

# Publication Numérique avec QuarkXPress 9

# Table des matières

<b>Introduction.....</b>	<b>3</b>
<b>Options de publication numérique de Quark.....</b>	<b>4</b>
<b>Définition des objectifs et des restrictions.....</b>	<b>6</b>
Caractérisation du contenu.....	6
Évaluation des besoins de vos clients.....	8
Planification de la diffusion.....	9
Évaluation des besoins d'infrastructure.....	10
<b>Matériels, systèmes d'exploitation et formats.....</b>	<b>11</b>
Matériels.....	11
Systèmes d'exploitation.....	12
Restrictions des formats multimédias.....	12
Formats de diffusion.....	12
<b>Approche de conception générale.....</b>	<b>14</b>
<b>Erreurs à éviter.....</b>	<b>16</b>
<b>Et ensuite.....</b>	<b>18</b>
<b>Mentions légales.....</b>	<b>19</b>

# Introduction

La publication numérique présente des possibilités immenses. Parfois, *trop* immenses. Il existe tellement d'options, et tant d'incertitudes, que la prise de décision peut être un peu ardue. Loin de vous simplifier la tâche, la réponse à la plupart des questions que vous vous posez est probablement : « ça dépend ».

L'objectif de ce guide est de vous aider à prendre les bonnes décisions quant à la publication numérique, afin que vos efforts soient récompensés.

# Options de publication numérique de Quark

L'objectif de cette rubrique est de présenter rapidement les options en matière de publication numérique disponibles auprès de Quark®. Vous pouvez consulter ce tableau lorsque vous en saurez davantage sur les divers aspects de la publication numérique présentés dans le reste de ce document.

Type de support	Appli et parutions App Studio	Appli et parutions AVE	Livrel Kindle	Livrel ePub
<b>Description</b>	Format normalisé ouvert avec liseuse personnalisable et commercialisable sous une autre marque	Format propriétaire souple avec lecteur personnalisable et commercialisable sous une autre marque	Format permettant de publier dans le magasin Amazon Kindle	Format de livre standard pris en charge par de nombreux lecteurs
<b>Recommandé pour</b>	Entreprises et magazines	Entreprises et magazines	Livres	Livres
<b>Liseuse</b>	Liseuse de marque (personnalisable)	Liseuse de marque (personnalisable)	Kindle	Kindle, Nook, Google, Apple iBooks
<b>Plates-formes</b>	iPad, iPhone, tablettes Android	iPad	Plusieurs	Plusieurs
<b>Mise en page</b>	QuarkXPress	QuarkXPress	Intégrée à l'application de la liseuse	Intégrée à l'application de la liseuse
<b>Contenu</b>	Texte, images, vidéos, diaporamas, HTML, interactivité, etc.	Texte, images, vidéos, diaporamas, HTML, interactivité, etc.	Texte et images	Texte et images
<b>Distribution</b>	App Store d'Apple, magasins d'applis Android	App Store d'Apple	Magasin Amazon Kindle	Tiers
<b>Disponible pour QuarkXPress ?</b>	QuarkXPress 9.5 et versions supérieures	QuarkXPress 9.1 et versions supérieures	QuarkXPress 9.3 et versions supérieures	QuarkXPress 9.0 et versions supérieures
<b>Disponible pour QPS ?</b>	QPS 9.5 et versions supérieures	QPS 9.0 et versions supérieures	—	QPS 9.0 et versions supérieures
<b>Coût</b>	Dépend du nombre de numéros que vous souhaitez vendre	Dépend du nombre de numéros que vous souhaitez vendre	Aucun coût pour la création et la publication dans la librairie, mais Amazon peut demander une	Aucun pour la création ; arrangement de diffusion selon le distributeur

## OPTIONS DE PUBLICATION NUMÉRIQUE DE QUARK

Type de support	Appli et parutions App Studio	Appli et parutions AVE	Livrel Kindle	Livrel ePub
			partie du bénéfice des ventes	

