **Modèles enregistrés** (*Saved Templates*) sont les vôtres, conservés sur le site ou dans le nuage. Les **Modèles de sites** (*Website Templates*, longtemps appelés « kits ») sont des sites entiers de démonstration que l'on installe d'un bloc au début d'un projet. Une quatrième voie, la réutilisation par **référence** plutôt que par copie, est présentée à la section 21.5.

21.2 — La Bibliothèque de modèles : blocs et pages prêts à l'emploi

La bibliothèque s'ouvre depuis n'importe quel conteneur vide de la toile : à côté du **+** qui ajoute un élément, une icône de **dossier** l'appelle. Le raccourci **Ctrl** + **Shift** + **L** (Ctrl est remplacé par Cmd sur Mac) fait la même chose depuis n'importe où.

- 1 **Choisissez l'onglet.** **Blocs** (*Blocks*) propose des sections isolées : bandeau d'accueil, grille de services, témoignages, tarifs, questions fréquentes, contact. **Pages** propose des pages complètes. **Mes modèles** (*My Templates*) liste vos propres enregistrements.
- 2 **Filtrez.** Un menu déroulant restreint la liste à une catégorie, un champ de recherche accepte un mot-clé, et le cœur marque un favori.
- 3 **Repérez la mention Pro.** Les modèles portant un badge **Pro** utilisent des widgets Pro et ne s'insèrent pas sans licence active. Les modèles sans badge suffisent largement à un site vitrine.
- 4 **Prévisualisez, puis insérez.** La loupe ouvre un aperçu en taille réelle ; le bouton **Insérer** (*Insert*) dépose le bloc à l'endroit du conteneur vide d'où vous avez ouvert la bibliothèque.
- 5 **Répondez à la question sur les réglages du document.** Elementor demande s'il doit aussi importer les **réglages de page** du modèle (arrière-plan, marges, mise en page). Pour un bloc ajouté à une page existante, répondez **Non** ; réservez le **Oui** à une page entière insérée sur une page vierge.

ATTENTION

Beaucoup de blocs de la bibliothèque ont été dessinés avant l'Éditeur atomique : ils arrivent en conteneurs classiques et en widgets V3 (chapitre 11). Ils s'affichent et se modifient sans problème, mais n'entrent pas dans le système de Classes et de Variables du chapitre 18, réservé aux atomes. Pour une brique de base du site, il est souvent plus rapide de reconstruire en atomique en s'en inspirant.

21.3 — Vos propres modèles : enregistrer, ranger, exporter

Le vrai gain de temps vient de votre propre bibliothèque. Dès qu'un bloc vous satisfait, enregistrez-le : vous ne le redessinez plus.

ENREGISTRER UN BLOC OU UNE PAGE

Pour un **bloc**, faites un clic droit sur son conteneur (sa poignée, ou sa ligne dans la Structure) et choisissez **Enregistrer comme modèle** (*Save as Template*) ; nommez et validez. Pour une **page entière**, ouvrez la petite flèche à droite du bouton **Publier** et choisissez la même commande. Elementor peut demander où ranger le modèle : en **local**, dans la base de données du site, ou dans le **nuage**.

Vos modèles apparaissent aussitôt dans l'onglet **Mes modèles** de la bibliothèque. Ils sont aussi listés dans l'administration, sous ► **Elementor** › **Éditeur** › **Modèles** › **Modèles enregistrés**, avec leur type, leur date et un **code court** de la forme `[elementor-template id="123"]`.

EXPORTER ET IMPORTER UN FICHER .JSON

Dans cette liste, survolez une ligne : le lien **Exporter le modèle** télécharge un fichier `.json` contenant la mise en page complète. Sur un autre site, le bouton **Importer des modèles**, en haut de la même page, accepte ce fichier (ou un `.zip` en contenant plusieurs) et le range dans **Mes modèles**. C'est le moyen le plus simple de transmettre un bloc à un collègue ou de garder une copie de sécurité avant une modification risquée.

BONNE PRATIQUE

Nommez vos modèles comme des dossiers : « Roche — Bandeau héros (accueil) », « Roche — Page Accueil, sauvegarde du 6 septembre ». Un fichier `.json` ne contient pas les images, seulement leur adresse : après un import sur un autre site, vérifiez que chacune s'affiche et remplacez-la au besoin depuis la Médiathèque.

LES MODÈLES CLOUD

Les **Modèles cloud** (*Cloud Templates*) sont enregistrés sur votre compte Elementor plutôt que dans le site, et apparaissent dans la bibliothèque de tous les sites reliés au même compte. Leur nombre dépend du plan, d'après la page tarifs d'Elementor au 6 septembre 2026.

Plan Elementor Pro	Sites	Modèles cloud
Essential (60 \$/an HT)	1	10
Advanced Solo (84 \$/an HT)	1	20
Advanced (108 \$/an HT)	3	30
Expert (204 \$/an HT)	25	5 000

Prix en dollars US, hors taxes, facturation annuelle, relevés le 6 septembre 2026 ; les montants affichés en euros par Elementor sont identiques. Pour un site unique, les modèles locaux suffisent.

21.4 — Modèles de sites et export d'un site entier

Le troisième réservoir change d'échelle : il s'agit d'un **site complet**. Les **Modèles de sites**, accessibles depuis ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Modèles** ► **Modèles de sites**, sont des sites de démonstration classés par activité. En appliquer un installe d'un coup ses pages, ses parties de thème (en-tête, pied de page, modèles d'article) et ses Réglages du site. Depuis Elementor 4.0, l'import et l'export d'un site transportent aussi ses Classes et ses Variables.

PIÈGE CLASSIQUE

Appliquer un Modèle de site sur un site *déjà construit*. L'import peut remplacer vos Réglages du site, ajouter des dizaines de pages et de modèles, et installer des polices dont vous ne voulez pas. Un Modèle de site s'applique sur un site vide, ou après une sauvegarde complète que vous savez restaurer. Sur le site de la Menuiserie Roche, on n'en applique aucun.

Le même mécanisme sert dans l'autre sens, et c'est là qu'il devient précieux : **exporter votre propre site** pour le dupliquer ou le déplacer. L'outil se trouve dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Outils**, onglet **Import/Export** (*Import/Export Kit*).

- 1 **Exportez.** Lancez l'export et cochez ce que vous emportez : le contenu (pages, articles), les modèles (dont les parties du Constructeur de thème), les Réglages du site et la liste des extensions.
- 2 **Téléchargez le fichier .zip** et rangez-le, daté, avec vos sauvegardes.
- 3 **Importez sur le site de destination**, même onglet : choisissez le fichier, puis cochez ce que vous reprenez. On peut n'importer que les Réglages du site et les modèles pour repartir d'une base propre.
- 4 **Vérifiez** trois pages, l'en-tête et un formulaire ; les liens internes pointent parfois encore vers l'ancien domaine, ce que corrige l'outil **Remplacer l'URL** du même menu (chapitre 36).

21.5 — Réutiliser par référence : widget Modèle, code court, Composants

Insérer un modèle en fait une copie : si le numéro de téléphone change, il faudra corriger chaque page où le bloc a été inséré. Pour un élément vraiment répété, on préfère une **référence** : la page affiche le modèle sans le posséder, et une modification du modèle se répercute partout.

Trois mécanismes le permettent. Le **code court** (*shortcode*) `[elementor-template id="123"]`, disponible en version gratuite, insère un Modèle enregistré dans un widget Code court, un Éditeur de texte ou un article de l'éditeur de blocs. Le widget **Modèle** (*Template*), réservé à Elementor Pro, fait la même chose en choisissant le modèle dans une liste. Dans les deux cas, on modifie le bloc en ouvrant le Modèle enregistré, jamais depuis la page qui l'affiche. Les **Composants** (*Components*), en Pro et sur les éléments atomiques, ajoutent la personnalisation page par page : c'est le chapitre 22.

Méthode	Copie ou référence	Version	Personnalisable par page
Insertion depuis la bibliothèque	Copie	Gratuit	✓ (tout)
Code court <code>[elementor-template]</code>	Référence	Gratuit	—
Widget Modèle	Référence	Pro	—
Composant (chapitre 22)	Référence	Pro, atomique	✓ (propriétés exposées)

21.6 — Adapter et nettoyer un modèle importé

Un modèle importé apporte toujours plus que ce que l'on voulait : couleurs codées en dur, polices, sections de démonstration, parfois des widgets Pro que votre licence n'a pas. Cinq gestes, dans l'ordre, évitent de traîner ce lest.

MÉTHODE

1. Élaguer dans la Structure : renommez le conteneur principal, supprimez les sections inutiles.
2. Remplacer tous les textes par ceux de l'entreprise — aucun « lorem ipsum » ne doit survivre.
3. Remplacer les images et renseigner leur texte alternatif (chapitre 14). **4. Réaligner couleurs et polices** : chaque couleur saisie en dur devient une Variable (atomes) ou une Couleur globale (widgets classiques) ; les polices étrangères à votre paire Playfair Display / Source Sans 3 sont retirées, sinon le navigateur les chargera pour rien. **5. Traiter les widgets manquants** : un widget Pro sur un site sans Pro s'affiche vide ou signalé ; remplacez-le ou supprimez-le.
 Terminez par un passage en vue tablette et mobile.

- ☐ Le conteneur importé porte un nom parlant dans la Structure.
- ☐ Aucun texte de démonstration ne subsiste, ni sur la page ni dans les textes alternatifs.
- ☐ Aucune couleur ni police ne vient d'ailleurs que du système de design du chapitre 18.
- ☐ Aucun widget vide ou signalé « Pro » n'est resté sur la page.
- ☐ La page a été vérifiée en vue mobile et l'aperçu réel a été ouvert.

EXERCICE 21.1 — LE BANDEAU HÉROS DEVIENT UN MODÈLE**20 MIN**

Objectif : enregistrer, réinsérer et exporter, pour ne plus jamais redessiner un bloc déjà réussi.

- Ouvrez la page « Accueil » dans Elementor. Dans la Structure, clic droit sur le Flexbox du bandeau héros (chapitre 07) › **Enregistrer comme modèle** ; nommez-le « Roche — Bandeau héros », en local.
- Créez la page « Prestations » si elle n'existe pas (mise en page **Elementor pleine largeur**) et ouvrez-la dans Elementor.
- Ouvrez la bibliothèque (**Ctrl** + **Shift** + **L**), onglet **Mes modèles** , insérez « Roche — Bandeau héros » et répondez **Non** à l'import des réglages du document.
- Adaptez la copie : le titre devient « Escaliers, cuisines et agencements sur mesure » (seul H1 de la page), le paragraphe présente les trois prestations, le bouton garde « Demander un devis ». Vérifiez que le titre utilise la Variable « anthracite » et la classe « titre-section » du chapitre 18, et non des valeurs en dur.
- Revenez sur « Accueil » et, par la flèche du bouton **Publier** , enregistrez la page entière comme modèle « Roche — Page Accueil, sauvegarde ».
- Dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Modèles** › **Modèles enregistrés**, exportez ce modèle : rangez le fichier **.json** , daté, dans un dossier « Sauvegardes Elementor ». Pour finir, insérez un bloc « Contact » sans badge Pro sur une page « Bac à sable » et appliquez-lui la méthode de la section 21.6 en chronométrant : le nettoyage prend-il plus de temps que la reconstruction en atomique ?

Résultat attendu : deux Modèles enregistrés, une page « Prestations » qui ouvre sur un bandeau cohérent avec l'accueil, un fichier **.json** daté sur votre ordinateur, et une opinion argumentée sur « adapter ou reconstruire ».

À RETENIR

- Un modèle inséré est une **copie** indépendante : il vous appartient, mais il ne suit pas les modifications de l'original.
- La **Bibliothèque de modèles** (**Ctrl** + **Shift** + **L**) propose des blocs et des pages ; ceux marqués Pro exigent une licence Pro, et beaucoup sont construits en widgets classiques.
- Vos **Modèles enregistrés** (clic droit › Enregistrer comme modèle) se retrouvent dans « Mes modèles » et s'exportent en fichier **.json** pour changer de site.
- Les **Modèles de sites** et l'outil Import/Export transportent un site entier, Classes et Variables comprises ; jamais sur un site déjà construit sans sauvegarde.
- Pour un bloc répété, préférez une **référence** (code court, widget Modèle, Composant) ; et tout modèle importé se **nettoie** avant usage.

CHAPITRE 22

Composants (Pro) : construire une fois, réutiliser partout

Le chapitre précédent a montré la limite des modèles : chaque insertion est une copie, et cinq copies d'un même bandeau font cinq corrections le jour où le numéro de téléphone change. Les Composants d'Elementor Pro règlent ce problème : un bloc construit une fois, affiché sur autant de pages qu'on veut, mis à jour partout d'un seul geste, et pourtant personnalisable page par page. Ce chapitre s'appuie sur les éléments atomiques du chapitre 09 et sur le système de design du chapitre 18.

EN BREF

PUBLIC	Utilisateurs d'Elementor Pro qui gèrent un site de plusieurs pages, seuls ou avec un collègue.
ENJEU	Modifier une fois, mettre à jour partout, sans interdire les variations locales utiles.
IDÉE CLÉ	Un composant n'est pas une copie mais un lien vivant entre un maître et ses instances.
PRÉREQUIS	Chapitres 06, 09, 18 et 21.
LECTURE	Environ 13 minutes (+ 25 minutes d'exercice).

22.1 — Copie ou lien : la différence qui change tout

Le Centre d'aide Elementor définit les Composants (*Components*) comme des blocs de conception réutilisables qui restent synchronisés globalement. Tout est dans ce dernier mot. Quand vous insérez un modèle (chapitre 21), Elementor fabrique une copie qui vit sa vie ; quand vous insérez un composant, la page affiche une **instance** reliée à un **maître**. Corrigez le maître : chaque instance change. Cette logique, courante dans les logiciels de maquettage, est arrivée dans Elementor avec la version 3.35, en février 2026.

DÉFINITION

Composant — un bloc construit en éléments atomiques, enregistré comme source unique (le *maître*) et affiché sur les pages sous forme d'**instances** qui lui restent liées. Le maître décide de la structure et du style ; chaque instance peut modifier uniquement les **propriétés** que le maître a choisi d'exposer (un texte, une image...).

MODÈLE (COPIE)

Inséré depuis la bibliothèque, il devient un bloc ordinaire. Tout y est modifiable, et c'est justement le problème : cinq copies du bandeau d'appel au devis dérivent en cinq versions, et une correction se fait cinq fois. Idéal pour un point de départ que l'on va transformer.

COMPOSANT (INSTANCE)

Inséré depuis l'onglet Composants, il reste relié à son maître. Le style et la structure sont verrouillés et synchronisés ; seuls les textes et images exposés varient d'une page à l'autre. Idéal pour tout ce qui se répète à l'identique : appel à l'action, carte prestation, bloc d'avis.

La bonne question devant un bloc est donc : « Sera-t-il le même partout, à quelques mots près ? » Si oui, c'est un composant ; s'il sera remanié à chaque usage, c'est un modèle. Sur cinq pages, deux ou trois composants suffisent ; sur cinquante, ils deviennent la colonne vertébrale du site.

22.2 — Trois conditions avant de commencer

Les Composants ne sont pas disponibles partout ni pour tout le monde. Le Centre d'aide fixe trois prérequis, et l'éditeur refuse la création si l'un d'eux manque.

ELEMENTOR PRO

Les Composants font partie d'Elementor Pro. La page d'aide ne mentionne pas de restriction selon le plan ; la version gratuite, elle, n'en dispose pas. Sans Pro, la solution de repli reste le code court `[elementor-template id="..."]` du chapitre 21, qui synchronise mais ne personnalise pas.

Deuxième condition : il faut être **administrateur** du site WordPress. Un utilisateur au rôle Éditeur peut utiliser les composants, nous le verrons, mais ne peut pas en créer ni en modifier le maître. Troisième condition, la plus contraignante au quotidien : le bloc doit être construit **uniquement en éléments atomiques** — Flexbox, Bloc Div, Grille, Titre, Paragraphe, Bouton, Image, SVG et leurs semblables (chapitre 06).

ATTENTION

Un conteneur qui contient un seul widget classique (une Boîte d'icône, un Google Maps, un widget Formulaire V3) ne peut pas devenir un composant. Avant de créer, ouvrez la Structure (**Ctrl** + **I**, **Cmd** + **I** sur Mac) et vérifiez que chaque ligne porte l'icône atomique. Une Boîte d'icône se remplace par un Flexbox contenant un SVG, un Titre et un Paragraphe : cinq minutes de travail, et le composant y gagne en légèreté.

22.3 — Créer un composant pas à pas

Prenons le bandeau d'appel au devis de la Menuiserie Roche : un Flexbox à fond vert sauge, un Titre H2 « Un projet d'escalier, de cuisine ou d'agencement ? », un Paragraphe d'une phrase et le Bouton « Demander un devis ». Il doit apparaître en bas de l'accueil, des prestations, des réalisations et de la page « À propos ».

- 1 **Construisez le bloc en atomique, et stylez-le avec vos classes.** Le Flexbox reçoit la classe « section », le bouton la classe « btn-primaire », le titre la classe « titre-section » (chapitre 18). Un composant bâti sur des classes globales suit ensuite toute évolution du système de design.
- 2 **Faites un clic droit sur le conteneur** — sur sa poignée dans la toile ou sur sa ligne dans la Structure — et choisissez **Créer un composant** (*Create component*).
- 3 **Nommez-le et validez.** Saisissez « Appel à devis » et cliquez sur **Créer** (*Create*). Un nom court et parlant compte : il apparaîtra dans le panneau à côté des autres composants.
- 4 **Observez le mode édition.** L'éditeur passe en mode **Edit** : un voile sombre recouvre le reste de la page et seul le composant reste actif. Vous êtes en train de modifier le maître, pas la page.

- 5 **Publiez le composant.** Dans ce mode, le bouton **Publier** (*Publish*) n'enregistre que le composant, pas la page. Cliquez, puis quittez le mode édition : le bloc sur la toile est maintenant une instance, signalée comme telle dans la Structure.

Le bloc d'origine ne disparaît pas : il est converti en première instance du composant. Si vous vouliez garder une copie libre, dupliquez le conteneur avant l'étape 2.

22.4 — Exposer des propriétés : ce que chaque page peut changer

Un composant dont rien ne varie serait un simple modèle synchronisé. Son intérêt vient des **propriétés exposées** (*properties*) : des champs du maître que l'on autorise chaque instance à remplir à sa façon. Sur la page « Prestations », le bandeau dira « Une cuisine sur mesure ? » ; sur la page « Contact », « Parlons de votre projet » ; le reste — couleur, bouton, espacement — restera strictement identique.

L'exposition se fait en mode édition du composant. Sélectionnez l'élément concerné, par exemple le Titre : dans son onglet **Général**, les champs qui peuvent être exposés — le texte, une image, et les autres champs de contenu marqués par l'icône **propriétés** — portent cette petite icône. Cliquez dessus, donnez un nom compréhensible par un non-technicien (« Titre du bandeau », « Photo de la carte ») et validez. Vous pouvez rassembler plusieurs propriétés dans un **groupe** (« Textes », « Images ») pour que le panneau de l'instance reste lisible. Publiez de nouveau le composant.

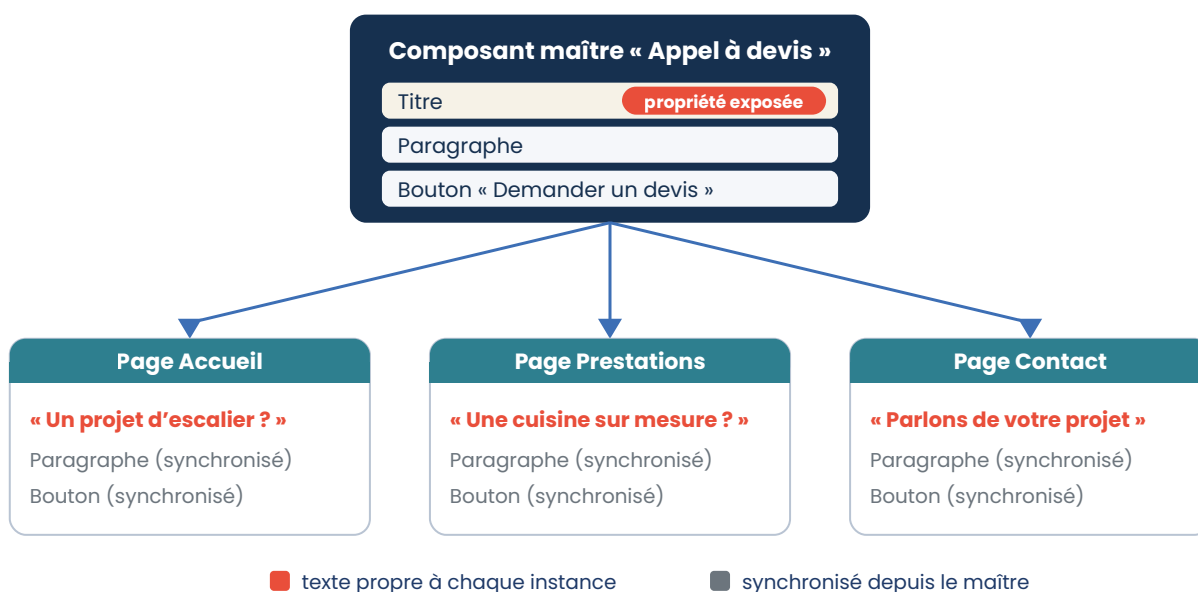


Figure 22.1 — Un composant maître, trois instances : la structure et le style descendant du maître, le titre exposé se règle sur chaque page.

BONNE PRATIQUE

Exposez le minimum. Chaque propriété exposée est une porte ouverte à la divergence : si la couleur du bouton devient une propriété, un jour quelqu'un la passera en rouge sur une page. Le texte du titre, une photo, parfois le libellé du bouton : voilà ce qui varie légitimement. Tout ce qui relève de l'identité visuelle reste dans le maître et dans les classes globales.

22.5 — Insérer, modifier, détacher, supprimer

Une fois publié, le composant rejoint l'onglet **Composants** (*Components*) du panneau des éléments, à côté des éléments atomiques et des widgets. On l'insère comme n'importe quel élément, par glisser-déposer dans un conteneur de la page. Le panneau de l'instance ne montre alors que ses propriétés exposées : impossible d'y changer une couleur ou un espacement, et c'est voulu.

Quatre commandes accompagnent ensuite le composant, depuis le clic droit sur une instance ou depuis l'onglet Composants. **Modifier le composant** (*Edit Component*) rouvre le mode édition du maître ; à la publication, toutes les instances se mettent à jour. **Détacher le composant** (*Detach Component*) coupe le lien pour cette instance seulement : elle redevient un groupe d'éléments atomiques ordinaires, entièrement modifiables, et ne suivra plus le maître.

Renommer (*Rename*) change le nom affiché dans le panneau. **Supprimer** (*Delete*) efface le composant de la liste ; avant d'y recourir, détachez ou remplacez ses instances, page par page, pour ne pas découvrir des trous dans le site.

PIÈGE CLASSIQUE

Modifier le maître en croyant modifier une seule page. Le voile sombre du mode édition est là pour le rappeler, mais dans la précipitation on change le titre « pour la page Contact » et l'on découvre le lendemain que les quatre autres pages l'affichent aussi. Règle simple : une modification pour une page passe par une **propriété exposée** ; si la propriété n'existe pas, c'est que la variation n'était pas prévue — on l'ajoute au maître, ou l'on détache l'instance en connaissance de cause.

22.6 — Trois composants pour la Menuiserie Roche, et ce que voit un Éditeur

Sur un site vitrine de cinq pages, trois composants couvrent l'essentiel. L'**appel à devis** (titre exposé) clôt quatre pages sur cinq et porte le seul bouton principal de chaque écran (chapitre 15). La **carte prestation** — Bloc Div, Image, Titre H3, Paragraphe — expose son image, son titre et son texte ; on l'insère trois fois dans un Flexbox en ligne sur la page « Prestations », et six fois sur une future page plus détaillée, avec la certitude que toutes les cartes auront la même ombre, le même rayon et le même espacement. Le **bloc d'avis clients** expose la citation, le prénom et la commune ; la charte typographique des avis reste unique, ce qui compte quand on en ajoute un par mois.

Ces composants changent aussi la façon de déléguer. Le Centre d'aide précise que les utilisateurs au rôle **Éditeur** peuvent insérer des instances et modifier les propriétés exposées, mais non le maître. Camille Roche peut donc confier à sa salariée l'ajout d'un avis ou d'une prestation sans risque pour la mise en page. Combiné au Gestionnaire de rôle du chapitre 32, c'est le moyen le plus sûr de laisser une personne non formée alimenter le site.

Un composant, c'est une décision de design prise une fois pour toutes, avec quelques cases à remplir pour chaque page.

EXERCICE 22.1 — LE COMPOSANT « APPEL À DEVIS »

25 MIN

Objectif : créer un composant, l'insérer sur trois pages, puis distinguer par la pratique une modification globale d'une modification locale.

1. Sur la page « Accueil », vérifiez dans la Structure que le bandeau d'appel au devis est entièrement atomique (Flexbox, Titre H2, Paragraphe, Bouton) et qu'il utilise les classes « section », « titre-section » et « btn-primaire ».
2. Clic droit sur le Flexbox › **Créer un composant** › nommez-le « Appel à devis » › **Créer** .
3. En mode édition, sélectionnez le Titre et exposez son texte sous le nom « Titre du bandeau ». Publiez le composant et quittez le mode édition.
4. Ouvrez les pages « Prestations » et « À propos ». Depuis l'onglet **Composants** , insérez une instance en bas de chacune. Renseignez « Titre du bandeau » : « Une cuisine sur mesure ? » sur Prestations, « Envie de nous rencontrer à l'atelier ? » sur À propos. Mettez les pages à jour.
5. **Modification globale.** Depuis une instance, **Modifier le composant** : changez le texte du bouton en « Demander un devis gratuit » et publiez. Ouvrez l'aperçu des trois pages : le bouton a changé partout, les titres sont restés propres à chaque page.
6. **Modification locale.** Sur « À propos », changez seulement la propriété « Titre du bandeau » en « Venez voir l'atelier à Murol ». Vérifiez que l'accueil et les prestations n'ont pas bougé.
7. Sur une page « Bac à sable », insérez une instance, détachez-la et changez sa couleur de fond : le maître et les autres pages restent indemnes.

Résultat attendu : un composant « Appel à devis » avec une propriété exposée, trois instances aux titres différents, un bouton modifié en une seule opération sur les trois pages, et la certitude vécue qu'une instance détachée ne suit plus rien.

À RETENIR

- Un modèle est une **copie** ; un composant est une **instance liée** à un maître, mise à jour partout dès que le maître est publié.
- Trois prérequis : **Elementor Pro**, le rôle **administrateur** pour créer, et un bloc composé **uniquement d'éléments atomiques**.
- Création par clic droit › **Créer un composant** ; le mode édition, reconnaissable à son voile sombre, ne publie que le composant.
- Les **propriétés exposées** (textes, images) sont les seules variations permises par instance ; exposez le minimum et gardez le style dans le maître et les classes globales.
- Modifier, Détacher, Renommer, Supprimer : **détacher** libère une instance, qui ne suivra plus jamais le maître.
- Un utilisateur Éditeur remplit les propriétés sans toucher au maître : c'est la bonne façon de **déléguer** l'alimentation d'un site.

CHAPITRE 23

Elementor AI et Angie : l’IA dans l’éditeur, sans se faire déposséder

L’intelligence artificielle est entrée dans Elementor par deux portes : un assistant intégré aux champs de l’éditeur, Elementor AI, et une extension séparée qui agit à votre place dans WordPress, Angie. Ce chapitre montre ce qu’elles font bien, ce qu’elles font mal, comment les employer avec méthode, et ce que la loi demande depuis le 2 août 2026 quand un contenu généré est publié.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui doit produire textes et illustrations pour son site et manque de temps.
ENJEU	Gagner des heures sans perdre sa voix, ses faits, ses données ni sa conformité.
IDÉE CLÉ	L’IA propose, vous signez : rien ne part en ligne sans une relecture sur le fond.
PRÉREQUIS	Chapitres 13, 14 et 18.
LECTURE	Environ 12 minutes (+ 30 minutes d’exercice).

23.1 — Deux outils, deux logiques

Deux produits, souvent confondus parce qu’ils viennent du même éditeur et se paient avec les mêmes crédits. **Elementor AI** est intégré à l’éditeur : il apparaît dans un champ précis — texte, image, code, conteneur — et propose un contenu pour ce champ. **Angie** est une extension distincte, installée depuis l’administration WordPress ; le Centre d’aide la décrit comme une IA « agentique » pour WordPress, développée par Elementor. Elle reçoit une demande en langage courant et enchaîne elle-même plusieurs opérations dans l’administration et dans l’éditeur.

DÉFINITION

IA générative — un programme qui produit un texte, une image ou du code à partir d’une consigne écrite, appelée *prompt* (nous dirons « consigne » ou « brief »). **IA agentique** — une IA qui exécute une suite d’actions dans un logiciel : créer une page, y poser une mise en page, régler des classes. La première suggère ; la seconde agit.

Outil	Où il intervient	Ce qu’il produit	Comment on le paie
Elementor AI	Dans l’éditeur, champ par champ (compte Elementor requis)	Textes, images, code CSS/HTML (Pro), mises en page de conteneur, plan de site	Essai gratuit, puis abonnement ; inclus dans les crédits du plan One
Angie	Extension séparée, dans l’administration et dans l’éditeur (depuis Elementor 4.1)	Pages et mises en page atomiques, Composants, Formulaires, Classes, Variables, Boucles	Crédits du plan One

Le plan Elementor One (228 \$ par an hors taxes au 6 septembre 2026, un site) comprend 25 000 crédits par mois, partagés entre l'IA, l'optimisation d'images, l'accessibilité et l'envoi d'e-mails ; une action d'IA coûte de 1 à 40 crédits, essais infructueux compris. Les plans Editor Pro seuls n'incluent aucun crédit.

23.2 — Elementor AI dans l'éditeur : écrire, illustrer, coder

Elementor AI est ouvert à tout utilisateur disposant d'un compte Elementor, en version gratuite comme en Pro, et peut être désactivé pour un utilisateur qui ne souhaite pas le voir.

- 1 Activez-le une fois.** Sélectionnez un Titre ou un Paragraphe ; sous le champ de texte, cliquez sur **Écrire avec l'IA** (*Write with AI*). Au premier usage, Elementor demande de vous connecter à votre compte et ouvre l'essai gratuit.
- 2 Écrivez à partir d'un brief.** « Paragraphe de 60 mots présentant une menuiserie artisanale à Murolo, spécialisée dans les escaliers sur mesure, ton chaleureux, sans superlatif. » Générez, lisez, demandez une variante, insérez.
- 3 Retraavaillez un texte existant.** L'assistant propose des actions prêtes : simplifier le langage, allonger, raccourcir, corriger l'orthographe, traduire, changer le ton (libellés anglais *Simplify language, Make it longer, Make it shorter, Fix spelling and grammar, Translate, Change tone*).
- 4 Illustrez.** Dans un champ image, l'assistant génère une image à partir d'une description, ou modifie une image existante (retirer l'arrière-plan, agrandir le cadre, produire des variantes).
- 5 Codez, avec Pro.** **Coder avec l'IA** (*Code with AI*) apparaît dans les champs de CSS personnalisé, dans le widget HTML et dans le Code personnalisé (chapitre 32).
- 6 Générez une mise en page.** Sur un conteneur vide, l'assistant construit une section à partir d'une description. L'**AI Site Planner** produit, à partir d'un brief d'entreprise, un plan de site et des propositions de pages : un point de départ, jamais un site fini.

Chaque génération consomme des crédits ou entame le quota de l'abonnement. Trois consignes précises — public, longueur, ton, ce qu'il faut éviter — coûtent moins que dix consignes vagues et donnent un meilleur résultat.

23.3 — Angie : l'assistant qui agit dans WordPress

Angie s'installe comme une extension ordinaire depuis ► **Extensions** ► **Ajouter**, puis se relie à votre compte Elementor. Un volet de conversation apparaît dans l'administration et, depuis Elementor 4.1, dans l'éditeur. On y écrit : « Crée une page Réalisations avec une grille de trois colonnes utilisant mes variables de couleur et ma classe carte ». Angie enchaîne les opérations que vous auriez faites à la main : création de la page, pose des Flexbox et des Grilles atomiques, application des Classes et Variables existantes, ajout d'un Formulaire atomique ou d'une Boucle à la demande.

C'est un changement de nature : Elementor AI remplit une case, Angie modifie votre site. Le gain est réel pour les tâches répétitives et bien cadrées — dix pages « commune » sur le même gabarit. Le risque est proportionnel : une consigne mal comprise produit des pages non voulues ou des classes en double.

ATTENTION

Ne laissez pas un agent travailler sur un site en ligne sans filet. Avant : sauvegarde complète (chapitre 36) ou site de test. Après : revue de ► **Pages** ► **Toutes les pages**, du Gestionnaire de classe et du Gestionnaire de variables pour supprimer les doublons. Dites-lui explicitement d'utiliser les variables et classes existantes (chapitre 18) et de ne rien créer de nouveau.

23.4 — Ce que l'IA fait bien, et ce qu'elle ne sait pas faire

Le partage des rôles tient en une idée : l'IA excelle sur la **forme** et échoue sur ce qui est **propre à votre entreprise**.

CE QUI MARCHE

Le premier jet d'un paragraphe que l'on n'arrive pas à commencer. Les variantes d'un titre ou d'un texte de bouton. La correction et le raccourcissement. Une image décorative, un fond, un motif. Le gabarit d'une section. Une règle CSS simple. Un plan de site de départ.

CE QUI NE MARCHE PAS

Le ton de l'entreprise : le texte sera correct et interchangeable avec celui du menuisier voisin. Les faits : dates, prix, délais, essences de bois sont inventés avec aplomb. Les photos « réelles » de l'atelier, des réalisations ou de l'équipe. La cohérence du design si l'outil crée ses propres couleurs. Tout ce qui engage juridiquement : mentions légales, garanties, conditions de vente.

Ce qui distingue le site de Camille Roche, c'est qu'elle sait qu'un escalier en chêne se pose en deux jours et que l'atelier est à Murol depuis 2009. Ces faits, elle seule les fournit ; l'IA peut ensuite les mettre en phrases.

23.5 — La méthode en quatre temps

MÉTHODE

1. Préparer. Un brief d'une page : l'entreprise, son public, les faits vérifiés (dates, prestations, commune, coordonnées), le ton voulu, les mots à bannir ; et un système de design déjà en place, dans lequel l'IA doit se couler. **2. Générer.** Deux ou trois versions courtes plutôt qu'une longue ; variez la consigne, pas seulement le bouton « régénérer ». **3. Relire sur le fond** avec la grille ci-dessous : un texte qui échoue sur les faits ou les données personnelles est rejeté, quelle que soit sa qualité. **4. Réécrire** le texte retenu à la première personne de l'entreprise, avec un détail que seul l'artisan connaît, sans formules toutes faites. C'est là que le texte devient le vôtre — et que la relecture humaine devient substantielle, au sens de la loi.

Point de contrôle	La question à se poser	Si la réponse est non
Exactitude des faits	Chaque date, prix, délai, lieu, prestation est-il vrai et vérifiable ?	Corriger ou supprimer ; ne jamais laisser passer un chiffre plausible.
Promesses	Le texte promet-il ce que l'entreprise ne garantit pas (« meilleur », « garanti à vie ») ?	Retirer superlatifs et engagements non contractuels.
Voix de l'entreprise	Camille dirait-elle cette phrase à un client au téléphone ?	Réécrire dans ses mots.

Point de contrôle	La question à se poser	Si la réponse est non
Données personnelles	Le texte ou la consigne contiennent-ils un nom de client, une adresse, un devis ?	Anonymiser ; ne jamais renvoyer la consigne telle quelle.
Lisibilité	Phrases courtes, un message par paragraphe, vocabulaire d'un client non spécialiste ?	Raccourcir ; demander « simplifier le langage », puis relire.
Cohérence visuelle	Les mises en page générées utilisent-elles les Variables et Classes existantes ?	Réaffecter couleurs et polices ; supprimer les classes en double.
Originalité	Le texte pourrait-il figurer tel quel chez un concurrent ?	Ajouter un fait, un lieu, un chantier réel.
Signalement	Une image réaliste ou un texte non relu va-t-il être publié ?	Étiqueter (section 23.6) ou relire substantiellement avant publication.

23.6 — Ce que la loi demande depuis le 2 août 2026

Le règlement européen sur l'intelligence artificielle (AI Act) comporte un article 50 consacré à la transparence, applicable depuis le **2 août 2026**. Il répartit les obligations entre l'**éditeur de l'outil** (Elementor, ou le fournisseur du modèle qu'il utilise) et **celui qui diffuse** le contenu — ici, l'entreprise qui publie son site.

Du côté de l'outil, les contenus générés doivent être **marqués dans un format lisible par machine**, pour pouvoir être détectés comme artificiels. Ce marquage relève du fournisseur ; un délai de grâce court jusqu'au **2 décembre 2026**, mais il ne concerne que le marquage des outils mis sur le marché avant le 2 août, rien d'autre. Du côté de celui qui diffuse, deux situations imposent un **signalement visible** : les **hypertrucages** (*deepfakes*) — images, sons ou vidéos générés ou manipulés qui font croire à des personnes, des lieux ou des événements réels — et les **textes publiés pour informer le public sur des questions d'intérêt général** lorsqu'ils n'ont pas fait l'objet d'une relecture humaine substantielle sous une responsabilité éditoriale. Le règlement prévoit aussi qu'une personne qui dialogue avec un assistant conversationnel doit en être informée. Le marquage automatique de l'outil ne dispense pas celui qui diffuse de son propre signalement.

À SAVOIR

Pour un site vitrine, la portée pratique est limitée mais réelle. Un texte de présentation généré puis réécrit et validé par Camille n'est ni un texte d'intérêt public ni un texte sans relecture : aucun signalement n'est imposé. En revanche, une image générée qui imite une photographie réaliste de l'atelier, d'un escalier « réalisé » ou de l'équipe relève du signalement — et, au-delà de la loi, tromperait le client. Recommandation de ce support : indiquer dans les mentions légales (chapitre 35) que certains textes et illustrations sont préparés avec une aide de l'IA, relus et validés par l'entreprise, et légender toute image réaliste générée.

23.7 — Confidentialité, propriété et coût

PIÈGE CLASSIQUE

Coller des données confidentielles dans une consigne. Ce que vous écrivez dans le champ de l'assistant quitte votre site pour être traité sur les serveurs du fournisseur d'IA. Un devis nominatif, la liste des clients, l'adresse d'un particulier, un contrat, un échange d'e-mails : rien de tout cela n'a sa place dans un brief, ni pour Elementor AI, ni pour Angie, ni pour aucun autre assistant. Le règlement général sur la protection des données s'applique. Travaillez avec des exemples anonymisés (« un client de Besse », « un escalier livré au printemps ») et gardez les faits nominatifs pour la réécriture finale, hors de l'outil.

La **propriété** appelle deux précisions prudentes. Les conditions d'utilisation d'Elementor AI fixent les droits sur les contenus générés ; lisez-les avant un usage commercial. Par ailleurs, en droit français, une œuvre suppose une intervention humaine créative : une image produite entièrement par un programme n'est en principe pas protégée par le droit d'auteur, et vous ne pourrez pas en interdire la réutilisation. Pour un logo, on s'adresse à un graphiste.

Reste le **coût**. Une page de texte générée et retravaillée reste très abordable ; ce sont les images et les sessions d'agent qui pèsent. Si le bilan est « beaucoup d'actions pour un texte que j'ai fini par réécrire », le brief était le problème, pas l'outil.

EXERCICE 23.1 — LA PAGE « À PROPOS » AVEC L'IA, PUIS SANS ELLE 30 MIN

Objectif : pratiquer la méthode en quatre temps sur un texte réel et mesurer ce que la relecture change.

1. **Préparer.** Rédigez le brief de la page « À propos » en dix lignes : Camille Roche, menuisière à Murol depuis 2009, deux salariés, escaliers, cuisines et agencements sur mesure, essences locales, chantiers dans le Sancy, ton chaleureux et direct, sans superlatif. Aucun nom de client.
2. **Générer.** Dans un Paragraphe atomique, avec **Écrire avec l'IA**, demandez une version A de 120 mots, puis une version B avec une consigne différente (« commence par l'atelier, pas par l'entreprise »). Conservez les deux textes et leurs consignes à part.
3. **Relire.** Passez chaque version dans la grille de la section 23.5 ; notez « oui » ou « non » et la correction nécessaire. Comptez les faits inventés.
4. **Réécrire.** Partez de la version la mieux notée et réécrivez-la à la première personne, avec deux détails vrais que seule Camille connaît (une essence de bois, un délai de pose).
5. Générez une image décorative (motif de veines de bois) pour le bandeau et légendez-la « Illustration générée par IA ». Aucune image générée ne représente l'atelier ni une réalisation.
6. Ajoutez au brouillon des mentions légales une phrase sur l'usage de l'IA, à valider au chapitre 35. Comme en atelier Num Compagny, comparez le temps passé avec celui d'une rédaction sans assistance.

Résultat attendu : un brief réutilisable, deux versions générées et annotées, un texte final relu et signé, une illustration légendée, et une phrase de transparence prête pour les mentions légales.

À RETENIR

- **Elementor AI** remplit un champ de l'éditeur ; **Angie** est une extension séparée qui agit dans WordPress et dans l'éditeur. Les deux se paient en crédits One ou par abonnement.
- L'IA est bonne sur la **forme** (premier jet, variantes, corrections, gabarits) et mauvaise sur ce qui est **propre à l'entreprise** (faits, ton, photos réelles, cohérence du design).
- Méthode en quatre temps : **préparer** un brief, **générer** court, **relire** avec la grille, **réécrire** dans sa voix.
- Depuis le **2 août 2026**, l'article 50 de l'AI Act impose de signaler les hypertrucages et les textes d'intérêt public non relus ; le marquage machine incombe à l'outil, avec un délai au 2 décembre 2026 limité aux outils antérieurs. Une image réaliste générée se **légende** ; une mention dans les mentions légales est recommandée.
- **Aucune donnée client** dans une consigne : la consigne quitte votre site.

Elementor Pro en détail

Ce que la version payante ajoute, fonction par fonction : constructeur de thème, contenu dynamique, boucles, formulaires, popups, boutique.

-
- 24** Constructeur de thème (1) : en-tête et pied de page
 -
 - 25** Constructeur de thème (2) : articles, pages, archives, 404, recherche
 -
 - 26** Contenu dynamique : balises dynamiques et champs personnalisés
 -
 - 27** Loop Builder : grilles et carrousels d'articles et de produits
 -
 - 28** Formulaires : widget Formulaire et Formulaire atomique
 -
 - 29** Popups : conditions, déclencheurs, règles avancées
 -
 - 30** Les widgets Pro de design
 -
 - 31** WooCommerce Builder : vendre en ligne avec Elementor
 -
 - 32** Fonctions avancées : CSS personnalisé, code, conditions d'affichage, rôles, Notes

CHAPITRE 24

Constructeur de thème (1) : en-tête et pied de page

Jusqu'ici, chaque page de la Menuiserie Roche a été dessinée une par une. Mais l'en-tête et le pied de page doivent être identiques partout. Ce chapitre ouvre la partie consacrée à Elementor Pro avec l'outil qui rend cela possible : le Constructeur de thème. On y construit une fois ce qui s'affiche sur toutes les pages.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne équipée d'Elementor Pro (dès le plan Essential) qui veut un en-tête et un pied de page à l'image de son entreprise, plutôt que ceux, minimalistes, du thème Hello.
ENJEU	Comprendre qu'une « partie du site » n'est pas une page : c'est un modèle qui s'affiche là où des conditions le désignent.
IDÉE CLÉ	Un en-tête se construit une seule fois ; ce sont les conditions d'affichage qui décident où il apparaît.
PRÉREQUIS	Chapitres 02 (versions), 09 (Flexbox), 15 (boutons) et 19 (identité du site : logo).
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 45 minutes d'exercice).

24.1 — Pourquoi un constructeur de thème

Dans WordPress, l'en-tête (la bande du haut avec le logo et le menu) et le pied de page (la bande du bas avec les coordonnées et les mentions légales) sont fournis par le **thème**. Le thème Hello Elementor, installé au chapitre 04, est volontairement presque vide : le Centre d'aide le présente comme la « toile vierge » recommandée pour le Constructeur de thème. Sans Elementor Pro, on règle son en-tête sommairement depuis ► [Réglages du site](#) ► [Styles du thème](#) ► [En-tête](#) et ► [Pied de page](#) : logo, menu, quelques couleurs.

Avec Elementor Pro, le **Constructeur de thème** (*Theme Builder*) permet de dessiner ces deux bandes exactement comme une page, avec les mêmes éléments (Flexbox, Titre, Bouton, Image) et quelques widgets réservés à cet usage (Logo du site, Menu WordPress). Les pages, articles et archives sont traités au chapitre 25.

DÉFINITION

Partie du site (*site part*) — un modèle Elementor qui n'est pas une page mais une zone commune à plusieurs pages : l'en-tête, le pied de page, la mise en page d'un article. Une partie du site se construit dans le Constructeur de thème et s'affiche sur les pages désignées par ses **conditions d'affichage** (*Display Conditions*).

ELEMENTOR PRO

Le Constructeur de thème fait partie d'Elementor Pro dès le plan **Essential** (60 \$ par an, hors taxes, au 6 septembre 2026, pour un site ; le montant affiché en euros est identique). Un plan Advanced n'est donc pas nécessaire pour un en-tête sur mesure. Les widgets Menu WordPress et Logo du site sont disponibles dès Essential ; Icônes réseaux sociaux est gratuit.

24.2 — L'écran du Constructeur de thème

Trois chemins y mènent : le menu ► **Elementor** ► **Constructeur de thème** de l'administration, le menu du logo Elementor dans l'éditeur, ou le raccourci **Ctrl** + **Shift** + **E** (**Cmd** + **Shift** + **E** sur Mac). L'écran liste à gauche les **parties du site** : **Entête** (*Header* — orthographié ainsi dans la traduction française), **Pied de page** (*Footer*), **Page individuelle** (*Single Page*), **Publication unique** (*Single Post*), **Archive**, **Résultats de recherche** (*Search Results*), Erreur 404 (*Error 404*), Loop Item (chapitre 27), **Produit** et **Archive de produits** pour WooCommerce (chapitre 31).

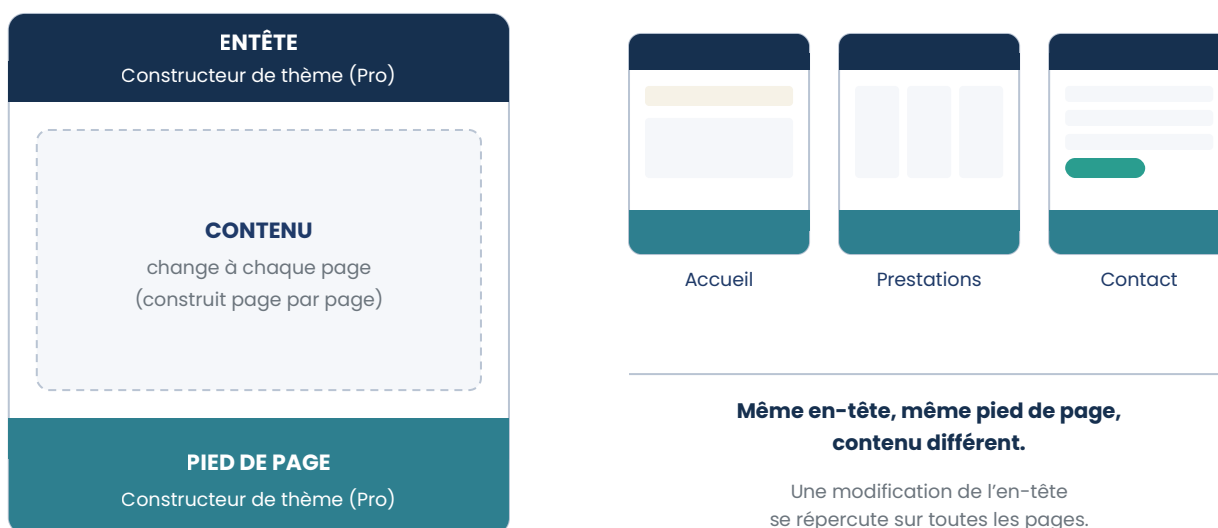


Figure 24.1 — Les trois zones d'une page : l'en-tête et le pied de page viennent du Constructeur de thème, le contenu est propre à chaque page.

Chaque partie créée apparaît sous forme de carte. Un **point vert** signale un modèle en ligne, publié avec au moins une condition ; un **point gris**, un brouillon ou un modèle sans condition, qui n'apparaît nulle part. Au survol d'une carte : **Edit** (modifier), **Edit Conditions** (modifier les conditions), **Export**, **Rename** (renommer), **Delete** (supprimer). Le bouton **Add New** crée une partie ; une icône voisine importe un fichier **.json** ou **.zip**. Elementor Pro n'étant pas intégralement traduit, certains libellés peuvent apparaître en anglais.

À SAVOIR

Une fois publié, l'en-tête s'affiche **sur la toile de chaque page** ouverte dans l'éditeur. Cliquer dessus bascule vers l'édition de cette partie du site : le nom affiché dans la barre supérieure change, ce qui déroute souvent le débutant.

24.3 — Construire l'en-tête

Un en-tête de site vitrine tient en une ligne : logo à gauche, menu, bouton d'appel à l'action. Vérifiez d'abord que le logo est déclaré dans ► **Réglages du site** ► **Identité du site** ► **Logo du site** (chapitre 19) et qu'un menu « Principal » existe dans ► **Apparence** ► **Menus** : Elementor affiche les menus, il ne les compose pas.

- 1 Créez la partie.** Dans ► **Elementor** ► **Constructeur de thème**, sélectionnez **Entête** puis **Add New**. Nommez le modèle **En-tête principal**. Si la bibliothèque d'en-têtes prêts à l'emploi s'ouvre, fermez-la.
- 2 Posez le conteneur extérieur.** Déposez un **Flexbox** ; dans l'onglet **Général**, balise HTML **Header**, qui dit aux navigateurs et aux moteurs « ceci est l'en-tête ». Dans **Style** ► **Arrière-plan**, blanc cassé #FAF7F2 ; dans **Style** ► **Mise en page**, direction **Colonne** et **Aligner les éléments** sur **Center**. Renommez-le « En-tête » dans la Structure (**Ctrl** + **I**).
- 3 Posez le conteneur de contenu.** À l'intérieur, un second Flexbox, balise **Div**, largeur 100 % et largeur maximale 1140 px (**Style** ► **Taille**, chapitre 10). Mise en page : direction **Ligne**, **Justifier le contenu** sur **Space between**, **Aligner les éléments** sur **Center**, écart 24 px, marge interne 16 px haut et bas.
- 4 Ajoutez le logo.** Déposez le widget **Logo du site** (*Site Logo*, catégorie Site) : il reprend le logo de l'Identité du site et renvoie vers l'accueil. Limitez sa largeur à 160 px. Sans Pro, un élément Image atomique lié à l'accueil fait le même travail.
- 5 Ajoutez le menu.** Déposez le widget **Menu WordPress** (*WordPress Menu*, anciennement *Nav Menu*) et choisissez le menu « Principal ». Ses réglages sont détaillés au paragraphe 24.4.
- 6 Ajoutez le bouton.** Un **Bouton** atomique « Demander un devis », lien vers la page Contact, classe **btn-primaire** du chapitre 18.
- 7 Vérifiez en mobile.** En vue mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M**), le menu se replie derrière une icône ; si le bouton déborde, masquez-le (**Mise en page** ► **Aucun** dans cette vue).
- 8 Publiez avec une condition.** Cliquez sur **Publier** ; dans la fenêtre qui s'ouvre, ajoutez **Include** ► **Tout le site** (*Entire Site*), puis **Save & Close**. Le point de la carte passe au vert.

BONNE PRATIQUE

Construisez l'en-tête avec les variables et classes du site (chapitre 18). Un bouton qui utilise la variable « bois » changera de couleur avec toutes les pages le jour où Camille Roche choisit une nouvelle teinte ; un en-tête réglé « à la main » restera figé.

24.4 — Menu, menu mobile et en-tête collant

LE WIDGET MENU WORDPRESS

Ses réglages se lisent de haut en bas dans l'onglet Contenu : le **menu** à afficher ; la **disposition** (*Layout*), horizontale pour un en-tête ; le **pointeur** (*Pointer*), effet sur l'entrée survolée ou active (soulignement, cadre, fond, rien). Les **sous-menus** ne se créent pas ici : ce sont les entrées placées en retrait dans Apparence ► Menus qui deviennent déroulantes. La section du menu replié (*Dropdown*) règle le **point de rupture** (*Breakpoint*) en dessous duquel le menu se cache

derrière une icône (mobile, tablette, ou jamais) et le **bouton d'ouverture** (*Toggle Button*), trois traits surnommés « hamburger ». Pour cinq pages plus un bouton, replier dès la tablette est souvent plus sûr : tout cela tient rarement sur 768 pixels.

ATTENTION

La toile ne rend pas toujours fidèlement le menu mobile. Après publication, testez l'en-tête **sur un vrai téléphone** : ouverture, fermeture, sous-menus, chaque entrée. C'est la première chose que fait un visiteur, et la première qui casse.

Le widget **Mega Menu** (panneaux entiers sous chaque entrée) et le widget **Off Canvas** (panneau latéral) conviennent aux sites de plusieurs dizaines de pages ; pour cinq pages, le Menu WordPress suffit.

L'EN-TÊTE COLLANT

Un en-tête **collant** (*sticky*) reste visible quand le visiteur fait défiler la page. Sur un Flexbox atomique, cela se règle dans ► **Style** ► **Position** : **Sticky**, décalage haut 0, z-index élevé (par exemple 100) pour passer au-dessus du contenu (chapitre 10). Appliquez-le au Flexbox extérieur « En-tête », et donnez-lui un fond : un en-tête collant transparent laisse le texte de la page se superposer au menu. Sur un conteneur classique (V3), le même effet se trouve dans ► **Avancé** ► **Effets de mouvement** ► **Sticky**, réservé à Pro.

PIÈGE CLASSIQUE

Un en-tête collant de 120 pixels mange un quart de l'écran d'un téléphone. Réduisez sa hauteur sur mobile (logo plus petit, marge interne de 8 px) ou désactivez la position collante dans la vue mobile.

24.5 — Les conditions d'affichage

Une partie du site ne « sait » pas où s'afficher : ses **conditions d'affichage** le lui disent. Chaque condition associe un verbe, **Include** (inclure) ou **Exclude** (exclure), à une cible. On peut en cumuler plusieurs, et Elementor prévient si deux modèles entrent en conflit. Les conditions « Inclure » dessinent un ensemble de pages, les conditions « Exclure » en retirent. Pour un en-tête, la règle de base est **Include** ► **Tout le site**, complétée au besoin par **Exclude** ► **Pages** ► **En construction** pour une page d'atterrissage sans menu.

Include › Tout le site

**Exclude › Pages ›
En construction**

Résultat : l'en-tête (bande sombre) s'affiche sur cinq pages, pas sur la sixième.

Figure 24.2 — Les conditions se lisent comme un ensemble : « Inclure » ajoute des pages, « Exclure » en retire.

Les cibles sont regroupées en quatre familles. Les libellés sont ceux de l'interface, en anglais quand la traduction n'est pas confirmée.

Famille	Cibles principales	Exemple pour la Menuiserie Roche
Tout le site (Entire Site)	Toutes les pages, articles, archives et résultats de recherche.	L'en-tête et le pied de page.
Singular (contenus uniques)	All Singular, Front Page (page d'accueil), Posts (articles), In Category / In Tag, Posts by Author, Pages, Page by Author, Landing Pages (pages d'atterrissage), Media, Direct child of / Any child of (pages enfants), 404 Page.	Un en-tête allégé sur les pages d'atterrissage : Include › Singular › Landing Pages , et l'exclusion inverse sur l'en-tête principal.
Archives	All Archives, Author Archive, Date Archive, Search Results, Posts Archive, Categories, Direct / Any Child Category of, Tags.	Un pied de page avec appel à devis sur la liste des actualités : Include › Archives › Posts Archive .
WooCommerce	All Product Archives, Shop Page, Product Category, Product Tags, Products, In Category, In Tag...	Sans objet tant que la menuiserie ne vend pas en ligne (chapitre 31).

Pour modifier les conditions après coup : **Edit Conditions** sur la carte du modèle, ou, dans l'éditeur, la flèche du bouton **Publier** puis **Conditions d'affichage**. Une partie publiée sans condition est enregistrée mais invisible : c'est la cause la plus fréquente d'un « mon en-tête n'apparaît pas ».

À SAVOIR

Les pages en mise en page **Canevas Elementor** (chapitre 05) n'affichent ni en-tête ni pied de page, quelles que soient les conditions. Pour une page d'atterrissage qui garde le pied de page mais pas le menu, préférez une condition d'exclusion sur l'en-tête.

24.6 — Le pied de page, puis exporter

Le pied de page suit la même mécanique : une partie **Pied de page**, un Flexbox extérieur en balise **Footer** sur fond anthracite #2B2B2B, un conteneur de contenu de 1140 px et, à l'intérieur, une **Grille** (chapitre 09) de quatre colonnes : les **coordonnées** (Liste d'icône avec liens tel: et mailto: , chapitre 15), un **menu** (Menu WordPress en disposition verticale, sur un second menu « Pied de page »), les **horaires** de l'atelier, et les **réseaux sociaux** (widget Icônes réseaux sociaux). Une dernière ligne porte les liens vers les mentions légales et la confidentialité (chapitre 35). Sur mobile, la Grille passe à une colonne. Texte blanc cassé sur fond sombre : vérifiez le contraste (chapitre 34). Publiez avec **Include › Tout le site**.

Depuis la carte d'un modèle, **Export** télécharge un fichier .json contenant toute la partie ; l'icône d'import du Constructeur de thème l'accepte sur un autre site, conditions à redéfinir. Depuis Elementor 4.0, les modèles emportent aussi leurs Classes et Variables (chapitre 21).

MÉTHODE

Ordre de travail pour un site neuf : 1) logo et favicon dans l'Identité du site ; 2) menus dans WordPress ; 3) en-tête publié sur tout le site ; 4) pied de page publié ; 5) seulement ensuite, les pages.

EXERCICE 24.1 — L'EN-TÊTE ET LE PIED DE PAGE DE LA MENUISERIE ROCHE

45 MIN

Objectif : publier un en-tête et un pied de page complets, affichés sur tout le site, corrects sur mobile.

1. Dans ► **Apparence › Menus**, créez le menu « Principal » (Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact) et le menu « Pied de page » (Mentions légales, Confidentialité, Contact).
2. Créez la partie **Entête** « En-tête principal » : Flexbox balise Header sur fond #FAF7F2, conteneur 1140 px en ligne ; Logo du site (160 px), Menu WordPress « Principal » avec pointeur souligné en vert sauge #7A9E7E, Bouton « Demander un devis » avec la classe **btn-primaire**.
3. Rendez l'en-tête collant (Position › Sticky, z-index 100) et réduisez sa hauteur en vue mobile ; point de rupture du menu sur tablette ; bouton masqué en mobile.
4. Publiez avec **Include › Tout le site**. Vérifiez le point vert.
5. Créez la partie **Pied de page** : Flexbox balise Footer sur fond #2B2B2B, Grille 4 colonnes (coordonnées, menu « Pied de page », horaires, réseaux), puis une ligne « Menuiserie Roche — Murol — Le bois, sur mesure, depuis 2009 ». Une colonne en mobile. Publiez sur tout le site.
6. Ouvrez la page Accueil dans l'éditeur : l'en-tête et le pied de page l'encadrent. Sur un téléphone, dépliez le menu et touchez chaque entrée.
7. Exportez l'en-tête en .json et conservez le fichier dans le dossier du projet, comme nous le faisons en atelier Num Compagny.

Résultat attendu : deux cartes au point vert dans le Constructeur de thème ; les cinq pages partagent le même en-tête collant et le même pied de page ; le menu mobile fonctionne sur un téléphone ; un fichier d'export est archivé.

À RETENIR

- Le **Constructeur de thème** (Pro dès Essential ; **Ctrl** + **Shift** + **E**) construit les parties communes du site : en-tête et pied de page, puis pages, articles et archives.
- Une partie du site s'affiche là où ses **conditions d'affichage** le disent : « Inclure » ajoute des pages, « Exclure » en retire ; sans condition, rien ne s'affiche.
- Un en-tête se construit comme une page : Flexbox en balise **Header**, conteneur de 1140 px, Logo du site, Menu WordPress, bouton d'appel à l'action, avec les variables et classes du site.
- Le menu se compose dans **Apparence » Menus** ; le widget Menu WordPress l'affiche et gère le repli mobile, à tester sur un vrai téléphone.
- L'en-tête **collant** se règle dans Style » Position (Sticky) ; il doit avoir un fond et rester bas sur mobile. Les pages en **Canevas Elementor** ignorent en-tête et pied de page.

CHAPITRE 25

Constructeur de thème (2) : articles, pages, archives, 404, recherche

L'en-tête et le pied de page sont en place. Reste tout ce que WordPress affiche « tout seul » avec le thème Hello, et qui ressemble à peu de chose : les articles, les listes d'articles, les résultats de recherche et la page d'erreur. Ce chapitre montre comment le Constructeur de thème habille ces contenus avec un seul modèle par famille, et comment Elementor choisit le bon modèle quand plusieurs correspondent.

EN BREF

PUBLIC	Utilisateurs d'Elementor Pro qui veulent publier des actualités ou des fiches sans dessiner chaque page à la main.
ENJEU	Passer de « je construis chaque page » à « je construis un gabarit, WordPress y verse le contenu ».
IDÉE CLÉ	Un modèle de contenu est un moule : on le fait une fois, chaque article y coule.
PRÉREQUIS	Chapitres 01 (page vs article), 24 (Constructeur de thème et conditions).
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

25.1 — Pourquoi un artisan a besoin d'articles

Camille Roche n'a aucune envie de « tenir un blog ». Elle a pourtant trois bonnes raisons de publier régulièrement. Le **chantier** : un escalier livré à Besse, une cuisine posée à Muro, c'est exactement ce qu'un futur client veut voir. Le **conseil** : entretenir un plan de travail en chêne, traiter une terrasse. La **saisonnalité** : fermeture annuelle, salon de l'habitat, délais avant Noël. Chacun de ces contenus est un **article** WordPress, pas une page (chapitre 01) : daté, classé dans une catégorie, il apparaît automatiquement dans les listes.

Construire chaque article dans Elementor serait absurde : cinquante chantiers, cinquante mises en page à maintenir. On écrit les articles dans l'éditeur de blocs de WordPress (titre, texte, image mise en avant, catégorie) et un **modèle de Publication unique** les habille. Avant de commencer, créez dans ► **Articles** ► **Catégories** les catégories « Chantiers », « Conseils » et « Actualités », et désignez dans ► **Réglages** ► **Lecture** une page « Actualités » comme

Page des articles .

DÉFINITION

Archive — dans WordPress, toute page qui liste plusieurs contenus selon un critère : la page des articles, une catégorie, une étiquette, un auteur, un mois, les résultats d'une recherche. Une archive n'a pas de contenu propre : elle affiche une liste que WordPress calcule au moment de la visite, ce que l'on appelle la **requête** (*query*).

25.2 — Les widgets qui affichent « le contenu en cours »

Dans un modèle de contenu, on ne tape pas de titre : on pose un widget qui affichera *le titre de l'article que le visiteur est en train de lire*. Elementor Pro fournit une famille de widgets que le Centre d'aide appelle *Theme elements*, rangés dans les catégories Site et Publication (*Single*). Pro n'étant pas intégralement traduit, le tableau donne l'anglais officiel et une traduction prudente.

Widget	Ce qu'il affiche	Réglage qui compte
Titre de publication (<i>Post Title</i>)	Le titre de l'article ou de la page en cours.	La balise : H1 dans un modèle d'article.
Image mise en avant (<i>Featured Image</i>)	L'image « mise en avant » définie dans WordPress.	La résolution et la hauteur.
Infos de publication (<i>Post Info</i>)	Date, auteur, catégories, commentaires, avec icônes.	Les métadonnées à garder : date et catégorie suffisent.
Contenu de publication (<i>Post Content</i>)	Le corps de l'article écrit dans WordPress.	Obligatoire dans un modèle d'article, sinon le texte n'apparaît pas.
Extrait de publication (<i>Post Excerpt</i>)	Le résumé saisi dans WordPress, ou les premiers mots du texte.	Surtout utile dans les listes (chapitre 27).
Boîte auteur (<i>Author Box</i>)	Photo, nom et biographie de l'auteur.	Facultatif pour une entreprise de deux personnes.
Navigation de publication (<i>Post Navigation</i>)	Liens vers l'article précédent et le suivant.	« Dans le même terme » pour rester dans la catégorie.
Commentaires de publication (<i>Post Comments</i>)	Formulaire et liste des commentaires.	À omettre si les commentaires sont fermés.
Titre de page (<i>Page Title</i>)	Le titre d'une page WordPress.	Pour le modèle Page individuelle.
Titre d'archive (<i>Archive Title</i>)	Le nom de la catégorie, de l'auteur, ou « Résultats pour... ».	La balise H1 ; le préfixe.
Publications d'archive (<i>Archive Posts</i>) ou Loop Grid en « requête actuelle »	La liste calculée par WordPress pour l'archive en cours.	Les colonnes et le message « Aucun résultat ».
Formulaire de recherche (<i>Search Form</i>)	Un champ de recherche du site.	Son habillage (classique, minimal, plein écran).

Tous ces widgets ont un contenu **dynamique** : il vient de WordPress au moment de l'affichage et change d'un article à l'autre. Le chapitre 26 généralise ce principe à n'importe quel champ.

ELEMENTOR PRO

Les modèles Publication unique, Page individuelle, Archive, Résultats de recherche et Erreur 404, comme les widgets de ce tableau, sont inclus dès le plan **Essential** (60 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026). Le widget *Breadcrumbs* (fil d'Ariane) s'appuie sur une extension SEO tierce pour produire le chemin (historiquement Yoast SEO, cité en exemple) : sans elle, il reste vide.

25.3 — Le modèle Publication unique

Un modèle d'article tient en une colonne de lecture d'environ 720 px (chapitre 13) : un titre, une image, quelques informations, le texte, une navigation.

- 1 Créez la partie.** Dans ► **Elementor** ► **Constructeur de thème**, choisissez **Publication unique** puis **Add New** . Nommez le modèle **Article standard** .
- 2 Choisissez un article d'aperçu.** Un modèle vide n'a rien à afficher : ouvrez les Réglages de page (engrenage, ou **Ctrl** + **Shift** + **Y** ; **Cmd** sur Mac), section **Réglages d'aperçu** (*Preview Settings*), et demandez à prévisualiser le contenu dynamique comme un article (*Post*) en choisissant « Escalier en chêne à Besse ». Validez par **Apply & Preview** : la toile affiche de vraies données.
- 3 Posez la structure.** Un Flexbox extérieur en balise **Section** , marge interne 80 px haut et bas, contenant un Flexbox en balise **Article** , direction colonne, largeur 100 %, largeur maximale 760 px, écart 24 px.
- 4 Ajoutez les widgets.** Dans l'ordre : **Post Info** (date et catégorie), **Post Title** en H1, **Featured Image** , **Post Content** , **Post Navigation** .
- 5 Stylez avec le système du site.** Playfair Display sur le Titre de publication, la police de corps sur le contenu ; vérifiez dans ► **Réglages du site** ► **Styles du thème** ► **Typographie** (chapitre 19) le style des H2 et H3 rédigés dans WordPress, car le Contenu de publication ne règle pas chaque niveau.
- 6 Ajoutez un appel à l'action.** Sous la navigation, le composant « Appel à devis » du chapitre 22.
- 7 Publiez avec la condition.** **Publier** , puis **Include** ► **Singular** ► **Posts** (tous les articles), **Save & Close** .

ASTUCE

Changez d'article d'aperçu plusieurs fois avant de publier : titre court, titre sur deux lignes, article sans image mise en avant. Un modèle qui ne tient que sur un exemple parfait cassera au troisième chantier. Le chapitre 26 explique la valeur de repli quand une donnée manque.

PIÈGE CLASSIQUE

Ne construisez jamais un article lui-même dans Elementor quand un modèle Publication unique existe : le Contenu de publication afficherait la mise en page Elementor de l'article à l'intérieur du modèle, avec des marges doublées et un second H1. Les articles s'écrivent dans WordPress ; Elementor ne fait que l'habillage.

25.4 — Le modèle Page individuelle

Toutes les pages ne méritent pas d'être dessinées dans Elementor. Mentions légales, politique de confidentialité, page « Recrutement » : elles sont plus vite faites dans l'éditeur de blocs. Sans modèle, Hello les affiche brutes, sans marge ni largeur de lecture. Le modèle **Page individuelle** (*Single Page*) règle cela avec deux widgets, **Page Title** et **Post Content** , dans la même colonne de 760 px. Sa condition : **Include** ► **Singular** ► **Pages** .

Les pages construites dans Elementor passent, elles aussi, par ce modèle : leur mise en page est rendue à l'endroit du Contenu de publication, sous un titre H1 automatique dont on ne veut pas sur la page d'accueil. Le plus simple est de réserver le modèle aux pages écrites dans WordPress, en n'incluant que celles-là (**Include › Singular › Pages › Mentions légales** , et ainsi de suite). Les pages en **Canevas Elementor** ignorent ce modèle comme elles ignorent l'en-tête.

25.5 — Archive et résultats de recherche

Le modèle **Archive** habille toutes les listes : page des articles, catégories, étiquettes, auteurs, dates. Deux widgets suffisent : **Archive Title** en H1, qui affichera « Chantiers » sur la catégorie Chantiers et « Actualités » sur la page des articles, et une liste. Pour la liste, **Archive Posts** , l'ancien widget aux dispositions prédéfinies, ou le **Loop Grid**, plus souple, dont la source doit être réglée sur **Current Query** (requête actuelle) : WordPress décide alors du contenu, le modèle de la forme (chapitre 27). Condition : **Include › Archives › All Archives** .

La page de **résultats de recherche** est une archive dont la liste dépend des mots tapés. On la traite dans le même modèle Archive ou dans une partie **Résultats de recherche** dédiée, condition **Include › Archives › Search Results** , avec trois éléments : le Titre d'archive (« Résultats pour : escalier »), un **Search Form** pour relancer, et la liste en requête actuelle, dont le message « Aucun résultat » doit être rédigé avec soin : « Rien trouvé pour ce mot. Essayez « escalier », « cuisine », ou contactez-nous. »

À SAVOIR

La recherche WordPress cherche dans les titres et les textes, pas dans les images ni dans les PDF. Pour être trouvée sur « escalier quart tournant », la Menuiserie Roche doit avoir écrit ces mots quelque part : un argument de plus pour de vrais articles de chantier.

25.6 — La page Erreur 404

Quand un visiteur suit un lien cassé, WordPress répond par une page « introuvable », dite **404** (le code d'erreur renvoyé par le serveur). Avec Hello, elle est vide et froide. La partie **Erreur 404** permet d'y mettre un message humain et des portes de sortie : un Titre H1 sobre (« Cette page n'existe pas, ou plus »), un Paragraphe qui rassure (« Nos réalisations et nos coordonnées sont toujours là »), un **Search Form** , et deux ou trois Boutons vers l'accueil, les réalisations et le contact. Condition : **Include › Singular › 404 Page** . Testez-la en tapant une adresse fantaisiste, par exemple `menuiserie-roche.fr/escalier-volant` . Une page 404 ne nuit pas au référencement tant qu'elle est rare ; si elle devient fréquente après une refonte, ce sont des redirections qu'il faut mettre en place (chapitre 34).

25.7 — Quand plusieurs modèles correspondent

Un article de la catégorie Chantiers est à la fois « un contenu unique », « un article » et « un article de la catégorie Chantiers ». Si trois modèles Publication unique portent ces trois conditions, lequel s'applique ? La règle d'Elementor est constante : **le modèle dont la condition est la plus spécifique gagne**. Une catégorie précise passe avant tous les articles, qui passent avant tous les contenus, qui passent avant « Tout le site » ; un article désigné nommément passe avant tout le reste.



Figure 25.1 — Priorité des modèles : pour un article de la catégorie Chantiers, « Fiche chantier » l'emporte sur « Article standard », qui l'emporte sur les modèles plus généraux.

Cette règle est une chance : on part d'un modèle général sur tous les articles, et l'on ajoute plus tard un modèle « Fiche chantier » réservé à la catégorie Chantiers, avec une grande photo et l'appel à devis, sans toucher au premier. Contrepartie : si deux modèles portent exactement la même condition, Elementor signale le conflit à la publication. Ne le laissez pas trancher : corrigez les conditions jusqu'à ce que chaque contenu n'ait qu'un modèle possible. Les cartes du Constructeur de thème, avec leurs points verts, sont l'endroit où faire cet inventaire.

MÉTHODE

Pour un site vitrine d'artisan, cinq modèles suffisent, dans cet ordre : 1) Entête et Pied de page sur tout le site (chapitre 24) ; 2) Publication unique sur tous les articles ; 3) Page individuelle sur les pages écrites dans WordPress ; 4) Archive sur toutes les archives, recherche comprise ; 5) Erreur 404. Les modèles spécialisés viennent ensuite, quand le besoin est réel.

🔗 EXERCICE 25.1 — LE MODÈLE D'ARTICLE ET LA PAGE 404 DE LA MENUISERIE ROCHE

40 MIN

Objectif : habiller tous les articles avec un seul modèle et remplacer la page d'erreur du thème.

1. Dans WordPress, créez les catégories « Chantiers », « Conseils », « Actualités », puis deux articles de test avec image mise en avant : « Escalier en chêne à Besse » (Chantiers) et « Entretenir un plan de travail en bois » (Conseils). Créez la page « Actualités » et désignez-la comme Page des articles.
2. Créez le modèle Publication unique « Article standard » selon le pas-à-pas du paragraphe 25.3.
3. Prévisualisez-le avec chacun des deux articles (Réglages d'aperçu) et corrigez ce qui déborde.
4. Publiez avec **Include › Singular › Posts**. Ouvrez les deux articles sur le site : ils partagent le modèle.
5. Créez la partie Erreur 404 : titre, paragraphe rassurant, Search Form, trois boutons (Accueil, Réalisations, Contact). Publiez ; vérifiez avec une adresse inexistante.
6. Pour aller plus loin : dupliquez « Article standard » en « Fiche chantier » avec une image plus grande, condition **Include › Singular › In Category › Chantiers**, et vérifiez que seul l'article de Besse change d'habillage.

Résultat attendu : deux articles habillés par le même modèle, une page 404 accueillante et, en bonus, un article de chantier qui utilise un modèle plus spécifique sans que l'article de conseil soit touché.

À RETENIR

- Les articles s'écrivent dans WordPress ; le modèle **Publication unique** les habille tous d'un coup avec des widgets dynamiques (Post Title, Featured Image, Post Info, Post Content, Post Navigation).
- Le widget **Contenu de publication** est obligatoire dans un modèle d'article ou de page ; sans lui, le texte n'apparaît pas.
- La **Page individuelle** sert aux pages écrites dans l'éditeur WordPress ; l'**Archive** habille les listes avec un Titre d'archive et une liste en « requête actuelle » ; les **résultats de recherche** et la **page 404** méritent un message humain et des portes de sortie.
- Les **Réglages d'aperçu** montrent le modèle avec un vrai contenu ; testez-le avec plusieurs articles avant de publier.
- Quand plusieurs modèles correspondent, **le plus spécifique gagne** ; deux modèles à condition identique sont un conflit à corriger, pas à subir.

CHAPITRE 26

Contenu dynamique : balises dynamiques et champs personnalisés

Au chapitre précédent, des widgets affichaient « le titre de l'article en cours » sans que l'on tape ce titre. Ce chapitre généralise l'idée à n'importe quel champ d'Elementor : un texte, une image, un lien, une couleur peuvent venir de WordPress au lieu d'être saisis. C'est le contenu dynamique, et c'est ce qui transforme un site en outil que l'on alimente au lieu de le redessiner.

EN BREF

PUBLIC	Utilisateurs d'Elementor Pro qui veulent faire entrer leurs propres données dans les modèles : commune d'un chantier, essence de bois, numéro WhatsApp.
ENJEU	Séparer la <i>forme</i> (le modèle, fait une fois) du <i>fond</i> (les données, saisies dans WordPress à chaque nouveau contenu).
IDÉE CLÉ	Une balise dynamique est une promesse : « ici s'affichera la valeur que WordPress connaît », quelle que soit la page.
PRÉREQUIS	Chapitres 15 (liens), 24 et 25 (Constructeur de thème).
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 45 minutes d'exercice).

26.1 — Le principe : une valeur qui vient d'ailleurs

Quand vous tapez « Escalier en chêne à Besse » dans un Titre, la valeur est **statique** : elle ne changera que si vous rouvrez l'éditeur. Quand vous demandez au Titre d'afficher *le titre de la publication en cours*, la valeur est **dynamique** : Elementor la lit dans WordPress au moment où la page s'affiche, et elle diffère d'un article à l'autre. C'est le fonctionnement d'un publipostage : une lettre type, une liste d'adresses, chaque courrier porte le bon nom.

Dans l'interface, cette possibilité se reconnaît à une petite **icône dynamique** à droite de certains champs (une pile de disques, selon la version). Elle n'apparaît que sur les champs qui peuvent recevoir une valeur dynamique : le texte d'un Titre, l'image d'un élément Image, l'adresse d'un lien, la couleur d'un fond. Cliquer dessus ouvre la liste des **balises dynamiques**, filtrée selon le type du champ : un champ image ne propose que des images, un champ lien que des adresses.

DÉFINITION

Balise dynamique (*dynamic tag*) — une instruction qui remplace la valeur d'un champ par une donnée lue dans WordPress : titre, date, image mise en avant, nom du site, champ personnalisé, adresse de contact. Les balises sont regroupées par origine (Publication, Site, Auteur, Archive, Actions, Média...) et n'existent qu'avec Elementor Pro.

ELEMENTOR PRO

Les balises dynamiques font partie d'Elementor Pro dès le plan **Essential** (60 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026), avec une limite claire : Essential ne lit que les **champs natifs de WordPress**. Les champs créés avec une extension de champs personnalisés (ACF, Pods ou Toolset, citées en exemple) et les types de contenu personnalisés demandent un plan **Advanced Solo** (84 \$ par an, un site) ou supérieur. C'est ce qui décide, pour la Menuiserie Roche, entre « des articles bien rangés » et « une vraie base de réalisations ».

26.2 — Poser une balise dynamique

Le geste est le même pour tous les champs. Prenons un Titre qui doit afficher la commune d'un chantier, enregistrée comme champ personnalisé (paragraphe 26.5).

- 1 **Repérez l'icône.** Sélectionnez le Titre. À droite du champ de texte, dans l'onglet **Général** (ou **Contenu** pour un widget classique), cliquez sur l'icône dynamique.
- 2 **Choisissez la balise.** Dans le groupe **Post** (publication), choisissez **Post Custom Field** (champ personnalisé). Le champ de texte devient une étiquette grise portant le nom de la balise : la valeur ne se tape plus, elle se lit.
- 3 **Réglez la balise.** Cliquez sur l'étiquette (ou sa petite clé) pour ouvrir ses réglages. Indiquez la **clé** (Key) du champ, par exemple **commune**, en la choisissant dans la liste ou en la tapant.
- 4 **Ajoutez le texte autour.** Dans la section **Advanced** de la balise, trois champs valent de l'or : **Before** (avant), **After** (après) et **Fallback** (valeur de repli). Tapez **Chantier réalisé à** dans Before : le visiteur lira « Chantier réalisé à Besse », et seul « Besse » vient de la donnée.
- 5 **Prévoyez l'absence.** Dans Fallback, tapez **Puy-de-Dôme** : si une réalisation n'a pas de commune, le titre ne sera ni vide ni tronqué. Sans repli, un champ manquant affiche... rien, et un « Chantier réalisé à » orphelin.
- 6 **Vérifiez avec plusieurs contenus.** Changez d'article dans les Réglages d'aperçu (chapitre 25). Pour revenir à une valeur statique, la croix de l'étiquette retire la balise.

BONNE PRATIQUE

Le texte fixe (« Chantier réalisé à », « Essence : ») se met dans Before et After, jamais dans la donnée. La personne qui saisit les réalisations tape « Besse », rien d'autre, sans savoir ce que le modèle affiche autour. C'est ce qui rend la saisie possible par quelqu'un qui n'ouvrira jamais Elementor.

26.3 — Les groupes de balises

Le tableau récapitule les groupes et balises tels que le Centre d'aide les liste (page « Dynamic tags »), en anglais avec une traduction prudente ; certains peuvent apparaître traduits selon la version de Pro.

Groupe	Balises	Usage typique pour un artisan
Post (publication)	Post Title (titre), Post Excerpt (extrait), Post Date et Post Time (date, heure), Post Terms (catégories ou étiquettes), Post URL (adresse), Post ID, Post Custom Field (champ personnalisé)	Tout modèle d'article ou de fiche ; Post Terms pour afficher « Escaliers » sur une carte ; Post URL pour un bouton vers l'article.
Site	Site Title (nom du site), Site Tagline (slogan), Page Title, Current Date Time (date et heure actuelles), Request Parameter (paramètre d'adresse), Shortcode (code court), User Info (utilisateur connecté), Site URL, Internal URL (lien vers une page choisie)	Le slogan dans le pied de page ; l'année en cours dans le copyright ; un lien interne qui suit la page même si son adresse change.
Author (auteur)	Author Name, Author Info, Author Meta, Author URL	Signature d'un article de conseil.
Comments (commentaires)	Comments Number, Comments URL	Rarement, les commentaires étant fermés sur un site vitrine.
Archive	Archive Title, Archive Description, Archive Meta, Archive URL	Titre et texte d'introduction d'une catégorie (« Nos escaliers ») dans le modèle Archive.
Actions	Lightbox (visionneuse), Contact URL (e-mail, téléphone, SMS, WhatsApp, Waze...), Popup	Un bouton « Nous écrire sur WhatsApp » ; une image qui s'ouvre en grand ; un bouton qui ouvre une popup (chapitre 29).
Media (média)	Featured Image Data (légende, texte alternatif, adresse de l'image mise en avant) ; sur les champs image : Featured Image, Site Logo	La photo du chantier dans une carte ; le logo dans l'en-tête.
WooCommerce	Product Title, Price, Rating, Sale, Short Description, SKU, Stock, Terms	Boutique uniquement (chapitre 31) ; plans Advanced et supérieurs.
ACF / Pods / Toolset	Les champs créés dans l'extension, avec leur type (texte, image, nombre...)	Commune, essence, année d'un chantier ; plans Advanced et supérieurs.

Trois balises du groupe Site servent sur toutes les pages. **Current Date Time**, réglée sur l'année seule, met à jour toute seule le « © 2026 » du pied de page. **Internal URL** pointe vers une page choisie dans une liste : si l'on renomme la page Contact, le lien suit. **Request Parameter** lit un paramètre dans l'adresse (par exemple `?ville=Muroi`) pour personnaliser un titre selon le lien cliqué : un outil de page d'atterrissage, à manier avec prudence.

ATTENTION

Une balise dépend des données de WordPress : sans image mise en avant, l'image dynamique est vide ; sans extrait, WordPress coupe le texte au milieu d'une phrase. À chaque nouvel article, remplissez **l'image mise en avant** et **l'extrait** dans le panneau latéral de l'éditeur WordPress.

26.4 — Balises dynamiques et éléments atomiques

Les éléments atomiques acceptent eux aussi des balises dynamiques, mais le Centre d'aide précise qu'il s'agit d'un **sous-ensemble** : Post Title, Post Date, Post Custom Field, Site Title, Site Tagline, informations d'auteur, entre autres. Deux nouveautés propres à l'éditeur atomique méritent l'attention : les **sélecteurs de couleur** de l'onglet Style acceptent une balise, si bien

qu'une fiche de chantier peut prendre la teinte de son essence de bois ; et les champs **destinataires du Formulaire atomique** (chapitre 28) aussi, ce qui permet d'envoyer une demande de devis à une adresse qui dépend de la page. Quand une balise manque sur un atome, utilisez le widget classique équivalent (Titre, Image ou Bouton classique), qui offre la liste complète, posé dans le Flexbox atomique : c'est la ligne du support (chapitre 06).

26.5 — Champs personnalisés : ajouter ses propres données

WordPress connaît, pour chaque article, un titre, un texte, un extrait, une date, une image mise en avant, des catégories. C'est suffisant pour des actualités, pas pour une **réalisation** de la Menuiserie Roche, qui a une commune, une essence, une année, parfois une seconde photo. Ces informations sont des **champs personnalisés**. Deux niveaux existent.

NIVEAU 1 : LES CHAMPS NATIFS DE WORDPRESS

WordPress possède un panneau **Champs personnalisés**, masqué par défaut dans l'éditeur de blocs (à activer dans les préférences de l'éditeur, section des panneaux). On y saisit des paires clé / valeur : **commune** = Besse, **essence** = Chêne. La balise **Post Custom Field** les lit par leur clé. C'est rustique — aucune liste de choix, une faute de frappe dans la clé et la donnée disparaît — mais cela fonctionne avec le plan Essential, pour deux ou trois informations par article.

NIVEAU 2 : UNE EXTENSION DE CHAMPS ET UN TYPE DE CONTENU DÉDIÉ

Une extension comme **ACF** (*Advanced Custom Fields*, citée en exemple ; sa version gratuite suffit) fait deux choses. Elle crée des champs avec un vrai formulaire de saisie : Texte « Commune », Choix « Essence » (Chêne, Noyer, Frêne, Hêtre), Nombre « Année », Image « Photo de détail ». Et elle peut créer un **type de contenu personnalisé** (*custom post type*, CPT) nommé « Réalisations », qui apparaît dans le menu de WordPress à côté d'Articles et de Pages, avec sa propre liste et, si on le souhaite, sa propre archive à l'adresse `/realisations/`. Les chantiers ne se mélangent plus aux actualités.

DÉFINITION

Type de contenu personnalisé (*custom post type*) — une troisième famille de contenus, à côté des pages et des articles, créée pour un besoin précis : réalisations, produits, événements. Chaque type a sa liste dans l'administration, ses champs, et peut recevoir ses propres modèles dans le Constructeur de thème, dont les conditions le proposent automatiquement.

MÉTHODE

En une séance : 1) installer l'extension de champs ; 2) créer le type « Réalisations » (identifiant `realisation`, prise en charge du titre, du texte et de l'image mise en avant, archive activée) ; 3) créer un groupe de champs « Fiche réalisation » (Commune, Essence, Année, Photo de détail) affecté à ce type ; 4) créer une taxonomie « Type de réalisation » (Escaliers, Cuisines, Agencements) pour les filtres du chapitre 27 ; 5) saisir trois réalisations de test ; 6) dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Général** › **Types de contenu**, cocher « Réalisations » si l'on veut ouvrir une réalisation dans Elementor ; 7) créer le modèle Publication unique avec la condition **Include** › **Singular** › **Réalisations** .

Une fois l'extension installée, la liste des balises gagne un groupe à son nom (« ACF »), avec des balises adaptées au type de chaque champ : un champ Image est proposé dans les champs image d'Elementor, un champ Nombre dans les champs texte. Le modèle « Fiche réalisation » se construit alors comme un modèle d'article (chapitre 25) : Post Title en H1, Featured Image, une Liste d'icône dont chaque ligne porte une balise ACF (« Commune : Besse », « Essence : chêne »), le Post Content pour le récit du chantier, et le composant « Appel à devis ».

PIÈGE CLASSIQUE

Créer le type de contenu, saisir vingt réalisations, puis découvrir que le plan Essential n'affiche pas les champs ACF. Vérifiez votre plan *avant* de saisir : avec Essential, champs natifs ou articles bien catégorisés ; à partir d'Advanced Solo, le type de contenu dédié.

26.6 — Les actions : liens de contact, visionneuse, popup

Le groupe **Actions** ne lit pas une donnée : il fabrique un lien qui déclenche quelque chose. La balise **Contact URL** est la plus utile pour un artisan. Posée sur le lien d'un Bouton ou d'une Boîte d'icône, elle propose un type (e-mail, téléphone, SMS, WhatsApp, Waze, entre autres) et les champs correspondants : pour WhatsApp, le numéro au format international (indicatif du pays sans le signe +, sans le 0 initial) ; pour l'e-mail, l'adresse, l'objet et un message pré-rempli ; pour Waze, une adresse. Le résultat est un lien que le téléphone du visiteur ouvre dans la bonne application, sans les erreurs de syntaxe des `tel:` et `mailto:` tapés à la main (chapitre 15).

La balise **Lightbox** (visionneuse) ouvre une image ou une vidéo en grand par-dessus la page. La balise **Popup** ouvre ou ferme une fenêtre surgissante créée avec le Popup Builder (plans Advanced et supérieurs, chapitre 29) : c'est ainsi qu'un bouton « Devis express » ouvre un formulaire sans changer de page.

Les balises Actions sont attestées sur les widgets classiques. Sur les éléments atomiques, le sous-ensemble disponible évolue d'une version à l'autre : si le lien d'un Bouton atomique ne propose pas Contact URL, tapez l'adresse à la main ou utilisez le widget Bouton classique.

🔗 EXERCICE 26.1 — LA FICHE « RÉALISATION » DYNAMIQUE ET LA CARTE WHATSAPP

45 MIN

Objectif : afficher, dans un seul modèle, le titre, la commune, l'essence et la photo de chaque réalisation ; proposer un contact WhatsApp en un clic.

1. Selon votre plan : **Essential** — créez la catégorie « Réalisations » (sous-catégories Escaliers, Cuisines, Agencements) et deux articles de test avec les champs natifs `commune` et `essence` remplis ; **Advanced et supérieurs** — suivez la Méthode du paragraphe 26.5 et saisissez trois réalisations avec image mise en avant.
2. Dans le Constructeur de thème, créez le modèle Publication unique « Fiche réalisation » et choisissez une réalisation dans les Réglages d'aperçu.
3. Posez un Flexbox en ligne : à gauche, l'Image mise en avant (dynamique) ; à droite, Post Title en H1 et une Liste d'icône de trois lignes dont le texte vient de vos champs (Post Custom Field ou balise ACF), avec Before « Commune : », « Essence : », « Année : » et une valeur de repli sur chaque ligne.
4. Ajoutez le Post Content, puis le composant « Appel à devis ».
5. Ajoutez une carte « Une question sur ce chantier ? » : un Flexbox sur fond sauge `#7A9E7E` avec un Titre H3 et un Bouton classique « Écrire sur WhatsApp » dont le lien est dynamique : Actions › Contact URL › WhatsApp, numéro `33473000000` (le numéro fictif de l'atelier au format international).
6. Publiez avec la condition adaptée (`Include › Singular › In Category › Réalisations` en Essential ; `Include › Singular › Réalisations` avec le type de contenu). Ouvrez deux réalisations : le modèle est le même, les données changent.
7. Sur un téléphone, touchez le bouton WhatsApp. Videz le champ Commune d'une réalisation et vérifiez que la valeur de repli s'affiche.

Résultat attendu : un modèle unique qui affiche correctement des réalisations différentes, y compris quand une donnée manque ; un bouton WhatsApp qui ouvre la conversation sur mobile ; une saisie des chantiers possible sans ouvrir Elementor.

À RETENIR

- Une **balise dynamique** remplace une valeur tapée par une donnée lue dans WordPress au moment de l'affichage ; on la pose par l'icône dynamique du champ, avec Elementor Pro.
- Les balises sont groupées par origine : **Post, Site, Author, Comments, Archive, Actions, Media**, WooCommerce, puis les champs des extensions.
- **Before, After et Fallback** mettent le texte fixe autour de la donnée et prévoient son absence ; ils rendent la saisie possible par quelqu'un qui n'ouvre jamais Elementor.
- Le plan **Essential** lit les champs natifs de WordPress ; les champs d'une extension (ACF en exemple) et les **types de contenu personnalisés** demandent Advanced Solo ou supérieur.
- Un type de contenu « Réalisations » avec ses champs et sa taxonomie est la base propre d'un portfolio d'artisan ; la balise **Contact URL** fabrique sans erreur les liens e-mail, téléphone, SMS, WhatsApp et Waze.

CHAPITRE 27

Loop Builder : grilles et carrousels d'articles et de produits

Le chapitre 25 a habillé chaque article ; le chapitre 26 a fait entrer les données dans les modèles. Reste la page que tout client regarde en premier : la liste des réalisations. Ce chapitre présente le Loop Builder, l'outil d'Elementor Pro qui dessine une carte une seule fois et la répète pour chaque contenu, en grille ou en carrousel, avec filtres et pagination.

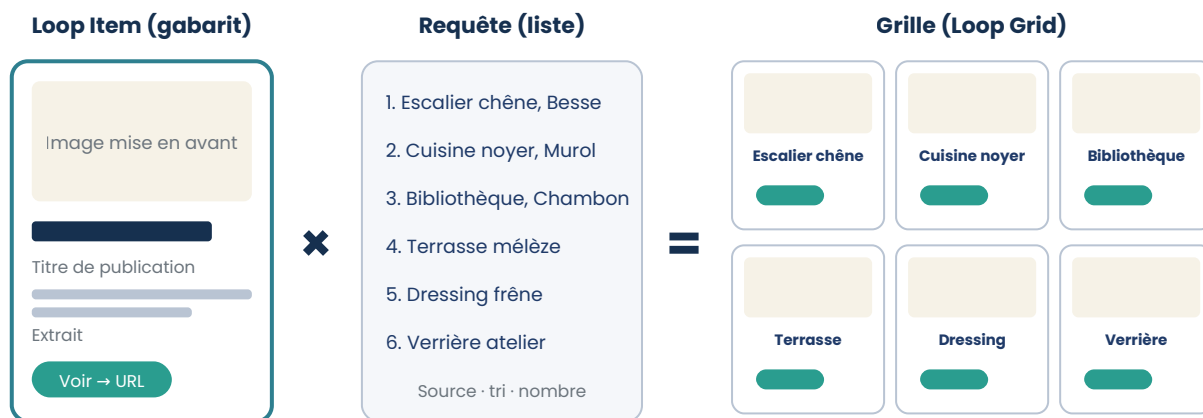
EN BREF

PUBLIC	Utilisateurs d'Elementor Pro qui ont des articles, des réalisations ou des produits à présenter sous forme de liste.
ENJEU	Ne plus jamais construire une grille de cartes à la main : la carte se dessine une fois, la liste se calcule.
IDÉE CLÉ	Une boucle, c'est « pour chaque élément, applique ce gabarit » ; le gabarit est le Loop Item, la liste est la requête.
PRÉREQUIS	Chapitres 09 (Grille), 25 (archives et requête actuelle), 26 (balises dynamiques).
LECTURE	Environ 20 minutes (+ 50 minutes d'exercice).

27.1 — Une boucle, c'est quoi

Imaginez la page « Réalisations » de la Menuiserie Roche construite à la main : neuf cartes, chacune avec une photo, un titre, deux lignes et un bouton. Le jour où un dixième chantier arrive, il faut dupliquer une carte, remplacer la photo, le titre, le lien. Le jour où Camille veut des coins arrondis, il faut modifier neuf cartes, puis dix. Le **Loop Builder** supprime ce travail : on dessine *une* carte, dont chaque champ est dynamique (chapitre 26), et Elementor la répète pour chaque réalisation. Ajouter un chantier dans WordPress ajoute une carte ; modifier la carte modifie toutes les cartes.

Le mot « boucle » (*loop*) vient de la programmation : c'est l'instruction « pour chaque élément de la liste, fais ceci ». Ici, « ceci » est un modèle appelé **Loop Item** (élément de boucle), et « la liste » est une **requête** (*query*) : « les réalisations de la catégorie Escaliers, les plus récentes d'abord, neuf par page ». Le résultat est une grille, un carrousel, ou la liste d'une archive.



Un gabarit, une liste : chaque élément de la liste reçoit une copie du gabarit.

Figure 27.1 — Loop Item × liste d’articles = grille. Le gabarit est dessiné une fois ; la requête fournit les éléments ; le Loop Grid les dispose.

ELEMENTOR PRO

Le Loop Builder (widgets Loop Grid, Loop Carousel, Taxonomy Filter et modèles Loop Item) fait partie d’Elementor Pro ; les modèles Loop Item se créent dans le Constructeur de thème, inclus dès le plan Essential (60 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026). Les boucles de **produits** WooCommerce demandent un plan Advanced ou supérieur, comme tout ce qui touche à la boutique. Vérifiez sur la page des tarifs, au moment de l’achat, que le Loop Builder figure dans le plan retenu.