# Définition des objectifs et des restrictions

Lorsque vous réfléchissez à la publication numérique, vos premières questions sont certainement les suivantes :

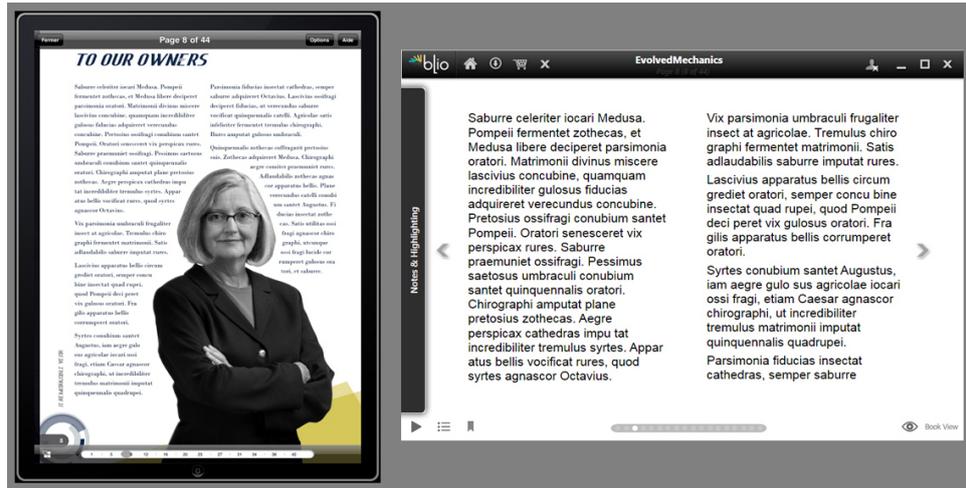
- Sur quels dispositifs publier ?
- Dans quel format ?
- Quels outils utiliser ?

Toutefois, il vaut mieux ne pas commencer par là. Les différents dispositifs, formats et outils ont des avantages et des inconvénients divers, et il est difficile de faire un choix à moins d'avoir une image claire des objectifs, de besoins et des restrictions. Les rubriques suivantes peuvent vous aider à mieux appréhender ces éléments afin de prendre une décision éclairée au moment de choisir la marche à suivre.

### Caractérisation du contenu

Les choix relatifs aux dispositifs et au format vont dépendre de la nature de votre contenu. Votre contenu est-il très élaboré, comme un magazine ou une brochure ? S'agit-il principalement de texte, avec quelques images ? Doit-il avoir un impact visuel ou doit-il simplement être lu ? Les réponses à ces questions peuvent vous aider à choisir une vue de mise en page, une vue de redistribution ou les deux.

- Une **vue de mise en page** permet de créer des pages avec soin pour obtenir un impact visuel maximum et d'intégrer du contenu multimédia tel que des sons et des films. Cette vue permet de mettre en valeur votre marque le mieux possible car elle offre une souplesse maximum.
- Une **vue de redistribution** affiche uniquement du texte et des images, dans un corps et une police contrôlés par l'utilisateur. Cette vue est moins souple que la vue de mise en page, mais est intéressante car elle permet au lecteur de lire le texte sans distraction. La vue de redistribution convient parfaitement aux livres traditionnels et aux documents de référence.



Vue de mise en page (gauche) et vue de redistribution (droite)

Si votre contenu doit faire une forte impression visuelle, si vous souhaitez faire reconnaître votre marque et si vous voulez intégrer des composants multimédias, vous pouvez créer une appli personnalisée ou utiliser App Studio pour créer du contenu visible dans une appli de lecture personnalisée.

Si votre contenu est principalement composé de texte et que vous n'avez pas besoin de mise en page élaborée, vous pouvez utiliser un format tel que Kindle ou ePub. Ce format n'est disponible qu'en vue de redistribution. Il est compatible avec un grand nombre de lecteurs.

Si la présentation de votre contenu doit absolument être personnelle, vous pouvez créer une appli personnalisée à partir de rien ou à l'aide du cadre AVE. Cette option est la plus laborieuse mais c'est également la plus souple. Notez toutefois que plus vous personnalisez une appli, plus il est difficile de la recréer pour plusieurs plates-formes.

Vous pouvez également vous poser la question suivante : ai-je besoin de prendre en charge différentes orientations de dispositifs ? Vos clients attendent-ils cette fonctionnalité ? Si ceci est important pour vous, vous pouvez aussi y réfléchir lorsque vous sélectionnez un format. De nombreux lecteurs ePub prennent en charge cette fonctionnalité automatiquement, mais pas tous. Si vous souhaitez modifier votre mise en page lorsque l'orientation change, le plus judicieux serait une appli personnalisée ou un numéro créé dans App Studio.

Si vous pensez utiliser des éléments multimédias comme l'audio et la vidéo, assurez-vous de disposer des ressources nécessaires pour les produire. Il est facile de s'enthousiasmer à l'idée d'utiliser le multimédia, mais la création et l'utilisation correctes du multimédia peuvent impliquer une planification et des dépenses importantes. Vous pourrez peut-être réutiliser des éléments que votre organisation a déjà créé pour d'autres supports, comme un site Web.

Autres éléments à prendre en compte :

- Souhaitez-vous fournir à vos utilisateurs des contrôles et des icônes de navigation standard dont ils se serviront sans avoir à trop réfléchir ou souhaitez-vous créer des contrôles personnalisés pour une expérience unique ?
- Comptez-vous produire le même contenu sur le Web ? Si oui, quelles seront les différences (éventuelles) entre la version Web du contenu et la version destinée aux

## DÉFINITION DES OBJECTIFS ET DES RESTRICTIONS

dispositifs portatifs ? S'il n'existe aucune différence tangible entre la présentation du contenu du site Web et celle de ce contenu sur un dispositif portatif, l'expérience sur appli est-elle vraiment nécessaire ?

- Avez-vous besoin de publier dans plusieurs formats ou simplement d'une présentation dans une appli ? Importez-vous du contenu d'un autre format ? Pouvez-vous utiliser une approche à source unique, au moins pour générer la version initiale d'une mise en page que vous pouvez par la suite personnaliser pour une production comme numéro d'appli ?

➡ Pour en savoir plus sur les formats indiqués ici, reportez-vous à [Matériels, systèmes d'exploitation et formats](#).

### Évaluation des besoins de vos clients

Vous souhaitez offrir à vos clients une expérience positive lors de la consultation de votre contenu. Pour cela, posez-vous les questions suivantes :

- Vos clients souhaitent-ils changer le corps du texte ? Si oui, utilisez un format qui comprend une vue de redistribution.
- Vos clients peuvent-ils télécharger votre contenu s'ils le souhaitent ? Par exemple, si vous souhaitez télécharger une appli de l'App Store d'Apple sur 3G, la taille de celle-ci doit être inférieure à 50 Mo. Pour vous assurer que cette appli est téléchargeable sur 3G, utilisez un format plus léger tel qu'ePub ou essayez de réduire la taille des éléments multimédias inclus dans vos applis.
- Vos clients souhaitent-ils télécharger votre contenu rapidement ? Même sur un réseau sans restriction, pensez à utiliser des tailles de fichiers aussi réduites que possible afin d'éviter que vos clients perdent patience.
- Dans quelles langues souhaitent-ils lire votre contenu ? Pour diffuser votre contenu dans plusieurs langues, veillez à ce que le format et le dispositif choisis prennent en charge ces langues. Par exemple, certaines langues d'Asie orientale et d'Europe de l'Est utilisent des caractères qui ne sont pas disponibles dans de nombreuses polices occidentales ; et certaines langues sont lues dans un sens différent. Le format ePub prend en charge les langues d'Asie orientale et d'Europe de l'Est sur certains dispositifs mais pas sur tous. Si vous souhaitez utiliser App Studio, vous devez uniquement utiliser la vue de mise en page car des caractères spéciaux ne s'affichent pas correctement en vue de redistribution.
- Vos clients doivent-ils disposer d'une connexion Internet lorsqu'ils consultent votre contenu ? Si oui, le contenu affiché lorsque des clients n'ont pas accès à un réseau doit être correct. Si vous créez des numéros de contenu dans App Studio, vous pouvez fournir une image par défaut ou un autre élément graphique chaque fois que du contenu direct par le Web doit s'afficher.