27.2 — Dessiner la carte : le Loop Item

Le Centre d’aide est net : avant de poser un Loop Grid, il faut un modèle **Loop Item**. Il se crée soit depuis le Constructeur de thème (partie **Loop Item**), soit depuis le widget Loop Grid lui-même, qui propose de créer le modèle manquant. Dans l’éditeur, la toile n’affiche qu’une carte, avec les données d’un contenu d’aperçu : c’est normal, la répétition se fera dans la grille.

- 1 **Créez le modèle.** Dans ► **Elementor** · **Constructeur de thème** · **Loop Item**, cliquez sur **Add New**, nommez-le **Carte réalisation**, et choisissez le type de contenu à prévisualiser (Articles, ou le type « Réalisations » créé au chapitre 26).
- 2 **Posez le conteneur de la carte.** La carte est un conteneur en direction colonne, sans largeur fixe (c’est la grille qui décidera), avec un fond blanc, un rayon de 12 px, et une ombre douce : appliquez la classe **carte** du chapitre 18 si elle existe. Nommez-le « Carte » dans la Structure.
- 3 **Ajoutez l’image.** Déposez le widget **Featured Image** (image mise en avant). Réglez une résolution moyenne (pas l’original) et une hauteur fixe de 220 px avec un recadrage (*object-fit*) pour que toutes les cartes aient la même image, quelle que soit la photo (chapitre 14). Donnez-lui un lien vers la publication.
- 4 **Ajoutez le titre et le texte.** Un **Post Title** en H3 (le H1 est celui de la page « Réalisations »), lié à l’article, puis un **Post Excerpt** limité à une vingtaine de mots. Nous utilisons ici les widgets classiques, qui offrent la liste complète des balises dynamiques (chapitre 26).
- 5 **Ajoutez la catégorie et le bouton.** Un petit Titre dont le texte est dynamique (**Post** · **Post Terms** , taxonomie Catégories ou « Type de réalisation »), stylé en vert sauge,

puis un Bouton « Voir le chantier » dont le lien est dynamique (**Post › Post URL**), avec la classe **btn-secondaire** .

- 6 Enregistrez.** Cliquez sur **Publier** . Un Loop Item n'a pas de conditions d'affichage : il ne s'affiche jamais seul, il est appelé par une grille ou un carrousel.

BONNE PRATIQUE

Une carte doit rester lisible avec un titre sur deux lignes et sans extrait. Testez le Loop Item avec plusieurs contenus d'aperçu (chapitre 25) et donnez au conteneur de la carte une hauteur minimale plutôt qu'une hauteur fixe ; l'option « hauteur égale » de la grille fera le reste.

27.3 — Le widget Loop Grid : la disposition

Le **Loop Grid** (grille de boucle) est un widget classique de la catégorie Pro. Déposé sur la page « Réalisations », il présente dans son onglet Contenu trois sections : **Layout** (disposition), **Query** (requête) et **Pagination** . La disposition commence par **Choose template type** : *Posts* pour lister des contenus, *Post Taxonomy* pour lister des catégories elles-mêmes (une carte par catégorie, utile pour une page « Nos savoir-faire »), *Products* et *Product Taxonomy* pour WooCommerce. Puis **Choose a template** désigne le Loop Item, avec un bouton **Edit template** pour y retourner.

Viennent ensuite les **colonnes** (réglables par appareil : trois sur ordinateur, deux sur tablette, une sur mobile), le nombre d'**éléments par page** (*Items Per Page*), l'option **Masonry** (cartes de hauteurs différentes disposées en quinconce, comme un mur de briques : joli pour des photos, moins lisible pour des fiches), **Equal height** (hauteur égale, à préférer pour des cartes de texte), et **Apply an alternate template** , qui insère un second Loop Item tous les N éléments, par exemple une carte « Demander un devis » toutes les six réalisations.

DÉFINITION

Requête (*query*) — la question posée à WordPress pour obtenir une liste : quel type de contenu, dans quelle catégorie, trié comment, combien. Le Loop Grid la formule dans sa section Query. Le cas particulier **Current Query** (requête actuelle) ne pose aucune question : il reprend la liste que WordPress a déjà calculée pour la page en cours, ce qui est le réglage obligatoire dans un modèle Archive (chapitre 25).

27.4 — La requête : choisir quoi afficher

La section Query décide du contenu de la grille. Le tableau ci-dessous reprend ses réglages et ceux de la section Pagination, tels que les décrit le Centre d'aide (pages « Loop Grid », « Building a query » et « Paginate »), avec le conseil qui convient à un site d'artisan.

Réglage	Valeurs	Conseil
Source	Posts (articles), Pages, Landing pages, Manual selection (choix à la main), Current Query (requête actuelle), Related (contenus liés à l'article en cours), et les types de contenu personnalisés	Posts ou « Réalisations » pour la page Réalisations ; Current Query dans une archive ; Related en bas d'une fiche (« chantiers similaires »).

Réglage	Valeurs	Conseil
Include / Exclude, « Include By »	Par terme (<i>Term</i> : catégorie, étiquette, taxonomie personnalisée) ou par auteur ; exclusion de l'article en cours ou d'une sélection	Inclure le terme « Réalisations » (ou « Escaliers » pour une grille thématique) ; exclure l'article en cours dans une grille « similaires ».
Date	Toutes, ou une période (jour, semaine, mois, année passés, dates personnalisées)	Laisser « toutes » ; une période sert aux actualités récentes.
Order By / Order	Date, titre, ordre du menu, aléatoire, dernière modification, nombre de commentaires ; croissant ou décroissant	Date décroissante (le plus récent d'abord) ; aléatoire pour un carrousel d'accueil, avec prudence (le cache peut le figer).
Ignore Sticky Posts	Oui / non	Cocher : un article « épinglé » dans WordPress n'a pas à passer devant les réalisations.
Hide Empty	Pour les listes de catégories : masquer celles qui n'ont aucun contenu	Cocher, pour ne pas afficher une carte « Verrières » vide.
Query ID	Identifiant pour un développeur	Laisser vide.
Pagination	None, Numbers (numéros), Previous/Next (précédent / suivant), Numbers + Previous/Next, Load on Click (bouton « Charger plus »), Infinite Scroll (défilement infini)	Numbers pour une page Réalisations (le visiteur sait où il est) ; Load on Click pour une grille d'accueil ; éviter le défilement infini au-dessus d'un pied de page.
Page Limit, Shorten, Alignement	Nombre de pages maximum, numéros abrégés, alignement	Abréger dès dix pages.
Load type	Page Reload (rechargement) ou AJAX (mise à jour sans recharger)	AJAX est plus fluide ; Page Reload donne une adresse par page, utile pour partager un lien.
Individual Pagination	Pagination propre à chaque grille	À cocher si deux grilles paginées cohabitent sur une page.
Nothing Found Message	Texte affiché quand la liste est vide	Rédiger une phrase utile : « Aucune réalisation dans cette catégorie pour l'instant. »

Le réglage **Manual selection** (sélection manuelle) mérite un mot : il permet de choisir à la main les contenus affichés, par exemple les six plus belles réalisations pour l'accueil. C'est pratique, et c'est un piège : la liste ne se met plus à jour toute seule, et l'on retrouve six mois plus tard un accueil qui montre toujours les mêmes chantiers. Préférez une catégorie « À la une » que l'on coche dans l'article, et une requête sur ce terme.

27.5 — Filtrer, faire défiler, rester rapide

LE FILTRE PAR TAXONOMIE

Le widget **Taxonomy Filter** (filtre par taxonomie) ajoute au-dessus d'une grille une rangée de boutons : « Tout », « Escaliers », « Cuisines », « Agencements ». Un clic ne change pas de page : la grille se met à jour. Ses deux réglages sont **Selected Loop Grid**, qui désigne la grille à filtrer (il faut donc que la grille existe déjà sur la page), et **Taxonomy**, la classification à utiliser (Catégories, Étiquettes, ou « Type de réalisation »). Plusieurs filtres peuvent viser la même grille,

par exemple un par type et un par essence de bois. Une limite, écrite noir sur blanc dans le Centre d'aide : le filtre **ne fonctionne pas avec une source « Current Query »**. Dans un modèle Archive, on filtre donc avec des liens vers les catégories, pas avec ce widget.

LE CARROUSEL DE BOUCLE

Le **Loop Carousel** (carrousel de boucle) utilise le même Loop Item et la même requête que la grille, mais fait défiler les cartes horizontalement, avec des flèches, des points et, si on le souhaite, un défilement automatique. C'est le bon outil pour un bandeau « Dernières réalisations » sur la page d'accueil : trois cartes visibles, six en tout, tri par date. Deux règles : pas de défilement automatique trop rapide (le visiteur doit pouvoir lire), et une carte visible à la fois sur mobile.

ATTENTION

Une grille de trente cartes avec des images en pleine résolution est la première cause de page d'accueil lente. Limitez les éléments par page (six à neuf), choisissez une résolution moyenne dans le Featured Image du Loop Item, gardez « hauteur égale » plutôt que Masonry pour des fiches, et laissez actif le chargement optimisé des images d'Elementor (chapitre 33). Le nombre de requêtes compte aussi : trois grilles sur une page, c'est trois questions posées à la base de données à chaque visite.

27.6 — La Boucle atomique (Pro 4.2)

Depuis Elementor Pro 4.2 (juillet 2026), l'éditeur atomique possède sa propre boucle, construite entièrement avec des éléments atomiques. Elle se compose de trois éléments emboîtés : **Loop** (« Boucle »), l'élément extérieur qui porte la **requête** avec ses trois réglages, **Source**, **Item Count** (nombre d'éléments) et **Sorting Order** (ordre de tri) ; **Loop Layout** (disposition de boucle), qui décide de la mise en forme, grille ou flex, avec les réglages habituels de l'onglet Style ; et **Loop Item** (élément de boucle), le gabarit de la carte, que l'on ouvre avec **Edit Loop Item** et que l'on referme avec **Save & Back**. La pagination propose Précédent / Suivant avec un **Load Type** Page Reload ou AJAX, et les produits WooCommerce sont pris en charge.

L'avantage est la cohérence : la carte utilise les mêmes Classes et Variables que le reste du site, le code produit est plus léger, et tout se règle par appareil depuis la barre supérieure. La contrepartie, en septembre 2026, est un jeu de réglages plus réduit que celui du Loop Grid classique : pas de filtre par taxonomie ni de modèle alterné équivalents documentés, et le sous-ensemble de balises dynamiques des éléments atomiques (chapitre 26). Notre ligne de conduite : la **Boucle atomique** pour une liste simple (les six dernières réalisations en page d'accueil), le **Loop Grid** classique dès qu'il faut filtrer, paginer finement ou alterner des cartes.

Angie, l'assistant IA d'Elementor (chapitre 23), sait générer une Boucle atomique à partir d'une consigne. Le résultat est un point de départ, à relire réglage par réglage : source, nombre, tri et classes appliquées.

🔗 EXERCICE 27.1 — LA PAGE « RÉALISATIONS » ET LE CARROUSEL D'ACCUEIL

50 MIN

Objectif : une grille filtrable de réalisations et un carrousel des dernières réalisations, alimentés automatiquement.

1. Vérifiez que six réalisations existent au moins (articles de la catégorie « Réalisations » avec sous-catégories Escaliers, Cuisines, Agencements, ou contenus du type « Réalisations » avec la taxonomie « Type de réalisation »), chacune avec image mise en avant et extrait.
2. Créez le Loop Item « Carte réalisation » selon le pas-à-pas du paragraphe 27.2 : image recadrée à 220 px, titre H3 lié, extrait court, terme en vert sauge, bouton « Voir le chantier » avec Post URL.
3. Sur la page « Réalisations », sous le titre H1, déposez un Loop Grid : type Posts, modèle « Carte réalisation », trois colonnes (deux en tablette, une en mobile), neuf éléments par page, hauteur égale, écart 32 px.
4. Requête : source Posts (ou Réalisations), inclure par terme « Réalisations », tri par date décroissante, ignorer les épinglés. Pagination : Numbers, chargement AJAX, message « Aucune réalisation dans cette catégorie pour l'instant. »
5. Au-dessus de la grille, déposez un Taxonomy Filter : grille sélectionnée = votre Loop Grid, taxonomie = Catégories (ou Type de réalisation). Stylez les boutons avec les classes du site. Testez chaque filtre.
6. Sur la page d'accueil, ajoutez une section « Dernières réalisations » avec un Loop Carousel (même Loop Item, six éléments, trois visibles, une sur mobile, flèches et points) ; ou, en variante, une Boucle atomique avec Item Count 3 et tri par date.
7. Ajoutez une réalisation dans WordPress, sans toucher à Elementor : elle doit apparaître dans la grille et en tête du carrousel. Mesurez le poids de la page Réalisations avant et après avoir réduit la résolution des images du Loop Item (chapitre 33).

Résultat attendu : une page « Réalisations » qui se filtre sans rechargement, une pagination propre, un carrousel d'accueil à jour automatiquement, et la démonstration qu'un nouveau chantier saisi dans WordPress apparaît partout sans ouvrir l'éditeur, comme nous le faisons en atelier Num Compagny.

À RETENIR

- Une **boucle** répète un gabarit pour chaque élément d'une liste : le gabarit est le **Loop Item**, la liste est la **requête**, la disposition est le **Loop Grid** ou le **Loop Carousel**.
- Le Loop Item se dessine une fois, avec des champs dynamiques (image mise en avant, titre, extrait, terme, URL) ; il n'a pas de conditions d'affichage.
- La **requête** choisit la source, inclut ou exclut par terme ou auteur, trie et limite ; « Current Query » est réservé aux archives et ne se filtre pas avec le Taxonomy Filter.
- La **pagination** par numéros convient aux listes longues, « Load on Click » aux grilles d'accueil ; l'AJAX évite le rechargement.
- La **Boucle atomique** (Pro 4.2 : Loop, Loop Layout, Loop Item) convient aux listes simples et cohérentes avec le système de design ; le Loop Grid classique reste l'outil des filtres et des réglages fins.
- Peu d'éléments par page, images en résolution moyenne, hauteur égale : une grille rapide vaut mieux qu'une grille complète.

CHAPITRE 28

Formulaires : widget Formulaire et Formulaire atomique

Un site d'artisan ne vend pas en ligne : il fait décrocher le téléphone ou remplir une demande de devis. Le formulaire est l'endroit où tout le travail des chapitres précédents se transforme en client. Ce chapitre détaille les deux outils d'Elementor Pro pour le construire, ce qui se passe après le clic sur « Envoyer », et les règles de droit qui encadrent la collecte de coordonnées en 2026.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui doit recevoir des demandes de devis ou de contact par son site.
ENJEU	Un formulaire qui arrive vraiment dans votre boîte, qui se lit vite, et qui respecte le RGPD et la loi sur le démarchage téléphonique.
IDÉE CLÉ	Un formulaire n'est pas terminé quand il s'affiche : il est terminé quand vous avez reçu l'e-mail de test.
PRÉREQUIS	Chapitres 02 (choix du plan), 09 (conteneurs), 15 (boutons et liens), 18 (classes et variables).
LECTURE	Environ 20 minutes (+ 45 minutes d'exercice).

28.1 — La page la plus importante du site

Pour Camille Roche, chaque demande de devis représente un projet de plusieurs milliers d'euros. Le visiteur qui arrive sur la page « Contact » a déjà décidé de vous écrire ; le formulaire n'a qu'à ne pas le perdre. Or un formulaire se perd de trois façons : il est trop long et le visiteur abandonne ; il « part » mais n'arrive jamais dans votre boîte ; ou il collecte des données sans respecter la loi.

Elementor Pro propose deux outils. Le **widget Formulaire** (*Form*), classique et présent depuis des années, est le plus complet : étapes, actions après envoi, protections anti-spam. Le **Formulaire atomique** (*Atomic Form*), arrivé avec Elementor Pro 4.0 le 30 mars 2026, se construit avec des éléments atomiques et se met en forme avec les classes et variables du chapitre 18. Ligne du support : le formulaire de devis, qui a besoin d'étapes et d'un anti-spam, se fait avec le widget classique ; les formulaires courts (demande de rappel, lettre d'information) sont de bons candidats pour l'atomique.

ELEMENTOR PRO

La version gratuite d'Elementor n'a aucun widget de formulaire. Le widget Formulaire et sa mise en forme existent dès le plan Essential (60 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026), mais la **collecte des envois** (menu Envois, export CSV) et les **intégrations** tierces sont réservées aux plans Advanced et supérieurs : c'est pour cela que le chapitre 02 a retenu Advanced Solo (84 \$ par an) pour la Menuiserie Roche. Le Formulaire atomique demande Elementor Pro 4.0 au minimum.

28.2 — Construire les champs avec le widget Formulaire

Le widget se dépose dans un Flexbox atomique comme tout widget classique (chapitre 16). Il arrive avec trois champs, Nom, E-mail et Message, que l'on modifie ou complète.

- 1 Déposez le widget.** Sur la page « Contact », cherchez **formulaire** dans le panneau et glissez **Formulaire** (catégorie Pro) dans le Flexbox prévu.
- 2 Nommez-le.** Onglet **Contenu**, section **Champs du formulaire** (*Form Fields*) : le **Nom du formulaire** (*Form name*), par exemple **Contact**, identifiera les envois et les e-mails.
- 3 Réglez chaque champ.** Un clic sur un champ ouvre son **Type**, son **Libellé** (*Label*, affiché au-dessus), son **Texte indicatif** (*Placeholder*, grisé à l'intérieur), l'interrupteur **Obligatoire** (*Required*) et la **Largeur de colonne** (*Column width*) : deux champs à 50 % se placent côte à côte.
- 4 Donnez un identifiant court.** Dans le sous-onglet **Avancé** du champ, remplacez l' **ID** automatique par **nom**, **email**, **tel**, **projet**. Le **Code court** (*Shortcode*) affiché en dessous, de la forme `[field id="nom"]`, servira dans vos e-mails.
- 5 Ajoutez, dupliquez, réordonnez** avec **+ Ajouter un élément** (*Add Item*), l'icône de duplication et le glisser-déposer. Puis, dans la section **Boutons** (*Buttons*), réglez la taille, l'alignement et le texte du bouton **Soumettre** (*Submit*) : « Demander mon devis » plutôt que « Envoyer ».

Les sections **Taille du champ** (*Input Size*), **Libellé** et **Marque obligatoire** (*Required Mark*) complètent l'onglet. Gardez les libellés visibles : un texte indicatif disparaît dès que l'on écrit, et le visiteur qui revient sur un champ ne sait plus ce qu'on lui demandait.

LES VINGT TYPES DE CHAMPS

Les libellés français de Pro n'étant pas tous fixés, le tableau donne le nom anglais et une traduction prudente.

Type (anglais)	À quoi il sert	Conseil pour un artisan
Texte (<i>Text</i>)	Une ligne libre.	Nom, commune du chantier.
E-mail (<i>Email</i>)	Adresse vérifiée par le navigateur.	Obligatoire : votre voie de réponse.
Zone de texte (<i>Textarea</i>)	Plusieurs lignes.	Description du projet.
URL	Adresse web.	Ne pas l'ajouter « au cas où ».
Tél. (<i>Tel</i>)	Numéro, clavier numérique sur mobile.	Facultatif, lié à la case de rappel (28.6).
Radio	Choix unique, options visibles.	« Neuf / rénovation ».
Sélection (<i>Select</i>)	Liste déroulante.	Type de projet.
Case à cocher (<i>Checkbox</i>)	Cases indépendantes.	Case de rappel téléphonique.
Acceptation (<i>Acceptance</i>)	Case unique avec texte, prévue pour un consentement.	Politique de confidentialité ; jamais pré-cochée.
Nombre (<i>Number</i>)	Valeur numérique bornée.	Nombre de marches.
Date, Heure (<i>Date, Time</i>)	Sélecteurs.	Créneau de rappel souhaité.

Type (anglais)	À quoi il sert	Conseil pour un artisan
Téléversement (<i>File Upload</i>)	Fichier joint, types et taille limités.	Photo ou plan ; quelques Mo au plus.
Mot de passe (<i>Password</i>)	Saisie masquée.	Sans usage sur un site vitrine.
HTML	Texte mis en forme entre les champs.	Mention d'information RGPD.
Caché (<i>Hidden</i>)	Valeur invisible envoyée avec le reste.	Page d'origine.
reCAPTCHA, reCAPTCHA V3	Anti-robot Google, visible ou invisible.	Seulement si le spam persiste (28.7).
Pot de miel (<i>Honeypot</i>)	Champ invisible que seuls les robots remplissent.	Dans tous les formulaires.
Étape (<i>Step</i>)	Coupe le formulaire en pages.	Projet, puis coordonnées.

Un champ Étape placé entre deux groupes transforme le formulaire en parcours : le visiteur remplit la première page, clique sur **Suivant**, puis la seconde. La section **Réglages des étapes** (*Steps Settings*) choisit l'indicateur : aucun, texte, icône, numéro, barre de progression, ou combinaisons. Commencez toujours par le projet, jamais par l'identité : un visiteur qui a décrit son escalier abandonne rarement à l'étape des coordonnées.

BONNE PRATIQUE

Chaque champ de plus coûte des demandes. Pour un devis, six à huit champs suffisent : type de projet, description, commune, délai, nom, e-mail, téléphone facultatif, acceptation. L'adresse ou le budget se demanderont au téléphone.

28.3 — Après l'envoi : actions, e-mails et messages

Au clic sur le bouton, Elementor exécute les **Actions après envoi** (*Actions After Submit*) dans l'ordre où vous les avez ajoutées avec **Ajouter une action** (*Add Action*) ; chaque action ajoutée ouvre sa section de réglages plus bas.

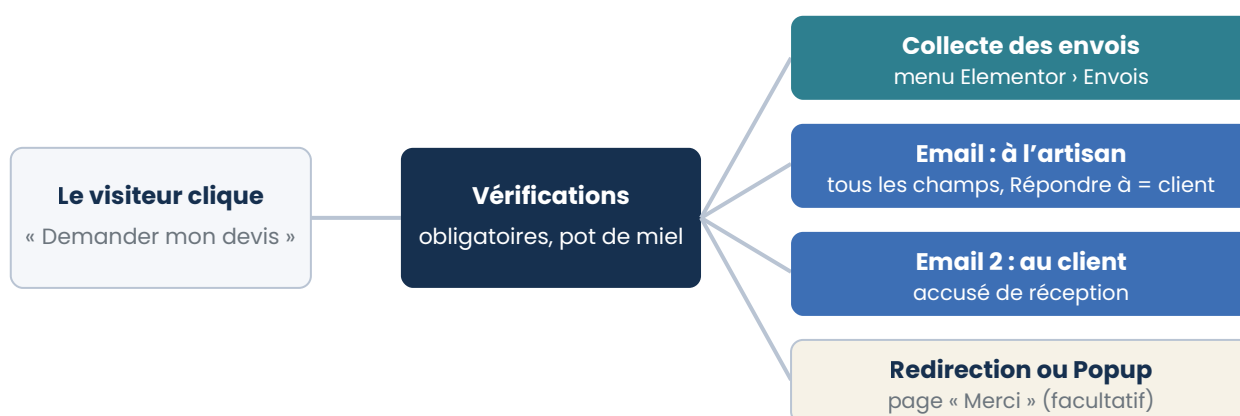


Figure 28.1 — Après le clic, les actions après envoi s'exécutent l'une après l'autre.

Action (anglais)	Ce qu'elle fait	Plan
Collecter les envois (<i>Collect Submissions</i>)	Enregistre chaque envoi dans ► Elementor › Envois . Active par défaut.	Advanced+
Email	Envoie le contenu du formulaire à l'adresse de votre choix.	Pro
Email 2	Second e-mail réglé indépendamment : l'accusé de réception au visiteur.	Pro
Redirection (<i>Redirect</i>)	Ouvre une page « Merci » après l'envoi.	Pro
Popup	Ouvre ou ferme une popup (chapitre 29).	Advanced+
WebHook (Zapier)	Pousse les réponses vers un service extérieur (tableur en ligne, outil de devis).	Advanced+
MailChimp, MailerLite, ActiveCampaign, ConvertKit, Drip, GetResponse, AWeber, Slack, Discord	Inscrit le visiteur dans un outil d'e-mailing ou prévient une messagerie d'équipe. Clés à saisir dans ► Elementor › Éditeur › Réglages › Intégrations .	Advanced+

Le Centre d'aide réserve « Form Submissions » et « Form Integrations » aux plans Advanced et supérieurs ; la documentation ne précise pas si l'action Email seule reste disponible en plan Essential. Pour un artisan, la question ne se pose pas : la collecte des envois impose de toute façon un plan Advanced.

RÉGLER EMAIL ET EMAIL 2

La section **Email** demande : **À** (*To*), votre adresse ; **Objet** (*Subject*), par exemple *Demande de devis* — [field id="projet"] ; **Message**, par défaut le code court [all-fields], qui insère tous les champs avec leur libellé ; **Adresse e-mail de l'expéditeur** (*From Email*) et **Nom de l'expéditeur** (*From Name*), une adresse de votre domaine et le nom de l'entreprise ; **Répondre à** (*Reply To*), le code court [field id="email"], pour que « Répondre » dans votre messagerie écrive directement au client. Suivent **Cc**, **Cci** (*Bcc*), les **Métadonnées** (*Meta Data* : date, page d'origine, navigateur, adresse IP) et le format HTML ou texte brut.

ATTENTION

Ne mettez jamais l'adresse du visiteur en expéditeur : votre serveur enverrait « au nom de » gmail.com ou orange.fr, ce que les messageries rejettent comme une usurpation. L'expéditeur est toujours vous ; le visiteur va dans **Répondre à**.

Email 2 se règle dans l'autre sens : **À** reçoit [field id="email"], l'objet devient « Votre demande a bien été reçue », et le message annonce la suite (« Camille vous rappelle sous 48 heures ouvrées »). Cet accusé de réception rassure et évite le second envoi « au cas où ».

La section **Options supplémentaires** (*Additional Options*) permet enfin de réécrire les **messages** affichés sous le formulaire (succès, erreur, champ manquant, valeur invalide) et de choisir entre la validation du navigateur et des messages personnalisés. Si vous préférez une page entière, l'action Redirection ouvre une page « Merci », que votre outil de statistiques pourra compter (chapitre 37).

Avec un plan Advanced, chaque envoi est conservé dans ► **Elementor** ► **Envois** (*Submissions*) : on y retrouve une demande même si l'e-mail s'est perdu, on marque les demandes traitées et l'on exporte en CSV (**Exporter tout en CSV** / **Exporter la sélection en CSV**). La collecte se désactive globalement dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages** ► **Avancé**, option Form Submissions ; nous verrons en 28.6 pourquoi il vaut mieux la garder, mais la purger.

28.4 — Le Formulaire atomique

Le Formulaire atomique n'est pas un widget tout-en-un mais un **conteneur** spécial, dans lequel on dépose des éléments atomiques de formulaire comme on dépose un Titre dans un Flexbox :

Libellé (*Label*), **Champ** (*Input*), **Zone de texte** (*Text area*), **Case à cocher** (*Checkbox*), **Bouton radio** (*Radio button*), **Sélecteur de date** et **d'heure** (*Date picker, Time picker*), **Sélection** (*Select*), **Téléversement de fichier** (*File Upload*) et **Bouton Soumettre** (*Submit button*) (Centre d'aide Elementor, page « Atomic Form element »).

- 1 **Déposez le conteneur Formulaire atomique** depuis la catégorie des éléments atomiques et réglez-le comme un Flexbox : direction colonne, écart 16 px.
- 2 **Ajoutez un Libellé puis un Champ.** Dans l'onglet **Général** du Champ : **Type** (Texte, E-mail, Nombre, Tél., Mot de passe), texte indicatif, interrupteurs **Obligatoire**, **Lecture seule**, **Autocomplétion**, et un ID court.
- 3 **Reliez le Libellé au Champ** par le réglage **Connecté à l'ID du champ** (*Connected to input ID*). C'est ce lien qui permet à un lecteur d'écran d'annoncer « Nom » quand le curseur entre dans le champ.
- 4 **Placez cases et boutons radio dans un Flexbox** à l'intérieur du formulaire : la documentation l'exige, et cela permet de les aligner en ligne ou en colonne.
- 5 **Terminez par le Bouton Soumettre**, puis, dans les réglages du conteneur, la section **Actions après envoi** : Email, Email 2, Collecter les envois, Webhook, avec les mêmes champs qu'en 28.3 ; les destinataires acceptent les balises dynamiques (chapitre 26). Stylez enfin les trois états du conteneur, **Normal**, **Succès** et **Erreur**.

L'intérêt est la cohérence : les champs héritent de vos classes et variables, le code produit est léger, chaque réglage est responsive. La contrepartie est un périmètre plus réduit : au moment où nous écrivons, la page d'aide ne mentionne ni les étapes, ni la redirection, ni le reCAPTCHA. D'où notre partage : devis en widget classique, formulaires courts en atomique.

DÉFINITION

Webhook — une adresse web fournie par un service extérieur (un automatisateur comme Zapier, cité en exemple) à laquelle Elementor « pousse » les réponses dès l'envoi, pour les ranger dans un tableur, un agenda ou un outil de devis. C'est la passerelle universelle quand l'intégration directe n'existe pas.

28.5 — Faire partir les e-mails pour de bon

C'est la panne la plus fréquente et la plus sournoise : le formulaire affiche « Merci », l'envoi est dans le menu Envois, et aucun e-mail n'arrive. Par défaut, WordPress confie ses e-mails à la fonction d'envoi du serveur, sans authentification ; pour les messageries destinataires, un tel message ressemble à du courrier indésirable, classé en spam ou supprimé.

Trois remèdes, par ordre de préférence. D'abord, gratuit et indispensable : un expéditeur sur votre propre nom de domaine, et une vérification auprès de l'hébergeur que les enregistrements techniques du domaine (SPF et DKIM, que sa documentation explique) autorisent le serveur du site à envoyer. Ensuite, une extension SMTP (WP Mail SMTP est un exemple courant) qui fait passer les e-mails par une vraie boîte aux lettres, avec identifiant et mot de passe. Enfin, le service **Site Mailer** d'Elementor, menu ► **Elementor** › **Email Deliverability**, qui achemine les e-mails pour vous et se paie en crédits One (10 crédits par e-mail au tarif relevé en septembre 2026).

PIÈGE CLASSIQUE

Tester le formulaire et ne jamais regarder le dossier Indésirables. Le protocole complet : envoyer un test depuis une adresse différente de celle de réception, vérifier la boîte et les indésirables, vérifier la ligne dans ► **Elementor** › **Envois**, puis cliquer sur « Répondre » pour contrôler que la réponse part vers le client. À refaire après chaque changement d'hébergeur.

28.6 — Le droit : RGPD et rappel téléphonique

Un formulaire collecte des données personnelles, et le Règlement général sur la protection des données (RGPD) s'applique dès le premier envoi, quelle que soit la taille de l'entreprise. Quatre règles suffisent à un site d'artisan.

Ne demander que le nécessaire. Chaque champ doit avoir une raison : pas d'adresse postale avant la visite, jamais de date de naissance, et pas d'adresse IP dans les métadonnées de l'e-mail. **Informé au moment de la collecte.** Sous les champs, un court texte (champ HTML ou Paragraphe atomique) dit qui collecte, pourquoi, combien de temps, et renvoie à la politique de confidentialité pour les droits d'accès, de rectification et d'effacement. Cette information est obligatoire et ne dépend d'aucune case. **Une case d'acceptation jamais pré-cochée.** Répondre à une demande de devis n'exige pas de consentement, c'est le visiteur qui demande ; mais dès que vous voulez réutiliser ses coordonnées (lettre d'information, offre ultérieure), il en faut un, et le droit européen est constant : une case déjà cochée ne vaut pas consentement. Le champ Acceptation est prévu pour cela ; laissez-le décoché et gardez la preuve. **Fixer une durée de conservation.** Pour un prospect qui n'est pas devenu client, la CNIL retient couramment trois ans après le dernier contact : purgez le menu Envois chaque trimestre et annoncez cette durée dans la politique de confidentialité (chapitre 35).

LE RAPPEL TÉLÉPHONIQUE DEPUIS LE 11 AOÛT 2026

La loi du 30 mai 2025 a renversé la règle du démarchage téléphonique : depuis le **11 août 2026**, un professionnel ne peut plus appeler un consommateur à des fins commerciales sans son **consentement préalable, libre, spécifique et informé**. La logique de la liste d'opposition, où l'on pouvait appeler tous ceux qui ne s'étaient pas inscrits, est remplacée par son contraire : on n'appelle que ceux qui ont dit oui. Rappeler quelqu'un pour répondre au devis qu'il vient de demander n'est pas du démarchage ; le relancer trois mois plus tard, lui proposer une autre prestation ou l'appeler après un devis refusé en est. La réponse pratique tient en une case, séparée de l'acceptation RGPD, **facultative, non pré-cochée**, dont le libellé dit qui appelle et pourquoi, avec un champ Téléphone lui aussi facultatif. Comme ce consentement doit pouvoir être prouvé, la ligne du menu Envois, avec sa date et le libellé de la case, est votre preuve : exportez-la en CSV avant de purger le reste.

À ÉVITER

Une seule case obligatoire et pré-cochée : « J'accepte les conditions et d'être contacté par tous moyens ». Elle mélange deux consentements, elle est pré-cochée, elle conditionne l'envoi : elle ne vaut rien, ni pour le RGPD, ni pour le démarchage téléphonique.

À FAIRE

Deux cases décochées. Acceptation (obligatoire) : « J'ai pris connaissance de la politique de confidentialité ». Case à cocher (facultative) : « J'accepte que la Menuiserie Roche me rappelle au numéro indiqué, aux heures ouvrées, pour préciser mon projet. »
Sous les champs : « Vos données servent uniquement à traiter votre demande et sont conservées trois ans au plus. »

Le formulaire le plus rentable n'est pas celui qui demande le plus : c'est celui qui arrive, et que l'on a le droit de rappeler.

28.7 — Tenir les robots à distance

Un formulaire public reçoit tôt ou tard des envois automatiques. La première défense est le champ **Pot de miel** (*Honeypot*) : invisible pour un humain, rempli par réflexe par les robots, il fait écarter tout envoi où il est rempli, sans rien coûter au visiteur ni charger de ressource extérieure. Ajoutez-le systématiquement. Si le spam persiste, le champ **reCAPTCHA** de Google existe en version 2 (la case « Je ne suis pas un robot ») ou 3 (invisible, fondée sur un score) ; il faut créer des clés chez Google et les saisir dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Intégrations** avant d'ajouter le champ. Deux réserves : la version 2 ajoute une friction, et reCAPTCHA charge des ressources de Google et dépose des traceurs, ce qui, selon la position de la CNIL, le fait entrer dans le champ du consentement aux cookies (chapitre 35).

🔗 EXERCICE 28.1 — LE FORMULAIRE DE DEVIS DE LA MENUISERIE ROCHE 45 MIN

Objectif : construire un formulaire de devis en deux étapes qui envoie, accuse réception, collecte, et respecte le RGPD et la règle du rappel téléphonique.

1. Sur la page « Contact », déposez le widget **Formulaire** dans le Flexbox de droite et nommez-le **Devis**.
2. Première étape : Sélection « Type de projet » (Escalier, Cuisine, Agencement, Autre ; ID **projet**) ; Zone de texte « Décrivez votre projet » (**description**) ; Texte « Commune du chantier » (**commune**) ; Sélection « Délai souhaité » (**delai**) ; puis un champ **Étape**.
3. Seconde étape : Texte « Nom » obligatoire (**nom**) ; E-mail obligatoire (**email**) ; Tél. facultatif (**tel**), ces deux derniers à 50 % ; champ HTML avec la mention d'information ; Acceptation obligatoire « J'ai pris connaissance de la politique de confidentialité » ; Case à cocher facultative « J'accepte que la Menuiserie Roche me rappelle au numéro indiqué, aux heures ouvrées, pour préciser mon projet » (**rappel**) ; Pot de miel.
4. Réglages des étapes : barre de progression. Boutons : « Suivant », « Précédent », « Demander mon devis ».
5. Actions après envoi : vérifiez **Collecter les envois** ; ajoutez **Email** (À `contact@menuiserie-roche.fr`, objet `Demande de devis — [field id="projet"] à [field id="commune"]`, message `[all-fields]`, expéditeur `contact@menuiserie-roche.fr`, Répondre à `[field id="email"]`) et **Email 2** (À `[field id="email"]`, objet « Votre demande de devis a bien été reçue », trois phrases annonçant un rappel sous 48 heures ouvrées).
6. Réécrivez le message de succès dans **Options supplémentaires**, publiez, puis envoyez un test depuis une adresse personnelle : boîte de réception et indésirables, accusé de réception, ligne dans ► **Elementor** ► **Envois**, bouton « Répondre ». Si rien n'arrive, appliquez 28.5.

Résultat attendu : un formulaire en deux étapes avec barre de progression, sept champs de contenu, deux cases décochées par défaut dont une facultative pour le rappel, un e-mail reçu par l'artisan dont « Répondre » pointe vers le client, un accusé de réception reçu par le testeur, et une ligne conservée dans Envois, que vous savez exporter en CSV.

À RETENIR

- Le **widget Formulaire** (Pro) est l'outil complet pour un devis : vingt types de champs, étapes, actions après envoi, anti-spam ; le **Formulaire atomique** (Pro 4.0) convient aux formulaires courts stylés avec les classes.
- La collecte des envois et les intégrations demandent un plan **Advanced** ou supérieur ; le menu **Envois** conserve chaque demande et s'exporte en CSV.
- Dans l'action Email, l'expéditeur est une adresse de **votre domaine** et **Répondre à** reçoit l'e-mail du visiteur ; Email 2 envoie l'accusé de réception.
- Les e-mails de WordPress partent mal par défaut : domaine, extension SMTP ou Site Mailer, puis un **test complet** incluant les indésirables.
- RGPD : ne demander que le nécessaire, informer sous le formulaire, **case d'acceptation jamais pré-cochée**, durée de conservation annoncée et purge régulière.
- Depuis le **11 août 2026**, appeler un consommateur à des fins commerciales exige un consentement préalable : une case dédiée, facultative, décochée, qui nomme qui appelle et pourquoi, et dont vous gardez la preuve.

CHAPITRE 29

Popups : conditions, déclencheurs, règles avancées

Une popup est une fenêtre qui s’affiche par-dessus la page. Bien employée, elle rend un service au visiteur au bon moment ; mal employée, elle le fait fuir. Ce chapitre montre comment construire une popup avec Elementor Pro, comment décider où, quand et combien de fois elle apparaît, et comment rester du bon côté de la ligne qui sépare le service de l’agacement.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui veut proposer un rendez-vous, une offre saisonnière ou un formulaire court sans créer une page de plus.
ENJEU	Obtenir une action du visiteur sans dégrader la lecture, surtout sur téléphone.
IDÉE CLÉ	Une popup se juge à trois questions : où, quand, combien de fois ; la bonne réponse est presque toujours « moins ».
PRÉREQUIS	Chapitres 09 (conteneurs), 15 (boutons et liens), 24 (conditions d’affichage du Constructeur de thème), 28 (formulaires).
LECTURE	Environ 20 minutes (+ 30 minutes d’exercice).

29.1 — Ce qu’une popup peut faire, et ce qu’elle ne doit pas faire

Le mot « popup » désigne dans Elementor un modèle d’un type particulier : un contenu construit comme une page, mais affiché dans une fenêtre qui se superpose à la page en cours, généralement au-dessus d’un voile assombri. Le visiteur la ferme d’un clic, et retrouve la page là où il l’avait laissée. L’interface française la nomme **Fenêtre surgissante** (*Popup*) ; par commodité, nous gardons le mot popup, qui est aussi le nom du produit, le *Popup Builder*.

Pour un site d’artisan, trois usages sont légitimes parce qu’ils rendent un service. Le premier est la **prise de contact rapide** : un bouton « Devis express » présent sur toutes les pages ouvre un formulaire court sans quitter la page. Le deuxième est le **message d’absence** : « L’atelier est fermé du 4 au 25 août ; les demandes seront traitées au retour », affiché une fois par visiteur pendant la période. Le troisième est l’**offre saisonnière** réellement limitée, proposée après que le visiteur a montré de l’intérêt, par exemple en faisant défiler les deux tiers d’une page de prestations.

À l’inverse, la popup qui s’ouvre à l’arrivée, avant que le visiteur ait pu lire une ligne, est la plus répandue et la plus nocive. Sur un téléphone, elle couvre tout l’écran, son bouton de fermeture est minuscule, et le visiteur qui cherchait votre numéro repart. Google indique d’ailleurs, depuis 2017, que les interstitiels intrusifs affichés à l’arrivée sur mobile peuvent peser sur le classement d’une page. Ce chapitre prend donc parti : **aucune popup automatique à l’arrivée sur mobile**, et une limitation stricte du nombre d’affichages partout ailleurs.

ELEMENTOR PRO

Le Popup Builder, avec ses conditions, déclencheurs et règles avancées, est réservé aux plans **Advanced et supérieurs** d'Elementor Pro (note officielle du Centre d'aide du 27 août 2026). Le plan Essential (60 \$ par an hors taxes) ne le comprend pas ; le plan Advanced Solo (84 \$ par an, un site), retenu pour la Menuiserie Roche au chapitre 02, l'inclut. Aucune version gratuite de cette fonction n'existe.

29.2 — Créer et régler une popup

Une popup est un modèle : elle se crée depuis l'administration WordPress, dans la liste des modèles d'Elementor, puis s'édite exactement comme une page. Sa toile est simplement plus petite, et une roue dentée donne accès à des réglages propres à la fenêtre.

- 1 **Créez le modèle.** Dans l'administration, ouvrez ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Modèles** ► **Fenêtres surgissantes** (*Popups*) et cliquez sur **Ajouter**. Nommez la popup (« Devis express »). La bibliothèque de modèles propose des popups prêtes à l'emploi ; fermez-la pour partir d'une fenêtre vide.
- 2 **Construisez le contenu.** La toile représente la fenêtre. Déposez un Flexbox en colonne avec un Titre H2, un Paragraphe et, selon l'usage, un Bouton ou un widget Formulaire. Utilisez vos classes et variables (chapitre 18) : une popup doit ressembler au site, pas à une publicité.
- 3 **Régalez la fenêtre.** Cliquez sur la roue dentée de la barre supérieure (l'équivalent des Réglages de page du chapitre 05) pour ouvrir les réglages de la popup. Dans **Mise en page** (*Layout*) : **Largeur** et **Hauteur** en pixels ou en **vh** (pourcentage de la hauteur de l'écran), position **Horizontale** et **Verticale**, activation de la **Superposition** (*Overlay*, le voile), du **Bouton de fermeture** (*Close Button*), et les **Animations d'entrée et de sortie** avec leur durée.
- 4 **Stylez.** L'onglet **Style** règle le fond, la bordure et l'ombre de la fenêtre, la couleur du voile, et le bouton de fermeture à l'état normal et au survol. Faites-le grand et contrasté : c'est le bouton le plus important de la popup.
- 5 **Décidez du comportement.** L'onglet **Avancé** contient les options de comportement décrites ci-dessous. Pour une première popup, laissez tout par défaut sauf **Éviter les popups multiples** (*Avoid Multiple Popups*), à activer.
- 6 **Publiez.** Le bouton **Publier** n'enregistre pas seulement : il ouvre la fenêtre de publication en trois volets (29.3). Tant que vous n'avez pas défini au moins une condition ou un moyen d'ouverture, la popup n'apparaît nulle part.

LES OPTIONS DE L'ONGLET AVANCÉ

Ces options, dont les libellés français de Pro ne sont pas fixés, méritent d'être connues une à une. **Afficher le bouton de fermeture après** (*Show Close Button After*) retarde l'apparition de la croix de quelques secondes : à éviter, c'est exactement le genre de piège qui agace.

Fermer automatiquement après (*Automatically Close After*) ferme la fenêtre seule au bout d'un délai, utile pour un message d'information. **Empêcher la fermeture par le voile** (*Prevent Closing on Overlay*) et **Empêcher la fermeture par la touche Échap** (*Prevent Closing on ESC Key*) retirent au visiteur deux façons naturelles de fermer : à réserver aux cas où la popup exige une réponse, ce qui n'arrive jamais sur un site vitrine. **Désactiver le défilement de la page** (*Disable Page Scrolling*) bloque la page derrière ; **Éviter les popups multiples** empêche deux fenêtres de

s'empiler ; **Ouvrir par sélecteur** (*Open By Selector*) permet d'ouvrir la popup depuis n'importe quel élément portant une classe CSS donnée (29.4). Marges, marges internes et classes CSS complètent la liste, ainsi qu'un CSS personnalisé.

DÉFINITION

Voile (*overlay*, traduit « Superposition » dans l'interface) — la couche semi-transparente, souvent sombre, qui recouvre la page derrière la popup. Elle attire l'œil sur la fenêtre et, par défaut, un clic dessus ferme la popup. Un voile à 50 ou 60 % d'opacité suffit ; au-delà, le visiteur perd le contexte de la page.

29.3 — Publier en trois volets : où, quand, combien de fois

La fenêtre de publication d'une popup pose trois questions successives, chacune dans un volet. Les **Conditions** (*Conditions*) répondent à « où » : sur quelles pages la popup peut apparaître. Les **Déclencheurs** (*Triggers*) répondent à « quand » : quel geste ou quel délai la fait apparaître. Les **Règles avancées** (*Advanced Rules*) répondent à « combien de fois et pour qui ». Une popup automatique a besoin des trois ; une popup ouverte par un bouton n'a besoin que d'un moyen d'ouverture.

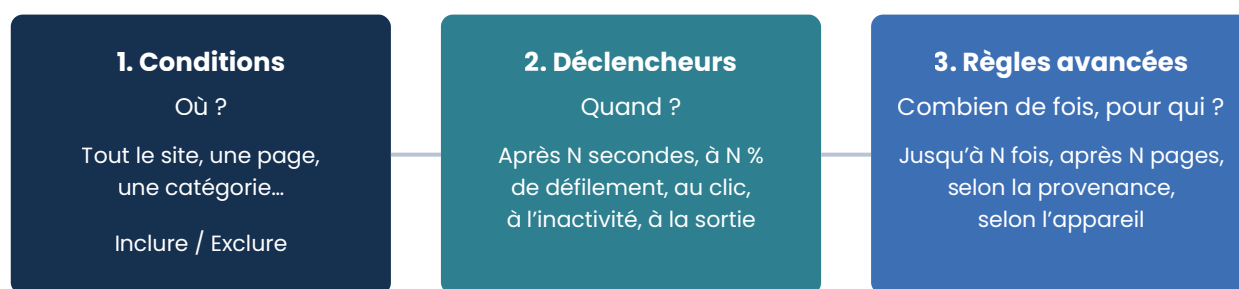


Figure 29.1 — Les trois volets de publication d'une popup. Une popup automatique doit passer les trois filtres pour s'afficher.

CONDITIONS : OÙ

Le volet Conditions fonctionne comme celui du Constructeur de thème (chapitre 24) : on ajoute une condition avec **Inclure** ou **Exclure** et une cible, **Tout le site**, une page précise, les articles, une catégorie, les archives. Les conditions se cumulent : « Inclure » Tout le site » puis « Exclure » Contact » affiche la popup partout sauf sur la page Contact, où le visiteur a déjà le formulaire sous les yeux. Sans aucune condition, la popup n'est chargée sur aucune page.

DÉCLENCHEURS ET RÈGLES AVANCÉES : QUAND, COMBIEN DE FOIS

Le tableau qui suit reprend les déclencheurs et règles disponibles, avec leur nom anglais, une traduction prudente (les libellés français de Pro ne sont pas confirmés), et un usage recommandé pour un site vitrine. Plusieurs déclencheurs peuvent être actifs à la fois ; le premier satisfait ouvre la popup. Les règles avancées, elles, s'appliquent toutes : chacune est un filtre supplémentaire.

Réglage (anglais)	Ce qu'il fait	Usage recommandé
Déclencheurs (Triggers)		

Réglage (anglais)	Ce qu'il fait	Usage recommandé
Au chargement de la page (<i>On Page Load</i>)	Ouvre après un délai en secondes.	Jamais à 0 s ; 30 à 60 s sur ordinateur, désactivé sur mobile par une règle d'appareil.
Au défilement (<i>On Scroll</i>)	Ouvre quand le visiteur a fait défiler un pourcentage de la page, vers le bas ou vers le haut.	À 60-70 % vers le bas : le visiteur a lu.
Au défilement jusqu'à un élément (<i>On Scroll To Element</i>)	Ouvre quand un élément portant l'ID CSS indiqué entre à l'écran.	Offre saisonnière quand le tableau de prix apparaît.
Au clic (<i>On Click</i>)	Ouvre après un nombre de clics n'importe où sur la page.	Peu prévisible ; préférer un bouton dédié (29.4).
Après inactivité (<i>After Inactivity</i>)	Ouvre quand le visiteur n'a rien fait pendant N secondes.	« Besoin d'aide ? Appelez-nous », après 45 s, ordinateur seulement.
À l'intention de sortie (<i>On Page Exit Intent</i>)	Ouvre quand le pointeur quitte la fenêtre vers la barre du navigateur (ordinateur seulement, par nature).	Un dernier rappel, une seule fois.
Règles avancées (Advanced Rules)		
Afficher après N pages vues (<i>Show after X page views</i>)	Attend que le visiteur ait vu N pages.	2 ou 3 : le visiteur intéressé.
Afficher après N sessions (<i>Show after X sessions</i>)	Attend une N-ième visite.	Offre réservée aux visiteurs qui reviennent.
Afficher jusqu'à N fois (<i>Show up to X times</i>)	Plafonne le nombre d'affichages ; le compte se fait à l'ouverture ou à la fermeture.	1 ou 2, toujours. C'est la règle la plus importante.
Provenance d'une URL précise (<i>When arriving from specific URL</i>)	Affiche ou masque selon l'adresse de la page précédente.	Message dédié aux visiteurs venus d'une annonce.
Provenance (<i>Show when arriving from</i>)	Moteur de recherche, lien externe ou lien interne.	Ne pas montrer aux visiteurs qui naviguent déjà dans le site.
Masquer pour les utilisateurs connectés (<i>Hide for logged in users</i>)	Tous les connectés, ou certains rôles.	Toujours activé : vous ne verrez plus votre popup en travaillant.
Afficher sur les appareils (<i>Show on devices</i>)	Ordinateur, tablette, mobile.	Décocher Mobile pour toute popup automatique.

À SAVOIR

Le compteur de la règle « Afficher jusqu'à N fois » est mémorisé dans le navigateur du visiteur. Il ne reverra donc pas la popup à sa prochaine visite tant qu'il n'a pas effacé ses données de navigation ; et vous-même, pour tester, devrez ouvrir une fenêtre de navigation privée ou effacer ces données. Ce n'est pas une panne : c'est la règle qui fonctionne.

29.4 — Ouvrir une popup à la demande

La popup la plus respectueuse est celle que le visiteur demande. Elementor offre trois façons de l'ouvrir sur une action volontaire, et dans ces trois cas les déclencheurs automatiques n'ont pas à être définis.

Par un bouton ou un lien. Sélectionnez le Bouton (ou n'importe quel élément qui accepte un lien), cliquez sur l'icône dynamique du champ Lien et choisissez, dans le groupe **Actions**, la balise **Popup**. Ses réglages proposent **Ouvrir** (*Open*) ou **Fermer** (*Close*) une popup désignée par son nom, et une option **Ne plus afficher** (*Don't Show Again*) qui, sur un bouton de fermeture personnalisé, évite que la popup revienne. C'est la méthode à retenir pour le bouton « Devis express » de l'en-tête (chapitre 24) : il est présent sur toutes les pages, il n'impose rien, et il ouvre le formulaire sans navigation.

Par un formulaire. Dans les actions après envoi d'un widget Formulaire (chapitre 28), l'action **Popup** ouvre ou ferme une popup quand l'envoi a réussi. Elle sert dans les deux sens : ouvrir une popup « Merci, nous vous rappelons » après un formulaire de page, ou fermer la popup qui contenait le formulaire.

Par un sélecteur CSS. L'option **Ouvrir par sélecteur** de l'onglet Avancé de la popup reçoit un sélecteur, par exemple `.ouvrir-devis`, et tout élément de la page portant la classe CSS `ouvrir-devis` (à saisir dans l'onglet Avancé d'un widget classique, ou en classe d'un atome) ouvre la popup au clic. Le Centre d'aide précise que, dans ce mode, les déclencheurs et les règles avancées sont ignorés : la popup s'ouvre chaque fois que l'on clique. Cette méthode est utile pour un lien dans un texte, ou dans un menu.

ASTUCE

Si une popup ouverte par un bouton refuse d'apparaître, vérifiez dans l'ordre : que la popup est publiée et non en brouillon ; que le lien dynamique pointe bien vers elle et non vers une ancienne version ; et que la page est couverte par une condition, ce qui lève tout doute sur le chargement. Vérifiez enfin que vous n'êtes pas exclu par une règle « Masquer pour les utilisateurs connectés », en testant en navigation privée.

29.5 — Un formulaire dans une popup

Le mariage le plus utile pour un artisan est celui d'une popup et d'un formulaire court. Le formulaire de devis complet du chapitre 28 reste sur la page Contact ; la popup « Devis express » propose une version en trois champs, nom, téléphone ou e-mail, et une ligne « Votre projet en une phrase », avec la case de rappel téléphonique. Le visiteur qui hésitait à chercher la page Contact a, lui aussi, sa porte d'entrée.

La construction se fait en quatre gestes. Déposez un widget Formulaire dans la popup, avec ses champs, son Pot de miel et sa mention d'information sous les champs, sans rien retirer aux règles du chapitre 28 : une popup n'est pas une zone de non-droit. Réglez les actions après envoi : Collecter les envois, Email vers l'artisan, Email 2 vers le visiteur. Ajoutez l'action **Popup** réglée sur **Fermer**, pour que la fenêtre disparaisse après l'envoi, ou, si vous préférez laisser un message de confirmation, ne fermez pas et personnalisez le message de succès. Enfin, prévoyez la hauteur : sur mobile, une popup contenant un formulaire dépasse vite l'écran ; réglez la hauteur en `vh` avec un maximum, laissez le défilement de la page actif, et testez sur un vrai téléphone, le formulaire ouvert et le clavier affiché.

ATTENTION

Une popup contenant un formulaire est d'abord un formulaire : la mention d'information RGPD, la case d'acceptation non pré-cochée et la case de rappel téléphonique facultative (chapitre 28, section 28.6) s'y appliquent à l'identique. Réduire le nombre de champs est une bonne idée ; supprimer l'information ne l'est pas.

29.6 — Respecter le visiteur

Tout ce qui précède se résume en une politique d'usage courte, que nous vous invitons à adopter telle quelle pour un site vitrine. Elle tient en une checklist, à relire avant de publier chaque popup.

- ☐ Aucune popup automatique sur mobile : la règle « Afficher sur les appareils » exclut Mobile, et de préférence Tablette.
- ☐ Sur ordinateur, jamais à l'arrivée : un délai d'au moins 30 secondes, un pourcentage de défilement, ou une intention de sortie.
- ☐ Une seule popup automatique par site, plafonnée à un ou deux affichages par visiteur.
- ☐ Un bouton de fermeture immédiatement visible, contrasté, d'au moins 44 pixels de côté ; jamais de délai avant son apparition.
- ☐ La touche Échap et le clic sur le voile ferment la popup ; le défilement de la page n'est pas bloqué inutilement.
- ☐ Un contenu qui rend service (rendez-vous, absence, offre réelle), rédigé dans le ton du site, sans compte à rebours artificiel.
- ☐ Masquée pour les utilisateurs connectés, et testée en navigation privée sur ordinateur et sur téléphone.

PIÈGE CLASSIQUE

Construire son **bandeau de consentement aux cookies** avec le Popup Builder. Un bandeau de consentement n'est pas une popup marketing : il doit bloquer les traceurs tant que le visiteur n'a pas accepté, proposer un refus aussi simple que l'acceptation, mémoriser le choix et permettre de le modifier. Une popup Elementor ne sait rien faire de tout cela ; elle affiche un texte. Pour le consentement, utilisez un outil dédié, comme le module Cookie Consent d'Elementor (facturé en crédits One) ou une extension spécialisée citée à titre d'exemple au chapitre 35, et gardez le Popup Builder pour ce qu'il sait faire.

MÉTHODE

Avant de créer une popup, écrivez sur une ligne : « Elle s'ouvre *[quand]*, sur *[quelles pages]*, au plus *[N]* fois, pour proposer *[quoi]*. » Si vous n'arrivez pas à remplir les quatre crochets avec des mots précis, ce n'est pas une popup qu'il vous faut : c'est un bouton dans l'en-tête, ou une section de plus sur la page.

 EXERCICE 29.1 — LA POPUP « DEVIS EXPRESS » DE LA MENUISERIE ROCHE**30 MIN**

Objectif : créer une popup ouverte à la demande par un bouton, puis lui ajouter un déclenchement automatique prudent, limité aux ordinateurs et à un seul affichage.

1. Dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Modèles** › **Fenêtres surgissantes**, cliquez sur **Ajouter** et nommez la popup « Devis express ». Fermez la bibliothèque.
2. Construisez le contenu : Flexbox en colonne, Titre H2 « Votre projet en une minute », Paragraphe d'une phrase, widget Formulaire à trois champs (Nom, E-mail, « Votre projet en une phrase ») plus Téléphone facultatif, case de rappel facultative décochée, mention d'information, Pot de miel. Actions après envoi : Collecter les envois, Email, Email 2, puis Popup › Fermer.
3. Réglages de la popup › Mise en page : largeur **560** px, hauteur automatique, position centrée, Superposition activée, Bouton de fermeture activé. Style : fond blanc cassé **#FAF7F2**, bouton de fermeture anthracite de 40 px au moins. Avancé : Éviter les popups multiples activé ; ne touchez pas aux options qui empêchent la fermeture.
4. Publiez. Dans le volet Conditions : **Inclure** › **Tout le site**, puis **Exclure** › page Contact. Ne définissez aucun déclencheur pour l'instant. Enregistrez et fermez.
5. Ouvrez le modèle d'en-tête (chapitre 24), sélectionnez le bouton « Devis », ouvrez l'icône dynamique du champ Lien et choisissez **Actions** › **Popup** › Ouvrir › « Devis express ». Mettez à jour. Testez en navigation privée depuis trois pages différentes, sur ordinateur et sur téléphone.
6. Revenez à la popup et ajoutez le déclenchement automatique : Déclencheurs › **Au chargement de la page** après **40** secondes. Règles avancées : **Afficher jusqu'à** **1** fois, compté à l'ouverture ; **Afficher sur les appareils** : Ordinateur seulement ; **Masquer pour les utilisateurs connectés** : activé.
7. Testez de nouveau en navigation privée sur ordinateur : la popup doit apparaître après 40 secondes, une seule fois, et ne plus revenir en changeant de page. Sur téléphone, elle ne doit apparaître que par le bouton.

Résultat attendu : une popup publiée avec des conditions « Tout le site sauf Contact », ouverte par le bouton « Devis » de l'en-tête sur tous les appareils, et s'ouvrant seule au plus une fois, après 40 secondes, sur ordinateur uniquement. Le formulaire qu'elle contient envoie, accuse réception, collecte, et se ferme après l'envoi.

À RETENIR

- Le **Popup Builder** est réservé aux plans Advanced et supérieurs d'Elementor Pro ; une popup est un modèle que l'on construit comme une page, avec ses propres réglages de fenêtre.
- La publication se fait en trois volets : **Conditions** (où), **Déclencheurs** (quand), **Règles avancées** (combien de fois, pour qui).
- La popup la plus utile est celle que le visiteur demande : un bouton avec la balise dynamique **Actions › Popup**, ou l'action Popup d'un formulaire.
- Règles de respect : **aucune popup automatique sur mobile**, jamais à l'arrivée sur ordinateur, au plus un ou deux affichages, une fermeture facile.
- Un formulaire dans une popup reste un formulaire : information RGPD, case d'acceptation décochée et case de rappel téléphonique facultative s'appliquent.
- Le bandeau de consentement aux cookies n'est pas une popup marketing : il relève d'un outil dédié.

CHAPITRE 30

Les widgets Pro de design

Elementor Pro ajoute une cinquantaine de widgets de design aux widgets gratuits du chapitre 16. Ce chapitre est un inventaire raisonné : pour chacun, à quoi il sert sur un site vitrine, les réglages qui comptent et le piège à éviter. Il se lit comme un catalogue, et se consulte ensuite comme une fiche.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne équipée d'Elementor Pro qui se demande « existe-t-il un widget pour ça ? ».
ENJEU	Choisir le bon widget en connaissance de cause, et surtout ne pas en ajouter par gourmandise.
IDÉE CLÉ	Un widget Pro est une réponse à un besoin , jamais une décoration : si vous ne savez pas nommer le besoin, ne le déposez pas.
PRÉREQUIS	Chapitres 06 (atomes et widgets classiques), 16 (widgets gratuits), 24 (Constructeur de thème), 27 (Loop Builder), 28 et 29 (formulaire, popups).
LECTURE	Environ 25 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

30.1 — Comment lire cet inventaire

Tous les widgets présentés ici sont des widgets **classiques** (V3) : ils s'ouvrent avec les trois onglets Contenu, Style et Avancé, et se déposent dans un Flexbox atomique comme n'importe quel widget du chapitre 16. Leurs libellés français ne sont pas tous fixés dans la traduction d'Elementor Pro ; chaque carte donne donc le nom anglais, qui reste le plus sûr dans la recherche du panneau, et une traduction prudente. Les badges indiquent le plan nécessaire :

PRO pour tous les plans Pro à partir d'Essential, **ADVANCED+** pour les plans Advanced Solo, Advanced, Expert et One.

Le Centre d'aide annonce 57 widgets Pro dans le plan Essential et 85 dans les plans Advanced et supérieurs, les 28 de différence étant pour l'essentiel les widgets WooCommerce (chapitre 31), le Tableau de prix, la Liste de prix et le bouton PayPal. Les widgets de **contenu dynamique** déjà traités ailleurs (Titre de publication, Contenu de publication, Loop Grid, Formulaire, Menu panier) ne sont pas repris ici, sauf pour renvoi.

ELEMENTOR PRO

Tout ce chapitre suppose une licence Elementor Pro active sur le site. Avec le plan Advanced Solo (84 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026) retenu pour la Menuiserie Roche, l'ensemble des widgets ci-dessous est disponible. Avec le plan Essential (60 \$ par an), les cartes marquées Advanced+ manquent : pour un site vitrine, la plus regrettée est le Tableau de prix, que l'on remplace alors par trois Blocs Div stylés à la main (chapitre 17).

MÉTHODE

Avant de déposer un widget Pro, posez trois questions. Le besoin existe-t-il vraiment sur cette page (un carrousel de témoignages pour deux avis n'a pas de sens) ? Un élément atomique ou un widget gratuit fait-il déjà l'affaire (un Titre et un Bouton valent souvent un Appel à l'action) ? Le widget charge-t-il des ressources extérieures, et donc des traceurs (Facebook, Lottie hébergé ailleurs) ? Si la réponse à la première question est oui et aux deux autres non, déposez-le.

30.2 — Naviguer dans le site

Ces widgets servent surtout dans l'en-tête et le pied de page du Constructeur de thème (chapitre 24), là où le thème Hello ne fournit rien.

Menu WordPress (*WordPress Menu*) **PRO**

CLASSIQUE

Affiche un menu composé dans ► **Apparence** ► **Menus**. Réglages qui comptent : le menu choisi, la disposition (horizontale, verticale, déroulante), le point de rupture à partir duquel il devient un menu « hamburger », et le style des sous-menus. Piège : oublier de tester le menu mobile ouvert, sur un vrai téléphone, avec les sous-menus dépliés.

Mega Menu **PRO** **CLASSIQUE**

Un menu dont chaque entrée peut ouvrir un panneau construit librement (images, colonnes, boutons) plutôt qu'une simple liste. Utile quand un site a beaucoup de prestations à organiser. Piège : pour cinq pages, c'est une complexité inutile ; le Menu WordPress suffit.

Off-Canvas (« panneau latéral ») **PRO**

CLASSIQUE

Un panneau qui glisse depuis un bord de l'écran, ouvert par un bouton ou un lien, et qui peut contenir n'importe quel élément : menu, coordonnées, formulaire de rappel. Réglages : côté d'ouverture, largeur, voile, fermeture. Piège : y cacher des informations essentielles (téléphone, horaires) qui devraient être visibles sans clic.

Recherche (*Search*) **PRO** **CLASSIQUE**

Un champ de recherche moderne, avec plusieurs présentations dont une recherche en plein écran, et la possibilité de limiter les résultats à un type de contenu. Pertinent dès qu'un site a un blog fourni. Piège : un site de cinq pages n'a pas besoin de recherche ; l'espace vaut mieux pour un bouton « Devis ».

Table des matières (*Table of Contents*)

PRO **CLASSIQUE**

Construit automatiquement un sommaire à partir des titres H2-H3 de la page, avec liens d'ancrage, et peut rester collé au défilement. Réglages : niveaux de titres inclus, option de réduction, position collante. Piège : l'activer sur une page dont les titres ne sont pas hiérarchisés (chapitre 13) produit un sommaire incompréhensible.

Modèle (*Template*) **PRO** **CLASSIQUE**

Insère un modèle enregistré (chapitre 21) à cet endroit de la page ; le modèle reste modifiable en un seul lieu. C'est l'ancêtre des Composants (chapitre 22), qui lui sont préférables pour un contenu atomique. Piège : imbriquer un modèle dans un modèle, ce qui rend le site illisible à maintenir.

30.3 — Mettre en avant

Ces widgets attirent l'œil sur un message. Un par page suffit ; deux se neutralisent.

Titre animé (*Animated Headline*) **PRO**

CLASSIQUE

Un titre dont une partie est soulignée, entourée ou surlignée par un tracé animé, ou dont un mot tourne dans une liste (« escaliers », « cuisines », « agencements »). Réglages : le texte avant et après, les mots qui tournent, le style et la durée. Piège : l'utiliser pour le H1 de la page ; les moteurs et les lecteurs d'écran préfèrent un H1 stable.

Appel à l'action (*Call to Action*) **PRO**

CLASSIQUE

Regroupe en un widget une image ou un fond, un titre, un texte, un bouton et un ruban, avec des effets au survol. Pratique pour un bandeau « Demandez votre devis » homogène. Piège : un Flexbox atomique avec Titre, Paragraphe et Bouton fait la même chose avec vos classes ; ne prenez ce widget que pour ses effets de survol.

Boîte à bascule (*Flip Box*) **PRO** CLASSIQUE

Une carte à deux faces : la face avant se retourne au survol pour révéler un texte et un bouton. Réglages : contenu des deux faces, effet et direction, hauteur. Piège : sur téléphone, il n'y a pas de survol ; la carte se retourne au toucher et le bouton demande un second toucher. Mettez le lien aussi sur la face avant.

Diapositives (*Slides*) **PRO** CLASSIQUE

Un diaporama plein écran ou en bandeau : chaque diapositive a son image de fond, son titre, son texte et son bouton, avec lecture automatique. Réglages : hauteur, transition, délai, flèches et points. Piège : le diaporama d'accueil qui tourne seul est lourd et rarement lu ; une seule image forte convertit mieux (chapitre 14).

Compte à rebours (*Countdown*) **PRO**

CLASSIQUE

Affiche le temps restant jusqu'à une date, avec des actions à l'échéance (masquer, rediriger, afficher un message). Légitime pour des portes ouvertes ou une offre réellement datée. Piège : le compte à rebours « permanent », qui repart pour chaque visiteur, crée une fausse urgence et peut constituer une pratique commerciale trompeuse ; n'en mettez jamais.

Points chauds (*Hotspot*) **PRO** CLASSIQUE

Pose des repères cliquables sur une image, chacun ouvrant une infobulle. Idéal pour commenter une réalisation : « garde-corps en chêne », « marches sans contremarche ». Réglages : position de chaque point en pourcentage, contenu et déclenchement de l'infobulle. Piège : plus de cinq ou six points, et l'image devient illisible.

Lottie **PRO** CLASSIQUE

Joue une animation vectorielle au format Lottie (fichier JSON), légère et nette à toute taille, déclenchée à l'affichage, au survol, au clic ou au défilement. Réglages : source du fichier, déclencheur, boucle, vitesse. Piège : charger l'animation depuis un site tiers ; téléversez le fichier dans votre Médiathèque, et respectez la règle « peu et bien » du chapitre 20.

Suivi de progression (*Progress Tracker*)

PRO CLASSIQUE

Une barre, horizontale ou circulaire, qui se remplit à mesure que le visiteur fait défiler la page ou un conteneur. Utile sur un long article de conseils. Piège : sur une page courte, il ne signifie rien ; réservez-le aux articles du blog (chapitre 25).

30.4 — Montrer ses réalisations et ses preuves

Pour un artisan, la photo d'un chantier et l'avis d'un client valent tous les arguments. Ces widgets les mettent en scène ; les chapitres 14 et 27 restent la référence pour les images et les grilles dynamiques.

Publications (Posts) et Portfolio PRO

CLASSIQUE

Publications affiche une grille d'articles avec des dispositions prêtes (classique, cartes, contenu complet), une requête et une pagination. Portfolio affiche une grille filtrable par catégorie avec effet au survol. Piège : depuis le Loop Builder (chapitre 27), ces deux widgets sont surtout utiles pour aller vite ; le Loop Grid donne un gabarit de carte entièrement à vous.

Galerie (Gallery) PRO CLASSIQUE

Version Pro de la Galerie basique : plusieurs galeries dans un même widget avec une barre de filtres (Escaliers, Cuisines, Agencements), dispositions grille, justifiée ou mosaïque, visionneuse. Réglages : galeries et leurs titres, disposition, espacement, survol. Piège : y verser des photos non compressées ; préparez-les d'abord (chapitre 14).

Carrousel de médias (Media Carousel)

PRO CLASSIQUE

Un carrousel d'images et de vidéos, en défilement classique, en diaporama avec vignettes ou en présentation décalée. Réglages : diapositives, effet, lecture automatique, visionneuse. Piège : le carrousel automatique qui tourne pendant que l'on lit ; laissez le visiteur commander.

Carrousel de témoignages (Testimonial Carousel) PRO CLASSIQUE

Fait défiler des témoignages avec photo, nom, fonction et texte, selon plusieurs habillages. Réglages : les témoignages, le nombre visible, la navigation. Piège : inventer ou reformuler des avis ; utilisez des avis réels, avec l'accord écrit de leurs auteurs, et citez la commune plutôt qu'un nom complet si la personne le préfère.

Carrousel imbriqué (Nested Carousel)

PRO CLASSIQUE

Un carrousel dont chaque diapositive est un conteneur : on y met ce que l'on veut, une réalisation avec son texte et son bouton, par exemple. C'est le carrousel le plus souple. Réglages : nombre de diapositives visibles, espacement, navigation, lecture automatique. Piège : des diapositives de hauteurs différentes ; fixez une hauteur minimale.

Avis (Reviews) PRO CLASSIQUE

Un carrousel d'avis saisis à la main, chacun avec une note en étoiles, un nom et une icône de réseau. Piège : ce widget n'importe pas vos avis Google ; il affiche ce que vous y écrivez. Recopier des avis Google reste possible, mais mentionnez leur origine et gardez-les fidèles.

Citation (Blockquote) PRO CLASSIQUE

Une citation mise en valeur, avec auteur, dans plusieurs styles (bordure, encadré, guillemets), et un bouton de partage facultatif. Bien pour un mot de l'artisan sur la page À propos. Piège : le bouton de partage vers un réseau charge parfois des ressources tierces ; désactivez-le si vous n'en avez pas l'usage.

Facebook (page, bouton, intégration, commentaires) PRO CLASSIQUE

Quatre widgets qui affichent une page, un bouton J'aime, une publication ou des commentaires Facebook. Piège majeur : ils chargent le kit de développement de Facebook, donc des traceurs, dès l'affichage de la page. Sans bandeau de consentement conforme (chapitre 35), préférez une simple icône Icônes réseaux sociaux qui renvoie vers votre page.

Liste de lecture vidéo (*Video Playlist*) **PRO**

CLASSIQUE

Une liste de vidéos YouTube, Vimeo ou auto-hébergées avec un lecteur principal et des vignettes, organisables en onglets. Utile pour une série de conseils d'entretien. Piège : les vidéos YouTube posent des traceurs ; activez leur mode de confidentialité renforcée si le widget le propose, ou hébergez vous-même (chapitre 14).

Boutons de partage (*Share Buttons*) **PRO**

CLASSIQUE

Des boutons « partager cette page » vers les réseaux et par e-mail, avec libellé, compteur facultatif et habillages. Ils n'appellent pas de ressources extérieures avant le clic. Piège : en mettre sur la page d'accueil ; ils n'ont de sens que sur un article ou une réalisation.

Mise en évidence de code (*Code Highlight*)

PRO CLASSIQUE

Affiche un extrait de code informatique avec coloration syntaxique et numéros de ligne. Sans usage pour un site d'artisan ; mentionné pour que vous ne le confondiez pas avec le widget HTML du chapitre 16, qui exécute du code au lieu de l'afficher.

Connexion (*Login*) **PRO** CLASSIQUE

Un formulaire de connexion WordPress mis en forme, avec redirection après connexion et lien « mot de passe oublié ». Utile seulement si des clients ou des salariés ont un compte sur le site (espace de suivi de chantier, par exemple). Piège : l'afficher publiquement sans raison invite les robots à tenter des mots de passe.

30.5 — Vendre et convertir

Ces widgets transforment l'intérêt en action. Deux d'entre eux, le Tableau de prix et la Liste de prix, sont classés par le tableau comparatif du Centre d'aide dans les plans Advanced et supérieurs, alors que d'autres pages Elementor ne font pas cette distinction ; nous les marquons Advanced+ par prudence.

Tableau de prix (*Price Table*) **ADVANCED+**

CLASSIQUE

Une colonne d'offre : en-tête, prix avec devise et période, liste de caractéristiques avec icônes, bouton, ruban « Le plus choisi ». Trois widgets côte à côte dans un Flexbox donnent une grille d'offres. Réglages : prix et période, éléments de la liste, bouton, ruban. Piège : afficher des prix hors taxes à des particuliers ; pour un consommateur, le prix s'affiche toutes taxes comprises.

Liste de prix (*Price List*) **ADVANCED+**

CLASSIQUE

Une liste de lignes « prestation, description, prix », avec image facultative, comme une carte de restaurant ou une grille tarifaire. Réglages : les lignes, le séparateur pointillé, l'alignement du prix. Piège : la mettre à jour dans une page et l'oublier dans une autre ; un tarif se met en un seul endroit, éventuellement dans un Composant (chapitre 22).

Bouton PayPal et Bouton Stripe **ADVANCED+**

CLASSIQUE

Un bouton de paiement d'un montant fixe, sans boutique : acompte, bon cadeau, atelier d'initiation. Réglages : compte marchand, montant, devise, description, mode test. Le Centre d'aide classe le bouton PayPal en Advanced+ ; le bouton Stripe est à considérer

Boutons flottants et Barres flottantes (*Floating Buttons, Floating Bars*) **GRATUIT**

CLASSIQUE

Ce ne sont pas des widgets mais des **modèles**, créés depuis l'administration dans les modèles d'Elementor : un bouton de contact toujours visible (téléphone, WhatsApp, e-mail) ou une barre d'annonce en haut de page. Les conditions d'affichage de ces modèles sont

au même régime. Piège : encaisser sans conditions générales ni facture ; le chapitre 31 décrit les obligations minimales.

réservées à Pro. Piège : un bouton flottant qui masque le bouton du formulaire sur mobile ; testez la superposition.

PAS-À-PAS : TROIS OFFRES EN TABLEAU DE PRIX

- 1 Préparez le conteneur.** Sur la page « Prestations », ajoutez un Flexbox en ligne, écart 24 px, retour à la ligne activé, aligné en haut. Sur mobile, passez-le en colonne (chapitre 12).
- 2 Déposez un Tableau de prix** (recherche `price table`) et renseignez l'onglet Contenu : en-tête « Escalier droit », prix et période (« à partir de », « TTC, pose comprise »), quatre caractéristiques, bouton « Demander un devis » relié à la page Contact.
- 3 Stylez une fois.** Onglet Style : en-tête bois chaud `#A8663C`, texte blanc cassé, liste en anthracite, bouton avec le style de vos boutons primaires. Le widget classique n'utilise pas vos classes atomiques : réglez-le avec les couleurs globales du chapitre 19.
- 4 Dupliquez deux fois** (`Ctrl` + `D` ; `Cmd` + `D` sur Mac) et modifiez les contenus : « Cuisine sur mesure », « Agencement ». Activez le ruban sur l'offre à privilégier.
- 5 Vérifiez** l'alignement des trois boutons en bas de colonne (hauteur égale des tableaux, ou aligner les éléments sur Étirer dans le Flexbox), puis la vue mobile.

ATTENTION

Un tableau de prix engage. Pour un artisan dont chaque chantier est unique, préférez des prix « à partir de » clairement libellés, précisez ce qu'ils comprennent (fourniture, pose, déplacement) et datez la grille. Un prix affiché et non tenu est un motif de litige, pas un argument.

30.6 — Les éléments « Site »

Ces widgets, rangés dans la catégorie Site du panneau, affichent des informations que WordPress connaît déjà. Ils n'ont de sens que dans les modèles du Constructeur de thème (chapitres 24 et 25), où ils évitent de ressaisir ce qui change d'une page à l'autre.

Logo du site (*Site Logo*) **PRO** CLASSIQUE

Affiche le logo défini dans ► **Réglages du site** ► **Identité du site**, avec un lien vers l'accueil par défaut. Changez le logo une fois, il change partout. Réglages : taille, alignement, lien. Piège : téléverser le logo en 3000 pixels de large ; 400 à 600 pixels suffisent, ou un SVG (chapitre 14).

Titre du site et Titre de page (*Site Title, Page Title*) **PRO** CLASSIQUE

Le premier affiche le nom du site, le second le titre de la page en cours, comme le ferait un widget Titre avec une balise dynamique (chapitre 26). Réglages : balise HTML, lien, typographie. Piège : Titre de page en H1 dans l'en-tête alors que la page a déjà son propre H1 ; un seul H1 par page.

Fil d'Ariane et Plan du site (*Breadcrumbs, Sitemap*) **PRO** CLASSIQUE

Le fil d'Ariane affiche le chemin « Accueil » Réalisations » Escalier en chêne » ; il s'appuie sur la fonction de fil d'Ariane d'une extension SEO (Yoast SEO, cité en exemple) et affiche un

avertissement sans elle. Le Plan du site liste toutes les pages et publications par type, pour une page « Plan du site » utile à l'accessibilité. Piège : un fil d'Ariane dans l'en-tête d'un site de cinq pages n'apporte rien ; il devient utile avec un blog et des réalisations classées.

Formulaire de recherche, Titre d'archive, Publications d'archive (Search Form, Archive Title, Archive Posts) **PRO**

CLASSIQUE

Le Formulaire de recherche est la version simple du widget Recherche, pour le modèle Résultats de recherche. Titre d'archive affiche « Catégorie : Escaliers » et Publications d'archive la liste des contenus de l'archive en cours ; tous deux vivent dans le modèle Archive (chapitre 25). Piège : Publications d'archive hors d'un modèle d'archive n'affiche rien de prévisible ; utilisez Loop Grid ailleurs.

30.7 — Quel widget pour quel besoin

Le tableau qui suit part du besoin, pas du widget. Il indique aussi l'alternative gratuite ou atomique quand elle existe, parce qu'elle est souvent préférable sur un site de cinq pages.

Besoin sur un site vitrine	Widget Pro	Alternative ou remarque
Un menu de navigation dans mon en-tête	Menu WordPress	Sans Pro : menu du thème Hello via le Customizer (chapitre 24).
Un bouton « Appeler » toujours visible sur mobile	Boutons flottants (modèle)	Bouton atomique en position fixe avec lien tel : , visible sur mobile seulement (chapitre 15).
Afficher mes tarifs en trois offres	Tableau de prix (Advanced+)	Trois Blocs Div stylés avec une classe « carte » (chapitre 18).
Une grille tarifaire ligne par ligne	Liste de prix (Advanced+)	Widget Éditeur de texte avec un tableau simple (chapitre 13).
Montrer mes avis clients	Carrousel de témoignages, Avis	Widget Témoignage gratuit dans une Grille atomique (chapitre 16).
Une galerie filtrable de réalisations	Galerie (Pro)	Loop Grid avec Filtre par taxonomie si les réalisations sont des contenus (chapitre 27).
Commenter une photo de chantier point par point	Points chauds	Image atomique suivie d'une Liste d'icône.
Un bandeau d'appel au devis sur chaque page	Appel à l'action	Composant atomique « Appel à devis » (chapitre 22), préférable.
Un mot qui change dans le titre d'accueil	Titre animé	Un Titre H1 fixe reste la valeur sûre pour le référencement.
Annoncer des portes ouvertes datées	Compte à rebours	Un Paragraphe avec la date, plus une popup limitée (chapitre 29).
Encaisser un acompte ou un bon cadeau	Bouton PayPal / Stripe (Advanced+)	Lien de paiement fourni par la banque ou le prestataire, posé sur un Bouton (chapitre 31).
Le logo, cliquable vers l'accueil, dans l'en-tête	Logo du site	Image atomique avec lien vers l'accueil, à changer à la main si le logo change.
Un sommaire sur un long article de conseils	Table des matières	Liste de liens d'ancre saisie à la main (chapitre 15).

Besoin sur un site vitrine	Widget Pro	Alternative ou remarque
Ma page Facebook sur le site	Facebook (page)	Icône Icônes réseaux sociaux vers la page : aucun traceur.

BONNE PRATIQUE

Notez, dans un document de suivi du site, la liste des widgets Pro que vous utilisez et sur quelles pages. Le jour où la licence n'est pas renouvelée (chapitre 02) ou où un widget change, vous saurez immédiatement quoi vérifier. Sur le site de la Menuiserie Roche, cette liste tient en six lignes : Menu WordPress, Logo du site, Formulaire, Tableau de prix, Loop Grid, Boutons flottants.

🔗 EXERCICE 30.1 — LA PAGE « PRESTATIONS » DE LA MENUISERIE ROCHE 40 MIN

Objectif : employer trois widgets Pro à bon escient sur une même page, sans surcharge, et vérifier leur rendu sur mobile.

- Ouvrez la page « Prestations ». Dans le bandeau de haut de page, remplacez le sous-titre par un **Titre animé** en H2 : texte avant « Nous fabriquons vos », mots tournants « escaliers », « cuisines », « agencements », texte après « sur mesure ». Laissez le H1 « Prestations » inchangé au-dessus.
- Sous le bandeau, construisez la grille de trois **Tableaux de prix** en suivant le pas-à-pas de 30.5 : Escalier droit, Cuisine sur mesure, Agencement, avec des prix « à partir de » TTC, quatre caractéristiques chacun et un bouton vers la page Contact. Ruban sur l'offre Cuisine.
- Depuis l'administration, créez un modèle de **Boutons flottants** avec deux actions : « Appeler » (lien <tel:0473000000>) et « WhatsApp » (lien de contact WhatsApp du chapitre 26, ou le modèle WhatsApp proposé). Placez-le en bas à droite, définissez sa condition d'affichage sur tout le site sauf la page Contact.
- Passez en vue mobile : les trois tableaux en colonne, le titre animé lisible sur deux lignes au plus, les boutons flottants qui ne recouvrent ni un bouton de tableau ni le pied de page. Corrigez les marges internes si nécessaire.
- Publiez, ouvrez la page sur un téléphone, et appuyez sur « Appeler » : le composeur téléphonique doit s'ouvrir avec le numéro prérempli.

Résultat attendu : une page « Prestations » avec un H1 stable, un sous-titre animé, trois offres alignées dont une mise en avant, et deux boutons de contact flottants présents sur tout le site sauf la page Contact, testés sur téléphone. Le tout n'emploie que trois widgets Pro, chacun répondant à un besoin nommé.

À RETENIR

- Les widgets Pro de design sont des widgets **classiques** : trois onglets, déposés dans vos Flexbox atomiques, stylés avec les couleurs globales plutôt qu'avec les classes.
- Le plan **Essential** en compte 57, les plans **Advanced et supérieurs** 85 ; Tableau de prix, Liste de prix, PayPal et WooCommerce relèvent des seconds.
- Pour l'en-tête : **Menu WordPress** et **Logo du site** ; pour les preuves : Galerie, Carrousel de témoignages ; pour vendre : Tableau de prix et Boutons flottants.
- Les widgets **Facebook**, YouTube et certains boutons de partage chargent des ressources tierces : sans bandeau de consentement, préférez une icône vers le réseau.
- Avant chaque dépôt, nommez le **besoin**, cherchez l'**alternative atomique ou gratuite**, et tenez la liste des widgets Pro employés.

CHAPITRE 31

WooCommerce Builder : vendre en ligne avec Elementor

Un site vitrine peut, un jour, avoir envie de vendre quelques objets. Ce chapitre décrit honnêtement ce qu'une boutique implique, ce qu'Elementor Pro sait dessiner avec WooCommerce, et comment la Menuiserie Roche peut proposer trois produits sans transformer son site en supermarché. Il est court à dessein : il vient en fin de Partie VI parce que la vente en ligne est une décision d'entreprise avant d'être une question d'outil.

EN BREF

PUBLIC	Artisans et indépendants qui envisagent de vendre quelques produits ou services en ligne.
ENJEU	Décider si une boutique est justifiée, puis la dessiner sans perdre la cohérence du site.
IDÉE CLÉ	Elementor dessine la boutique ; WooCommerce la fait tourner , et c'est vous qui la faites vivre.
PRÉREQUIS	Chapitres 24 et 25 (Constructeur de thème), 26 (balises dynamiques), 27 (Loop Builder), 28 (formulaires).
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

31.1 — Ce qu'implique vraiment une boutique

Techniquement, une boutique WordPress repose sur **WooCommerce**, une extension gratuite qui ajoute les produits, le panier, la commande, les comptes clients et les moyens de paiement. Elementor n'y touche pas : WooCommerce gère les commandes, Elementor gère l'apparence. Le **WooCommerce Builder** est la partie d'Elementor Pro, réservée aux plans **Advanced et supérieurs**, qui permet de dessiner les pages de produit, la liste des produits, le panier et la commande avec les mêmes gestes que le reste du site.

La technique est pourtant la plus petite partie du sujet. Ouvrir une boutique, c'est aussi choisir un **moyen de paiement** (une passerelle comme Stripe ou PayPal, citées en exemple, prélève une commission sur chaque vente), régler la **TVA** selon son régime et le lieu de livraison, organiser la **livraison** (emballage, transporteur, tarifs par zone, colis abîmés), rédiger des **conditions générales de vente**, gérer les **retours** et le **service client**, tenir un **stock** et facturer. Chacune de ces lignes est du temps hebdomadaire. Pour une menuiserie de trois personnes dont le cœur de métier est le sur-mesure, la question honnête n'est pas « peut-on vendre en ligne ? » mais « combien d'objets vendus par mois justifient tout cela ? ».

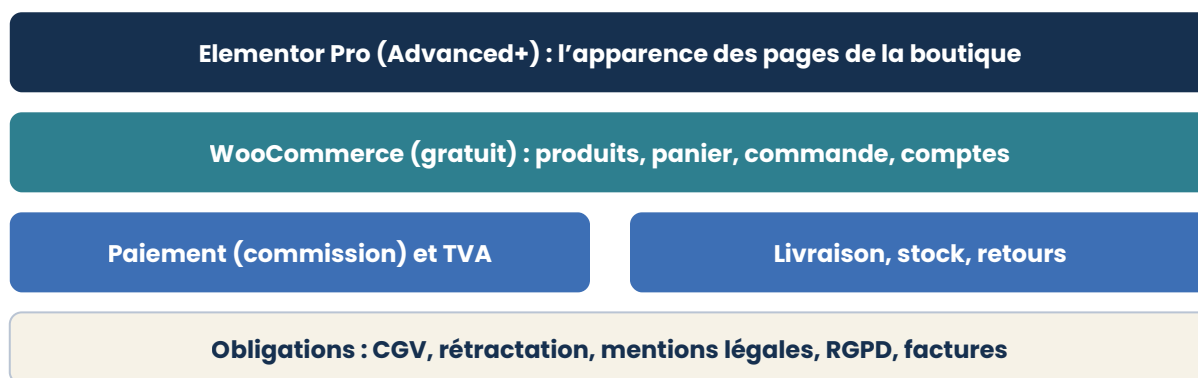


Figure 31.1 — Les couches d'une boutique en ligne. Elementor n'est que la première ; les autres sont du travail d'entreprise.

ELEMENTOR PRO

Les widgets WooCommerce, les modèles Produit et Archive de produits du Constructeur de thème, le widget Menu panier et les conditions d'affichage WooCommerce demandent un plan **Advanced Solo** (84 \$ par an hors taxes, au 6 septembre 2026) ou supérieur. Le plan Essential ne comprend pas l'e-commerce. WooCommerce lui-même est gratuit ; ses extensions de paiement, de livraison ou de facturation peuvent être payantes.

31.2 — Les briques : widgets produit et widgets de pages

Une fois WooCommerce installé et un premier produit créé dans ► **Produits** ► **Ajouter**, le panneau d'Elementor gagne une catégorie WooCommerce. Ses widgets se répartissent en deux familles : ceux qui affichent **une information du produit en cours** (ils n'ont de sens que dans le modèle Produit), et ceux qui construisent **les pages de la boutique**. Le tableau les résume, avec le nom anglais et une traduction prudente : la traduction française de Pro n'est pas confirmée pour ces libellés.

Widget (anglais)	Ce qu'il affiche	Où l'utiliser
Le produit en cours (modèle Produit)		
Titre du produit (<i>Product Title</i>)	Le nom du produit, en H1 de préférence.	Modèle Produit
Images du produit (<i>Product Images</i>)	L'image principale et la galerie, avec zoom.	Modèle Produit
Prix du produit (<i>Product Price</i>)	Le prix, barré si promotion, TTC ou HT selon les réglages WooCommerce.	Modèle Produit
Ajouter au panier (<i>Add To Cart</i>)	La quantité, les variations (taille, essence de bois) et le bouton.	Modèle Produit
Note (<i>Product Rating</i>), Stock (<i>Product Stock</i>)	Les étoiles des avis ; la disponibilité.	Modèle Produit
Méta du produit (<i>Product Meta</i>)	Référence, catégories, étiquettes.	Modèle Produit
Description courte, Contenu du produit (<i>Short Description</i> , <i>Product Content</i>)	Le résumé sous le prix ; la description longue.	Modèle Produit

Widget (anglais)	Ce qu'il affiche	Où l'utiliser
Onglets de données (<i>Product Data Tabs</i>), Informations complémentaires (<i>Additional Information</i>)	Les onglets Description / Informations / Avis ; le tableau des attributs (dimensions, poids).	Modèle Produit
Produits liés, Ventes incitatives (<i>Product Related, Upsells</i>)	D'autres produits proposés sous la fiche.	Modèle Produit
Fil d'Ariane (<i>Breadcrumbs</i> , version WooCommerce)	« Accueil › Boutique › Planche à découper ».	Modèle Produit, Archive
Les pages de la boutique		
Produits (<i>Products</i>)	Une grille de produits, avec requête, colonnes et pagination.	Page Boutique, Accueil
Catégories de produits (<i>Product Categories</i>)	Une grille de catégories avec image.	Page Boutique
Ajouter au panier personnalisé (<i>Custom Add To Cart</i>)	Un bouton qui ajoute un produit précis au panier, depuis n'importe quelle page.	Page Prestations, article
Menu panier (<i>Menu Cart</i>)	L'icône panier avec le nombre d'articles et un mini-panier.	En-tête
Panier, Commande, Mon compte (<i>Cart, Checkout, My Account</i>)	Les trois pages de la boutique, dessinées dans Elementor.	Pages correspondantes
Récapitulatif d'achat (<i>Purchase Summary</i>)	La page « Commande reçue » après paiement.	Page de remerciement
Notifications WooCommerce (<i>WooCommerce Notices</i>)	Les messages « Produit ajouté au panier », erreurs de commande.	Pages de la boutique
Pages WooCommerce (<i>WooCommerce Pages</i>)	Insère une page standard de WooCommerce (suivi de commande, par exemple) telle quelle.	Cas particuliers

Les balises dynamiques du chapitre 26 ont aussi leur groupe WooCommerce : prix, note, promotion, description courte, référence, stock, termes et titre du produit peuvent alimenter un Titre ou un Paragraphe atomique dans un modèle. C'est ainsi que l'on garde, dans une fiche produit, la typographie et les classes du reste du site.

DÉFINITION

Variation — une déclinaison d'un même produit (essence de bois, dimension, finition) avec son propre prix et son propre stock, créée dans WooCommerce en définissant des attributs puis des variations. Le widget Ajouter au panier affiche automatiquement les menus de choix correspondants ; Elementor n'a rien à configurer, sinon leur style.

31.3 — Les modèles Produit et Archive de produits

Comme pour les articles (chapitre 25), on ne dessine pas chaque fiche produit une à une : on crée un **modèle Produit** (*Single Product*) dans le Constructeur de thème, qui s'applique à tous les produits grâce aux widgets et balises dynamiques, et un **modèle Archive de produits** (*Products Archive*) pour la page Boutique et les catégories.

- 1 Créez le modèle Produit.** Ouvrez ► **Elementor** ► **Constructeur de thème** (**Ctrl** + **Shift** + **E** ; **Cmd** sur Mac), partie **Produit**, puis **Ajouter**. Nommez-le « Fiche produit ». La bibliothèque propose des modèles ; partez d'un modèle vide pour rester dans votre charte.
- 2 Construisez la mise en page.** Un Flexbox en ligne, largeur de contenu 1140 px : à gauche, **Images du produit** ; à droite, un Flexbox en colonne avec **Titre du produit** (H1), **Prix du produit**, **Description courte**, **Ajouter au panier**, **Méta du produit**. En dessous, **Onglets de données** puis **Produits liés**.
- 3 Choisissez un produit d'aperçu.** Dans les Réglages du modèle (roue dentée), section d'aperçu, désignez un produit existant pour voir le rendu réel pendant que vous stylez.
- 4 Publiez avec une condition.** Au clic sur **Publier**, ajoutez la condition **Inclure** ► **Produits** (*Products*), qui vise tous les produits ; les cibles WooCommerce permettent aussi « Dans la catégorie », « Étiquette de produit » ou un produit précis pour un modèle spécifique. Enregistrez et fermez.
- 5 Créez l'Archive de produits.** Même chemin, partie **Archive de produits** : un Titre d'archive, un widget **Produits** (ou un Loop Grid avec un Loop Item de type Produit et la source « Requête actuelle », chapitre 27), une pagination. Condition : **Inclure** ► **Toutes les archives de produits** (*All Product Archives*), ou seulement **Page Boutique** (*Shop Page*).
- 6 Ajoutez le panier à l'en-tête** (chapitre 24) avec le widget **Menu panier**, puis dessinez les pages Panier et Commande avec leurs widgets, en gardant la mise en page la plus sobre possible : c'est là que le client paie, rien ne doit le distraire.

ATTENTION

WooCommerce crée automatiquement les pages Boutique, Panier, Commande et Mon compte, avec des codes courts. Si vous les redessinez dans Elementor avec les widgets Panier, Commande et Mon compte, laissez ces pages assignées dans ► **WooCommerce** ► **Réglages** ► **Avancé** ; ne les supprimez pas et n'en créez pas de doublons, sinon le parcours de commande se casse.

31.4 — Menuiserie Roche : trois objets, pas une boutique

Camille Roche ne veut pas d'une boutique : elle veut proposer, à l'approche des fêtes, une planche à découper en noyer, une petite étagère et un bon cadeau pour un atelier d'initiation. Trois produits, une centaine de ventes par an au mieux. Deux voies sont possibles, et la seconde est souvent la bonne.

VOIE 1 : WOOCOMMERCE, EN DISCRET

Installer WooCommerce, créer les trois produits dans une catégorie « Objets de l'atelier », dessiner un modèle Produit et une page « Objets » avec le widget Produits, et poser un lien « Objets » dans le pied de page plutôt qu'un panier dans l'en-tête. Le site reste un site vitrine ; la boutique est une pièce au fond. Coût : la configuration du paiement, de la TVA et de la livraison, et la maintenance de WooCommerce et de ses extensions.

VOIE 2 : SANS BOUTIQUE

Une page « Objets » construite en atomique, avec une carte par objet, son prix TTC et un bouton « Commander » qui ouvre un formulaire de commande (chapitre 28 : objet, quantité, coordonnées, adresse de livraison). Le paiement se fait ensuite par lien de paiement envoyé avec la confirmation (Stripe, PayPal ou la banque en fournissent, cités en exemple), ou par le bouton PayPal ou Stripe d'Elementor (Advanced+) à montant fixe. Aucune extension de plus, aucun stock à synchroniser.