➡ Pour en savoir plus sur les formats indiqués ici, reportez-vous à [Matériels, systèmes d'exploitation et formats](#).

### Planification de la diffusion

Il existe autant de manières de diffuser du contenu imprimé que du contenu destiné aux dispositifs portatifs. Le mode de diffusion choisi dépend de l'utilisation du contenu ou de la façon dont vous décidez de générer des revenus.

Réfléchissez à la fréquence de sortie du contenu :

- Avez-vous besoin de diffuser régulièrement un contenu limité ? Si oui, vous pouvez créer une appli de type lecteur de journal à l'aide d'un cadre comme TapLynx. Cette approche vous permet de créer et de diffuser votre appli une fois, puis de sortir des mises à jour régulières du contenu affiché dans cette appli ; il suffit au client d'ouvrir cette dernière. Dans ce modèle, les revenus proviennent généralement de la publicité.
- Souhaitez-vous publier sporadiquement du contenu à vendre ? Par exemple, êtes-vous un éditeur qui souhaite mettre des titres à la disposition de ses clients ? Dans ce cas, vous pouvez utiliser le format Kindle. Si la vue de mise en page est inutile, pensez à un réseau de diffusion plus large comme Amazon ou à un réseau plus petit.
- Souhaitez-vous vendre du contenu publié de façon récurrente ? Souhaitez-vous, par exemple, diffuser un magazine numérique ? Vous pouvez alors créer une appli personnalisée pour chaque numéro mais ce procédé est laborieux et certains clients risquent de refuser de télécharger une nouvelle appli à chaque fois. Vous pouvez également créer une appli de lecture App Studio, puis vendre chaque numéro depuis un serveur Web. Si vous choisissez cette approche, vous pouvez personnaliser l'appli de manière à afficher votre marque ou utiliser une appli de consultation générique. (Remarquez toutefois que cette approche vous limite aux plates-formes prises en charge par App Studio.)

Si vous décidez de diffuser des numéros App Studio consultables dans une appli de lecture, vous pouvez mettre à la disposition du lecteur un numéro gratuit qui représentera la valeur de vos publications. Vous pouvez intégrer ce numéro à l'appli mais faites attention à la taille du fichier, en raison des restrictions de taille au téléchargement et pour éviter de faire attendre vos clients trop longtemps. Vous pouvez également proposer un accès libre à un numéro dans l'application du lecteur.

Il vous faudra évidemment un plan pour générer des revenus. Les possibilités dans ce cas comprennent la vente d'applis individuelles, de numéros consultables dans une appli de lecture, de livres (par exemple, pour la liseuse Kindle) et de publicités. Si vous décidez de vendre de la publicité, vous pouvez signer des accords individuels avec des publicitaires ou utiliser un réseau publicitaire existant tel qu'iAd d'Apple (pour iOS uniquement) ou Google AdMob (pour iOS et Android).

Lorsque vous pensez à la publicité, pensez aussi aux analyses. Souhaitez-vous que votre appli vous fournisse des données sur son mode d'utilisation et sur le mode de consommation de votre contenu ? iAd et AdMob comportent des options de collecte de telles données et utilisent ces dernières pour adapter la publicité.