La voie 2 a une limite : elle ne gère ni les variations, ni les stocks, ni les frais de livraison automatiques. Elle convient tant que la commande reste rare et que l'artisan répond à la main. Le jour où les commandes dépassent quelques-unes par semaine, on passe à la voie 1, et les pages construites en atomique se réutilisent : la fiche produit reprend les mêmes classes, le même bandeau, la même carte.

BONNE PRATIQUE

Quelle que soit la voie, le sur-mesure reste le message principal du site. La page « Objets » est un prolongement, pas une nouvelle vocation : pas de panier dans l'en-tête, pas de promotions clignotantes, et un lien depuis la page Réalisations (« Vous aimez ce bois ? Nous en faisons aussi des planches. »).

31.5 — Les obligations minimales

Vendre à distance à des consommateurs déclenche des obligations précises du Code de la consommation, quelle que soit la voie choisie et même pour trois produits. Le chapitre 35 traite des mentions légales et de la confidentialité ; voici ce qui s'ajoute pour la vente.

- ☐ **Prix toutes taxes comprises**, avec les frais de livraison indiqués avant la commande, et non découverts à la dernière étape.
- ☐ **Information avant la commande** : caractéristiques essentielles du produit, prix, délai et modalités de livraison, identité et coordonnées du vendeur, modalités de paiement, garanties légales.
- ☐ **Le bouton de commande** doit dire sans ambiguïté que la commande oblige à payer (« Commander et payer ») ; WooCommerce s'en charge sur sa page de commande, un formulaire maison doit le faire lui-même.
- ☐ **Confirmation écrite** de la commande, par e-mail, reprenant le contenu du contrat et les conditions générales de vente.
- ☐ **Conditions générales de vente** accessibles avant la commande, acceptées par une case non pré-cochée (chapitre 28), et conservées.
- ☐ **Droit de rétractation de 14 jours** pour le consommateur, avec formulaire type à disposition, sauf exceptions prévues par la loi : les biens fabriqués selon les spécifications du client ou

nettement personnalisés en font partie, ce qui couvre un escalier sur mesure, mais pas une planche de série.

- ☐ **Garanties légales** (conformité et vices cachés) mentionnées, et **facture** émise pour chaque vente.
- ☐ **Bon cadeau** : indiquer sa durée de validité, ce qu'il couvre et comment l'utiliser ; un bon sans conditions écrites est une source de litige.

PIÈGE CLASSIQUE

Mettre en ligne un bouton de paiement « pour voir » sans conditions générales de vente ni facture. Dès le premier paiement reçu, vous êtes vendeur à distance, avec toutes les obligations ci-dessus. Rédigez les CGV avant d'activer le paiement, faites-les relire, et testez la commande de bout en bout en mode test de la passerelle avant d'ouvrir.

EXERCICE 31.1 — LA FICHE « PLANCHE À DÉCOUPER EN NOYER »

40 MIN

Objectif : installer WooCommerce sur un site de test, créer un produit et lui donner une fiche dessinée avec le modèle Produit, appliquée par condition.

1. Sur un site de test (jamais sur le site en production pour cet exercice), installez et activez WooCommerce. Passez l'assistant sans configurer de paiement réel ; réglez seulement le pays, la devise en euros et l'affichage des prix TTC.
2. Créez le produit « Planche à découper en noyer » dans ► **Produits** ► **Ajouter** : prix 45 € TTC, description courte de deux phrases, description longue, une image principale et deux images de galerie, catégorie « Objets de l'atelier », attribut « Dimension » avec deux variations (30 cm, 40 cm) si vous voulez tester le sélecteur.
3. Dans le Constructeur de thème, créez le modèle Produit « Fiche produit » en suivant le pas-à-pas de 31.3 : images à gauche, titre H1, prix, description courte, bouton Ajouter au panier, méta ; onglets de données et produits liés en dessous. Appliquez la police de titres Playfair Display et le bouton bois chaud du site.
4. Choisissez la planche comme produit d'aperçu, ajustez les espacements, passez en vue mobile : images au-dessus, bouton pleine largeur.
5. Publiez avec la condition **Inclure** ► **Produits** . Ouvrez la fiche réelle, ajoutez la planche au panier, vérifiez le message de notification, puis ouvrez le panier.
6. Rédigez, sur une page, la liste des points de 31.5 qui restent à traiter avant une mise en ligne réelle (CGV, paiement, livraison, facture).

Résultat attendu : une fiche produit cohérente avec la charte du site, générée par un modèle Produit appliqué à tous les produits, un ajout au panier fonctionnel sur ordinateur et sur téléphone, et une liste écrite des obligations restantes, qui montre que la boutique n'est pas prête tant que ces points ne le sont pas.

À RETENIR

- **WooCommerce** (gratuit) fait tourner la boutique ; le **WooCommerce Builder** d'Elementor Pro, réservé aux plans Advanced et supérieurs, en dessine les pages.
- Une boutique, c'est du paiement, de la TVA, de la livraison, des CGV, des retours et du temps chaque semaine : la décision est d'entreprise avant d'être technique.
- Les widgets WooCommerce se répartissent entre ceux du **produit en cours** (dans le modèle Produit) et ceux des **pages de la boutique** (Produits, Menu panier, Panier, Commande, Mon compte).
- Les modèles **Produit** et **Archive de produits** du Constructeur de thème s'appliquent par conditions WooCommerce (Produits, Page Boutique, catégorie).
- Pour quelques objets, une page « Objets » avec formulaire de commande et lien de paiement suffit souvent ; on passe à WooCommerce quand les commandes deviennent régulières.
- Prix TTC, information avant commande, bouton explicite, confirmation par e-mail, CGV, **rétractation de 14 jours** (sauf sur-mesure) et facture : ces obligations valent dès la première vente.

CHAPITRE 32

Fonctions avancées : CSS personnalisé, code, conditions d’affichage, rôles, Notes

Le panneau d’Elementor couvre l’immense majorité des besoins d’un site vitrine. Reste une marge, étroite mais utile, où quelques lignes de CSS, un extrait de code de mesure ou une condition d’affichage règlent en deux minutes ce que le panneau ne prévoit pas. Ce chapitre rassemble ces fonctions dites « avancées » avec une règle constante : peu, documenté, réversible. Il ferme la partie consacrée à Elementor Pro, juste avant la livraison du site.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a construit son site et bute sur un détail que le panneau ne règle pas ; les médiateurs qui reprennent un site existant.
ENJEU	Ajouter ce qui manque sans casser ce qui marche, et savoir revenir en arrière.
IDÉE CLÉ	Dix lignes de CSS bien choisies valent mieux qu’une extension de plus.
PRÉREQUIS	Chapitres 03, 10, 13, 18 et 24.
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 25 minutes d’exercice).

32.1 — CSS personnalisé : par élément et pour tout le site

Le chapitre 03 a présenté le CSS comme l’habillage d’une page : des règles qui disent au navigateur « ce paragraphe ne dépasse pas telle largeur », « cette image remplit sa boîte ». Le panneau d’Elementor écrit ce CSS pour vous. Le **CSS personnalisé** (*Custom CSS*) permet d’en ajouter à la main, à deux endroits.

Le premier est l’**élément**. Sur un widget classique, l’onglet **Avancé** contient une section **CSS personnalisé** ; sur un élément atomique, la même possibilité existe dans son panneau, et la Structure signale par un marqueur les éléments qui en portent. Dans ce champ, le mot-clé **selector** désigne l’élément lui-même : Elementor le remplace, à l’enregistrement, par l’identifiant unique de l’élément, si bien que la règle ne s’applique qu’à lui. Le second endroit est **global** : ► **Réglages du site** ► **CSS personnalisé**, pour des règles qui valent sur tout le site et visent des classes ou des balises. D’après la page tarifs, ces deux fonctions sont réservées aux plans **Advanced Solo et supérieurs** ; le plan Essential ne les inclut pas.

- Sélectionnez l’élément** sur la toile, par exemple le Paragraphe d’introduction de la page « À propos ».
- Ouvrez le champ CSS personnalisé** (onglet **Avancé** pour un widget classique ; section dédiée du panneau pour un atome).
- Écrivez la règle** en commençant par **selector** : `selector { max-width: 65ch; }`. Chaque propriété se termine par un point-virgule, l’ensemble tient entre accolades.
- Vérifiez sur la toile**, puis en vue tablette et mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M** ; Cmd remplace Ctrl sur Mac) : une règle CSS s’applique à toutes les largeurs, sauf si vous l’enfermez dans une requête de média.

- 5 Documentez.** Ajoutez une ligne de commentaire au-dessus de la règle, entre `/*` et `*/` : `/* largeur de lecture — ch. 32 */`. Dans six mois, vous remercerez celui qui l'a écrite.

Sans Pro, WordPress offre une solution de repli honnête : ► **Apparence** ► **Personnaliser** ► **CSS additionnel** accepte des règles globales. Il faut alors viser les éléments par leur classe ou par un identifiant que vous leur donnez, ce qui demande un peu plus de soin.

N°	La ligne	Ce qu'elle fait	Où l'employer
1	<code>selector { max-width: 65ch; }</code>	Limite la longueur de ligne à environ 65 caractères, la zone de confort de lecture (chapitre 13).	Paragraphe, Éditeur de texte
2	<code>selector { hyphens: auto; }</code>	Autorise la coupure des mots longs avec un trait d'union, à condition que le site soit déclaré en français (► Réglages ► Général ► Langue du site).	Textes en colonne étroite, mobile
3	<code>selector { text-wrap: balance; }</code>	Équilibre les lignes d'un titre sur deux ou trois lignes au lieu de laisser un mot orphelin (navigateurs récents).	Titres H1 et H2
4	<code>selector img { object-fit: cover; }</code>	L'image remplit sa boîte sans se déformer, quitte à être rognée sur les bords.	Image dans une carte
5	<code>selector { aspect-ratio: 4 / 3; }</code>	Impose une proportion constante à toutes les vignettes, quelle que soit la photo d'origine.	Vignettes de galerie, cartes
6	<code>selector { overflow-wrap: anywhere; }</code>	Coupe une adresse e-mail ou une adresse web trop longue au lieu de la laisser déborder sur mobile.	Coordonnées du pied de page
7	<code>selector { scroll-margin-top: 96px; }</code>	Quand un lien d'ancre y conduit, le conteneur s'arrête sous l'en-tête collant au lieu de passer dessous.	Cible d'une ancre (<code>#contact</code>)
8	<code>selector { transition: transform .3s ease; } selector:hover { transform: translateY(-4px); }</code>	Soulève doucement la carte au survol ; à réserver aux widgets classiques, les atomes ayant les États du chapitre 18.	Cartes prestations V3
9	<code>selector a { text-decoration-offset: 3px; text-decoration-thickness: 1px; }</code>	Éloigne et affine le soulignement des liens dans un texte, pour une lecture plus nette.	Paragraphes contenant des liens
10	<code>selector { columns: 2; column-gap: 32px; }</code>	Répartit un long texte sur deux colonnes ; à ramener à une colonne sur mobile avec <code>@media (max-width: 767px) { selector { columns: 1; } }</code> .	Mentions légales, texte long

ATTENTION

Le CSS personnalisé passe *par-dessus* le panneau : une règle écrite ici gagne sur le réglage équivalent, et l'on cherche ensuite longtemps pourquoi « la largeur ne veut pas changer ». Trois précautions : n'écrire en CSS que ce que le panneau ne propose pas ; ne jamais employer **important**, qui rend la règle impossible à surcharger ; tenir dans les Notes ou dans un document la liste des éléments qui portent du CSS. Et pour tout ce qui relève du style courant, les Classes et Variables du chapitre 18 restent la voie normale.

32.2 — Code personnalisé : scripts de mesure et balises d'en-tête

Un site a parfois besoin d'un extrait de code qui n'est pas du CSS : le script d'un outil de statistiques, la balise de vérification d'un service (console de recherche d'un moteur, fiche d'établissement), le préchargement d'une police. Ces extraits vont dans l'en-tête ou le pied du document HTML, une zone que l'éditeur ne montre pas. Elementor Pro (plans Advanced Solo et supérieurs) fournit pour cela le **Code personnalisé** (*Custom Code*), dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Éléments personnalisés** ► **Code personnalisé**.

On y crée un extrait avec un nom, un **emplacement** — dans `<head>`, au début de `<body>` ou à sa fin —, une **priorité** de 1 à 10 qui règle l'ordre de chargement quand plusieurs extraits partagent le même emplacement, et le code lui-même. La publication passe par les mêmes **conditions** que le Constructeur de thème (chapitre 24) : **Tout le site** le plus souvent, ou seulement certaines pages. Un script de statistiques se place dans `<head>` sur tout le site ; un script lourd et facultatif, en fin de `<body>`, pour ne pas retarder l'affichage.

À SAVOIR

Insérer un script de mesure engage la conformité du site. Un outil de statistiques qui dépose des traceurs non exemptés exige un bandeau de consentement avant chargement ; un outil comme Matomo, configuré selon les conditions de la CNIL, en est exempté. Le chapitre 35 détaille ces conditions. Sans Pro, l'insertion se fait par le thème enfant ou par une extension d'insertion de code, citée ici comme exemple et non comme recommandation.

32.3 — Polices, icônes et attributs personnalisés

Le même menu **Éléments personnalisés** abrite deux autres outils Pro. Les **Polices personnalisées** (*Custom Fonts*) servent à héberger une police sur votre propre site : une police achetée, ou une police Google que vous préférez servir vous-même plutôt que depuis les serveurs de Google (chapitre 13). On crée une entrée, on lui donne le nom de la famille, puis on téléverse les fichiers, de préférence au format **WOFF2**, en précisant pour chacun sa graisse et son style ; après publication, la famille apparaît dans les listes de typographie du panneau. Les **Icônes personnalisées** (*Custom Icons*) acceptent un jeu d'icônes exporté au format zip depuis un générateur en ligne (Fontello et IcoMoon sont les deux exemples cités par le Centre d'aide), pour compléter la bibliothèque Font Awesome.

Les **Attributs** (*Attributes*), dans l'onglet **Avancé** des widgets classiques et des conteneurs V3 (Pro), ajoutent des informations invisibles au HTML de l'élément, une par ligne, sous la forme **clé|valeur**. Le cas le plus utile pour un artisan est l'accessibilité : un bouton « Appeler » dont le texte est une icône reçoit `aria-label|Appeler la Menuiserie Roche`, et le lecteur d'écran sait quoi

annoncer. On y place aussi des attributs `data-` attendus par certains scripts. Rien de tout cela n'est nécessaire sur un site simple ; savoir que l'outil existe évite d'installer une extension pour une ligne.

32.4 — Conditions d'affichage sur un élément

Le Constructeur de thème décide sur quelles pages un en-tête apparaît. Les **Conditions d'affichage** (*Display Conditions*) d'Elementor Pro descendent d'un cran : elles décident si *un élément précis* — un conteneur, un widget, un atome — est affiché ou non, selon des critères que vous combinez. Sur un widget classique, la commande se trouve dans l'onglet **Avancé** ; sur un élément atomique, dans son panneau ; dans les deux cas la Structure marque l'élément conditionné.

Les critères disponibles couvrent la **date et l'heure** (une plage de dates, un jour de la semaine, une tranche horaire), l'**utilisateur** (connecté ou non, rôle), le **contenu** affiché (type de contenu, page précise, catégorie, auteur) et des valeurs **dynamiques**. Plusieurs conditions se combinent par « et » et par « ou ». L'élément non affiché n'est pas simplement caché : il n'est pas envoyé au visiteur.

- 1 **Construisez le bandeau.** Sur l'en-tête du site (chapitre 24), ajoutez au-dessus du menu un Flexbox fin, fond vert sauge, avec un Paragraphe : « L'atelier est fermé du 4 au 25 août. Les devis reprennent dès le 26 : écrivez-nous, nous répondons à notre retour. »
- 2 **Ouvrez les Conditions d'affichage** du Flexbox et ajoutez une condition.
- 3 **Choisissez le critère de date** et saisissez la plage : du 4 au 25 août de l'année en cours.
- 4 **Enregistrez et publiez** l'en-tête. Vérifiez avec l'aperçu : hors de la plage, le bandeau n'apparaît pas ; pendant la plage, il apparaît sur tout le site.
- 5 **Notez la date de retrait** : une condition de date évite l'oubli, mais un bandeau conservé d'une année sur l'autre finit par afficher des dates fausses. Mettez-le à jour chaque été, ou supprimez-le à la rentrée.

BONNE PRATIQUE

Les conditions d'affichage remplacent avantageusement les « pages en double » : une seule page « Prestations » peut montrer un encart « Tarifs hiver » de novembre à février, une promotion de printemps sur une autre plage, un message réservé aux utilisateurs connectés. Le contenu reste au même endroit, l'adresse ne change pas, et il n'y a rien à dupliquer.

32.5 — Rôles, Notes, Mode sans échec et Contrôle de version

LE GESTIONNAIRE DE RÔLE

► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Gestionnaire de rôle** (*Role Manager*) règle ce que chaque rôle WordPress peut faire dans l'éditeur. Pour chaque rôle (Éditeur, Auteur, Contributeur...), on peut interdire tout accès à l'éditeur ; Elementor Pro ajoute l'option d'un accès **au contenu uniquement** : la personne modifie les textes et les images, mais ni la mise en page ni le style. Pour la salariée de la Menuiserie Roche, c'est le réglage idéal, complété par les Composants du chapitre 22.

LES NOTES

Les **Notes** (plans Advanced Solo et supérieurs) permettent de laisser un commentaire à un endroit précis de la page, comme un papillon collé sur une maquette. Le raccourci **Shift** + **C** ou le menu du logo Elementor active l'outil ; on clique sur la toile, on écrit, on peut mentionner un autre utilisateur et marquer la note comme résolue une fois traitée. Les notes ne sont jamais visibles des visiteurs. Entre un formateur et un stagiaire, ou entre un prestataire et son client, elles évitent des dizaines d'e-mails du type « le bouton, là, en bas à gauche ».

LE MODE SANS ÉCHEC

Quand l'éditeur refuse de se charger, la cause est presque toujours un conflit avec une autre extension ou avec le thème. Le **Mode sans échec** (*Safe Mode*), accessible depuis ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils** et proposé automatiquement par Elementor quand le chargement échoue, ouvre l'éditeur avec Elementor seul et le thème Hello, en désactivant temporairement le reste — pour vous uniquement, sans toucher au site vu par les visiteurs. Si l'éditeur fonctionne en mode sans échec, le coupable est ailleurs : on réactive les extensions une par une pour le trouver (chapitre 36). N'oubliez pas de quitter le mode sans échec ensuite.

LE CONTRÔLE DE VERSION

Une mise à jour d'Elementor peut, rarement, casser un site. Le **Contrôle de version** (*Version Control*), dans le même menu Outils, propose de **réinstaller une version précédente** (*Rollback Version*) : on choisit le numéro dans la liste, on confirme, et le site revient à l'état d'avant la mise à jour en attendant un correctif. La même fonction existe pour Elementor Pro. Elle ne dispense pas d'une sauvegarde avant chaque mise à jour, et l'option « testeur de versions bêta » du même écran n'a rien à faire sur un site en production.

PIÈGE CLASSIQUE

Réparer un site cassé en ajoutant du code. Devant un style qui « disparaît », le premier réflexe n'est pas d'écrire du CSS mais de lancer **Regénérer CSS et données** dans les Outils, puis de vider le cache (chapitre 36). Le CSS personnalisé posé « pour compenser » un bogue survit au bogue, se cumule avec les corrections suivantes, et finit par rendre le site inexplicable. On ne code que pour ajouter, jamais pour rafistoler.

🔗 EXERCICE 32.1 — TROIS FONCTIONS AVANCÉES SUR LE SITE ROCHE 25 MIN

Objectif : employer le CSS global, le Code personnalisé et une condition d’affichage sur des besoins réels, en gardant une trace de chaque ajout.

1. **CSS global.** Dans ► **Réglages du site** ► **CSS personnalisé**, écrivez, avec un commentaire daté, la règle `.texte-max { max-width: 65ch; margin-left: auto; margin-right: auto; }`. Appliquez la classe « texte-max » à l’Éditeur de texte des mentions légales via son onglet **Avancé** ► champ des classes CSS. Sur les Paragraphes atomiques, utilisez plutôt la classe globale « texte-max » du chapitre 18, ou `selector { max-width: 65ch; }` dans leur CSS personnalisé ; comparez les deux approches.
2. **Code personnalisé.** Créez un extrait « Statistiques Matomo », emplacement `<head>`, condition **Tout le site**, et collez-y le script fourni par votre instance Matomo (ou un commentaire HTML de substitution si vous n’en avez pas encore). Notez dans le nom de l’extrait la date et l’auteur.
3. **Condition d’affichage.** Réalisez le bandeau « Fermeture annuelle » de la section 32.4 sur l’en-tête, avec une plage de dates. Pour le tester hors saison, réglez provisoirement la plage sur la semaine en cours, vérifiez l’aperçu, puis remettez les vraies dates.
4. **Trace.** Ajoutez une Note sur la page d’accueil (ou, sans Pro, une ligne dans votre document de suivi) listant les trois ajouts : où, pourquoi, depuis quand.
5. **Réversibilité.** Ouvrez ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils**, repérez le Contrôle de version et le Mode sans échec sans rien activer, et notez la version d’Elementor installée : c’est celle vers laquelle vous reviendriez en cas de problème.

Résultat attendu : une règle CSS globale commentée et appliquée, un extrait de Code personnalisé nommé et daté, un bandeau saisonnier qui n’apparaît que pendant la fermeture, et une trace écrite de ces trois ajouts.

À RETENIR

- Le **CSS personnalisé** existe par élément (mot-clé `selector`) et pour tout le site (Réglages du site) ; il passe par-dessus le panneau et se réserve à ce que le panneau ne propose pas.
- Dix lignes suffisent : largeur de lecture, coupure des mots, équilibre des titres, images qui remplissent leur boîte, ancres sous l’en-tête collant, texte long en colonnes.
- Le **Code personnalisé** place scripts et balises dans l’en-tête ou le pied du document, avec priorité et conditions ; un script de mesure engage la conformité du site.
- Les **Conditions d’affichage** montrent ou retirent un élément selon la date, l’utilisateur ou le contenu : un bandeau saisonnier sans page en double.
- Le **Gestionnaire de rôle** et les **Notes** organisent le travail à plusieurs ; le **Mode sans échec** et le **Contrôle de version** rendent une panne réversible.
- On code pour **ajouter**, jamais pour rafistoler : chaque ajout est commenté, daté et noté quelque part.

Livrer un site qui tient

Rapidité, accessibilité, conformité, maintenance et méthode : ce qui distingue un site qui fait joli d'un site qui travaille pour l'entreprise.

33 Performance : un site rapide

34 Accessibilité et référencement de base

35 Conformité : mentions légales, RGPD, cookies, formulaires, contenus IA

36 Maintenance et dépannage

37 Méthode : du brief à la mise en ligne

CHAPITRE 33

Performance : un site rapide

Un site que l'on attend est un site que l'on quitte. Ce chapitre explique d'où vient le temps de chargement, ce qui pèse vraiment dans une page Elementor, quels réglages activer, et comment mesurer sans se laisser obséder par un score. Il ouvre la dernière partie du support, celle où l'on rend le site livrable.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui s'apprête à mettre un site en ligne ou qui trouve son site « lent » sans savoir pourquoi.
ENJEU	Faire tenir la page d'accueil en moins de trois secondes sur un téléphone en 4G, sans sacrifier les photos.
IDÉE CLÉ	Sur un site vitrine, la vitesse est d'abord une affaire d' images , ensuite de polices, et seulement après de réglages techniques.
PRÉREQUIS	Chapitres 04 (réglages d'administration), 13 (typographie) et 14 (images).
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

33.1 — Pourquoi la vitesse compte

Le visiteur d'un site d'artisan n'est pas assis devant un grand écran relié à la fibre. Il est dans sa cuisine, sur son téléphone, avec une couverture 4G moyenne, et il compare trois menuisiers avant de dîner. Chaque seconde d'attente augmente la part de ceux qui referment la page avant même de l'avoir vue. La vitesse n'est donc pas un sujet de technicien : c'est le premier test que subit votre site, avant la qualité de vos photos et avant votre argumentaire.

Google a formalisé cette exigence avec trois mesures qu'il appelle les **Core Web Vitals** (« signaux web essentiels ») et dont il tient compte dans son classement. Elles méritent d'être connues, parce que tous les outils de mesure les affichent.

DÉFINITION

LCP (*Largest Contentful Paint*) — le délai avant que le plus grand élément visible de l'écran (souvent la photo du bandeau) soit affiché ; Google considère qu'il est bon en dessous de 2,5 secondes. **INP** (*Interaction to Next Paint*) — le temps de réaction de la page quand on touche un bouton ou un menu ; bon en dessous de 200 millisecondes. **CLS** (*Cumulative Layout Shift*) — la quantité de « sauts » de la mise en page pendant le chargement, par exemple un texte qui descend parce qu'une image arrive au-dessus ; bon en dessous de 0,1.

Ces trois chiffres racontent une histoire simple : le visiteur veut voir vite (LCP), que ça réponde (INP) et que rien ne bouge sous son doigt (CLS). Tout ce chapitre consiste à servir ces trois attentes.

Ce que le navigateur télécharge, dans l'ordre

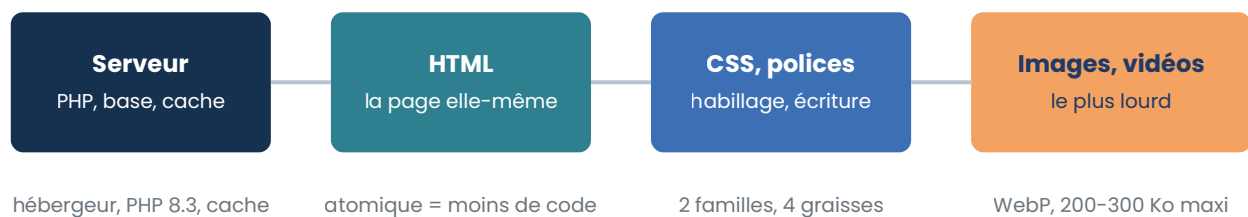


Figure 33.1 — Les quatre étapes du chargement d'une page et le levier principal de chacune.

33.2 — Ce qui pèse vraiment dans une page

Avant de toucher au moindre réglage, il faut savoir où passe le temps. Sur un site vitrine construit avec Elementor et le thème Hello, la réponse est presque toujours la même, et elle tient en six postes, par ordre d'importance.

LES IMAGES : LE PREMIER LEVIER

Une photo sortie d'un téléphone récent pèse 3 à 6 Mo et mesure 4 000 pixels de large. Affichée dans un bandeau qui n'en montre jamais plus de 1 900, elle fait télécharger au visiteur trois fois plus de données que nécessaire. Sur la plupart des pages vitrines, les images représentent à elles seules plus de la moitié du poids total. C'est donc là que se gagne l'essentiel : préparer chaque image à la bonne dimension (1 600 à 2 000 px de large pour un bandeau, 800 à 1 200 px pour une carte), au format WebP quand c'est possible, et sous 200 à 300 Ko. Le chapitre 14 détaille la méthode ; ce chapitre vous invite simplement à la vérifier image par image.

LES POLICES

Chaque famille de police et chaque graisse (normal, gras, italique...) est un fichier à télécharger. Deux familles et quatre graisses suffisent à un site vitrine ; au-delà, le texte tarde à s'afficher et la page « saute » quand la vraie police remplace la police provisoire. Chargez-les depuis votre propre site plutôt que depuis les serveurs de Google (ce qui règle en même temps la question du RGPD, voir chapitre 35) et réglez le comportement d'affichage sur *swap*, qui montre le texte immédiatement avec une police de substitution.

LES EXTENSIONS ET WIDGETS INUTILES

Chaque extension active ajoute son propre code à toutes les pages, qu'elle serve ou non. Un site vitrine a rarement besoin de plus d'une dizaine d'extensions. De même, un widget déposé « pour voir » puis oublié, un carrousel avec quinze diapositives ou un compteur animé sur une page qui n'en a pas l'usage sont autant de scripts chargés pour rien.

LES ANIMATIONS, LES VIDÉOS D'ARRIÈRE-PLAN ET LES CARTES

Une animation d'entrée n'est pas lourde en soi, mais elle retarde l'affichage du contenu qu'elle anime — c'est mauvais pour le LCP quand elle porte sur le bandeau. Une vidéo d'arrière-plan pèse plusieurs mégaoctets et se charge dès l'ouverture de la page ; Elementor propose d'ailleurs de ne pas la lire sur mobile, et il est sage de s'en tenir à une image sur téléphone. Enfin, le widget Google Maps charge des scripts de Google à chaque visite : une image de plan cliquable vers l'itinéraire fait le même service pour un coût nul (voir chapitre 16).

Ce qui pèse	Pourquoi	Le remède
Images non préparées	Dimensions et poids bien supérieurs à ce que l'écran affiche.	Redimensionner, convertir en WebP, viser moins de 300 Ko, renseigner la résolution dans l'élément Image.
Polices multiples	Un fichier par famille et par graisse, chargé avant le texte.	Deux familles, quatre graisses, chargement local, affichage <i>swap</i> .
Extensions superflues	Chaque extension ajoute son code à toutes les pages.	Désinstaller (pas seulement désactiver) ce qui ne sert pas.
Vidéo d'arrière-plan	Plusieurs mégaoctets chargés dès l'arrivée.	Image sur mobile, vidéo courte et compressée sur ordinateur, ou pas de vidéo.
Google Maps	Scripts tiers chargés à chaque visite.	Image du plan avec lien vers l'itinéraire.
Animations sur le bandeau	Retardent l'affichage du plus grand élément (LCP).	Aucune animation sur le premier écran.

33.3 — Les réglages Elementor qui comptent

Elementor regroupe ses réglages de performance dans l'administration WordPress, pas dans l'éditeur. Ils se règlent une fois pour toutes, à la fin de la construction ou dès l'installation. Voici le parcours complet.

- 1 Ouvrez les réglages.** Dans l'administration WordPress, allez dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages** et cliquez sur l'onglet **Performance**.
- 2 Méthode d'impression CSS** (*CSS Print Method*). Choisissez **Fichier externe** (*External File*). Elementor écrit alors les styles de chaque page dans un fichier séparé que le navigateur met en cache, au lieu de les répéter dans le code de la page à chaque visite. L'autre option, l'intégration interne (*Internal Embedding*), ne sert qu'à diagnostiquer un problème de style.
- 3 Chargement optimisé des images** (*Optimized Image Loading*). Activez-le. Elementor demande au navigateur de charger en priorité la première image visible et de différer les autres jusqu'à ce que le visiteur fasse défiler la page : c'est le **chargement paresseux** (*lazy loading*), que WordPress applique déjà à ses propres images.
- 4 Chargement optimisé de Gutenberg** (*Optimized Gutenberg Loading*). Activez-le. Sur une page construite avec Elementor, les styles de l'éditeur de blocs de WordPress ne servent à rien ; ce réglage évite de les charger.
- 5 Passez à l'onglet Avancé.** Vous y trouvez **Google Fonts**, qui autorise ou interdit le chargement des polices depuis les serveurs de Google, et **Chargement de Google Fonts** (*Google Fonts Load*), qui règle le comportement d'affichage : choisissez **Swap**. Si vous hébergez vos polices localement (Polices personnalisées d'Elementor Pro dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Éléments personnalisés**, ou une extension de chargement local citée à titre d'exemple au chapitre 13), désactivez Google Fonts.

- 6 **Laissez Font Awesome 4 désactivé.** Le réglage **Load Font Awesome 4 Support** (prise en charge de l'ancienne bibliothèque d'icônes) n'a d'intérêt que pour un site très ancien : il charge une bibliothèque supplémentaire pour rien.
- 7 **Enregistrez**, puis videz le cache du site s'il y en a un (voir plus bas) et ouvrez une page en navigation privée pour vérifier que tout s'affiche.

À SAVOIR

Les éléments atomiques jouent en votre faveur sans réglage. Un Flexbox atomique produit dans la page un seul conteneur HTML, là où les anciennes Sections et Colonnes en produisaient plusieurs emboîtés. Moins de code à dessiner, c'est un affichage plus rapide et un INP meilleur. Le thème Hello, lui, pèse moins de 30 Ko : c'est l'une des raisons pour lesquelles ce support le recommande.

PIÈGE CLASSIQUE

Activer une extension d'optimisation « tout-en-un » avec tous ses réglages cochés, sans lire ce qu'ils font. La fusion ou le report du chargement des scripts peut casser un carrousel, un formulaire ou une popup Elementor. Activez les options une par une, testez la page d'accueil et le formulaire de contact après chacune, et gardez une sauvegarde (chapitre 36).

33.4 — Cache, hébergement et PHP

Quand un visiteur demande une page, WordPress interroge sa base de données, assemble le contenu, applique le thème et Elementor, puis envoie le résultat. Ce travail se répète à chaque visite, alors que la page ne change pas d'un visiteur à l'autre. Un **cache** conserve la page assemblée et la sert directement aux visiteurs suivants ; c'est le deuxième levier après les images, et il se règle en dehors d'Elementor.

Deux voies sont possibles. La plupart des hébergeurs français courants proposent leur propre cache, activé depuis l'espace client ou par une extension maison ; c'est la solution la plus simple, et souvent la plus efficace, parce qu'elle agit avant même WordPress. À défaut, une extension de cache (WP Rocket est un exemple payant courant ; il en existe de gratuites) fait le même travail depuis WordPress. Dans les deux cas, retenez la règle : après chaque modification importante, on **vide le cache**, sinon les visiteurs voient l'ancienne version pendant des heures.

Le **CDN** (*Content Delivery Network*, réseau de serveurs répartis qui rapproche les fichiers du visiteur) est facultatif pour un artisan dont la clientèle est à cinquante kilomètres du serveur. Il devient utile pour un site qui vise plusieurs pays.

Reste la version de PHP, le langage qui fait tourner WordPress. Elementor exige au minimum PHP 7.4 et recommande PHP 8.3 ou plus récent, avec 512 Mo de mémoire (768 Mo pour de meilleures performances). Le changement se fait dans l'espace client de l'hébergeur, en quelques clics ; une version récente de PHP est plus rapide et mieux sécurisée. Vérifiez la version en place dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Système**, la page d'informations système.

ATTENTION

Avant de changer de version PHP, faites une sauvegarde et vérifiez que vos extensions sont à jour. Une extension abandonnée depuis des années peut ne pas fonctionner avec PHP 8.3 et provoquer une page blanche ; le chapitre 36 explique comment revenir en arrière.

33.5 — Mesurer sans courir après le 100/100

Trois outils gratuits permettent de mesurer un site sans rien installer. **PageSpeed Insights**, proposé par Google, analyse l'adresse que vous lui donnez et affiche, pour mobile et pour ordinateur, un score sur 100 accompagné des trois Core Web Vitals et d'une liste de recommandations. **WebPageTest** montre le chargement seconde par seconde sous forme de pellicule, ce qui aide à comprendre ce qui apparaît en premier. **GTmetrix** présente le poids total de la page et la liste des fichiers téléchargés, du plus lourd au plus léger : c'est le plus parlant pour repérer une image oubliée.

COMMENT LIRE UN RAPPORT

Regardez d'abord le résultat **mobile**, toujours moins bon que celui sur ordinateur et toujours plus proche de ce que vivent vos visiteurs. Distinguez ensuite les **données de terrain**, mesurées sur de vrais visiteurs quand le site en a assez, des **données de laboratoire**, simulées sur une connexion volontairement lente. Les premières comptent pour Google ; les secondes servent à diagnostiquer. Enfin, lisez la liste des recommandations comme une liste de pistes, pas comme une liste d'ordres : « Diffusez des images de nouvelle génération » veut dire « convertissez en WebP », « Éliminez les ressources qui bloquent le rendu » désigne le plus souvent des polices ou une extension de trop.

Un site vitrine à 85 sur mobile, qui s'affiche en deux secondes et dont le formulaire fonctionne, vaut mieux qu'un 100 obtenu en supprimant les photos.

Le score n'est pas une note d'examen. Un site avec de vraies photos de chantier atteint rarement 100, et cela n'a aucune importance : ce qui compte, c'est que les trois Core Web Vitals soient dans le vert et que le score mobile ne s'effondre pas sous 60. Au-delà, chaque point supplémentaire coûte plus qu'il ne rapporte.

OPTIMISER LES IMAGES APRÈS COUP

Si les images sont déjà en ligne sans avoir été préparées, deux options existent. La première est l'outil **Image Optimizer** d'Elementor, accessible dans le menu ► **Elementor** ► **Image Optimization** de l'administration : il redimensionne et convertit les images de la Médiathèque, contre des crédits (10 crédits par image, inclus dans l'abonnement Elementor One, qui en fournit 25 000 par mois). La seconde est de refaire le travail à la main ou avec un outil de compression en ligne (Squoosh, gratuit, est un exemple), puis de remplacer les fichiers dans la Médiathèque. Pour un site de cinq pages et une trentaine d'images, la seconde option prend une heure et ne coûte rien.

- ☐ Chaque image de bandeau mesure 1 600 à 2 000 px de large et pèse moins de 300 Ko ; les images de cartes, moins de 150 Ko.
- ☐ Deux familles de polices au plus, quatre graisses au plus, chargées localement, affichage *swap*.
- ☐ Méthode d'impression CSS en fichier externe ; chargement optimisé des images et de Gutenberg activés.
- ☐ Aucune vidéo d'arrière-plan sur mobile ; aucune animation sur le premier écran.
- ☐ Widget Google Maps remplacé par une image cliquable, sauf besoin réel.

- ☐ Extensions inutiles désinstallées ; moins d'une dizaine d'extensions actives.
- ☐ Cache de l'hébergeur ou extension de cache actif, et vidé après chaque modification.
- ☐ PHP 8.3 ou plus récent, 512 Mo de mémoire au moins.
- ☐ Score PageSpeed mobile relevé avant et après, Core Web Vitals dans le vert.

EXERCICE 33.1 — AUDIT AVANT / APRÈS DE LA PAGE D'ACCUEIL

30 MIN

Objectif : mesurer l'effet réel des images et des réglages sur la page d'accueil de la Menuiserie Roche, et garder une trace chiffrée.

1. Publiez la page d'accueil telle qu'elle est, puis passez son adresse dans PageSpeed Insights et dans GTmetrix. Notez dans un tableau à deux colonnes (« avant » / « après ») : le score mobile, le LCP, le CLS, le poids total de la page et le nombre de fichiers.
2. Dans GTmetrix, ouvrez la liste des fichiers triée par poids. Relevez chaque image de plus de 300 Ko avec sa dimension réelle.
3. Pour chacune, préparez une version à la bonne dimension (1 900 px de large pour le bandeau, 1 000 px pour les trois cartes prestations), en WebP, sous 300 Ko. Remplacez-les dans la Médiathèque et dans les éléments Image de la page.
4. Appliquez les sept étapes du pas-à-pas 33.3 dans ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages**.
5. Videz le cache, attendez une minute et relancez les deux mesures. Complétez la colonne « après ».
6. Rédigez trois lignes de conclusion : quel poste a le plus pesé, quel réglage a le plus changé le score, et ce qu'il reste à améliorer.

Résultat attendu : un tableau avant / après montrant une baisse nette du poids de la page (souvent divisé par deux ou trois quand les images n'avaient jamais été préparées), un LCP inférieur à 2,5 secondes sur mobile, un CLS inférieur à 0,1, et une page dont l'apparence n'a pas changé pour le visiteur.

À RETENIR

- Les trois Core Web Vitals résument ce qu'attend le visiteur : voir vite (**LCP** sous 2,5 s), que ça réponde (**INP** sous 200 ms), que rien ne bouge (**CLS** sous 0,1).
- Sur un site vitrine, les **images** pèsent plus que tout le reste ; les préparer à la bonne dimension et en WebP est le premier travail, avant tout réglage.
- Les réglages Elementor utiles tiennent en un onglet : **Méthode d'impression CSS** en fichier externe, chargement optimisé des images et de Gutenberg, polices en *swap* et de préférence locales.
- Le **cache** de l'hébergeur ou d'une extension et une version récente de **PHP** sont le deuxième levier ; les éléments atomiques et le thème Hello allègent déjà le code.
- On mesure avec PageSpeed Insights, WebPageTest ou GTmetrix, en regardant d'abord le mobile, et l'on cherche des vitals dans le vert, pas un 100/100.

CHAPITRE 34

Accessibilité et référencement de base

Un site sert à être trouvé et à être lu, par tout le monde. Ce chapitre traite ensemble deux sujets que l'on sépare d'habitude : l'accessibilité, qui permet à une personne malvoyante, âgée ou pressée d'utiliser votre site, et le référencement, qui permet à un moteur de recherche de le comprendre. Les deux reposent sur les mêmes bonnes habitudes, prises au moment de construire.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui construit un site vitrine et veut qu'il soit trouvé sur Google et utilisable par tous ses visiteurs.
ENJEU	Livrer un site lisible au clavier, au lecteur d'écran et sur un petit écran, et correctement décrit pour les moteurs de recherche.
IDÉE CLÉ	Un site bien structuré — un H1, des titres dans l'ordre, des images décrites, des liens explicites — est accessible et bien référencé par le même geste.
PRÉREQUIS	Chapitres 13 (titres et typographie), 14 (images et texte alternatif), 15 (boutons et liens), 28 (formulaire), 33 (performance).
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

34.1 — L'accessibilité : de quoi parle-t-on, et qui y est tenu

Un site est **accessible** quand une personne peut l'utiliser quelles que soient ses capacités : une personne aveugle qui écoute la page avec un lecteur d'écran, une personne qui ne peut pas manier une souris et navigue au clavier, une personne âgée qui a besoin de gros caractères et de contrastes forts, une personne dyslexique, ou simplement quelqu'un qui lit votre site au soleil sur un téléphone. Les personnes concernées se comptent en millions en France ; sur un territoire rural où la clientèle est souvent âgée, la part de visiteurs concernés est loin d'être marginale.

Sur le plan légal, il faut rester précis. Les obligations d'accessibilité numérique visent d'abord les **services publics**, tenus de respecter le **RGAA** (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité) et de publier une déclaration d'accessibilité. Depuis le **28 juin 2025**, l'acte européen sur l'accessibilité, transposé en droit français, étend des obligations à certains **services numériques du secteur privé** — le commerce en ligne notamment, ainsi que les services bancaires, de transport ou de communication —, selon la taille de l'entreprise, les plus petites en étant exemptées. Une menuiserie de trois personnes qui présente ses prestations sur un site vitrine n'est donc pas, à ce jour, soumise au RGAA.

Cela ne veut pas dire que le sujet ne la concerne pas. Les bonnes pratiques d'accessibilité restent recommandées à tous, pour trois raisons très concrètes : elles élargissent la clientèle, elles rendent le site plus lisible pour tout le monde, et elles coïncident presque point par point avec ce que les moteurs de recherche attendent d'une page. La suite du chapitre s'en tient à ces pratiques, sans prétendre à une conformité que personne ne vous demande.

À SAVOIR

Le RGAA est la déclinaison française d'un standard international, les **WCAG** (*Web Content Accessibility Guidelines*), organisées en niveaux A, AA et AAA. Quand un outil vous parle de « niveau AA » ou de « contraste 4,5:1 », il se réfère à ces règles. Vous n'avez pas à les apprendre ; les dix pratiques ci-dessous en couvrent l'essentiel pour un site vitrine.

34.2 — Dix pratiques qui rendent un site Elementor accessible

Chacune de ces pratiques a déjà été rencontrée dans un chapitre précédent. Elles sont rassemblées ici avec l'endroit précis où on les applique dans Elementor.

Pratique	Pourquoi	Où, dans Elementor
Un seul H1, puis H2, H3 dans l'ordre	Le lecteur d'écran et Google lisent la page par ses titres, comme un sommaire.	Élément Titre › Balise ; masquer le titre du thème si vous en créez un vous-même (› Réglages de page › Masquer le titre).
Texte alternatif sur les images utiles	C'est ce qu'entend une personne aveugle et ce que lit le moteur.	Médiathèque › champ Texte alternatif ; vide pour une image purement décorative.
Contraste d'au moins 4,5:1 (3:1 pour les gros titres)	Un texte gris clair sur fond blanc cassé est illisible pour beaucoup.	Variables de couleur (chapitre 18) ; vérifier avec un outil de contraste.
Corps de texte de 16 px au moins, en rem	Respecte le zoom du navigateur et la lecture sur téléphone.	Onglet Style › Typographie , tailles en rem .
Focus visible sur les liens et boutons	La personne qui navigue au clavier doit voir où elle est.	État Focus d'une classe (chapitre 18) ; ne jamais supprimer le contour.
Liens et boutons explicites	« Demander un devis » se comprend hors contexte ; « Cliquez ici » non.	Texte de l'élément Bouton ; lien dans le Paragraphe.
Formulaires avec libellés visibles	Un texte indicatif dans le champ disparaît dès qu'on tape.	Formulaire atomique › élément Libellé relié au champ ; widget Formulaire › afficher les libellés.
Jamais d'information par la couleur seule	Une personne daltonienne ne voit pas « en rouge, les champs obligatoires ».	Ajouter un astérisque, un mot, une icône.
Peu d'animations, courtes	Certaines personnes ont activé une réduction des mouvements dans leur système.	Onglet Interactions : entrée uniquement, 300 à 600 ms (chapitre 20).
Menu utilisable au clavier	Tabulation d'un lien à l'autre, sous-menus atteignables.	Widget Menu WordPress (Pro) ; tester avec la touche Tab .

ATTENTION

Rien ne garantit qu'une animation Elementor se désactive d'elle-même pour les personnes qui ont demandé une réduction des mouvements à leur système. La règle la plus sûre reste celle du chapitre 20 : peu d'animations, jamais sur le texte principal, jamais en boucle.

34.3 — Vérifier : au clavier, avec un outil, avec Ally

Le premier test ne coûte rien et prend cinq minutes : lâchez la souris. Ouvrez la page d'accueil et appuyez sur la touche **Tab** plusieurs fois. Vous devez voir un contour se déplacer de lien en lien, dans un ordre logique, atteindre chaque bouton, entrer dans le menu et en sortir, arriver jusqu'au formulaire et permettre de l'envoyer avec **Entrée**. Si le contour disparaît quelque part, si un élément est sauté ou si l'ordre saute d'un bout à l'autre de la page, vous avez trouvé un défaut.

- 1 **Testez au clavier.** Page d'accueil ouverte dans le navigateur, appuyez sur **Tab** jusqu'à revenir au début. Notez chaque endroit où le contour de focus n'est pas visible.
- 2 **Lancez Lighthouse.** Dans Chrome ou Edge, ouvrez les outils de développement (touche **F12**), onglet **Lighthouse**, cochez la catégorie **Accessibilité** et lancez l'analyse. Vous obtenez une note sur 100 et la liste des défauts détectables automatiquement : contrastes, images sans texte alternatif, libellés manquants, ordre des titres. PageSpeed Insights (chapitre 33) donne le même rapport en ligne.
- 3 **Passez WAVE.** L'outil gratuit WAVE (par WebAIM) affiche les erreurs directement sur la page, à leur emplacement ; c'est le plus lisible pour un débutant.
- 4 **Vérifiez les contrastes.** Prenez chaque couple texte / fond de vos variables (bois sur blanc cassé, anthracite sur vert sauge...) et passez-les dans un vérificateur de contraste ; corrigez la variable, pas l'élément.
- 5 **Corrigez, puis refaites l'analyse.** Les outils automatiques ne détectent qu'une partie des problèmes ; le test au clavier et une lecture attentive des textes alternatifs restent indispensables.

ELEMENTOR PRO

Elementor propose une extension dédiée, **Ally**, accessible dans le menu ► **Elementor** ► **Accessibility** de l'administration. Elle ajoute pour le visiteur un panneau d'options (taille du texte, contrastes) et des contrôles assistés par IA, facturés en crédits Elementor One (20 crédits par correctif IA, l'abonnement One en fournissant 25 000 par mois). Gardez à l'esprit qu'un panneau d'options ajouté par-dessus la page n'en corrige pas la construction : il complète un site bien structuré, il ne remplace pas les dix pratiques ci-dessus.

34.4 — Référencement : ce qu'Elementor fait et ne fait pas

Le **référencement** (ou SEO, *Search Engine Optimization*) désigne tout ce qui permet à une page d'apparaître dans les résultats d'un moteur de recherche quand quelqu'un tape « menuisier Murol » ou « escalier sur mesure Puy-de-Dôme ». Elementor n'est pas un outil de référencement et ne le prétend pas ; il y contribue par la structure des pages et par leur vitesse, et il laisse le reste à WordPress et à une extension spécialisée.

Ce dont il s'agit	Elementor	Qui s'en charge
Structure de la page (H1, H2, balises Header, Section, Footer)	✓	Vous, dans les éléments Titre et les conteneurs (balise HTML).
Vitesse de chargement	✓	Vous, avec le chapitre 33.
Texte alternatif et nom des images	✓	Vous, dans la Médiathèque.
Titre et description affichés dans les résultats Google	—	Une extension de référencement (Yoast SEO ou Rank Math, cités comme exemples).
Plan du site (<i>sitemap</i>) envoyé aux moteurs	—	WordPress en produit un de base ; l'extension de référencement l'enrichit.
Redirections quand une adresse change	—	L'extension de référencement ou l'hébergeur.
Données structurées « entreprise locale »	—	L'extension de référencement (réglages « SEO local »).
Contenu réel, utile, rédigé pour vos clients	—	Vous, avant même d'ouvrir Elementor (chapitre 37).

DÉFINITION

Métadonnées — le titre et la description qu'un moteur de recherche affiche dans ses résultats pour une page. Elles ne sont pas visibles sur la page elle-même ; elles se rédigent dans les champs de l'extension de référencement, sous l'éditeur WordPress de chaque page. Un titre de 50 à 60 caractères avec le mot-clé et la commune, une description de 150 caractères qui donne envie de cliquer.

34.5 — Les bases qui rapportent

Pour un artisan, le référencement utile est **local** : il s'agit d'apparaître quand quelqu'un cherche votre métier près de chez vous. Cela demande moins de technique que de méthode, et les règles suivantes valent pour tout le support.

UNE PAGE PAR PRESTATION, ET DES PAGES LOCALES SANS COPIER-COLLER

Une page « Prestations » qui parle de tout est moins bien classée que trois pages « Escaliers sur mesure », « Cuisines sur mesure » et « Agencements » qui parlent chacune d'une chose. De même, une page « Menuisier à La Bourboule » peut avoir du sens si vous y intervenez souvent — à condition d'y écrire un contenu propre (chantiers réalisés dans la commune, délais, particularités), et non de dupliquer la page de Murol en changeant le nom de la ville. Les moteurs repèrent les pages copiées et ne retiennent que l'une d'elles ; les pages locales vides desservent le site au lieu de le servir.

UN H1 PAR PAGE, DES TITRES DESCRIPTIFS, UN CONTENU RÉEL

Le H1 dit de quoi parle la page : « Escaliers sur mesure en bois massif », pas « Bienvenue ». Les H2 découpent le propos. Le texte répond aux questions que se pose un client : quel bois, quel délai, quel secteur, quel budget indicatif, comment se passe un projet. Une page de trois lignes avec une grande photo ne dit rien ni au visiteur ni au moteur.

DES IMAGES NOMMÉES, DES LIENS INTERNES, UNE FICHE GOOGLE RELIÉE

Le nom du fichier compte : `escalier-chene-muroi.webp` vaut mieux que `IMG_4521.jpg`. Chaque page renvoie vers les autres par des liens dans le texte (« voir nos *réalisations* »), ce qui aide les moteurs à parcourir le site et le visiteur à circuler. Enfin, la **fiche d'établissement Google** (Google Business Profile) est, pour un artisan, souvent plus visible que le site lui-même : reliez-la au site, et veillez à ce que nom, adresse et téléphone soient écrits exactement de la même façon sur la fiche, dans le pied de page et dans les mentions légales.

PIÈGE CLASSIQUE

Pendant la construction, on coche souvent dans ► **Réglages** ► **Lecture** la case **Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site**, pour ne pas être trouvé avec un site inachevé. C'est une bonne idée — à condition de la **décocher à la mise en ligne**. Un site invisible dans Google trois mois après son lancement a presque toujours cette case pour cause. Ajoutez-la à votre checklist de mise en ligne (chapitre 37). Le mode maintenance d'Elementor, lui, se retire dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils**.

Ne vous fiez pas aux promesses de « première page en trente jours ». Le référencement local d'un site neuf se construit sur des mois, avec du contenu, des avis clients et une fiche Google tenue à jour. Ce support ne promet aucun résultat chiffré, et vous devez vous méfier de ceux qui en promettent.

GRILLE D'AUDIT EN VINGT POINTS

Voici la grille utilisée dans l'exercice ci-dessous. Les dix premiers points relèvent de l'accessibilité, les dix suivants du référencement ; elle se réutilise pour chaque page du site.

- ☐ Un seul H1, qui décrit la page.
- ☐ Les H2 et H3 suivent dans l'ordre, sans saut de niveau.
- ☐ Chaque image utile a un texte alternatif ; les images décoratives n'en ont pas.
- ☐ Tous les couples texte / fond atteignent 4,5:1 (3:1 pour les gros titres).
- ☐ Le corps de texte fait au moins 16 px, en rem.
- ☐ Le focus est visible sur chaque lien et bouton au clavier.
- ☐ Chaque lien et bouton se comprend hors contexte.
- ☐ Chaque champ de formulaire a un libellé visible ; l'obligation est signalée autrement que par la couleur.
- ☐ Les animations sont rares, courtes, absentes du texte principal.
- ☐ Le menu se parcourt entièrement au clavier, sous-menus compris.
- ☐ Le titre et la description de la page sont renseignés dans l'extension de référencement.
- ☐ La page traite d'un seul sujet et répond aux questions d'un client.
- ☐ Le texte fait au moins quelques paragraphes réels, pas une phrase et une photo.
- ☐ Les fichiers d'images portent des noms parlants.
- ☐ La page contient au moins deux liens vers d'autres pages du site.
- ☐ La page se charge en moins de trois secondes sur mobile (chapitre 33).
- ☐ L'adresse de la page (permalien) est courte et lisible.
- ☐ Aucune page locale n'est une copie d'une autre.
- ☐ Nom, adresse et téléphone sont identiques au site, à la fiche Google et aux mentions légales.

☐ La case « ne pas indexer ce site » est décochée.

EXERCICE 34.1 — AUDIT DE LA PAGE « PRESTATIONS » EN VINGT POINTS

30 MIN

Objectif : passer la page « Prestations » de la Menuiserie Roche à la grille ci-dessus, corriger ce qui peut l'être dans Elementor, et distinguer ce qui relève d'une extension ou d'une réécriture.

1. Ouvrez la page « Prestations » publiée dans un onglet, et la même page dans Elementor dans un autre. Parcourez les vingt points de la grille en notant pour chacun : conforme, à corriger, ou hors champ.
2. Faites le test au clavier avec **Tab** sur la page publiée, puis lancez Lighthouse en catégorie Accessibilité. Ajoutez ses remarques à votre relevé.
3. Corrigez dans Elementor tout ce qui s'y corrige : balises de titres, textes alternatifs manquants dans la Médiathèque, contraste d'une variable, libellés du formulaire, texte des boutons.
4. Listez à part ce qui demande autre chose qu'Elementor : titre et description à rédiger dans l'extension de référencement, paragraphe à écrire sur les délais et le secteur d'intervention, image à renommer avant de la retéléverser.
5. Relancez Lighthouse et comparez la note. Conservez la grille remplie : elle servira au contrôle qualité du chapitre 37, comme nous le faisons en atelier Num Compagny.

Résultat attendu : une page « Prestations » avec un seul H1 descriptif, des titres dans l'ordre, des images décrites, un formulaire ou un bouton de contact utilisable au clavier, une note Lighthouse en accessibilité supérieure à 90, et une liste courte et précise des textes qui restent à rédiger.

À RETENIR

- Les obligations légales d'accessibilité visent les **services publics** et, depuis le 28 juin 2025, certains services numériques privés selon la taille de l'entreprise ; pour une TPE, les bonnes pratiques restent recommandées, non imposées.
- Dix pratiques suffisent à un site vitrine : **un H1**, des titres dans l'ordre, des textes alternatifs, un contraste de 4,5:1, 16 px minimum, un focus visible, des liens explicites, des libellés de formulaire, peu d'animations, un menu utilisable au clavier.
- On vérifie d'abord **au clavier**, puis avec Lighthouse ou WAVE ; Ally complète un site bien construit, il ne le corrige pas.
- Elementor apporte la **structure** et la **vitesse** ; les métadonnées, le plan du site, les redirections et les données structurées relèvent d'une extension de référencement.
- Le référencement d'un artisan est **local** : une page par prestation, des pages locales écrites et non copiées, une fiche Google reliée, et la case « ne pas indexer » décochée à la mise en ligne.

CHAPITRE 35

Conformité : mentions légales, RGPD, cookies, formulaires, contenus IA

Un site vitrine engage la responsabilité de celui qui le publie. Ce chapitre passe en revue, sans jargon juridique, ce qu'un site d'artisan doit afficher et respecter : les mentions légales, l'information sur les données personnelles, les cookies, le formulaire de contact, le démarchage téléphonique et les contenus produits avec une IA. Deux canevas de texte prêts à adapter sont fournis.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui publie un site pour une entreprise, une association ou une activité indépendante.
ENJEU	Mettre en ligne un site qui respecte la loi française et européenne, sans avocat pour un site vitrine simple, mais sans approximation.
IDÉE CLÉ	La conformité d'un site vitrine tient en trois pages et un formulaire bien fait : on dit qui l'on est , on dit ce qu'on fait des données , et on ne charge rien sans y avoir réfléchi.
PRÉREQUIS	Chapitres 23 (IA), 28 (formulaires) et 33 (polices, cartes, vidéos).
LECTURE	Environ 18 minutes (+ 40 minutes d'exercice).

35.1 — Les mentions légales : dire qui publie

Toute personne qui édite un site en France doit permettre à ses visiteurs de savoir qui se trouve derrière. C'est la **loi pour la confiance dans l'économie numérique** (loi du 21 juin 2004, dite LCEN) qui l'impose, à tout site professionnel, quelle que soit sa taille. Les mentions attendues sont peu nombreuses, mais elles doivent être complètes et faciles à trouver : une page « Mentions légales » reliée depuis le pied de page de toutes les pages suffit.

Pour une entreprise, il faut indiquer sa **dénomination** ou sa raison sociale, sa forme juridique et son capital s'il y a lieu, l'**adresse de son siège**, un **numéro de téléphone** et une adresse e-mail, son **numéro d'immatriculation** (le SIREN, et pour un artisan l'inscription au registre national des entreprises, qui a remplacé le répertoire des métiers), son numéro de TVA intracommunautaire si elle y est assujettie, le nom du **directeur de la publication** (en général le dirigeant), et l'identité de l'**hébergeur** du site avec son adresse et son téléphone. Un entrepreneur individuel indique ses nom et prénom, son adresse et son numéro d'immatriculation.

Deux mentions supplémentaires concernent les artisans. Une activité soumise à une **assurance professionnelle obligatoire** — c'est le cas des métiers du bâtiment avec la garantie décennale, dont relève la pose d'escaliers — indique le nom de l'assureur et l'étendue géographique de la couverture ; cette mention figure de toute façon sur les devis et factures, autant la reprendre sur le site. Et tout professionnel qui vend à des particuliers doit leur indiquer le **médiateur de la consommation** auquel il adhère, notamment sur son site. Si vous n'en avez pas encore, votre chambre de métiers ou votre organisation professionnelle vous orientera.

MÉTHODE

Canevas de mentions légales (à adapter, champs entre crochets ; à faire relire par votre expert-comptable ou votre chambre de métiers).

Éditeur du site. [Dénomination ou Nom Prénom], [forme juridique : entreprise individuelle / SARL au capital de X €...], dont le siège est situé [adresse complète]. Téléphone : [numéro]. E-mail : [adresse]. SIREN : [XXX XXX XXX]. [Immatriculé(e) au registre national des entreprises, secteur des métiers et de l'artisanat / au RCS de [ville] sous le n° ...]. [N° de TVA intracommunautaire : FR... / TVA non applicable, article 293 B du CGI].

Directeur de la publication. [Nom Prénom], [qualité : gérant(e), président(e), entrepreneur(e) individuel(le)].

Hébergement. Le site est hébergé par [nom de l'hébergeur], [forme juridique], [adresse], [téléphone].

Assurance professionnelle [si applicable]. [Nom de l'assureur], [adresse]. Couverture géographique : [France métropolitaine]. [Garantie décennale : contrat n° ...].

Médiation de la consommation. En cas de litige non résolu, le consommateur peut saisir gratuitement [nom du médiateur], [adresse postale / site web].

Propriété intellectuelle. L'ensemble des textes, photographies et éléments graphiques de ce site est la propriété de [éditeur] ou de ses auteurs et ne peut être reproduit sans autorisation. Crédits photographiques : [nom du photographe / banque d'images et licence].

Contenus assistés par IA [recommandé]. Certains textes ou visuels de ce site ont été préparés avec l'aide d'outils d'intelligence artificielle, puis relus, vérifiés et validés par [éditeur], qui en assume la responsabilité. Les photographies de réalisations sont des photographies réelles.

Données personnelles. Voir notre politique de confidentialité [lien].

35.2 — La politique de confidentialité : dire ce qu'on fait des données

Dès qu'un site collecte une information sur une personne — un nom et une adresse e-mail dans un formulaire de contact suffisent —, le **RGPD** (règlement général sur la protection des données, appliqué en Europe depuis 2018) s'applique. Pour un site vitrine, la conséquence est simple : informer clairement, ne collecter que le nécessaire, ne pas conserver indéfiniment, et permettre aux personnes d'exercer leurs droits. Ce n'est ni une déclaration à faire ni une autorisation à demander ; c'est une page à écrire et des habitudes à prendre.

La page « Politique de confidentialité » (ou « Données personnelles ») répond à des questions précises : qui est responsable du traitement, quelles données sont collectées et par quel moyen, dans quel but, sur quel fondement, qui y a accès, combien de temps elles sont gardées, quels sont les droits des personnes et comment les exercer, et auprès de qui se plaindre — en France, la **CNIL** (Commission nationale de l'informatique et des libertés). Elle mentionne aussi les cookies et outils de mesure éventuels (voir 35.3).

DÉFINITION

Base légale — la justification juridique d'une collecte de données. Pour une demande de devis, c'est l'exécution de **mesures précontractuelles** à la demande de la personne : elle vous écrit, vous lui répondez. Pour un rappel téléphonique commercial ou l'envoi d'actualités, c'est le **consentement**, qui doit être libre, spécifique, éclairé et retirable à tout moment. Choisir la bonne base évite de demander un consentement là où il n'est pas nécessaire, et d'en oublier un là où il l'est.

MÉTHODE

Canevas de politique de confidentialité pour un formulaire de contact (à adapter, champs entre crochets).

Responsable du traitement. [Dénomination], [adresse], [e-mail de contact].

Données collectées. Lorsque vous utilisez le formulaire de contact ou de demande de devis, nous recueillons : votre nom, votre adresse e-mail, [votre numéro de téléphone (facultatif)], [votre commune], et le contenu de votre message. Les champs marqués d'un astérisque sont nécessaires pour vous répondre ; les autres sont facultatifs. Aucune autre donnée n'est collectée à votre insu.

Finalités et bases légales. Ces données servent uniquement à répondre à votre demande et, le cas échéant, à établir un devis (mesures précontractuelles prises à votre demande). Si vous avez coché la case correspondante, votre numéro de téléphone sert à vous rappeler au sujet de votre demande (consentement, que vous pouvez retirer à tout moment en nous écrivant). Nous n'utilisons pas vos données à des fins de prospection sans votre accord et ne les cédon à personne.

Destinataires. Les données sont traitées par [dénomination] uniquement. Notre hébergeur, [nom], y a techniquement accès en qualité de sous-traitant, dans l'Union européenne. [Aucun transfert hors de l'Union européenne.]

Durée de conservation. Les demandes sont conservées le temps de leur traitement, puis [3 ans] à compter de notre dernier échange, durée couramment retenue pour les contacts commerciaux ; les envois enregistrés dans le site sont supprimés tous les [6 mois]. Les devis acceptés et factures sont conservés selon les durées légales comptables.

Vos droits. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition et de portabilité de vos données. Pour l'exercer, écrivez à [e-mail] ou à [adresse postale] ; nous vous répondons sous un mois. Vous pouvez introduire une réclamation auprès de la CNIL (cnil.fr).

Cookies et mesure d'audience. [Ce site ne dépose aucun traceur soumis à consentement. / Ce site utilise l'outil de mesure d'audience [nom], configuré selon les recommandations de la CNIL et exempté de consentement ; il ne permet pas de vous suivre sur d'autres sites.] [Liste des traceurs techniques : ...]

Mise à jour. Politique mise à jour le [date].

35.3 — Cookies et traceurs : ce qui déclenche le consentement

Un **cookie** est un petit fichier qu'un site dépose dans le navigateur du visiteur pour se souvenir de quelque chose ; la loi française et la CNIL parlent plus largement de **traceurs**, ce qui inclut tout ce qu'un site écrit ou lit dans l'appareil du visiteur. La règle est la suivante : déposer un

traceur qui n'est pas strictement nécessaire au service demandé exige le **consentement préalable** du visiteur, exprimé par un acte positif. Continuer à naviguer ne vaut pas accord, et refuser doit être aussi simple qu'accepter.

Bonne nouvelle pour un site vitrine : Elementor ne dépose par lui-même aucun cookie dans une page simple, et WordPress n'en pose que pour les utilisateurs connectés, ce qui ne concerne pas vos visiteurs. Ce sont les éléments **tiers** que vous ajoutez qui créent l'obligation. Le tableau ci-dessous les recense.

Élément présent sur le site	Consentement	Que faire
Cookies techniques de WordPress (connexion, commentaires)	Non, exemptés	Rien, sinon les citer dans la politique de confidentialité.
Mesure d'audience exemptée (Matomo auto-hébergé configuré selon la CNIL, ou équivalent)	Non, sous conditions	Statistiques anonymes, pour votre seul compte, sans suivi d'un site à l'autre ; conserver la configuration CNIL et le mentionner.
Google Analytics et outils de statistiques non exemptés	Oui	Bandeau qui bloque le script tant que le visiteur n'a pas accepté, ou remplacement par un outil exempté.
Vidéo YouTube intégrée	Oui, dès l'affichage	Afficher une image de couverture et ne charger la vidéo qu'au clic, ou passer par le bandeau ; à défaut, vidéo auto-hébergée (chapitre 14).
Widget Google Maps	Oui	Image du plan cliquable vers l'itinéraire (chapitre 16).
Polices Google chargées depuis les serveurs de Google	Pas un cookie, mais une transmission de l'adresse IP à un tiers	Héberger les polices sur le site (chapitres 13 et 33).
Pixel Meta, balise Google Ads, widgets Facebook	Oui	Bandeau bloquant, ou s'en passer sur un site vitrine.
reCAPTCHA de Google	La CNIL considère qu'il n'est pas exempté	Champ Honeypot du formulaire d'abord (chapitre 28) ; reCAPTCHA seulement si le spam l'impose, avec consentement.
Popup Elementor qui mémorise son affichage	Écriture dans le navigateur, sans suivi	La citer parmi les traceurs techniques de la politique de confidentialité.

Si, après inventaire, votre site ne contient aucun élément de la colonne « Oui », vous n'avez **pas besoin de bandeau**. C'est le cas d'une Menuiserie Roche qui héberge ses polices, remplace la carte par une image et mesure son audience avec un outil exempté : un site plus rapide, plus sobre et sans bandeau, ce qui est aussi meilleur pour le visiteur.

À SAVOIR

Si un bandeau est nécessaire, il doit proposer **Tout refuser** au même niveau que **Tout accepter**, sans case pré-cochée, bloquer réellement les scripts tant que rien n'est accepté, permettre de changer d'avis (lien « Gérer mes cookies » en pied de page) et redemander le choix au bout de six mois au plus, durée recommandée par la CNIL. Elementor propose son propre outil, ► **Elementor › Cookie Consent**, facturé en crédits Elementor One ; des extensions dédiées existent aussi (Complianz, tarteaucitron.js ou Axeptio, cités comme exemples). Dans tous les cas, testez : ouvrez le site en navigation privée, refusez, et vérifiez dans les outils du navigateur qu'aucun script tiers ne s'est chargé.

35.4 — Le formulaire et le téléphone

Le formulaire de contact est l'endroit où le site collecte des données ; c'est donc là que l'information doit être donnée, au moment même de la collecte. Trois éléments suffisent : une **mention d'information** courte sous le formulaire (« Les informations recueillies servent à traiter votre demande. Elles sont conservées trois ans et ne sont transmises à personne. Pour en savoir plus et exercer vos droits : politique de confidentialité »), une **case d'acceptation** non pré-cochée renvoyant à cette politique, et l'absence de tout **champ inutile** : on ne demande pas la date de naissance pour un devis d'escalier.

Le téléphone mérite une attention particulière. Depuis le **11 août 2026**, en application de la loi du 30 mai 2025, le **démarchage téléphonique** des particuliers est interdit sans leur consentement préalable et explicite. Répondre à quelqu'un qui vous a écrit pour un devis n'est pas du démarchage ; le rappeler six mois plus tard pour lui proposer une cuisine en est. Pour lever toute ambiguïté, le chapitre 28 a prévu une **case dédiée**, facultative et non pré-cochée : « J'accepte d'être rappelé(e) par téléphone au sujet de ma demande. » Le libellé dit qui appelle et pourquoi ; le site conserve la preuve (date, texte affiché) avec l'envoi.

ATTENTION

Elementor Pro enregistre par défaut chaque envoi de formulaire dans ► **Elementor › Envois** (plans Advanced et supérieurs). C'est pratique, mais c'est une base de données personnelles qui grossit toute seule. Fixez une règle — par exemple supprimer les envois de plus de six mois — et notez-la dans votre routine de maintenance (chapitre 36). Si vous ne consultez jamais cette page, désactivez la collecte dans ► **Elementor › Éditeur › Réglages › Avancé** et contentez-vous de l'e-mail reçu.

35.5 — Contenus produits avec une IA, images et droit d'auteur

Le chapitre 23 a montré comment Elementor AI et Angie aident à rédiger et à illustrer. Depuis le **2 août 2026**, l'article 50 du règlement européen sur l'intelligence artificielle (AI Act) impose des obligations de transparence à ceux qui diffusent des contenus produits par une IA. Deux cas concernent un site vitrine : les **hypertrucages** — images, sons ou vidéos générés ou manipulés qui ressemblent à des personnes, lieux ou événements réels et pourraient passer pour authentiques — doivent être signalés comme tels ; et les **textes générés par IA publiés pour informer le public sur des sujets d'intérêt général** doivent l'être aussi, sauf s'ils ont fait l'objet d'une relecture humaine substantielle sous la responsabilité de celui qui publie. Les assistants conversationnels doivent, eux, se présenter comme tels.

Concrètement, la page « Prestations » d'une menuiserie n'est pas un texte d'intérêt général, et une illustration d'ambiance générée n'est pas un hypertrucage. Mais une image générée présentée comme une *photo de votre atelier* ou de *votre réalisation* trompe le client, ce qui relève de la pratique commerciale trompeuse indépendamment de l'AI Act. La ligne de conduite est simple : relire et corriger tout texte généré avant publication, réserver la photographie réelle à tout ce qui montre votre travail, et indiquer dans les mentions légales que certains contenus ont été préparés avec une aide IA puis validés par vous — c'est la mention proposée dans le canevas.

PIÈGE CLASSIQUE

Illustrer son site avec des photos trouvées dans un moteur de recherche d'images. Toute photographie est protégée par le droit d'auteur dès sa création, sans formalité ; l'utiliser sans licence expose à une facture de régularisation, fréquente et coûteuse. Utilisez vos propres photos, celles d'un photographe qui vous a cédé les droits, ou des banques d'images dont vous avez lu la licence (certaines interdisent l'usage commercial ou exigent une mention). Conservez la trace de la licence de chaque image. Pour les images générées par IA, vérifiez les conditions d'utilisation de l'outil ; leur protection juridique est incertaine, ce qui signifie aussi que vous ne pourrez pas empêcher un concurrent de les réutiliser.

Deux derniers points. Une personne reconnaissable sur une photo — un salarié, un client dans sa cuisine neuve — doit avoir donné son accord écrit pour figurer sur le site : c'est le **droit à l'image**. Et une page « Accessibilité » reste facultative pour une entreprise non soumise au RGAA (chapitre 34), mais rien n'interdit d'y dire en quelques lignes ce que vous avez fait et comment vous joindre en cas de difficulté.

35.6 — Mettre le site en règle : le parcours

- 1 **Créez les deux pages.** Dans WordPress, ► **Pages** ► **Ajouter** : « Mentions légales » et « Politique de confidentialité ». Elles peuvent rester dans l'éditeur de blocs (le modèle Page individuelle du chapitre 25 leur donne l'en-tête et le pied de page) ou être ouvertes dans Elementor avec un simple élément Paragraphe par bloc de texte.
- 2 **Remplissez les canevas.** Reprenez les deux encadrés Méthode, remplacez chaque champ entre crochets, supprimez ce qui ne s'applique pas. Ne laissez aucun crochet.
- 3 **Reliez-les depuis le pied de page.** Dans le modèle Pied de page du Constructeur de thème (chapitre 24), ajoutez les deux liens ; ils apparaîtront sur toutes les pages.
- 4 **Ajustez le formulaire.** Mention d'information, case d'acceptation, case de rappel téléphonique facultative, aucun champ superflu (chapitre 28). Fixez la règle de purge des envois.
- 5 **Faites l'inventaire des traceurs.** Passez chaque page au tableau de la section 35.3. Remplacez ce qui peut l'être ; installez un bandeau seulement s'il reste un élément de la colonne « Oui ».
- 6 **Vérifiez en navigation privée.** Ouvrez le site, lisez les deux pages comme un visiteur, envoyez un formulaire de test, et vérifiez dans les outils du navigateur (onglet Réseau) qu'aucun domaine tiers inattendu n'est appelé.
- 7 **Faites relire.** Expert-comptable, chambre de métiers ou organisation professionnelle : une relecture d'un quart d'heure évite les oublis, en particulier sur l'assurance et le médiateur.

 EXERCICE 35.1 — LES PAGES LÉGALES DE LA MENUISERIE ROCHE**40 MIN**

Objectif : produire les mentions légales et la politique de confidentialité du site fil rouge à partir des canevas, et décider si un bandeau de cookies est nécessaire.

1. Rédigez les mentions légales de la Menuiserie Roche (Camille Roche, entrepreneure individuelle, Murol ; inventez un SIREN fictif de neuf chiffres, un hébergeur fictif, un assureur fictif pour la garantie décennale et un médiateur fictif). Contrôlez que les six informations obligatoires y figurent : identité, adresse, contact, immatriculation, directeur de la publication, hébergeur.
2. Rédigez la politique de confidentialité en la calant sur le formulaire de devis en deux étapes du chapitre 28 : listez exactement ses champs, ni plus ni moins, et fixez une durée de conservation et une fréquence de purge des envois.
3. Faites l'inventaire des traceurs du site tel qu'il est aujourd'hui : polices, galerie, vidéo éventuelle, carte, statistiques, formulaire. Pour chaque ligne, écrivez « exempté », « à remplacer par... » ou « consentement nécessaire ».
4. Concluez en une phrase : bandeau nécessaire ou non, et pourquoi.
5. Créez les deux pages dans WordPress, collez les textes, reliez-les depuis le pied de page, puis relisez-les sur un téléphone.

Résultat attendu : deux pages publiées, sans crochet restant, accessibles depuis le pied de page de toutes les pages ; un inventaire des traceurs qui conclut, pour le site tel que construit dans ce support (polices locales, carte en image, pas de vidéo YouTube, statistiques exemptées ou absentes), qu'aucun bandeau n'est nécessaire ; un formulaire dont la mention d'information et les deux cases correspondent mot pour mot à la politique publiée.

À RETENIR

- Les **mentions légales** sont obligatoires pour tout site professionnel : identité, adresse, contact, immatriculation (SIREN et registre national des entreprises pour un artisan), directeur de la publication, hébergeur ; un artisan y ajoute son assurance obligatoire et son médiateur de la consommation.
- La **politique de confidentialité** dit ce que le formulaire collecte, pourquoi, sur quelle base, combien de temps, et comment exercer ses droits ; elle est écrite en même temps que le formulaire, pas après.
- Elementor ne dépose pas de cookies par lui-même ; ce sont les **éléments tiers** (statistiques non exemptées, YouTube, Google Maps, pixels, reCAPTCHA) qui imposent un bandeau. Les supprimer ou les remplacer est souvent la meilleure solution.
- Depuis le **11 août 2026**, rappeler un particulier à des fins commerciales exige son consentement préalable : une case dédiée, facultative et non pré-cochée, avec conservation de la preuve.
- Depuis le **2 août 2026**, les hypertrucages et les textes d'intérêt général générés sans relecture humaine substantielle doivent être signalés ; pour un site vitrine, relire, réserver la photo réelle à vos réalisations et l'indiquer dans les mentions légales suffit.
- Chaque image a un auteur : utilisez vos photos, une licence lue et conservée, et l'accord écrit des personnes reconnaissables.

CHAPITRE 36

Maintenance et dépannage

Un site n'est jamais « fini » : WordPress, Elementor, le thème et les extensions reçoivent des mises à jour, l'hébergeur change de version de PHP, un formulaire cesse d'envoyer sans prévenir. Ce chapitre installe une routine mensuelle courte, présente les outils de réparation d'Elementor et dresse la liste des douze pannes les plus fréquentes avec leur remède.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui aura la charge d'un site Elementor après sa mise en ligne, la sienne ou celle d'un client.
ENJEU	Garder un site à jour, sauvegardé et fonctionnel avec une heure par mois, et savoir quoi faire quand quelque chose casse.
IDÉE CLÉ	On ne met jamais à jour sans sauvegarde , et le premier réflexe quand un style disparaît s'appelle Regénérer le CSS .
PRÉREQUIS	Chapitres 04 (réglages d'administration), 28 (formulaires) et 33 (cache, PHP).
LECTURE	Environ 16 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

36.1 — La routine mensuelle

La plupart des sites qui « tombent en panne » n'ont pas été touchés depuis des mois : les mises à jour se sont accumulées, l'une d'elles a fini par entrer en conflit avec une autre, et personne n'a de sauvegarde récente. La parade est une routine régulière, courte, toujours dans le même ordre. Une heure par mois suffit pour un site vitrine ; bloquez-la dans l'agenda comme un rendez-vous.

- 1 Sauvegardez.** Avant tout le reste, lancez une sauvegarde complète (fichiers et base de données) et vérifiez qu'elle s'est bien terminée (voir 36.2). Sans sauvegarde, n'allez pas plus loin.
- 2 Mettez à jour dans l'ordre.** Dans ► **Tableau de bord** ► **Mises à jour**, appliquez d'abord la mise à jour de **WordPress**, puis celle d'**Elementor**, puis d'**Elementor Pro**, puis du **thème Hello**, puis des **autres extensions**, une par une. Entre chaque étape, rechargez la page d'accueil du site : si quelque chose casse, vous saurez quelle mise à jour est en cause.
- 3 Testez le formulaire.** Envoyez une demande de test depuis le formulaire de contact et vérifiez que l'e-mail arrive, y compris l'accusé de réception au client (chapitre 28). C'est la panne la plus silencieuse : un formulaire qui n'envoie plus ne se signale à personne.
- 4 Parcourez les pages clés.** Accueil, Prestations, Contact, sur ordinateur et sur téléphone. Regardez le menu, le bandeau, une galerie, un bouton d'appel.
- 5 Nettoyez.** Supprimez les envois de formulaire plus anciens que la durée fixée au chapitre 35, videz la corbeille des pages et des médias, désinstallez les extensions désactivées.
- 6 Consignez.** Notez la date, les versions installées et toute anomalie dans un simple fichier texte. Le jour où il faudra ouvrir un ticket, cette liste vaut de l'or.

BONNE PRATIQUE

Ne cochez jamais « Activer les mises à jour automatiques » pour Elementor et Elementor Pro sur un site que vous ne surveillez pas chaque jour. Une mise à jour majeure appliquée un samedi soir sans sauvegarde préalable est le scénario le plus courant des demandes de dépannage. Les mises à jour de sécurité mineures de WordPress, elles, peuvent rester automatiques.

36.2 — Sauvegarder, et tester avant de mettre à jour

Une **sauvegarde** est une copie complète du site — les fichiers (thème, extensions, images de la Médiathèque) et la base de données (pages, réglages, envois) — stockée *ailleurs* que sur le serveur du site. Deux voies existent. La plupart des hébergeurs proposent des sauvegardes automatiques quotidiennes, restaurables depuis l'espace client ; vérifiez qu'elles sont activées et combien de jours elles sont conservées. À défaut, ou en complément, une extension de sauvegarde (UpdraftPlus est un exemple courant) envoie une copie planifiée vers un espace de stockage en ligne.

Une sauvegarde qu'on n'a jamais restaurée n'est qu'un espoir. Au moins une fois, faites l'exercice de restaurer le site sur un espace de test pour vérifier que la copie est complète. Beaucoup d'hébergeurs proposent justement un **site de test** (*staging*), copie du site sur laquelle on applique les mises à jour avant de les reporter sur le site réel. Pour un site vitrine de cinq pages, ce luxe n'est pas indispensable si la sauvegarde est fiable ; pour un site avec une boutique ou de nombreux formulaires, il devient la règle.

DÉFINITION

Site de test (staging) — une copie complète du site, accessible à une adresse provisoire et invisible des visiteurs, sur laquelle on essaie une mise à jour, une nouvelle extension ou une refonte. Si tout va bien, on reporte sur le site réel ; sinon, on jette la copie et rien n'a été cassé.

36.3 — Les outils de réparation d'Elementor

Elementor regroupe ses outils de maintenance dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils** de l'administration WordPress. Il faut les connaître avant d'en avoir besoin.

REGÉNÉRER LE CSS ET LES DONNÉES

L'outil **Regenerate CSS & Data** (« Régénérer le CSS et les données ») est le premier réflexe quand une page perd ses styles, affiche un ancien design ou se déforme après une mise à jour ou une migration. Elementor enregistre les styles de chaque page dans des fichiers CSS placés dans le dossier des téléversements du site (c'est la Méthode d'impression CSS « fichier externe » du chapitre 33) ; si ces fichiers sont perdus ou périmés, cet outil les recrée à partir des réglages actuels. Il est sans danger et prend quelques secondes ; videz ensuite le cache.

SYNCHRONISER LA BIBLIOTHÈQUE

Sync Library (« Synchroniser la bibliothèque ») met à jour la liste des modèles proposés par Elementor. La bibliothèque se synchronise seule chaque jour ; on n'utilise ce bouton que si elle paraît vide ou périmée.

REEMPLACER L'URL

Replace URL (« Remplacer l'URL ») réécrit, dans toutes les données Elementor, une ancienne adresse par une nouvelle. Il sert dans deux cas : un changement de nom de domaine, et le passage de `http://` à `https://`. Elementor lui-même recommande de sauvegarder la base de données avant de l'utiliser ; saisissez l'ancienne adresse et la nouvelle très exactement, sans barre oblique finale, et complétez avec l'outil de remplacement de votre hébergeur pour les données hors Elementor.

CONTRÔLE DE VERSION

Version Control (« Contrôle de version ») permet de **revenir à une version précédente** d'Elementor (et d'Elementor Pro) si une mise à jour a cassé quelque chose : choisissez la version dans la liste et cliquez sur le bouton de retour en arrière. C'est une solution d'attente, le temps que le correctif arrive ; ne restez pas des mois sur une version ancienne. Le même onglet propose de devenir bêta-testeur : laissez cette option désactivée sur un site en production.

MODE MAINTENANCE

Déjà rencontré au chapitre 04, le **Mode maintenance** affiche un modèle de votre choix à la place du site. Deux modes : **Bientôt disponible** (*Coming Soon*), qui laisse les moteurs de recherche visiter le site, pour un lancement ; et **Maintenance**, qui leur signale une indisponibilité temporaire, pour une intervention de quelques heures. Le réglage « Qui peut accéder » laisse les utilisateurs connectés voir le vrai site pendant les travaux.

IMPORT / EXPORT

Le dernier onglet exporte le site entier — contenu, modèles, Réglages du site, Classes et Variables — sous forme d'un fichier réutilisable, et importe un tel fichier sur un autre site (chapitre 21). C'est aussi une forme de sauvegarde de la *construction*, mais pas du site complet : les images et la base de données restent à sauvegarder autrement.

À SAVOIR

Deux autres aides se trouvent hors du menu Outils. Le **Mode sans échec** (*Safe Mode*) charge l'éditeur sans le thème ni les autres extensions, sans rien changer pour les visiteurs : Elementor le propose de lui-même quand l'éditeur ne parvient pas à s'ouvrir ; si l'éditeur fonctionne en mode sans échec, le coupable est une extension ou le thème. La page ► **Elementor · Éditeur · Système** (« Informations système ») résume l'environnement — versions de PHP, WordPress, Elementor, mémoire disponible, thème et extensions actives — et propose de tout copier d'un clic : c'est ce que le support vous demandera en premier.

36.4 — Les douze pannes les plus fréquentes

Le tableau qui suit condense l'expérience de l'assistance : dans la très grande majorité des cas, le problème rencontré figure dans l'une de ces douze lignes. Lisez le symptôme, vérifiez la cause probable, appliquez le remède ; si rien n'y fait, passez à la section 36.5.

Symptôme	Cause probable	Remède
L'éditeur ne se charge pas (roue qui tourne, écran gris)	Extension en conflit, mémoire PHP insuffisante, bloqueur de publicité du navigateur, méthode de chargement de l'éditeur.	Accepter le Mode sans échec proposé ; tester dans un navigateur sans extension ; dans ► Réglages ► Avancé , changer Switch Editor Loader Method ; porter la mémoire à 512 Mo (hébergeur ou ligne <code>WP_MEMORY_LIMIT</code> du fichier <code>wp-config.php</code>).
Les modifications ne sont pas visibles sur le site	Cache (extension, hébergeur, navigateur, CDN) ; page enregistrée en brouillon au lieu d'être mise à jour ; mauvaise page ouverte.	Vider tous les caches, recharger en navigation privée ; vérifier que le bouton cliqué était Mettre à jour ; vérifier l'adresse de la page ouverte dans l'éditeur.
Les styles ont disparu, la page est « nue »	Fichiers CSS d'Elementor absents ou périmés (migration, mise à jour, nettoyage de fichiers).	► Elementor ► Éditeur ► Outils ► Régénérer le CSS et les données, puis vider le cache.
« Erreur 500 » ou « erreur critique » sur le site	Mémoire PHP insuffisante ou erreur fatale d'une extension ou du thème après mise à jour.	Lire l'e-mail « mode de récupération » envoyé par WordPress ; augmenter la mémoire ; désactiver la dernière extension mise à jour ; Contrôle de version pour revenir en arrière.
Page entièrement blanche	Erreur fatale PHP (thème ou extension), souvent après un changement de version de PHP.	Depuis le gestionnaire de fichiers de l'hébergeur, renommer le dossier de l'extension suspecte dans <code>wp-content/plugins</code> ; revenir à la version de PHP précédente le temps de mettre à jour.
Images floues ou pixelisées	Résolution « miniature » ou « moyenne » choisie dans l'élément Image, ou fichier d'origine trop petit.	Élément Image ► Résolution : choisir Large ou taille complète ; retéléverser une image d'au moins la largeur d'affichage (chapitre 14).
Mise en page cassée sur mobile seulement	Valeur héritée de la vue ordinateur (largeur en px, padding, direction ligne), élément plus large que l'écran.	Passer en vue mobile, ouvrir la Structure, repérer l'élément fautif, lui donner une valeur propre à cette vue (chapitre 12).
Le formulaire « s'envoie » mais rien n'arrive	Les e-mails de WordPress partent sans authentification et sont rejetés ; parfois clés reCAPTCHA invalides.	Vérifier dans ► Elementor ► Envois si la demande est enregistrée (si oui, seul l'e-mail est en cause) ; installer une extension SMTP ou activer Site Mailer (chapitre 28) ; vérifier les clés dans ► Réglages ► Intégrations .
La police du site n'est pas celle choisie	Google Fonts désactivé dans ► Réglages ► Avancé , fichiers de police personnalisée manquants, ou chargement bloqué par le bandeau de cookies.	Vérifier le réglage Google Fonts ; contrôler les fichiers dans Polices personnalisées ; héberger la police localement ; régénérer le CSS.
Licence Elementor Pro « inactive » ou « expirée »	Abonnement non renouvelé, changement de domaine, nombre de sites du plan dépassé.	Depuis la page de licence du menu Elementor ou le compte my.elementor.com , désactiver l'ancien site puis réactiver ; renouveler si besoin. Le site continue de fonctionner, seules les mises à jour Pro s'arrêtent (chapitre 02).

Symptôme	Cause probable	Remède
Les Sections et Colonnes réapparaissent dans le panneau	Éditeur atomique ou conteneurs Flexbox désactivés dans les réglages, souvent après une réinitialisation.	► Elementor › Éditeur › Réglages : onglet Éditeur Atomic activé, et dans Fonctionnalités les conteneurs Flexbox actifs (chapitre 11).
Un modèle du Constructeur de thème ne s'applique pas	Conditions d'affichage manquantes ou en conflit, modèle resté en brouillon (point gris), page en mise en page Canevas.	Constructeur de thème › Modifier les conditions ; publier le modèle ; vérifier la mise en page dans les Réglages de page (chapitre 24).

PIÈGE CLASSIQUE

Reinstaller Elementor « pour voir » ou supprimer l'extension depuis l'administration en espérant repartir de zéro. Désinstaller Elementor ne supprime pas les pages, mais elles s'affichent sans mise en page tant qu'il n'est pas réactivé, et certaines options de nettoyage effacent définitivement les données. Avant toute manipulation lourde : sauvegarde, puis les remèdes du tableau, dans l'ordre.

36.5 — Demander de l'aide sans perdre de temps

Quand les remèdes du tableau ont échoué, il reste trois interlocuteurs. L'**hébergeur**, pour tout ce qui touche au serveur : version de PHP, mémoire, erreurs 500, sauvegardes, certificat https. Le **support Elementor**, réservé aux détenteurs d'une licence Pro active, joignable depuis le compte my.elementor.com, pour tout ce qui touche à l'éditeur et aux widgets. Et pour la version gratuite, le forum d'assistance de l'extension sur wordpress.org, où répondent des bénévoles et l'équipe Elementor.

Dans les trois cas, un ticket bien rédigé se résout trois fois plus vite. Il contient : ce que vous faisiez quand le problème est apparu (« après la mise à jour d'Elementor Pro 4.2.3 le 3 septembre »), le symptôme exact (le message d'erreur recopié, une capture d'écran), ce que vous avez déjà essayé (régénérer le CSS, mode sans échec), l'adresse d'une page où le problème est visible, et le contenu de la page ► **Elementor** › **Éditeur** › **Système** collé en fin de message. Ne donnez jamais votre mot de passe dans un ticket ; créez si nécessaire un compte administrateur temporaire que vous supprimerez ensuite.

Un site que l'on sauvegarde chaque mois et dont on connaît les six outils de réparation ne tombe pas en panne : il a des incidents, et ils durent une heure.

EXERCICE 36.1 — PANNE SIMULÉE : LES STYLES ONT DISPARU**30 MIN**

Objectif : vivre une panne courante sur le site bac à sable de la Menuiserie Roche et la résoudre méthodiquement, en six étapes, sans réflexe de panique.

1. **Préparez la panne.** Sur le site de formation (jamais sur un site en production), demandez à votre formateur de simuler la perte des styles : depuis le gestionnaire de fichiers de l'hébergeur, le dossier `wp-content/uploads/elementor/css` est renommé. Rechargez la page d'accueil : la mise en page est partie, les textes s'empilent sans couleur ni espacement. C'est exactement ce que voit un client après une migration ratée.
2. **Étape 1 — Isolez le navigateur.** Ouvrez la page en navigation privée et sur votre téléphone. Le problème persiste : ce n'est pas un cache de navigateur.
3. **Étape 2 — Videz le cache du site.** Extension de cache ou espace hébergeur. Rechargez. Le problème persiste : ce n'est pas un cache serveur.
4. **Étape 3 — Régénérez le CSS.** ▶ **Elementor** › **Éditeur** › **Outils** › Régénérer le CSS et les données. Videz de nouveau le cache et rechargez : la page est revenue. Notez le temps écoulé depuis l'étape 1.
5. **Étape 4 — Vérifiez la cause.** Ouvrez ▶ **Réglages** › **Performance** et confirmez que la Méthode d'impression CSS est bien « fichier externe » ; regardez dans le gestionnaire de fichiers que le dossier `css` a été recréé.
6. **Étape 5 — Et si cela n'avait pas suffi ?** Écrivez, sans l'exécuter, la suite de la procédure : retour à la version précédente par le Contrôle de version, puis restauration de la sauvegarde du matin.
7. **Étape 6 — Rédigez le ticket.** Sur le modèle de la section 36.5, rédigez le message que vous auriez envoyé au support si l'étape 3 avait échoué, en y collant les Informations système.

Résultat attendu : un site remis en état en moins de dix minutes, une compréhension claire de ce que fait « Régénérer le CSS », et un ticket de support complet rédigé à blanc, prêt à servir de modèle le jour où la panne sera réelle.

À RETENIR

- La routine mensuelle tient en six gestes : **sauvegarder**, mettre à jour dans l'ordre (WordPress, Elementor, Pro, thème, extensions), tester le formulaire, parcourir les pages clés, nettoyer, consigner.
- Une sauvegarde est stockée ailleurs que sur le serveur et a été **restaurée au moins une fois** ; un site de test est un confort, la sauvegarde une obligation.
- Les outils de ▶ **Elementor** › **Éditeur** › **Outils** règlent l'essentiel : **Régénérer le CSS** quand un style disparaît, Remplacer l'URL au changement de domaine, Contrôle de version pour revenir en arrière, Mode maintenance pendant les travaux.
- Le **Mode sans échec** dit si l'éditeur est en cause ou si c'est une extension ; les **Informations système** sont la première pièce d'un ticket de support.
- Les douze pannes du tableau couvrent la quasi-totalité des cas : avant de chercher plus loin, lisez la ligne qui correspond au symptôme et appliquez le remède dans l'ordre.

CHAPITRE 37

Méthode : du brief à la mise en ligne

Les chapitres précédents ont donné les outils ; celui-ci donne l'ordre dans lequel s'en servir. Un site vitrine est un projet de quelques semaines, avec des étapes, des livrables et des rôles. Ce chapitre les fixe, propose une checklist de mise en ligne et dit ce qui se passe après, quand le site vit. Il prépare directement le projet complet du chapitre 38.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui va conduire un projet de site vitrine, pour elle-même ou pour un client, et veut le terminer.
ENJEU	Passer d'une idée à un site en ligne en quatre semaines, sans reprendre trois fois la page d'accueil ni attendre six mois les photos.
IDÉE CLÉ	Les projets qui n'aboutissent pas ont presque tous commencé par le design ; les projets qui aboutissent commencent par les contenus .
PRÉREQUIS	L'ensemble du support ; en particulier les chapitres 18 (système de design), 24 (en-tête et pied de page), 28 (formulaires) et 33 à 36.
LECTURE	Environ 15 minutes (+ 30 minutes d'exercice).

37.1 — Pourquoi une méthode

Un site vitrine se construit techniquement en une vingtaine d'heures. Pourtant, beaucoup de projets traînent des mois, et certains ne sont jamais mis en ligne. La cause est rarement Elementor : c'est presque toujours l'ordre des opérations. On ouvre l'éditeur le premier jour, on dessine une page d'accueil avec des textes provisoires et des photos empruntées, on la refait trois fois parce qu'elle « ne rend pas », puis on attend les vrais textes, qui n'arrivent pas parce que personne ne sait exactement quoi écrire. Pendant ce temps, aucune page intérieure n'existe et le formulaire n'a jamais été testé.

La méthode proposée renverse cet ordre. On décide d'abord à quoi sert le site et ce qu'il contient ; on rassemble les contenus ; on fixe le système de design ; et seulement alors on construit, du plus général (en-tête et pied de page) au plus particulier (chaque page), avant de contrôler et de mettre en ligne. Chaque étape produit un livrable précis, ce qui permet de savoir où l'on en est et de partager le travail entre l'entreprise et la personne qui construit — prestataire, formateur ou vous-même.

Un site ne se dessine pas autour de textes provisoires : on écrit d'abord ce que l'on veut dire, et l'on construit ensuite la page qui le dit.

37.2 — Les dix étapes d'un site vitrine

Les durées ci-dessous sont indicatives, pour un site de cinq à huit pages construit par une personne qui a suivi ce support, avec Elementor Pro et le thème Hello. Elles distinguent le temps de travail devant l'écran et le délai calendaire, souvent plus long parce qu'il dépend de l'entreprise.