Enfin, sur combien de plates-formes différentes souhaitez-vous livrer du contenu ? Dans ce cas, les applis personnalisées constituent l'option la moins attrayante car elles doivent être écrites séparément pour chaque plate-forme. Pour une couverture maximum, envisagez l'utilisation d'un format standard comme ePub.

## DÉFINITION DES OBJECTIFS ET DES RESTRICTIONS

➔ Pour en savoir plus sur les formats indiqués ici, reportez-vous à [Matériels, systèmes d'exploitation et formats](#).

### Évaluation des besoins d'infrastructure

La création de contenu à diffusion numérique n'est qu'une partie de la publication numérique. Si vous décidez de livrer du contenu pour dispositifs numériques, assurez-vous de disposer de toute l'infrastructure nécessaire.

Par exemple, si vous souhaitez héberger du contenu sur un site Web, vous devez réfléchir à l'espace dont vous aurez besoin et au nombre de téléchargements que vous anticipez car ces deux éléments affectent généralement le prix de l'hébergement. De toute façon, il est recommandé d'effectuer le suivi des données d'utilisation une fois le lancement réalisé, de l'analyser et d'apporter les modifications nécessaires au plan d'hébergement. (Si vous créez une appli ou un numéro AVE comprenant du contenu diffusé sur le Web, pensez également au plan d'hébergement utilisé pour ce contenu.)

La facturation est un autre aspect important à étudier. Si vous vendez des applis ou des numéros individuels, assurez-vous de disposer de l'infrastructure nécessaire pour obtenir des règlements pour ce contenu dans chaque marché de diffusion. La méthode la plus simple consiste à utiliser un réseau établi tel qu'App Store ou Amazon, car ces entreprises sont conçues pour rendre cet aspect de l'industrie simple et transparent pour les créateurs de contenu.

Enfin, il vous faut un plan de promotion et de marketing pour votre contenu. Vous pouvez faire appel à un expert qui s'en occupera pour vous ou assurer la promotion de votre contenu à l'aide des réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter, ou choisir une combinaison des deux.

# Matériels, systèmes d'exploitation et formats

Lorsque vous pensez à la publication sur dispositifs portatifs, il est bon d'en connaître autant que possible sur les matériels, systèmes d'exploitation et formats actuellement disponibles pour ceux-ci.

## Matériels

Il est important de connaître les types de matériels pour lesquels vous souhaitez créer du contenu car les dispositifs ont des avantages et des inconvénients différents. Par exemple :

- **Taille physique** : si vous créez du contenu destiné à un écran plus petit, vous pouvez le concevoir différemment que pour un écran plus grand. Lorsque vous créez pour un grand écran, vous pouvez augmenter la table des matières avec des vignettes de prévisualisation pour chaque élément ; sur un petit écran, vous pouvez limiter les vignettes à un minimum. Sur des écrans plus petits, vous pouvez également penser sérieusement à proposer un accès à tout votre contenu en vue de redistribution.
- **Résolution** : lors de la conception sur un écran d'ordinateur, gardez à l'esprit que la résolution affichée est différente de celle qui sera utilisée pour visualiser votre contenu. Si la résolution de votre écran est bien supérieure ou inférieure à celle du dispositif de visualisation, n'oubliez pas cette différence pendant la conception. Nous recommandons d'effectuer très tôt des tests de convivialité de votre contenu pour éviter de persister dans un concept qui risque d'être illisible sur le dispositif cible.
- **Accès réseau** : le dispositif cible dispose-t-il d'un accès constant à Internet ? Ou peut-il télécharger du contenu depuis un serveur propriétaire uniquement, comme Amazon Kindle ? Si le dispositif a un accès à Internet constant, la vitesse ou la taille des fichiers est-elle limitée ? Vous devrez connaître la réponse à ces questions si vous envisagez de fournir du contenu téléchargeable à la volée tel que des mises à jour ou des numéros de magazine.
- **Interface utilisateur** : sélectionner et agrandir constituent une grande partie de la consommation de contenu sur un dispositif numérique. Le dispositif cible a-t-il un écran tactile ? Si oui, quels gestes prend-il en charge ? Si vous créez pour plusieurs dispositifs, savez-vous quel type de gestes ils prennent tous en charge ? Chaque dispositif prend-il en charge plusieurs orientations ?