N°	Étape	Ce qu'elle produit	Durée indicative	Chapitres
1	Brief et objectifs	Une fiche d'une page : qui est l'entreprise, à qui s'adresse le site, quelle action attend-on du visiteur (appel, demande de devis, visite), quels concurrents, quelle tonalité.	2 h	01, 38
2	Arborescence	La liste des pages (5 à 8), leur nom dans le menu, ce que contient chacune en trois lignes, et la page sur laquelle chaque page renvoie.	1 h	03
3	Contenus avant design	Textes définitifs de chaque page, photos réelles triées et préparées, coordonnées, horaires, avis clients, informations des mentions légales.	5 à 10 h de travail, 1 à 2 semaines de délai	13, 14, 35
4	Système de design	Variables (couleurs, polices), classes (boutons, cartes, sections), Réglages du site, échelle typographique.	2 h	18, 19
5	En-tête et pied de page	Les deux modèles du Constructeur de thème, avec menu, logo, bouton de contact, coordonnées et liens légaux, appliqués à tout le site.	2 à 3 h	24
6	Page d'accueil	Bandeau, prestations, preuve (réalisations, avis), appel à l'action, responsive vérifié.	3 à 4 h	07, 09, 10, 12
7	Pages intérieures	Prestations, Réalisations, À propos, Contact, pages légales ; modèles enregistrés ou composants pour les blocs répétés.	1 à 2 h par page	16, 21, 22, 27
8	Formulaires et conversions	Formulaire de devis testé de bout en bout, boutons d'appel, éventuelle popup, e-mails qui arrivent.	2 à 3 h	15, 28, 29
9	Contrôle qualité	Passage de chaque page aux grilles responsive, performance, accessibilité et référencement, conformité ; corrections.	3 à 4 h	12, 33, 34, 35
10	Mise en ligne et suivi	Checklist de mise en ligne, indexation, fiche Google reliée, sauvegarde, puis routine mensuelle.	2 h, puis 1 h par mois	36, 37

Au total, entre vingt-cinq et trente-cinq heures de construction, réparties sur quatre semaines quand les contenus arrivent à temps. L'étape 3 est celle qui décide de tout : tant que les textes et les photos ne sont pas là, on avance sur les étapes 4 et 5, qui n'en dépendent pas, mais on ne touche pas aux pages.

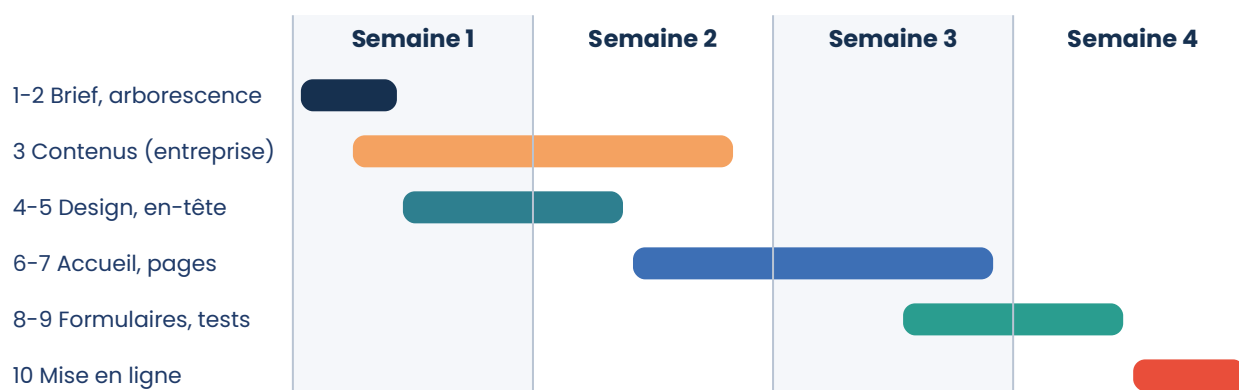


Figure 37.1 — Un calendrier type sur quatre semaines : les contenus (en orange) courent en parallèle du système de design et de l'en-tête, et conditionnent les pages.

37.3 — Qui fait quoi

Un site vitrine se fait à deux : l'**entreprise**, qui sait ce qu'elle vend et à qui, et la personne qui **construit** — prestataire, formateur, ou l'entreprise elle-même après une formation. Le tableau répartit les responsabilités ; la colonne « ensemble » désigne les moments où les deux doivent être présents.

Tâche	Entreprise	Prestataire ou formateur	Ensemble
Définir les objectifs, la cible, le ton	✓	—	✓
Nom de domaine et hébergement (au nom de l'entreprise)	✓	configure	—
Arborescence	—	propose	✓
Textes de chaque page	✓	relit, structure	—
Photos réelles (atelier, chantiers, équipe)	✓	prépare, compresse	—
Coordonnées, horaires, assurance, médiateur, avis clients	✓	—	—
Système de design (variables, classes)	valide	✓	—
En-tête, pied de page, pages	—	✓	—
Formulaire : champs, destinataire, test réel	reçoit le test	✓	✓
Contrôle qualité et corrections	relit	✓	—
Pages légales	fournit les informations	met en page	✓
Mise en ligne	donne le feu vert	✓	—

Tâche	Entreprise	Prestataire ou formateur	Ensemble
Fiche Google, avis, actualités	✓	forme, accompagne	—
Maintenance mensuelle	ou	ou	à décider par écrit

PIÈGE CLASSIQUE

Laisser le nom de domaine, l'hébergement ou la licence Elementor Pro au nom du prestataire. Le jour où la relation s'arrête, l'entreprise ne possède plus son site. Le nom de domaine et le compte d'hébergement sont **toujours** souscrits au nom de l'entreprise, avec son adresse e-mail et son moyen de paiement ; le prestataire reçoit un accès, qu'on peut retirer. Notez dès le premier jour où sont ces trois comptes et qui en détient les identifiants.

37.4 — La mise en ligne

La mise en ligne est un moment court, mais qui se prépare. Le site a été construit derrière un mode maintenance (chapitre 04) ; il s'agit de le rendre visible, de le faire connaître des moteurs et de vérifier, une dernière fois, que tout ce qui compte fonctionne en conditions réelles.

- 1 **Sauvegardez.** Une sauvegarde complète juste avant, étiquetée « avant mise en ligne » (chapitre 36).
- 2 **Vérifiez le https.** Le certificat est actif chez l'hébergeur, toutes les pages s'ouvrent avec le cadenas, et ► **Réglages** ► **Général** de WordPress indique bien une adresse en `https://`. Si le site a été construit en `http`, passez l'outil Remplacer l'URL.
- 3 **Retirez le mode maintenance.** ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils** ► **Mode maintenance** ► Désactivé.
- 4 **Autorisez l'indexation.** ► **Réglages** ► **Lecture** : la case **Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site** est décochée (chapitre 34).
- 5 **Déclarez le site à Google.** Dans Google Search Console (service gratuit), ajoutez le site, prouvez que vous en êtes propriétaire et soumettez le plan du site fourni par votre extension de référencement. Vous y suivrez ensuite les pages indexées et les erreurs.
- 6 **Reliez la fiche d'établissement Google.** Ajoutez l'adresse du site dans la fiche, et vérifiez que nom, adresse et téléphone sont identiques des deux côtés.
- 7 **Testez en réel.** Depuis un téléphone, hors du réseau wifi de l'entreprise : envoyez une vraie demande par le formulaire, appuyez sur le bouton d'appel, ouvrez chaque page du menu.
- 8 **Gérez l'ancien site, s'il existe.** Chaque ancienne adresse encore présente dans Google doit rediriger vers la nouvelle page correspondante (redirections dans l'extension de référencement ou chez l'hébergeur), sinon les visiteurs tombent sur des erreurs 404.
- 9 **Annoncez.** Signature d'e-mail, fiche Google, réseaux sociaux, devis et factures : l'adresse du site partout.

CHECKLIST DE MISE EN LIGNE

- ☐ Sauvegarde complète faite et vérifiée.
- ☐ https actif sur toutes les pages, adresse du site en https dans WordPress.

- ☐ Favicon et nom du site renseignés dans l'Identité du site (chapitre 19).
- ☐ Chaque page a un H1, un titre et une description de référencement.
- ☐ Chaque image utile a un texte alternatif ; les images pèsent moins de 300 Ko.
- ☐ Formulaire testé depuis un téléphone, e-mail reçu, accusé de réception reçu.
- ☐ Mentions légales et politique de confidentialité publiées et reliées depuis le pied de page.
- ☐ Case « ne pas indexer ce site » décochée ; site déclaré dans Google Search Console.
- ☐ Fiche d'établissement Google reliée, coordonnées identiques.
- ☐ Mode maintenance retiré.
- ☐ Redirections de l'ancien site en place, aucune page 404 dans le menu.
- ☐ Comptes du nom de domaine, de l'hébergement et d'Elementor Pro au nom de l'entreprise, identifiants conservés.

37.5 — Après la mise en ligne

Un site mis en ligne et laissé tel quel perd lentement de sa valeur : les moteurs préfèrent les sites vivants, les clients se méfient d'une page « Actualités » dont le dernier billet date de deux ans, et la fiche Google sans avis récent descend dans la liste. Trois habitudes, modestes, suffisent à faire vivre un site vitrine.

Mesurer, d'abord, avec un outil de mesure d'audience exempté de consentement (chapitre 35) : combien de visites, quelles pages, depuis quel appareil, quelles recherches. Un relevé par mois, dix minutes, permet de voir ce qui intéresse et ce qui n'est jamais lu. **Demander des avis**, ensuite : à la fin de chaque chantier, un message avec le lien direct vers la fiche Google ; jamais de contrepartie, jamais d'avis rédigé à la place du client, et une réponse à chaque avis, bon ou mauvais. **Publier**, enfin, une actualité par mois — un chantier terminé avec trois photos, un conseil d'entretien, une période de fermeture — dans la partie blog construite au chapitre 25. Ajoutez-y la routine de maintenance du chapitre 36, et le site tiendra des années.

QUAND FAIRE APPEL À UN PROFESSIONNEL

Ce support permet de construire et de maintenir soi-même un site vitrine. Certaines situations dépassent ce cadre, et le reconnaître fait gagner du temps : une boutique en ligne avec paiement, stocks et livraison ; un site en plusieurs langues ; une liaison avec un logiciel métier (devis, planning, réservation) ; la refonte d'un site existant de plusieurs dizaines de pages avec un historique de référencement à préserver ; un site piraté ; une obligation légale d'accessibilité (chapitre 34) ; ou simplement le manque de temps, quand l'atelier tourne à plein. Dans ces cas, le travail fait avec ce support n'est pas perdu : un brief clair, des contenus prêts et un système de design défini divisent par deux le devis d'un prestataire, et vous permettent de dialoguer avec lui d'égal à égal — c'est aussi ce qu'une formation Num Compagny cherche à obtenir.

🔗 EXERCICE 37.1 — RÉTROPLANNING DU SITE MENUISERIE ROCHE SUR QUATRE SEMAINES

30 MIN

Objectif : transformer les dix étapes en un calendrier réaliste pour la Menuiserie Roche, avec des dates, des responsables et des livrables, en partant de la date de mise en ligne souhaitée.

1. Fixez une date de mise en ligne : un lundi, quatre semaines après la date d'aujourd'hui. Camille Roche est à l'atelier du mardi au samedi et n'a que le lundi pour le site ; vous disposez de deux demi-journées par semaine.
2. Placez les dix étapes à rebours depuis cette date, en respectant les dépendances : la mise en ligne suit le contrôle qualité, qui suit les pages, qui suivent les contenus. Utilisez le tableau 37.2 pour les durées et la figure 37.1 comme modèle.
3. Pour chaque étape, indiquez le responsable (Camille, vous, ensemble) d'après le tableau 37.3, et le livrable attendu en une ligne.
4. Repérez l'étape critique — celle dont le retard décale tout — et écrivez la mesure que vous prenez pour la sécuriser (par exemple : séance de rédaction des textes avec Camille dès le premier lundi, photos prises le même jour à l'atelier).
5. Ajoutez, après la date de mise en ligne, les trois rendez-vous récurrents : relevé de mesure mensuel, demande d'avis à chaque fin de chantier, actualité mensuelle, et la routine de maintenance.

Résultat attendu : un tableau de quatre semaines, dix étapes datées, un responsable et un livrable par étape, l'étape des contenus identifiée comme critique et sécurisée dès la première semaine, et un site dont la mise en ligne ne dépend plus d'un « quand j'aurai le temps ».

À RETENIR

- Un site vitrine se conduit en **dix étapes** et vingt-cinq à trente-cinq heures de construction, sur quatre semaines quand les contenus arrivent à temps.
- Les **contenus viennent avant le design** : textes définitifs, photos réelles, coordonnées et informations légales sont rassemblés pendant que l'on prépare le système de design et l'en-tête.
- L'entreprise fournit ce qu'elle seule connaît (objectifs, textes, photos, informations légales) ; la personne qui construit apporte la structure, la mise en page et le contrôle ; les comptes de domaine, d'hébergement et de licence restent **au nom de l'entreprise**.
- La mise en ligne suit une **checklist** : sauvegarde, https, mode maintenance retiré, indexation autorisée, Search Console, fiche Google reliée, formulaire testé en réel, redirections.
- Après, trois habitudes font vivre le site : **mesurer** chaque mois, **demandeur des avis** à chaque chantier, **publier** une actualité par mois — et savoir quand passer la main à un professionnel.

Projet fil rouge et fiches-outils

Le site complet de la Menuiserie Roche, séance par séance, puis les fiches à garder sous la main et le glossaire.

38 Projet complet : le site de la Menuiserie Roche, séance par séance

F Fiches-outils, glossaire et sources

CHAPITRE 38

Projet complet : le site de la Menuiserie Roche, séance par séance

Trente-sept chapitres ont présenté les outils un par un. Celui-ci les remet dans l'ordre d'un vrai projet : le site vitrine de la Menuiserie Roche, construit en huit séances de deux heures, du cahier des charges à la mise en ligne. Chaque séance renvoie aux chapitres qui expliquent le détail ; ici, on déroule le plan et l'on vérifie le résultat.

EN BREF

PUBLIC	Toute personne qui a suivi le support et veut réaliser un site complet, seule ou en atelier.
ENJEU	Passer de « je connais les outils » à « j'ai livré un site qui tient ».
IDÉE CLÉ	Un site se construit dans un ordre précis : le système avant les pages, les contenus avant le design, le contrôle avant la mise en ligne.
PRÉREQUIS	Chapitres 01 à 37 (chaque séance renvoie aux chapitres utiles) ; Elementor Pro en plan Advanced Solo pour la version complète (chapitre 02), ou la variante gratuite décrite en fin de chapitre.
LECTURE	Environ 20 minutes (+ 16 heures de réalisation, en huit séances).

38.1 — Le cahier des charges en une page

Avant d'ouvrir l'éditeur, on écrit ce que le site doit faire. Un cahier des charges n'est pas un document d'ingénieur : c'est une page qui fixe l'objectif, le public, les pages, les contenus disponibles et ce qui permettra de dire « c'est réussi ». Pour la Menuiserie Roche, il tient dans l'encadré ci-dessous. C'est aussi le canevas que nous utilisons en atelier Num Compagny pour tout projet de site vitrine (chapitre 37).

MÉTHODE — CAHIER DES CHARGES DE LA MENUISERIE ROCHE

L'entreprise. Menuiserie Roche, Camille Roche, artisan menuisier à Muroi (Puy-de-Dôme), deux salariés, atelier ouvert en 2009. Fabrication et pose d'escaliers, de cuisines et d'agencements sur mesure, dans le massif du Sancy et ses environs. Slogan : « Le bois, sur mesure, depuis 2009 ».

Les objectifs. Objectif principal : recevoir des demandes de devis qualifiées, par formulaire et par téléphone. Objectif secondaire : montrer les réalisations pour rassurer avant le premier contact. Le site ne vend rien en ligne.

Le public. Des particuliers propriétaires de leur maison, qui consultent le site surtout sur téléphone, souvent le soir ; quelques architectes et agences immobilières, sur ordinateur.

Les pages. Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact, plus Mentions légales et Politique de confidentialité, reliées depuis le pied de page.

Les contenus fournis. Le logo en SVG ; dix-huit photos de chantiers (six par famille de prestation) et quatre photos de l'atelier ; trois avis clients avec l'accord écrit de leurs auteurs ; les textes bruts de Camille ; les coordonnées et les horaires.

Les contraintes. Elementor Pro en plan Advanced Solo (formulaire avec envois et popup, chapitre 02) ; polices Google chargées localement ; aucune statistique non exemptée sans bandeau de consentement ; mise en ligne sous quatre semaines.

Les critères de réussite. Un formulaire de devis testé de bout en bout ; une page d'accueil lisible sur téléphone sans zoomer ; des mentions légales complètes ; sur chaque page, un seul H1 et un appel à l'action.

38.2 — L'arborescence du site

L'arborescence est la carte des pages et de leurs liens. Pour un site vitrine, elle reste plate : toutes les pages sont accessibles depuis le menu, en un clic. Deux ensembles s'y ajoutent sans apparaître dans le menu : les fiches « Réalisation », créées comme un type de contenu personnalisé et affichées par une boucle (chapitres 26 et 27), et les deux pages légales, reliées depuis le pied de page. La page Prestations est découpée en trois sections ancrées, vers lesquelles pointent les cartes de l'accueil (chapitre 15).

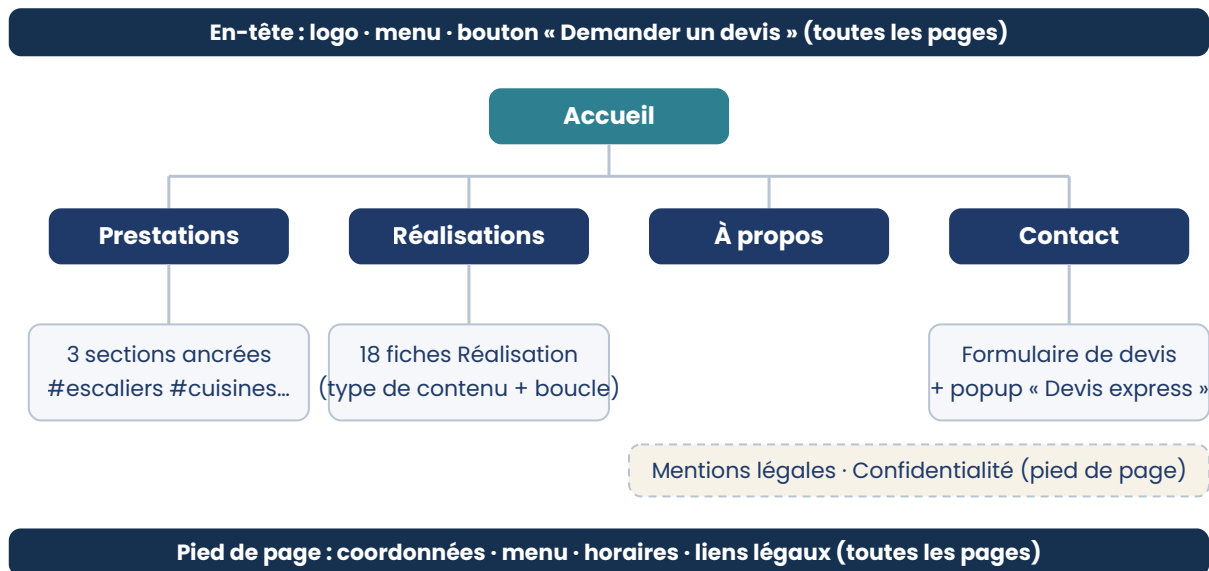


Figure 38.1 — L'arborescence du site de la Menuiserie Roche : cinq pages dans le menu, un type de contenu « Réalisation », deux pages légales.

38.3 — Le système de design

Le chapitre 18 l'a expliqué : on crée les variables et les classes *avant* les pages, pour que chaque bouton, chaque carte et chaque titre obéissent au même réglage. Le tableau ci-dessous résume le système de la Menuiserie Roche ; la fiche F7 en donne les valeurs détaillées. La couleur « bois foncé » ne figure pas dans la palette de Camille : c'est une nuance dérivée, ajoutée pour les boutons et les liens, parce que le bois clair n'offre pas un contraste suffisant sous un texte (chapitre 34).

Nom	Type	Valeur	Usage
bois	Variable couleur	#A8663C	Bordures, pictogrammes, filets, accents décoratifs
bois-fonce	Variable couleur	#8F5530	Boutons principaux, liens, texte coloré (contraste suffisant)
anthracite	Variable couleur	#2B2B2B	Titres, texte courant, pied de page, survol du bouton principal
blanc-casse	Variable couleur	#FAF7F2	Fond des sections claires, texte sur fond bois foncé ou anthracite
sauge	Variable couleur	#7A9E7E	Badges, pictogrammes, arrière-plans doux (texte anthracite dessus)
police-titres	Variable police	Playfair Display	H1 à H3
police-texte	Variable police	Source Sans 3	Paragrophes, boutons, menu, formulaires
taille-corps	Variable taille	1.0625rem (17 px)	Paragrophes
taille-h1 / taille-h2	Variable taille	3rem / 2.125rem	H1 (48 px) et H2 (34 px) sur ordinateur

Nom	Type	Valeur	Usage
btn-primaire	Classe globale	Fond bois foncé, texte blanc cassé, pilule	Un seul par écran : « Demander un devis »
btn-secondaire	Classe globale	Contour bois, texte bois foncé	Actions secondaires : « Voir nos réalisations »
carte	Classe globale	Fond blanc, rayon 12 px, ombre douce	Prestations, réalisations, équipe, valeurs
section	Classe globale	Padding 80 px haut/bas, contenu 1140 px	Chaque bandeau de page
titre-section	Classe globale	Playfair, taille-h2, anthracite	Le H2 qui ouvre chaque bandeau
texte-max	Classe globale	Largeur maximale 720 px	Paragraphes longs

À SAVOIR

La page d'aide « Variables » du Centre d'aide Elementor mentionne la variable de **taille** comme réservée aux utilisateurs Pro, alors que la page du Gestionnaire de variables liste les trois types sans distinction. Si votre version gratuite ne propose pas ce type, saisissez les tailles directement dans les classes : le système reste cohérent, il est seulement un peu moins pratique à modifier.

38.4 — Le plan en huit séances

Deux heures par séance, huit séances : c'est le format que nous avons retenu parce qu'il correspond à une demi-journée d'attention réelle et qu'il oblige à finir quelque chose à chaque fois. Le tableau donne la vue d'ensemble ; les sections suivantes détaillent chaque séance avec ses objectifs, ses étapes clés, son livrable et ses critères de réussite. L'ordre n'est pas négociable : l'en-tête avant l'accueil, les réalisations avant le carrousel qui les affiche, le formulaire avant la popup qui le contient.

Séance	Thème	Chapitres	Livrable
S1	Installation, réglages, système de design	02, 04, 13, 18, 19	Site vide, réglé, en mode maintenance
S2	En-tête et pied de page	10, 15, 24, 26	Deux parties de thème publiées
S3	Page d'accueil	07, 09, 14, 17, 20, 21, 22	Accueil publié et défini comme page d'accueil
S4	Prestations et tableau de prix	08, 09, 15, 16, 30	Page Prestations avec ancrs, tarifs, FAQ
S5	Réalisations : type de contenu et boucle	14, 25, 26, 27	Grille filtrable, fiches, carrousel
S6	À propos et témoignages	13, 16, 17, 23	Page À propos publiée
S7	Contact, formulaire et popup	15, 16, 28, 29, 35	Formulaire testé, popup publiée
S8	Responsive, performance, conformité, mise en ligne	12, 33, 34, 35, 36, 37	Site en ligne

EXERCICE 38.1 — RÉALISER LE PROJET

8 × 2 H

Objectif : construire le site complet de la Menuiserie Roche en suivant les huit séances, et valider chacune par sa liste de critères.

1. Réunissez les contenus avant la première séance : logo, photos, textes, coordonnées, horaires, avis avec accord écrit. Un site sans contenus est un site qu'on refait deux fois.
2. Suivez les séances dans l'ordre. Ne passez à la suivante que lorsque tous les critères de réussite de la séance en cours sont cochés.
3. À chaque blocage, notez le symptôme et consultez la fiche F6 avant de chercher ailleurs.
4. À la fin, remplissez la grille d'auto-évaluation de la section 38.14 et relisez les chapitres signalés comme fragiles.
5. Sans Elementor Pro, appliquez les remplacements de la section 38.13 ; les critères de réussite restent les mêmes.

Résultat attendu : un site de sept pages en ligne, avec un en-tête et un pied de page sur mesure, une page Réalisations filtrable, un formulaire de devis testé, des mentions légales complètes et une page d'accueil lisible sur téléphone.

38.5 — Séance 1 : installation, réglages et système de design

OBJECTIFS

Partir d'un WordPress propre et finir avec un site encore vide mais entièrement réglé : Elementor et Elementor Pro installés, thème Hello actif, réglages faits, identité et système de design en place, pages créées, site protégé par le mode maintenance.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Vérifiez l'hébergement et sauvegardez.** WordPress 6.8 au minimum, PHP 8.3 recommandé, sauvegarde de l'hébergeur activée (chapitre 04).
- 2 **Installez Elementor puis le thème Hello Elementor.** ► **Extensions** ► **Ajouter** ► **Elementor** ► **Installer** ► **Activer**, puis ► **Apparence** ► **Thèmes**. Passez l'assistant de démarrage. Ne choisissez pas Hello Biz, annoncé en maintenance (chapitre 04).
- 3 **Installez Elementor Pro.** Fichier zip téléchargé depuis votre compte Elementor, ► **Extensions** ► **Téléverser**, puis activation de la licence Advanced Solo (chapitre 02).
- 4 **Réglez WordPress.** ► **Réglages** ► **Permalien** = Titre de la publication ; créez les sept pages vides (Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact, Mentions légales, Politique de confidentialité).
- 5 **Réglez Elementor.** Dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Réglages** : onglet **Général**, Types de contenu = Pages ; onglet **Éditeur Atomic**, vérifiez qu'il est actif ; onglet **Performance**, Méthode d'impression CSS = fichier externe ; onglet **Avancé**, polices Google chargées localement (chapitres 13 et 33). Dans ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Outils**, activez le mode maintenance avec une page « En construction » en Canevas Elementor.
- 6 **Remplissez les Réglages du site.** **Ctrl** + **K** (Cmd sur Mac) : Identité du site (nom, description = slogan, logo, favicon), Mise en page (largeur de contenu 1140), Couleurs et

Polices globales alignées sur la palette, Styles du thème › Boutons et Typographie (chapitre 19).

- 7 **Créez le système de design.** Dans le Système de conception : les dix variables et les six classes du tableau 38.3, avec l'état **Au survol** sur btn-primaire, btn-secondaire et carte (chapitre 18).

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Un site vide, invisible pour les visiteurs, dont tous les réglages de fond sont faits. C'est la séance la moins spectaculaire et la plus rentable : chaque minute passée ici en économise dix dans les suivantes.

- ☐ Elementor 4.2 et Elementor Pro 4.2 sont actifs et la licence Pro est activée.
- ☐ Le thème Hello Elementor est actif ; les permaliens sont en « Titre de la publication ».
- ☐ Les sept pages existent, vides, en brouillon ou publiées derrière le mode maintenance.
- ☐ La méthode d'impression CSS est « fichier externe » et les polices Google se chargent localement.
- ☐ Les dix variables et les six classes apparaissent dans le Système de conception, avec leurs états de survol.
- ☐ En navigation privée, un visiteur voit la page « En construction » et rien d'autre.

38.6 — Séance 2 : en-tête et pied de page

OBJECTIFS

Donner au site son cadre, présent sur toutes les pages : un en-tête avec logo, menu et bouton de devis, un pied de page avec coordonnées, horaires, menu et liens légaux. On les construit avant l'accueil parce qu'ils s'affichent ensuite sur la toile de chaque page et qu'ils fixent la largeur de contenu de tout le site.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Composez le menu.** ▶ **Apparence › Menus** : Accueil, Prestations, Réalisations, À propos, Contact. Enregistrez.
- 2 **Créez l'en-tête.** ▶ **Elementor › Constructeur de thème** (**Ctrl** + **Shift** + **E**) › Entête › Ajouter. Un Flexbox avec la balise Header, direction Ligne, Justifier le contenu = Space between, Aligner les éléments = Center, contenu limité à 1140 px, fond blanc-casse (chapitre 24).
- 3 **Déposez les trois éléments.** Le Logo du site (widget Pro) ou un SVG lié à l'accueil ; le widget Menu WordPress avec le menu créé, point de rupture Tablette et icône hamburger ; un Bouton atomique « Demander un devis » avec la classe btn-primaire, lié à la page Contact (chapitre 15).
- 4 **Rendez l'en-tête collant.** Style › Position › Collante, haut 0, z-index élevé (chapitre 10). Ajoutez une icône téléphone avec un lien **tel:**, affichée seulement sur mobile.
- 5 **Publiez avec la condition** **Inclure › Tout le site** .
- 6 **Créez le pied de page.** Flexbox balise Footer, fond anthracite, contenant une Grille de quatre colonnes : coordonnées (Liste d'icône avec adresse, **tel:** et **mailto:**), menu, horaires, liens Mentions légales et Politique de confidentialité avec les Icônes réseaux sociaux. Une

ligne de copyright utilise la balise dynamique Date actuelle (chapitre 26). Même condition « Tout le site ».

- 7 Testez le menu mobile** en mode responsive, puis sur un vrai téléphone.

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Deux parties du site publiées dans le Constructeur de thème, marquées d'un point vert, visibles sur toutes les pages.

- ☐ Entête et Pied de page portent un point vert et la condition « Tout le site ».
- ☐ Le logo renvoie à l'accueil ; le menu compte cinq entrées et la page active se distingue.
- ☐ Le menu hamburger s'ouvre et se ferme sur téléphone ; les cinq liens fonctionnent.
- ☐ L'en-tête collant ne recouvre aucun titre et reste bas sur mobile.
- ☐ Le bouton de devis est le seul bouton principal de l'en-tête.
- ☐ Dans le pied de page, `tel:` et `mailto:` ouvrent bien le téléphone et la messagerie.

38.7 — Séance 3 : la page d'accueil

OBJECTIFS

Construire la page qui reçoit l'essentiel des visites, en six bandeaux : héros, trois prestations, l'atelier, dernières réalisations, avis clients, appel à devis. On y crée aussi le composant réutilisé sur les autres pages.

ÉTAPES CLÉS

- 1 Ouvrez la page Accueil dans Elementor** et choisissez la mise en page **Elementor pleine largeur** dans les Réglages de page (chapitre 07).
- 2 Bandeau héros.** Flexbox balise Section, classe section, image de fond de l'atelier (1 800 px de large, moins de 300 Ko) avec une superposition anthracite à 40 % (chapitres 14 et 17). À l'intérieur, un Flexbox centré : Titre H1 « Le bois, sur mesure, depuis 2009 », un Paragraphe d'une phrase, puis deux boutons : btn-primaire « Demander un devis » vers Contact, btn-secondaire « Voir nos réalisations » vers Réalisations.
- 3 Bandeau trois prestations.** Une Grille de trois colonnes `1fr`, écart 32 px ; dans chaque cellule un Bloc Div classe carte avec une Boîte d'icône ou une Image, un Titre H3 et un Paragraphe, et un lien « En savoir plus » vers l'ancre correspondante de la page Prestations (chapitres 09, 15, 16).
- 4 Bandeau l'atelier.** Flexbox en ligne : photo de Camille à gauche, texte classe texte-max à droite, bouton secondaire vers À propos.
- 5 Bandeau dernières réalisations.** Provisoirement un Carrousel d'images (widget classique) avec six photos ; il sera remplacé par un Loop Carousel en séance 5 (chapitre 27).
- 6 Bandeau avis clients.** Le widget Témoignage, ou le Carrousel de témoignages (Pro), avec les trois avis autorisés.
- 7 Bandeau appel à devis.** Construisez-le, puis clic droit › Créer un composant « Appel à devis », avec le titre exposé comme propriété (chapitre 22). Il sera inséré sur Prestations, Réalisations et À propos.

- 8 **Interactions.** Fondu à l’affichage sur les trois cartes, délais 0, 150 et 300 ms ; rien sur le H1 (chapitre 20).
- 9 **Enregistrez le héros comme modèle** (chapitre 21), publiez, puis ► **Réglages** › **Lecture** › Une page statique › Accueil.

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

La page d’accueil publiée et définie comme page d’accueil du site, avec un composant « Appel à devis » prêt à être réutilisé.

- ☐ Un seul H1 ; un H2 par bandeau ; des H3 dans les cartes.
- ☐ Deux boutons dans le héros, dont un seul en btn-primaire.
- ☐ Image de fond de moins de 300 Ko ; texte lisible grâce à la superposition.
- ☐ Padding de section 80 px, écart 32 px, aucune hauteur fixe en pixels sur un conteneur de texte.
- ☐ Le composant « Appel à devis » est publié et apparaît dans l’onglet Composants du panneau.
- ☐ L’adresse du site ouvre bien cette page (Réglages › Lecture).

38.8 — Séance 4 : prestations et tableau de prix

OBJECTIFS

Détailler les trois familles de prestations dans une page longue mais navigable, avec des ancres, un tableau de prix indicatif et une foire aux questions. C’est la page qui répond à « combien ça coûte » avant que le visiteur n’ose demander.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Posez la structure.** Un héros court (H1 « Nos prestations », sous-titre), puis trois Flexbox balise Section. En tête de chacun, un widget Ancre de menu nommé `escaliers`, `cuisines`, `agencements`, ou l’identifiant du conteneur si le champ est proposé (chapitre 15).
- 2 **Construisez la première section.** Flexbox en ligne : image d’un côté, de l’autre un H2, un Paragraphe classe texte-max, une Liste d’icône des points forts et un bouton secondaire « Demander un devis ».
- 3 **Dupliquez-la deux fois** avec **Ctrl** + **D**, en alternant Ligne et Ligne inversée pour que l’image change de côté (chapitres 08 et 09). Remplacez textes, images et ancres.
- 4 **Ajoutez le Tableau de prix.** Widget Pro réservé aux plans Advanced et supérieurs d’après le tableau du Centre d’aide (chapitre 30). Trois formules : « Conseil à l’atelier », « Rénovation », « Création sur mesure », avec une mention « à partir de » ou « sur devis », la troisième mise en avant, un bouton vers Contact par colonne. Couleurs prises dans les variables.
- 5 **Ajoutez la foire aux questions.** Un Accordéon imbriqué (gratuit) avec cinq questions : délais, essences de bois, garantie, zone d’intervention, entretien (chapitre 16).
- 6 **Créez les boutons flottants « Appeler » et « WhatsApp »** depuis l’administration, affichés sur mobile (chapitre 30).
- 7 **Insérez le composant « Appel à devis »** en bas de page, publiez, puis vérifiez depuis l’accueil que les trois liens « En savoir plus » atterrissent sur la bonne section.

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Une page Prestations avec trois ancres fonctionnelles, un tableau de prix et une foire aux questions.

- ☐ Les trois cartes de l'accueil mènent chacune à la bonne section de la page.
- ☐ L'alternance image/texte est lisible ; sur mobile, l'image passe au-dessus du texte.
- ☐ Le tableau de prix a trois colonnes, une seule mise en avant, un bouton par colonne.
- ☐ Les montants affichés correspondent aux devis réels de Camille et portent « à partir de » ou « sur devis ».
- ☐ La foire aux questions compte cinq questions, une seule ouverte par défaut au plus.
- ☐ Un seul H1 ; un H2 par section.

38.9 — Séance 5 : réalisations, type de contenu et boucle

OBJECTIFS

Transformer dix-huit photos en une galerie filtrable et en fiches individuelles, sans construire dix-huit pages à la main. C'est la séance la plus technique : elle mobilise le type de contenu personnalisé, les balises dynamiques et le Loop Builder.

ÉTAPES CLÉS

- 1 Créez le type de contenu « Réalisation ».** Avec une extension de champs personnalisés (ACF, cité en exemple, chapitre 26) : champs commune, essence de bois, année ; taxonomie « Famille » avec Escaliers, Cuisines, Agencements. Puis autorisez Elementor sur ce type : ► **Elementor** › **Éditeur** › **Réglages** › **Général** › **Types de contenu**.
- 2 Préparez et saisissez les contenus.** Photos à 1 600 px de large, moins de 300 Ko, fichiers nommés (« escalier-chene-murol.jpg »), texte alternatif rempli (chapitre 14). Dix-huit réalisations avec image mise en avant, famille, commune, essence, année.
- 3 Créez le Loop Item.** ► **Constructeur de thème** › **Loop Item** › **Ajouter** : un Bloc Div classe carte avec l'Image mise en avant (dynamique, hauteur fixe, image ajustée), un Titre H3 dynamique « Titre de publication », un Paragraphe dynamique sur le champ commune avec le texte avant « Commune : » ; lien de la carte vers l'URL de la publication (chapitre 27).
- 4 Composez la page Réalisations.** H1, puis un Filtre par taxonomie sur « Famille », puis un Loop Grid de trois colonnes, neuf éléments par page, source Réalisation, tri par date, pagination par numéros en chargement AJAX.
- 5 Créez le modèle Publication unique des réalisations.** Titre de publication, Image mise en avant, les trois champs dynamiques, une Galerie des photos du chantier, la Navigation de publication et le composant « Appel à devis » ; condition **Inclure** sur le type Réalisation seulement (chapitre 25).
- 6 Remplacez le carrousel provisoire de l'accueil** par un Loop Carousel utilisant le même Loop Item, limité aux six dernières réalisations.
- 7 Contrôlez le poids.** Dans la boucle, images en taille moyenne, jamais en taille originale (chapitre 33).

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Une page Réalisations filtrable, dix-huit fiches habillées par un seul modèle, et un carrousel sur l'accueil qui se met à jour tout seul à chaque nouvelle réalisation.

- ☐ Les dix-huit réalisations affichent une image, un titre et une commune dans la grille.
- ☐ Le filtre Escaliers / Cuisines / Agencements fonctionne sans recharger la page.
- ☐ Chaque fiche a un H1, une galerie et l'appel à devis ; sa navigation mène à la réalisation suivante.
- ☐ Le modèle Publication unique ne s'applique qu'aux réalisations : les pages gardent leur mise en page.
- ☐ Le carrousel de l'accueil montre les six dernières réalisations, sans réglage manuel.

38.10 — Séance 6 : À propos et témoignages

OBJECTIFS

Raconter l'atelier et les personnes, ce qui fait la différence entre un artisan et un catalogue. La page assemble des widgets classiques dans des conteneurs atomiques, et c'est la bonne occasion de tester l'IA de rédaction avec méthode.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Écrivez le brief.** Si vous utilisez Elementor AI pour dégrossir le texte, préparez d'abord le brief, générez deux versions, relisez sur le fond et réécrivez à la première personne de Camille (chapitre 23). Notez que la mention correspondante devra figurer dans les mentions légales (séance 8).
- 2 **Posez la structure.** Héros court (H1 « L'atelier, depuis 2009 »), section histoire (Flexbox en ligne, photo et texte classe texte-max), section équipe (Grille de trois Boîtes d'image : Camille et ses deux salariés), section valeurs (Grille de trois Boîtes d'icône : bois local, sur mesure, pose soignée), section chiffres (trois Compteurs : années d'activité, chantiers livrés, communes servies — des chiffres vrais), section témoignages (trois widgets Témoignage dans une Grille, ou le Carrousel de témoignages), composant « Appel à devis » (chapitre 16).
- 3 **Appliquez la classe carte** aux Blocs Div de l'équipe et des valeurs : ombre et survol viennent avec, sans rien régler élément par élément (chapitre 17).
- 4 **Harmonisez les photos.** Même cadrage, même proportion, coins arrondis par la classe (chapitre 14).
- 5 **Publiez et relisez sur téléphone**, la page en entier, à voix basse : les phrases trop longues se repèrent à l'oreille.

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Une page À propos publiée, dont tous les contenus sont vrais et signés.

- ☐ Aucun texte laissé « générique » : noms, années, communes et essences réels.
- ☐ Les avis clients portent un prénom et disposent d'un accord écrit ; aucun avis inventé.
- ☐ Les Compteurs affichent des chiffres que Camille peut justifier.
- ☐ Les cartes équipe et valeurs utilisent la classe carte, sans style local.

- ☐ Un seul H1 ; un H2 par section ; le composant « Appel à devis » ferme la page.

38.11 — Séance 7 : contact, formulaire et popup

OBJECTIFS

Construire la page la plus importante du site pour un artisan : celle où le visiteur devient une demande de devis. Le formulaire, ses actions après envoi et sa conformité occupent l'essentiel de la séance ; la popup vient en dernier.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Posez la page Contact.** H1, puis un Flexbox en ligne : à gauche les coordonnées et les horaires (Liste d'icône avec adresse, `tel:`, `mailto:`), à droite le formulaire (chapitre 15).
- 2 **Décidez pour la carte.** Le widget Google Maps charge des ressources tierces (chapitres 16 et 35) : préférez une image de plan cliquable vers l'itinéraire, ou n'affichez la carte qu'après consentement.
- 3 **Construisez le formulaire de devis** avec le widget Formulaire (Pro) en deux étapes (chapitre 28). Étape « Votre projet » : une Sélection (escalier, cuisine, agencement), une Zone de texte, un Téléversement facultatif. Étape « Vos coordonnées » : Nom et Email en colonnes de 50 %, Tel facultatif, une case Acceptation obligatoire renvoyant à la politique de confidentialité, et une Case à cocher facultative, non pré-cochée, « J'accepte d'être rappelé par téléphone » (obligation depuis le 11 août 2026, chapitre 35). Ajoutez un champ Honeypot.
- 4 **Réglez les actions après envoi.** Collecter les envois ; Email vers `contact@menuiserie-roche.fr` avec `[all-fields]` ; Email 2 en accusé de réception au client, avec « Répondre à » sur l'adresse de l'atelier ; messages de succès et d'erreur personnalisés.
- 5 **Assurez la délivrabilité.** Une extension SMTP (citée en exemple) ou Site Mailer, puis un envoi de test réel, en vérifiant le dossier des indésirables.
- 6 **Créez la popup « Devis express ».** ► **Elementor** ► **Éditeur** ► **Modèles** ► **Fenêtres surgissantes** : un formulaire court (nom, téléphone, projet, même case de rappel), fermeture visible. Publication : condition Tout le site ; déclencheur au chargement après 40 secondes ; règles avancées : afficher sur ordinateur seulement, jusqu'à une fois. Le bouton « Devis express » du composant « Appel à devis » l'ouvre par le lien dynamique ► **Actions** ► **Popup** (chapitre 29).
- 7 **Vérifiez la conformité.** Mention d'information sous le formulaire, durée de conservation des envois décidée et notée pour la politique de confidentialité, purge périodique prévue (chapitre 35).

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Un formulaire de devis en deux étapes, testé de bout en bout, et une popup qui ne dérange personne sur mobile.

- ☐ L'envoi de test arrive chez Camille et l'accusé de réception arrive au client.
- ☐ La case de rappel téléphonique est facultative, non pré-cochée, avec un libellé explicite.
- ☐ Aucun champ inutile ; le téléphone est facultatif ; la case Acceptation renvoie à la politique.
- ☐ La popup ne s'affiche jamais sur mobile et se ferme d'un geste.

- ☐ Les liens `tel:` et `mailto:` de la page sont testés sur téléphone.
- ☐ Les envois apparaissent dans ► **Elementor** › **Envois**.

38.12 — Séance 8 : responsive, performance, conformité, mise en ligne

OBJECTIFS

Contrôler, corriger, publier. Rien de neuf n'est construit pendant cette séance : on passe chaque page au crible du téléphone, de la vitesse, de l'accessibilité et de la loi, puis on retire le mode maintenance.

ÉTAPES CLÉS

- 1 **Responsive.** Page par page, en vue Tablette puis Mobile (**Ctrl** + **Shift** + **M**) : Grilles de trois colonnes passées à une, Flexbox de ligne en colonne, H1 de 48 à 32 px, padding de section de 80 à 40 px, images vérifiées ; puis la fiche F4 en entier (chapitre 12).
- 2 **Performance.** Mesure de l'accueil sur mobile avec PageSpeed Insights ; images de plus de 300 Ko réduites ; deux familles de polices et quatre graisses au plus ; chargement optimisé des images actif ; cache de l'hébergeur ou extension de cache (chapitre 33).
- 3 **Accessibilité et référencement.** Hiérarchie des titres, textes alternatifs, contraste, focus visible, libellés de formulaire ; avec une extension SEO (citée en exemple), un titre et une description par page et les données LocalBusiness ; dans ► **Réglages** › **Lecture**, la case demandant aux moteurs de ne pas indexer est décochée (chapitre 34).
- 4 **Conformité.** Rédaction des Mentions légales et de la Politique de confidentialité à partir des canevas du chapitre 35, mention des contenus assistés par IA si vous en avez utilisé, inventaire de ce qui charge des ressources tierces et bandeau de consentement si nécessaire.
- 5 **Mise en ligne.** Sauvegarde complète, désactivation du mode maintenance, test des sept pages en navigation privée et sur téléphone, formulaire retesté, fiche Google Business reliée au site, https vérifié (chapitre 37).
- 6 **Après.** La routine mensuelle du chapitre 36 est notée dans l'agenda ; premier réflexe en cas de style disparu : ► **Elementor** › **Éditeur** › **Outils** › **Regénérer CSS et données**.

LIVRABLE ET CRITÈRES DE RÉUSSITE

Le site en ligne. La fiche F5 donne la liste complète de mise en ligne ; les six points ci-dessous sont ceux qu'on oublie le plus souvent.

- ☐ Chaque page a été vue sur un vrai téléphone, sans défilement horizontal ni texte tronqué.
- ☐ La page d'accueil charge en un temps raisonnable sur mobile et ses images sont compressées.
- ☐ Les Mentions légales et la Politique de confidentialité sont complètes et reliées depuis le pied de page.
- ☐ Les moteurs de recherche sont autorisés à indexer le site.
- ☐ Le mode maintenance est retiré et une sauvegarde datée du jour existe.
- ☐ Le formulaire a été testé une dernière fois après la mise en ligne.

38.13 — Variante sans Elementor Pro

Le projet complet suppose un plan Advanced Solo. Avec la version gratuite, on construit le même site en remplaçant chaque fonction Pro par une solution moins confortable mais honnête. Ce qui ne se remplace pas vraiment, c'est le formulaire avec collecte des envois et le contenu dynamique : on s'appuie alors sur une extension de formulaire gratuite (citée en exemple) et sur des pages écrites à la main. Le chapitre 02 aide à décider si l'économie vaut le temps passé.

Fonction Pro utilisée	Solution avec la version gratuite
En-tête et pied de page du Constructeur de thème	En-tête et pied de page du thème Hello, réglés dans Réglages du site › Styles du thème › Entête / Pied de page, menu composé dans Apparence › Menus
Widget Menu WordPress, Logo du site	Menu du thème Hello ; logo déclaré dans Identité du site
Composant « Appel à devis »	Bandeau enregistré comme modèle et inséré sur chaque page (copie figée : une modification se répète à la main)
Tableau de prix	Grille de trois Blocs Div classe carte, chacun avec Titre, Liste d'icône, prix en Paragraphe et Bouton
Titre animé, Carrousel de témoignages	Titre simple ; trois widgets Témoignage dans une Grille
Type de contenu Réalisation, Loop Grid, Filtre par taxonomie	Page Réalisations avec des Onglets imbriqués (Escaliers / Cuisines / Agencements) contenant chacun une Galerie basique ; fiches remplacées par la visionneuse
Loop Carousel de l'accueil	Carrousel d'images mis à jour à la main à chaque nouveau chantier
Modèle Publication unique, balises dynamiques	Aucun ; les textes sont saisis dans chaque page
Widget Formulaire avec Envois, Email 2	Extension de formulaire gratuite (citée en exemple) insérée par le widget Code court ; accusé de réception selon l'extension
Popup « Devis express »	Aucune ; le bouton de l'en-tête et les liens tel: jouent ce rôle
Boutons flottants avec conditions d'affichage	Icône téléphone en tel: dans l'en-tête, visible sur mobile seulement (Mise en page › Aucun sur ordinateur)
Interactions au défilement et au survol (Pro)	Interaction d'entrée au chargement (gratuite) ; survol par les états de classe
CSS personnalisé, Notes	Aucun CSS ; les remarques se notent hors de l'éditeur

ATTENTION

Sans plan Pro, le formulaire n'est pas moins soumis à la loi : la case d'acceptation, la mention d'information et la case de rappel téléphonique non pré-cochée restent obligatoires quel que soit l'outil qui affiche le formulaire (chapitre 35).

38.14 — Grille d'auto-évaluation

Une fois le site en ligne, cochez pour chaque compétence la colonne qui vous correspond, sans indulgence. « Acquis » veut dire que vous sauriez le refaire seul, sur un autre site, sans rouvrir le support. Les compétences « à revoir » désignent le chapitre à relire.

Compétence	Acquis	Fragile	À revoir	Chapitre
Installer Elementor, Hello et Pro, faire les premiers réglages				04
Me repérer dans l'éditeur et utiliser la Structure				05, 08
Distinguer un élément atomique d'un widget classique				06
Disposer des éléments avec Bloc Div, Flexbox et Grille				09
Régler marges, padding, tailles et positions				10
Adapter une page à la tablette et au mobile				12
Créer et appliquer des variables, des classes et des états				18
Préparer et intégrer des images légères et accessibles				14
Construire un en-tête et un pied de page avec conditions				24
Afficher un contenu dynamique avec une boucle				26, 27
Créer un formulaire conforme, avec ses actions après envoi				28, 35
Publier une popup avec conditions, déclencheurs et règles				29
Mesurer et améliorer la vitesse d'une page				33
Rédiger les mentions légales et la politique de confidentialité				35
Diagnostiquer une panne courante et la résoudre				36

Un site fini n'est pas un site parfait : c'est un site en ligne, conforme, que son propriétaire sait faire vivre.

À RETENIR

- Le cahier des charges tient sur une page et se relit à chaque séance : il dit pourquoi le site existe et comment on saura qu'il est réussi.
- L'ordre des huit séances n'est pas arbitraire : **système de design, cadre du site, accueil, pages intérieures, contenu dynamique, formulaire, contrôle.**
- Chaque séance se termine par un livrable visible et une liste de critères cochés ; on ne passe pas à la suivante avec une liste incomplète.
- Les contenus vrais (photos, chiffres, avis autorisés) valent plus que n'importe quel effet : la séance 6 s'évalue sur leur exactitude, pas sur leur habillage.
- Sans Elementor Pro, le même site se construit avec des solutions de remplacement ; les obligations légales du formulaire, elles, ne changent pas.
- La grille d'auto-évaluation désigne les chapitres à relire : c'est elle qui transforme un projet réussi en compétence durable.

FICHES - OUTILS

F1 — Raccourcis clavier

Les raccourcis de l'éditeur Elementor, tels que les liste la page « Hotkeys » du Centre d'aide. Sur Mac, la touche **Cmd** remplace **Ctrl** ; tout le reste est identique. Les raccourcis fonctionnent quand la toile ou le panneau a le focus, pas quand le curseur est dans un champ de texte.

Action	Windows	Mac	Chapitre
Enregistrer	Ctrl + S	Cmd + S	05
Annuler (Défaire)	Ctrl + Z	Cmd + Z	05, 08
Rétablir (Refaire)	Ctrl + Shift + Z	Cmd + Shift + Z	05, 08
Copier l'élément sélectionné	Ctrl + C	Cmd + C	08
Coller	Ctrl + V	Cmd + V	08
Coller le style	Ctrl + Shift + V	Cmd + Shift + V	08
Dupliquer	Ctrl + D	Cmd + D	08
Supprimer l'élément sélectionné	Suppr	Suppr	05
Finder (rechercher, ouvrir, créer)	Ctrl + E	Cmd + E	05, 08
Afficher / masquer le panneau	Ctrl + P	Cmd + P	05
Réglages du site	Ctrl + K	Cmd + K	19
Structure (arborescence de la page)	Ctrl + I	Cmd + I	05, 08
Réglages de page	Ctrl + Shift + Y	Cmd + Shift + Y	05
Historique (Actions et Révisions)	Ctrl + Shift + H	Cmd + Shift + H	08
Préférences de compte	Ctrl + Shift + U	Cmd + Shift + U	08
Mode responsive	Ctrl + Shift + M	Cmd + Shift + M	12
Bibliothèque de modèles	Ctrl + Shift + L	Cmd + Shift + L	21
Constructeur de thème (Pro)	Ctrl + Shift + E	Cmd + Shift + E	24
Notes (Pro)	Shift + C	Shift + C	32
Liste des raccourcis clavier	Ctrl + ?	Cmd + ?	08
Quitter (fermer une fenêtre, désélectionner)	Échap	Échap	08

Le copier-coller d'Elementor fonctionne entre deux pages et même entre deux sites ouverts dans le même navigateur (chapitre 08). La liste complète est aussi accessible depuis le menu du logo Elementor › Raccourcis clavier.

F2 — Gratuit ou Pro : les fonctions par plan

Ce que contient chaque version d'Elementor, d'après la page des tarifs et la page « Elementor Pro vs Free » du Centre d'aide, lues le 6 septembre 2026. Prix en dollars US par an, hors taxes, facturation annuelle avec garantie de 30 jours ; les montants affichés en euros sont identiques. Les plans Advanced Solo et Advanced ont les mêmes fonctions et ne diffèrent que par le nombre de sites.

Fonction	Gratuit	Essential	Advanced Solo / Advanced	Expert
Prix par an, hors taxes	0 \$	60 \$	84 \$ / 108 \$	204 \$
Nombre de sites	sans limite	1	1 / 3	25
Widgets classiques	30 et plus	+ 57 Pro	+ 85 Pro	+ 85 Pro
Éléments atomiques de mise en page et de contenu (Bloc Div, Flexbox, Grille, Titre, Paragraphe, Bouton, Image, SVG, Vidéo, YouTube, Onglets)	✓	✓	✓	✓
Classes, Variables, États, Gestionnaires, Système de conception	✓	✓	✓	✓
Interactions d'entrée (au chargement de la page)	✓	✓	✓	✓
Interactions au défilement, au survol, au clic, effet personnalisé, réglage par point de rupture	—	✓	✓	✓
Bibliothèque de modèles, modèles enregistrés, import/export, révisions, Canevas, mode maintenance	✓	✓	✓	✓
Modèles cloud (réutilisables entre sites)	—	10	20 / 30	5 000
Constructeur de thème (en-tête, pied de page, publication, page, archive, recherche, 404, Loop Item)	—	✓	✓	✓
Contenu dynamique natif WordPress (balises dynamiques)	—	✓	✓	✓
Champs personnalisés ACF, Pods, Toolset	—	—	✓	✓
Loop Builder (Loop Grid, Loop Carousel, Boucle atomique)	—	✓	✓	✓
Formulaire (widget classique et Formulaire atomique)	—	✓	✓	✓
Envois (collecte des messages) et intégrations e-mailing	—	—	✓	✓

Fonction	Gratuit	Essential	Advanced Solo / Advanced	Expert
Popups : conditions, déclencheurs, règles avancées	—	—	✓	✓
CSS personnalisé et Code personnalisé	—	—	✓	✓
Composants	—	✓	✓	✓
Conditions d’affichage sur un élément	—	✓	✓	✓
Tableau de prix, Liste de prix, bouton PayPal	—	—	✓	✓
WooCommerce Builder et widgets produit	—	—	✓	✓
Notes (commentaires sur la page)	—	—	✓	✓
Elementor AI (écrire, coder, images)	essai puis abonnement	essai puis abonnement	essai puis abonnement	essai puis abonnement

Elementor One (228 \$/an, 1 site) regroupe tout Editor Pro et 25 000 crédits par mois pour l’IA (Angie, Elementor AI), l’optimisation d’images, l’accessibilité (Ally), l’envoi d’e-mails (Site Mailer), le consentement aux cookies et la gestion de site ; il n’inclut pas l’hébergement. La ligne « Tableau de prix, Liste de prix, bouton PayPal » suit le tableau du Centre d’aide, qui les réserve aux plans Advanced et supérieurs ; d’autres pages officielles sont moins précises sur ce point. Sans renouvellement, le site continue de fonctionner mais ne reçoit plus les mises à jour de Pro (chapitre 02).

F3 — Unités CSS et points de rupture

Les unités que proposent les champs de l'onglet Style, et les largeurs d'écran auxquelles Elementor change de mise en page. Règle simple : des pixels pour ce qui doit rester fixe (bordures, rayons, largeur maximale), des unités relatives pour ce qui doit s'adapter (texte, largeurs, espacements verticaux).

Les unités

Unité	Ce que c'est	Quand l'utiliser	Exemple
px	Le pixel : une valeur fixe, identique sur tous les écrans	Bordures, rayons, ombres, petits espacements, largeur maximale du contenu	bordure 1px , rayon 12px , contenu 1140px
%	Une proportion de l'élément parent	Largeur des colonnes et des images ; jamais pour une hauteur de texte	largeur 50%
em	Relative à la taille de police de l'élément lui-même (ou de son parent)	Padding d'un bouton proportionnel à son texte	padding 0.8em 1.6em
rem	Relative à la taille de police racine du site, 16 px par défaut	Tailles de texte, marges verticales : l'unité à préférer pour la typographie	1.0625rem = 17 px, 3rem = 48 px
vw / vh	1 % de la largeur / de la hauteur de la fenêtre (viewport)	Hauteur minimale d'un bandeau héros ; avec prudence pour les titres géants	hauteur minimale 70vh
fr	Une fraction de l'espace libre d'une Grille	Colonnes et lignes de l'élément Grille	1fr 1fr 1fr = trois colonnes égales
auto	Le navigateur calcule la valeur d'après le contenu	Hauteur des conteneurs de texte, marges automatiques pour centrer un bloc	hauteur auto , marge auto
ch	La largeur du chiffre 0 de la police, soit à peu près un caractère	Largeur maximale d'un paragraphe pour rester lisible	largeur maximale 65ch

Les points de rupture

Trois vues sont actives par défaut ; les autres s'ajoutent dans ► [Réglages du site](#) ► [Mise en page](#) ► [Points de rupture](#). Un réglage fait sur une vue s'applique aux vues plus étroites tant qu'on ne le remplace pas (cascade descendante), sauf « Écran large », qui n'affecte aucune autre vue. Mobile et Tablette ne peuvent pas être supprimés.

Vue (libellé Elementor)	Largeur d'écran	Par défaut	Remarque
Mobile (portrait)	767 px et moins	active	La vue à contrôler en premier ; ne peut pas être supprimée
Mobile paysage	880 px et moins	—	Optionnelle ; rarement utile pour un site vitrine
Tablette (portrait)	768 à 1024 px	active	Ne peut pas être supprimée

Vue (libellé Elementor)	Largeur d'écran	Par défaut	Remarque
Tablette en mode paysage	1200 px et moins	—	Optionnelle
Portable	1366 px et moins	—	Optionnelle ; pour les petits écrans d'ordinateur portable
Ordinateur	au-dessus du plus grand point actif	base	Tout se règle d'abord ici, puis se corrige vers le bas
Écran large	2400 px et plus (largeur minimale)	—	Seule vue qui ne transmet rien aux autres

Les valeurs héritées d'une vue plus large apparaissent grisées (widgets classiques) ou atténuées avec un point gris (éléments atomiques). Chapitre 12.

F4 — Checklist responsive

À dérouler page par page, dans l'éditeur en vue Tablette puis Mobile, et enfin sur un vrai téléphone. Une case non cochée est une correction à faire avant la mise en ligne (chapitre 12).

- ☐ La page a été vérifiée en vue Tablette et en vue Mobile dans l'éditeur, puis sur un vrai téléphone.
- ☐ Aucun défilement horizontal n'apparaît sur mobile : rien ne dépasse de l'écran.
- ☐ Les Grilles de trois colonnes passent à une colonne sur mobile (deux en tablette si le contenu s'y prête).
- ☐ Les Flexbox en ligne passent en colonne dès que leurs enfants deviennent trop étroits pour être lus.
- ☐ L'ordre des éléments sur mobile est logique (réglage Ordre) : l'image ne sépare pas un titre de son texte.
- ☐ Les titres sont réduits : H1 de 48 à 32 px, H2 de 34 à 28 px, H3 de 24 à 22 px.
- ☐ Le corps de texte reste à 16 px au minimum sur mobile ; aucune ligne ne dépasse 75 caractères.
- ☐ Le padding de section passe de 80 à 40 px en haut et en bas ; le padding latéral reste d'au moins 16 px.
- ☐ Les écarts passent de 32 à 24 px ; aucun widget Espaceur ne sert d'espacement.
- ☐ Aucun conteneur n'a de largeur fixe en pixels ; les largeurs sont en pourcentage ou à 100 %.
- ☐ Aucun conteneur de texte n'a de hauteur fixe en pixels ; les hauteurs sont automatiques ou minimales.
- ☐ Les boutons sont assez larges pour le doigt (cible d'au moins 44 px) ou en pleine largeur.
- ☐ Les éléments masqués sur mobile (Mise en page › Aucun) ont été relus : rien d'essentiel n'est caché.
- ☐ Les images d'arrière-plan restent lisibles sur mobile : position recadrée, superposition suffisante.
- ☐ Les images chargent une résolution adaptée : pas de photo de 2 000 px pour une vignette.
- ☐ Le menu hamburger s'ouvre, se ferme et donne accès à tous les liens et sous-menus.
- ☐ Les éléments en position absolue ont été contrôlés sur mobile, ou masqués.
- ☐ Les popups sont désactivées sur mobile, ou vérifiées avec une fermeture visible.
- ☐ Les réglages ont été faits sur Ordinateur d'abord, jamais sur Mobile d'abord : aucune valeur perdue sur grand écran.
- ☐ Le formulaire est utilisable au pouce : champs en pleine largeur, types Email et Tel pour le bon clavier.

F5 — Checklist de mise en ligne

À cocher le jour où le mode maintenance est retiré, dans cet ordre. Les points techniques d'abord, les contenus ensuite, la conformité, puis le dernier test (chapitre 37).

- ☐ Une sauvegarde complète (fichiers et base de données) datée du jour existe et a été téléchargée.
- ☐ WordPress, Elementor, Elementor Pro, le thème Hello et les extensions sont à jour ; la licence Pro est active.
- ☐ L'hébergement tourne sur une version récente de PHP (8.3 recommandée) avec au moins 256 Mo de mémoire.
- ☐ Le https est actif et toute adresse en http redirige vers https ; Outils › Remplacer l'URL a été utilisé si besoin.
- ☐ Les permaliens sont en « Titre de la publication ».
- ☐ La page d'accueil statique est définie dans Réglages › Lecture.
- ☐ La case « Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site » est décochée.
- ☐ L'identité du site est complète : nom, description, logo, favicon.
- ☐ Chaque page a un seul H1, un titre et une description de référencement (extension SEO citée en exemple).
- ☐ Toutes les images ont un texte alternatif et pèsent moins de 300 Ko.
- ☐ Tous les liens du menu et du pied de page ont été cliqués ; aucune page vide ni texte de remplissage ne subsiste.
- ☐ Les liens tel: et mailto: ont été testés depuis un téléphone.
- ☐ Le formulaire a été testé : message reçu, accusé de réception reçu, envoi collecté, anti-spam actif.
- ☐ L'envoi des e-mails passe par un service fiable (extension SMTP citée en exemple, ou Site Mailer).
- ☐ Les mentions légales sont complètes : identité, immatriculation, hébergeur, directeur de publication, contact.
- ☐ La politique de confidentialité décrit les données du formulaire, leur durée de conservation et les droits des personnes.
- ☐ La case de rappel téléphonique est facultative et non pré-cochée ; la case d'acceptation renvoie à la politique.
- ☐ Les ressources tierces ont été inventoriées (vidéos, cartes, polices, statistiques) et un bandeau de consentement est en place si l'une d'elles l'exige.
- ☐ Les polices Google sont chargées localement.
- ☐ Les contenus assistés par IA sont signalés là où la réglementation le demande, et une mention figure dans les mentions légales.
- ☐ La page 404 est personnalisée (Pro) ou, à défaut, celle du thème a été vérifiée.
- ☐ Le mode maintenance est désactivé et la page « En construction » est dépubliée.

- ☐ Le site a été parcouru en navigation privée sur ordinateur et sur téléphone, de l'accueil au formulaire.
- ☐ La fiche Google Business et les réseaux sociaux pointent vers la bonne adresse.
- ☐ Le cache a été purgé et Outils › Régénérer CSS et données a été lancé une dernière fois.

F6 — Dépannage rapide

Les quinze pannes les plus fréquentes, avec leur cause probable et le premier remède à essayer. Avant toute manipulation : une sauvegarde, et un test en navigation privée pour écarter le cache du navigateur (chapitre 36).

Symptôme	Cause probable	Remède
L'éditeur ne se charge pas (chargement sans fin)	Extension en conflit, mémoire PHP insuffisante, méthode de chargement de l'éditeur	Désactiver la dernière extension installée ; Mode sans échec ; Elementor › Éditeur › Réglages › Avancé › changer la méthode de chargement ; demander plus de mémoire à l'hébergeur
Les modifications ne s'affichent pas sur le site	Cache de l'hébergeur, d'une extension ou du navigateur	Purger tous les caches ; vérifier en navigation privée
Les styles ont disparu après une mise à jour	Fichiers CSS non régénérés	Elementor › Éditeur › Outils › Régénérer CSS et données, puis purger le cache
Erreur 500 ou page blanche	Mémoire PHP épuisée, extension ou thème incompatible	Lire le journal d'erreurs de l'hébergeur ; passer la mémoire à 256-512 Mo ; désactiver la dernière extension ; Contrôle de version pour revenir à la version précédente d'Elementor
Images floues	Taille d'image trop petite choisie (miniature) ou fichier d'origine trop petit	Choisir une résolution plus grande dans l'élément Image ; téléverser un fichier plus large
Mise en page cassée sur mobile seulement	Valeur héritée inadaptée, ou réglage fait sur Mobile puis écrasé	Mode responsive ; repérer les valeurs héritées (grisées ou point gris) ; passer les Flexbox en colonne, retirer les largeurs fixes
Le formulaire n'envoie pas d'e-mail	WordPress envoie sans SMTP et le message est rejeté ; adresse « De » hors du domaine	Vérifier Elementor › Envois (le message est peut-être collecté) ; installer une extension SMTP ou Site Mailer ; « De » sur le domaine du site
La police ne s'affiche pas	Police Google non chargée localement, nom mal choisi, cache	Réglages du site › Polices globales ; Elementor › Éditeur › Réglages › Avancé › Google Fonts ; Régénérer CSS ; purger le cache
Licence Pro inactive, fonctions Pro grisées	Licence expirée, site non activé, changement de domaine	Désactiver puis réactiver la licence depuis le compte Elementor ; vérifier la date de renouvellement
Sections et Colonnes proposées au lieu des conteneurs	Éditeur atomique ou conteneurs Flexbox désactivés	Elementor › Éditeur › Réglages › Éditeur Atomic ; onglet Fonctionnalités
L'en-tête ou un modèle ne s'applique pas sur une page	Conditions d'affichage absentes (point gris) ou conflit entre modèles	Constructeur de thème › Modifier les conditions ; se souvenir que le modèle le plus spécifique gagne
Un bouton ou un lien dans un conteneur n'est pas cliquable	Un lien est posé sur le conteneur parent	Retirer le lien du conteneur ; poser le lien sur l'élément lui-même

Symptôme	Cause probable	Remède
Avertissement de sécurité ou cadenas barré après le passage en https	Adresses en http restées dans les contenus et les images	Elementor › Éditeur › Outils › Remplacer l'URL (http vers https) ; purger le cache
La popup ne s'ouvre pas	Conditions non enregistrées, règle « jusqu'à N fois » déjà atteinte, utilisateur connecté masqué	Tester en navigation privée ; republier avec conditions ; désactiver temporairement « Masquer pour les utilisateurs connectés »
Modifier une classe globale ne change pas un élément	Un style local ou une autre classe globale prime	Retirer le style local de l'élément ; réordonner les classes dans le Gestionnaire de classe

Pour un ticket au support : Elementor › Éditeur › Système fournit les informations à copier. Chapitre 36 pour la procédure complète en six étapes.

F7 — Le système de design de la Menuiserie Roche

Les valeurs exactes du fil rouge, dix variables et six classes, à saisir dans le Système de conception (chapitre 18) avant de construire les pages. Palette : bois #A8663C, anthracite #2B2B2B, blanc cassé #FAF7F2, vert sauge #7A9E7E ; polices Playfair Display pour les titres et Source Sans 3 pour le texte, chargées localement.

Les variables

Nom	Type	Valeur	Usage et remarque
bois	Couleur	#A8663C	Bordures, pictogrammes, filets, accents décoratifs. Ne pas poser de texte clair courant dessus : le contraste avec le blanc cassé est d'environ 4,3:1, en dessous du seuil de 4,5:1.
bois-fonce	Couleur	#8F5530	Nuance dérivée pour les boutons principaux, les liens et le texte coloré : contraste d'environ 5,6:1 avec le blanc cassé.
anthracite	Couleur	#2B2B2B	Titres, texte courant, fond du pied de page. Contraste d'environ 13:1 sur blanc cassé.
blanc-casse	Couleur	#FAF7F2	Fond des sections claires, texte sur les fonds bois foncé et anthracite.
sauge	Couleur	#7A9E7E	Badges, pictogrammes, arrière-plans doux. Texte anthracite dessus (environ 4,7:1) ; jamais de texte clair (environ 2,8:1).
police-titres	Police	Playfair Display	H1, H2, H3 et citations.
police-texte	Police	Source Sans 3	Paragrophes, boutons, menu, formulaires, légendes.
taille-corps	Taille	1.0625rem	17 px ; 16 px sur mobile.
taille-h1	Taille	3rem	48 px sur ordinateur ; 32 px sur mobile.
taille-h2	Taille	2.125rem	34 px sur ordinateur ; 28 px sur mobile.

Si la variable de taille n'est pas proposée dans votre version (la page d'aide « Variables » la mentionne pour les utilisateurs Pro), saisissez les tailles directement dans les classes. Les valeurs de contraste sont calculées selon la formule des règles WCAG et arrondies.

Les classes globales

Classe	S'applique à	Réglages	États
btn-primaire	Bouton atomique	Fond bois-fonce, texte blanc-casse, police-texte graisse 600, taille-corps, padding 14 px haut/bas et 28 px côtés, rayon 999 px (pilule), sans bordure, transition 300 ms	Au survol : fond anthracite. Focus : contour 2 px anthracite, décalé de 2 px, toujours visible.
btn-secondaire	Bouton atomique	Fond transparent, bordure 2 px bois, texte bois-fonce, mêmes padding, rayon, police et transition	Au survol : fond bois-fonce, texte blanc-casse. Focus : identique à btn-primaire.

Classe	S'applique à	Réglages	États
carte	Bloc Div	Fond blanc pur (#FFFFFF , pour se détacher du blanc cassé), rayon 12 px, padding 32 px, ombre 0 4px 16px noire à 8 %, transition 300 ms ; direction colonne, écart 16 px	Au survol : ombre 0 8px 24px noire à 12 %, déplacement de 4 px vers le haut.
section	Flexbox (balise Section)	Padding 80 px haut/bas et 24 px côtés ; enfant « contenu » limité à 1140 px et centré par marges automatiques ; sur mobile 40 px haut/bas et 16 px côtés	—
titre-section	Titre H2	police-titres, taille-h2, graisse 700, anthracite, interligne 1.2, marge basse 24 px, centré	—
texte-max	Paragraphe	Largeur maximale 720 px, taille-corps, interligne 1.6, anthracite	—

L'échelle typographique

Niveau	Police	Ordinateur	Mobile	Graisse	Interligne
H1	Playfair Display	48 px (3rem)	32 px (2rem)	700	1.15
H2	Playfair Display	34 px (2.125rem)	28 px (1.75rem)	700	1.2
H3	Playfair Display	24 px (1.5rem)	22 px (1.375rem)	600	1.3
Corps	Source Sans 3	17 px (1.0625rem)	16 px (1rem)	400	1.6
Petit texte, légendes	Source Sans 3	15 px (0.9375rem)	15 px	400	1.5
Boutons et menu	Source Sans 3	17 px	17 px	600	1

Deux familles, quatre graisses au total (Playfair 600 et 700, Source Sans 3 400 et 600) : c'est la limite conseillée au chapitre 33 pour ne pas alourdir le chargement. Slogan en H1 sur l'accueil seulement ; sur les autres pages, le H1 nomme la page.

Glossaire

Les termes du support, en français, avec le libellé anglais de l'interface entre parenthèses lorsqu'il aide à s'y retrouver. Les chapitres sont indiqués quand une notion y est développée.

Accessibilité

Capacité d'un site à être utilisé par tout le monde, y compris avec un lecteur d'écran, au clavier ou avec une vision réduite. Repères : titres hiérarchisés, textes alternatifs, contraste d'au moins 4,5:1, focus visible (chapitre 34).

Accordéon (Accordion)

Widget classique qui empile des titres dépliés ; un clic ouvre le contenu. La version « imbriquée », gratuite, accepte n'importe quel élément dans chaque volet.

ACF (Advanced Custom Fields)

Extension, citée en exemple, qui ajoute des champs personnalisés et des types de contenu à WordPress. Ses champs se lisent dans Elementor Pro, plans Advanced et supérieurs, par les balises dynamiques.

Administration WordPress (wp-admin, tableau de bord)

L'arrière-boutique du site : pages, articles, médias, menus, extensions, réglages. Elementor s'y ajoute sous le menu « Elementor ».

AJAX

Technique qui permet à une page de charger de nouvelles données sans se recharger entièrement : pagination et filtres d'une boucle, envoi d'un formulaire.

Ancre (anchor)

Repère posé dans une page vers lequel un lien peut faire défiler ; se crée par le widget Ancre de menu ou l'identifiant d'un élément, et s'appelle par un lien en `#nom`.

Angie

Extension séparée d'Elementor, IA dite « agentique », qui agit dans l'administration et dans l'éditeur (mises en page atomiques, formulaires, classes, variables). Facturée en crédits One (chapitre 23).

Appel à l'action (call to action)

Le bouton ou le lien qui demande au visiteur de faire quelque chose : « Demander un devis ». Un seul appel principal par écran (chapitre 15).

Arborescence

Carte des pages d'un site et de leurs liens ; pour un site vitrine, une page d'accueil et quelques pages accessibles en un clic depuis le menu.

Archive

Page générée par WordPress qui liste des contenus : les articles d'une catégorie, d'un auteur, d'une date, ou les résultats d'une recherche. Habillée par le Constructeur de thème (chapitre 25).

Arrière-plan (Background)

Ce qui se trouve derrière le contenu d'un élément : couleur, image, dégradé, ou plusieurs couches superposées dans l'éditeur atomique (chapitre 17).

Article (Post)

Contenu daté et classé par catégories et étiquettes, fait pour les actualités et le blog ; s'oppose à la page, contenu stable.

Atome, élément atomique (Atomic element)

Élément de la génération actuelle d'Elementor : Bloc Div, Flexbox, Grille, Titre, Paragraphe, Bouton, Image, SVG, Vidéo, Onglets. Deux onglets, Général et Style, un code léger, des classes et des variables (chapitre 06).

Balise dynamique (Dynamic tag)

En Pro, valeur qui s'affiche selon le contexte au lieu d'être saisie : le titre de la publication en cours, sa date, un champ personnalisé, un lien téléphone ou WhatsApp (chapitre 26).

Balise HTML (HTML tag)

Nom de la boîte dans le code : div, header, section, article, aside, footer, h1. Choisie dans l'onglet Général d'un conteneur atomique ; elle donne du sens à la page pour les moteurs de recherche et les lecteurs d'écran (chapitre 09).

Barre supérieure (Top Bar)

Bande sombre en haut de l'éditeur : menu Elementor, ajout d'élément, réglages de page, historique, mode responsive, Finder, Structure, aperçu, Publier (chapitre 05).

Bibliothèque de modèles (Template Library)

Fenêtre qui propose des blocs et des pages prêts à l'emploi, ainsi que vos modèles enregistrés (chapitre 21).

Bloc Div (Div Block)

Conteneur atomique générique, le plus léger ; il empile ses enfants. À préférer quand on n'a pas besoin de les disposer en ligne (chapitre 09).

Boucle (Loop)

« Pour chaque élément, applique ce gabarit » : mécanisme Pro qui affiche une liste de publications ou de produits avec un même modèle, en grille, en carrousel ou en éléments atomiques (chapitre 27).

Cache

Copie toute prête d'une page, servie plus vite qu'une page recalculée. Explique la plupart des « je ne vois pas mes modifications » : on purge le cache.

Canevas Elementor (Elementor Canvas)

Mise en page d'une page entièrement vide, sans en-tête ni pied de page du thème ; pour une page « en construction » ou une page d'atterrissage.

Champ personnalisé (Custom field)

Information ajoutée à une publication au-delà du titre et du texte : commune, essence de bois, année. Créé par une extension, affiché par une balise dynamique (chapitre 26).

Classe (Class)

Ensemble de réglages de style partagés par plusieurs éléments atomiques. La classe locale (rose) appartient à un élément ; la classe globale (verte) se réutilise partout et se gère dans le Gestionnaire de classe (chapitre 18).

Composant (Component)

En Pro, bloc construit une fois et inséré sur plusieurs pages en restant synchronisé ; certaines propriétés, un titre ou une image, peuvent être exposées et modifiées par instance (chapitre 22).

Conditions d'affichage (Display Conditions)

Règles qui décident où un modèle du Constructeur de thème, ou un élément en Pro, s'affiche : tout le site, une page, une catégorie, un type de contenu (chapitres 24 et 32).

Constructeur de thème (Theme Builder)

Outil Pro pour dessiner les parties du site que le thème gère : en-tête, pied de page, publication unique, page, archive, résultats de recherche, erreur 404, Loop Item, produit (chapitres 24 et 25).

Conteneur (Container)

Boîte qui contient d'autres éléments et décide de leur disposition. Conteneurs atomiques : Bloc Div, Flexbox, Grille ; conteneur classique de la génération V3 ; ancien système : Section et Colonne (chapitre 11).

Core Web Vitals

Trois mesures de Google sur l'expérience de chargement : le LCP (affichage du plus grand élément), l'INP (réactivité aux interactions) et le CLS (stabilité visuelle) (chapitre 33).

CPT (Custom Post Type, type de contenu personnalisé)

Famille de contenus créée sur mesure à côté des pages et des articles, comme « Réalisation » ou « Produit ». Se crée avec une extension, s'affiche avec une boucle (chapitre 26).

Crédits One

Unité de consommation de l'abonnement Elementor One (25 000 par mois) pour l'IA, l'optimisation d'images, l'accessibilité, l'envoi d'e-mails et le consentement aux cookies (chapitre 02).

CSS

Langage qui décrit l'apparence d'une page : couleurs, tailles, espacements, position. Elementor l'écrit pour vous ; le CSS personnalisé, en Pro, permet d'en ajouter à la main (chapitre 32).

Éditeur atomique (Atomic Editor, Editor V4)

Génération actuelle de l'éditeur Elementor, stable depuis la version 4.0 du 30 mars 2026 et activée par défaut sur les nouveaux sites ; réglable dans Elementor › Éditeur › Réglages › Éditeur Atomic (chapitre 06).

Éditeur de blocs (Gutenberg)

Éditeur natif de WordPress, par blocs. Il reste le bon outil pour les articles de blog ; Elementor prend la main sur les pages vitrines (chapitre 01).

Em, rem

Unités relatives à une taille de police : l'em à celle de l'élément, le rem à celle de la racine du site, 16 px par défaut. `1.0625rem` vaut 17 px (fiche F3).

En-tête (Header)

Bande du haut présente sur toutes les pages : logo, menu, bouton. Construite avec le Constructeur de thème en Pro, ou fournie par le thème Hello (chapitre 24).

Envois (Submissions)

En Pro, plans Advanced et supérieurs, liste des messages reçus par les formulaires, consultable dans Elementor › Envois et exportable en CSV. Ce sont des données personnelles : durée de conservation à fixer, purge à prévoir (chapitre 28).

État (State)

Variante d'une classe pour une situation donnée : Au survol, Focus, Actif, Sélectionné pour les Onglets. C'est ce qui fait changer un bouton de couleur sous la souris (chapitre 18).

Extension (Plugin)

Programme qui ajoute une fonction à WordPress : Elementor, Elementor Pro, un formulaire, une extension de référencement, un cache. Moins il y en a, mieux le site se porte.

Favicon

Petite icône du site affichée dans l'onglet du navigateur ; déclarée dans Réglages du site › Identité du site (chapitre 19).

Finder

Barre de recherche de l'éditeur pour ouvrir ou créer une page, un article, un modèle, ou atteindre un réglage (chapitre 05).

Flexbox

Conteneur atomique qui dispose ses enfants en ligne ou en colonne, avec les réglages Justifier le contenu, Aligner les éléments, Écart et Retour à la ligne. La base de toute mise en page dans ce support (chapitre 09).

Gap (Écart)

Espace entre les enfants d'un Flexbox ou d'une Grille, réglé une fois pour tous ; il remplace les marges posées élément par élément et le widget Espaceur.

Grille (Grid)

Conteneur atomique qui organise ses enfants en lignes et en colonnes, avec des largeurs en `fr` ; un enfant peut occuper plusieurs cellules (chapitre 09).

H1 à H6 (Heading)

Les six niveaux de titres HTML. Un seul H1 par page, puis des H2 pour les grandes parties, des H3 à l'intérieur ; on ne choisit jamais une balise pour sa taille (chapitre 13).

Hébergement (hosting)

Serveur loué chez un hébergeur, sur lequel WordPress est installé. Il fournit aussi PHP, la base de données, le certificat https et souvent une sauvegarde (chapitre 04).

Hello Elementor

Thème gratuit et très léger, conçu comme une toile vierge pour Elementor ; à préférer à Hello Biz, annoncé en maintenance (chapitre 04).

Historique et Révisions (History, Revisions)

Fenêtre de l'éditeur : Actions, tout ce qui a été fait depuis l'ouverture, et Révisions, une version par enregistrement, pour revenir en arrière (chapitre 08).

Honeypot

Champ de formulaire invisible pour les humains, que les robots remplissent ; permet d'écarter le spam sans imposer de test au visiteur (chapitre 28).

HTML

Langage qui décrit la structure d'une page en boîtes emboîtées et en balises. Elementor le génère ; l'éditeur atomique en produit une version plus légère (chapitre 03).

Interactions

Onglet des éléments atomiques pour les animations : entrée à l'affichage en gratuit ; défilement, survol, clic, effet personnalisé et réglage par point de rupture en Pro (chapitre 20).

Lightbox (Visionneuse)

Fenêtre qui affiche une image ou une vidéo en grand sur un fond sombre, au clic ; réglée dans Réglages du site › Visionneuse (chapitre 14).

Loop Grid

Widget classique Pro qui affiche une boucle en grille : choix du Loop Item, colonnes, requête, pagination, avec un Filtre par taxonomie en option (chapitre 27).

Loop Item (Élément de boucle)

Gabarit d'une seule carte d'une boucle : image mise en avant, titre, extrait, bouton. Créé dans le Constructeur de thème et répété pour chaque élément (chapitre 27).

Margin et padding (marge externe, marge interne)

Le padding est l'espace entre le contenu d'une boîte et son bord ; la margin, l'espace entre ce bord et les voisins. Les deux se règlent par côté dans Style › Espacement (chapitre 10).

Médiathèque (Media Library)

Réserve des images, vidéos et fichiers du site, dans WordPress. Elementor y puise, WordPress conserve (chapitre 14).

Mise en page (Layout)

Première section de l'onglet Style d'un élément atomique : Bloc, Flex, Bloc en ligne ou Aucun, puis direction, justification, alignement, écart et retour à la ligne (chapitre 09).

Mode maintenance

Réglage d'Elementor (Outils) qui montre une page « Bientôt disponible » aux visiteurs pendant la construction ; les personnes connectées voient le site normal (chapitre 04).

Mode responsive

Vues Ordinateur, Tablette et Mobile de l'éditeur ; les réglages faits dans une vue ne s'appliquent qu'à elle et aux vues plus étroites (chapitre 12).

Modèle (Template)

Bloc ou page enregistré pour être réinséré ailleurs, en copie indépendante, ou partie de site du Constructeur de thème. Import et export au format .json (chapitre 21).

Page

Contenu stable et sans date, comme l'accueil ou la page Contact, rangé hors du blog ; c'est ce que l'on construit avec Elementor (chapitre 01).

Panneau (Panel)

Colonne de gauche de l'éditeur : liste des éléments quand rien n'est sélectionné, réglages de l'élément sélectionné sinon (chapitre 05).

Permalien

Adresse d'une page ou d'un article. Réglage recommandé : Réglages › Permalien › Titre de la publication, pour des adresses lisibles (chapitre 04).

Pixel (px)

Unité fixe de l'écran. Utile pour les bordures, les rayons et la largeur maximale du contenu ; à éviter pour les hauteurs et les largeurs de conteneurs (fiche F3).

Point de rupture (Breakpoint)

Largeur d'écran à partir de laquelle la mise en page change : Mobile jusqu'à 767 px, Tablette jusqu'à 1024 px, points supplémentaires activables dans Réglages du site › Mise en page (chapitre 12).

Popup (fenêtre surgissante)

Fenêtre qui s'ouvre par-dessus la page selon des conditions, des déclencheurs et des règles avancées ; Pro, plans Advanced et supérieurs (chapitre 29).

Position (statique, relative, absolue, fixe, collante)

Façon dont un élément est placé : dans le flux (statique), décalé (relative), sorti du flux et posé par rapport à son parent (absolue), fixé à l'écran (fixe), collé en haut au défilement (collante) (chapitre 10).

reCAPTCHA

Service de Google qui distingue humains et robots dans un formulaire, avec une case (v2) ou de façon invisible (v3) ; clés à saisir dans Elementor › Éditeur › Réglages › Intégrations. Charge une ressource tierce (chapitre 28).

Réglages du site (Site Settings)

Fenêtre des réglages globaux : couleurs et polices globales, styles du thème, identité, arrière-plan, mise en page, points de rupture, visionneuse, CSS personnalisé en Pro (chapitre 19).

Responsive

Se dit d'un site dont le même contenu se réorganise selon la largeur de l'écran, du téléphone au grand moniteur (chapitre 12).

RGPD

Règlement européen sur la protection des données (règlement 2016/679). Pour un site vitrine : politique de confidentialité, case d'acceptation, données minimales, durée de conservation, consentement aux traceurs non exemptés (chapitre 35).

Section

Deux sens : la balise HTML section, qui désigne une grande partie de page et se choisit pour un Flexbox de bandeau ; et l'ancien élément Section/Colonne d'Elementor, antérieur à 2022, que l'on ne doit plus utiliser pour construire (chapitre 11).

SEO (référencement naturel)

Ensemble des pratiques qui aident un site à être trouvé par les moteurs de recherche : structure, contenu, vitesse, titres et descriptions, liens. Elementor y contribue ; une extension dédiée complète (chapitre 34).

Shortcode (Code court)

Petit code entre crochets fourni par une extension, qui affiche sa fonction là où on le colle ; le widget Code court l'insère dans une page Elementor (chapitre 16).

SMTP

Protocole d'envoi des e-mails. WordPress envoie mal par lui-même ; une extension SMTP, ou Site Mailer, fait passer les messages du formulaire par un serveur fiable (chapitre 28).

Sticky (collant)

Position d'un élément qui reste visible au défilement, typiquement l'en-tête ; Position › Collante en atomique, Effets de mouvement dans la génération V3 (chapitre 10).

Structure (ex-Navigator)

Arborescence de la page : imbrication des conteneurs et des éléments, renommage par double-clic, réordonnancement par glisser-déposer (chapitres 05 et 08).

SVG

Format d'image vectorielle, net à toutes les tailles et très léger ; idéal pour un logo ou un pictogramme. Élément SVG atomique (chapitre 14).

Taxonomie

Système de classement des contenus : catégories et étiquettes des articles, ou classement propre à un type de contenu, comme la « Famille » des réalisations. Sert au Filtre par taxonomie (chapitre 27).

Texte alternatif (alt)

Description d'une image, lue par les lecteurs d'écran et utilisée par les moteurs de recherche ; se remplit dans la Médiathèque (chapitre 14).

Thème

Habillage de base d'un site WordPress. Avec Elementor, on choisit un thème vide, Hello Elementor, et l'on dessine le reste (chapitre 01).

Toile (Canvas)

Grande zone de l'éditeur où la page s'affiche telle que le visiteur la verra, et où chaque élément se sélectionne d'un clic (chapitre 05).

Variable

Surnom d'une valeur, couleur, police ou taille, réutilisée dans tout le site ; changer la variable change tous les éléments qui l'utilisent. Gérée dans le Gestionnaire de variables (chapitre 18).

Viewport (vw, vh)

Zone visible de la fenêtre du navigateur ; 1 vw vaut 1 % de sa largeur, 1 vh 1 % de sa hauteur (fiche F3).

WebP

Format d'image moderne, plus léger que le JPG à qualité égale ; à privilégier pour les photos, avec l'AVIF quand il est pris en charge (chapitre 14).

Widget

Élément classique d'Elementor, de la génération V3, avec trois onglets Contenu, Style et Avancé. On y pioche quand l'équivalent atomique n'existe pas : Boîte d'icône, Galerie, Formulaire, Google Maps (chapitre 16).

WooCommerce

Extension gratuite de boutique en ligne pour WordPress ; Elementor Pro, plans Advanced et supérieurs, permet d'en dessiner les pages produit, panier et commande (chapitre 31).

z-index

Ordre d'empilement des éléments positionnés : le plus grand nombre passe devant. Utile pour un en-tête collant ou un badge posé sur une image (chapitre 10).

Sources et références

Pages officielles consultées le 6 septembre 2026 pour établir les faits de ce support (versions, libellés, fonctions, prix), et textes juridiques cités. Les libellés français proviennent de la traduction officielle du plugin sur translate.wordpress.org.

Versions, exigences et réglages d'administration

Fiche officielle du plugin gratuit — <https://wordpress.org/plugins/elementor/>

Readme du dépôt WordPress.org (Stable tag 4.2.4, versions minimales) — <https://plugins.svn.wordpress.org/elementor/trunk/readme.txt>

Centre d'aide, « Requirements » — <https://elementor.com/help/requirements/>

Centre d'aide, « Elementor settings » — <https://elementor.com/help/elementor-settings/>

Centre d'aide, « Settings » (Général, Intégrations, Avancé, Performance) — <https://elementor.com/help/settings/>

Centre d'aide, « Features » (ex-Experiments) — <https://elementor.com/help/elementor-experiments-2/>

Plans, tarifs et versions gratuite / Pro

Page des tarifs Elementor (lue le 06/09/2026) — <https://elementor.com/pricing-plugin/>

Centre d'aide, « Elementor Pro vs Free » — <https://elementor.com/help/elementor-pro-vs-free/>

FAQ de l'éditeur V4 — <https://elementor.com/products/website-builder/v4-faq/>

Blog Elementor, « Editor 4.0 : Atomic Forms, Pro Interactions » — <https://elementor.com/blog/editor-40-atomic-forms-pro-interactions/>

L'éditeur et ses éléments

« Explore the Elementor Editor » — <https://elementor.com/help/explore-the-elementor-editor/>

« Differences between the Elementor Editor 3.x and V4 » — <https://elementor.com/help/what-are-the-differences-between-the-elementor-editor-3-x-and-v4/>

« Get started with the Elementor Editor V4 » — <https://elementor.com/help/get-started-with-the-elementor-editor-v4/>

« Elementor Top Bar » — <https://elementor.com/help/elementor-top-bar/>

« Structure » (ex-Navigator) — <https://elementor.com/help/navigator/>

« The Finder » — <https://elementor.com/help/the-finder/>

« Revision history, undo and redo » — <https://elementor.com/help/revision-history-undo-and-redo/>

« Hotkeys » (raccourcis clavier) — <https://elementor.com/help/hotkeys/>

« Flexbox element » — <https://elementor.com/help/flexbox-element/>

« Div Block element » — <https://elementor.com/help/div-block-element/>

« Style tab : Layout » — <https://elementor.com/help/style-tab-layout/>

« How to use CSS Grid in the Atomic Editor » — <https://elementor.com/help/how-to-use-css-grid-in-the-atomic-editor/>

« Interactions » — <https://elementor.com/help/interactions/>

Réglages du site et responsive

« Site Settings » — <https://elementor.com/help/site-settings/>

« Global layout settings » — <https://elementor.com/help/global-layout-settings/>

« Theme Style global settings » — <https://elementor.com/help/theme-style-global-settings/>

« Mobile editing » — <https://elementor.com/help/mobile-editing/>

« Responsive editing » — <https://elementor.com/help/responsive-editing/>

« Inherited responsive values » — <https://elementor.com/help/inherited-responsive-values/>

Système de design : classes, variables, états, composants

« Classes in Elementor » — <https://elementor.com/help/classes-in-elementor-2/>

« Class Manager » — <https://elementor.com/help/the-elementor-editor-class-manager/>

« Variables » — <https://elementor.com/help/variables/>

« Variables Manager » — <https://elementor.com/help/variables-manager/>

« Element states » — <https://elementor.com/help/element-states/>

« Components » — <https://elementor.com/help/components-2/>

Elementor Pro : Constructeur de thème, formulaires, boucles, popups, contenu dynamique

« The Elementor Theme Builder » — <https://elementor.com/help/the-elementor-theme-builder/>

« Conditions » (conditions d’affichage) — <https://elementor.com/help/conditions/>

« Templates menu » — <https://elementor.com/help/templates-menu/>

« Form widget » — <https://elementor.com/help/form-widget/>

« Actions after submit » — <https://elementor.com/help/actions-after-submit/>

« Form submissions » — <https://elementor.com/help/form-submissions/>

« Atomic Form element » — <https://elementor.com/help/atomic-form-element/>

« Loop Grid » — <https://elementor.com/help/loop-grid/>

« Building a query for the Loop Grid » — <https://elementor.com/help/building-query-loop-grid/>

« Paginate a Loop » — <https://elementor.com/help/paginate-loop/>

« Taxonomy Filter widget » — <https://elementor.com/help/taxonomy-filter-widget/>

« How to use the Atomic Loop » — <https://elementor.com/help/how-to-use-the-atomic-loop/>

« Popups » — <https://elementor.com/help/popups/>

« Conditions, triggers and advanced rules » — <https://elementor.com/help/conditions-triggers-and-advanced-rules/>

« Dynamic tags (Pro) » — <https://elementor.com/help/dynamic-tags-pro-2/>

« Dynamic tags in V4 » — <https://elementor.com/help/dynamic-tags-in-v4/>

Thème Hello, Elementor AI et Angie

« What is the Elementor Hello theme » — <https://elementor.com/help/what-is-elementor-hello-theme/>

« Get started with Hello Biz » (avertissement de maintenance du 18/08/2026) — <https://elementor.com/help/get-started-with-hello-biz/>

« Start with Elementor AI » — <https://elementor.com/help/start-elementor-ai/>

« What is Angie » — <https://elementor.com/help/what-is-angie/>

Textes juridiques cités

Règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016, règlement général sur la protection des données (RGPD) — <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

Règlement (UE) 2024/1689 du 13 juin 2024 établissant des règles harmonisées concernant l’intelligence artificielle (AI Act), article 50 sur les obligations de transparence, applicable depuis le 2 août 2026 — <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>

Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique (LCEN), mentions légales obligatoires des sites — <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000801164>

Loi n° 2025-532 du 30 mai 2025 visant à lutter contre toutes les fraudes aux aides publiques, dispositions sur le démarchage téléphonique (consentement préalable obligatoire depuis le 11 août 2026) — <https://www.legifrance.gouv.fr/> (rechercher la loi par son numéro)

Les faits d'interface et de tarification cités dans ce support ont été relevés sur les pages officielles Elementor le 6 septembre 2026 ; lorsque les sources divergeaient, la formulation retenue est la plus prudente. Ils seront contrôlés à la prochaine édition.

Former • Développer • Accompagner

Num Compagny accompagne les très petites entreprises, les PME, les indépendants et les associations dans leur transition numérique : formation aux outils du quotidien et à la création de sites, développement d'applications et de sites WordPress sur mesure, accompagnement à l'usage raisonné de l'intelligence artificielle.

Ce support est l'un des livrets de formation de Num Compagny. Il est mis à jour à chaque version majeure d'Elementor. Les remarques, corrections et retours d'expérience des stagiaires sont les bienvenus : ils nourrissent l'édition suivante.

Web numcompagny.com

Courriel josselinpottier@numcompagny.com

Société NUM COMPAGNY (SAS) — 9 rue de Polagnat, 63730 Plauzat — SIREN 943 218 503

Édition Septembre 2026 — Elementor 4.2.4 · Elementor Pro 4.2 · WordPress 7.1