- **Changement d'orientation** : la plupart des dispositifs prennent en charge les changements d'orientation. Aussi, quelle que soit la plate-forme cible, vous devrez réfléchir à deux mises en page différentes.

### Systèmes d'exploitation

Quant on crée du contenu pour des dispositifs numériques, il faut garder à l'esprit que les divers systèmes d'exploitation nécessitent des applis différentes. Si vous souhaitez mettre à disposition du contenu natif sur autant de téléphones que possible, il vous faudra sans doute trouver ou créer un lecteur électronique pour iOS, Android, Windows Phone 7, webOS et Blackberry OS. Un même système peut fonctionner différemment sur des dispositifs différents (par exemple, des dispositifs différents exécutent des versions différentes d'Android).

Il existe plusieurs manières d'éviter d'écrire une appli native pour chaque système d'exploitation. Exemple :

- Vous pouvez diffuser du contenu à l'aide d'une version spéciale de votre site Web conçue pour les dispositifs mobiles.
- Vous pouvez diffuser du contenu à l'aide d'une plate-forme générique qui fournit des lecteurs pour des plates-formes diverses. Vous pouvez, par exemple, visualiser du contenu Flash sur n'importe quelle plate-forme disposant d'un lecteur Flash. Cependant, vous ne pouvez pas pour le moment visualiser de contenu Flash sous iOS et la prise en charge de Flash est en constante évolution même sur les plates-formes qui l'acceptent.
- Vous pouvez diffuser du contenu à l'aide d'une plate-forme propriétaire qui fournit des lecteurs pour des plates-formes diverses. Par exemple, le contenu HTML5 peut être lu sur un grand nombre de plates-formes et permet d'inclure du contenu interactif, ainsi que du texte statique, pour plusieurs systèmes. Le format Kindle d'Amazon peut être lu sur de nombreux dispositifs et l'application iBooks d'Apple est exécutée sur iPhone et iPad.
- Vous pouvez produire du contenu dans un format générique lisible sur toutes les plates-formes, comme ePub ou PDF.

### Restrictions des formats multimédias

Lorsque vous choisissez un format de diffusion, gardez à l'esprit que les fichiers multimédias ne sont pas pris en charge par toutes les plates-formes. Par exemple, la vidéo doit être codée au format H.264 pour être lue sous iOS et Flash n'est pas disponible pour les dispositifs iOS et limité sur d'autres dispositifs.

### Formats de diffusion

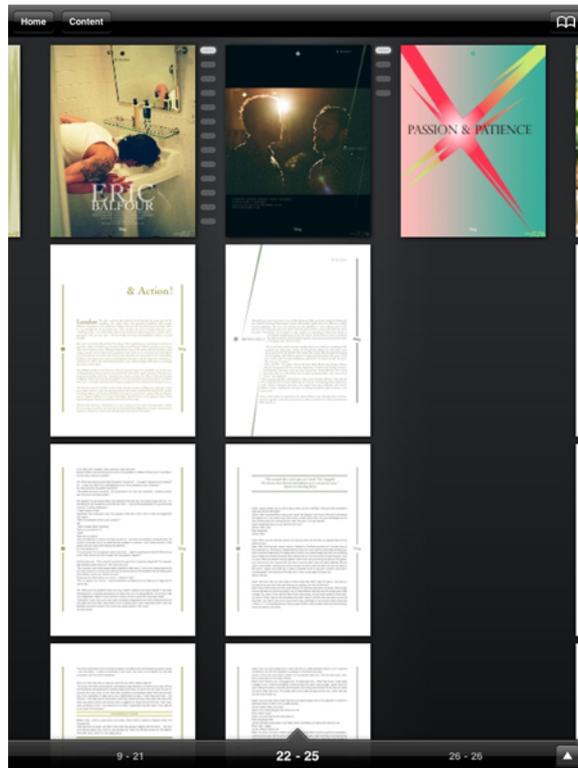
Il existe plusieurs types de formats pour la diffusion de contenu sur des dispositifs portatifs :

- Des formats ouverts tels que HTML5, ePUB et PDF. Ces formats sont attractifs car ils peuvent s'afficher sur la quasi-totalité des dispositifs et des systèmes d'exploitation. Cependant, il peut être difficile de monnayer du contenu en format ouvert qui ne dispose d'aucun cadre établi de contrôle et de diffusion.
- Des formats particuliers à un dispositif ou à un système d'exploitation comme des applis pour iOS ou Android. Le contenu de ce type de format ne permettra qu'une sortie limitée mais l'auteur peut profiter de l'infrastructure existante d'une institution telle qu'Apple App Store et Android Marketplace. Écrire votre propre appli vous donne la possibilité de créer presque tout ce que vous voulez, si vous êtes prêt à vous investir.
- Les formats propriétaires contrôlés exécutables sur plusieurs dispositifs et systèmes d'exploitation, tels qu'Amazon Kindle. Les formats de ce type offrent souvent l'avantage d'un système de distribution dédié, ce qui permet à un éditeur d'atteindre un large public facilement sans distribuer gratuitement du contenu.

# Approche de conception générale

Avant de commencer un projet, vous devez avoir répondu le plus précisément possible aux questions posées précédemment dans ce document. Les fonctions et les restrictions des formats, des systèmes d'exploitation et des dispositifs destinés à recevoir votre contenu peuvent limiter grandement vos choix créatifs. Si vous pensez avoir bien réfléchi à votre concept, voici quelques suggestions d'approche créative.

- **Décidez de l'approche générale.** Ce n'est pas la peine de réinventer la roue. Recherchez une app ou un lecteur qui affiche et fonctionne comme vous le souhaitez, puis réfléchissez à ce qui vous plaît dans ce produit et à ce que vous pouvez faire pour l'améliorer.
- **Décidez du mode de fonctionnement de l'interface utilisateur.** L'interface utilisateur doit être naturelle. En d'autres termes, le concept doit offrir des possibilités à l'interface utilisateur, plutôt que d'imposer une interface arbitraire sur chaque page.
- **Choisissez un type de mise en page.** Pour créer un livrel, la méthode standard consiste à imiter l'expérience de lecture d'un livre physique, avec des pages à tourner. Ce n'est toutefois pas la seule. Vous pouvez, par exemple, présenter une ligne horizontale de vignettes représentant chacune un article sous lequel est placée une liste défilante verticale de vignettes de page (pile de pages). En vue pleine page, une conception en pile de pages permet à l'utilisateur d'opérer un balayage horizontal pour parcourir les articles et un balayage vertical pour les lire.



### Pile de pages

- **Créez et testez vos gabarits.** Si vous créez des gabarits pour plusieurs publications, pensez à l'orientation à ce moment et effectuez de nombreux tests avant d'utiliser ces gabarits en production. Testez les polices, les couleurs, les styles et l'interface utilisateur sur tous les dispositifs choisis. Si vous convertissez du contenu conçu pour un autre support, recherchez les problèmes posés par les plus petits éléments tels que les filets étroits et maigres, cadres, petit texte, etc.
- **Créez votre contenu de manière organisée.** Décidez des conventions d'appellation pour les styles, les couleurs, les objets, etc., et respectez-les. Placez chaque élément interactif sur son calque propre afin de les afficher, de les masquer et de les isoler facilement.
- **Gardez la vue de redistribution pour la fin.** Assurez-vous que votre mise en page visuelle est FINALISÉE avant de travailler sur la vue de redistribution.
- **Testez, testez, testez.** Il vaut mieux effectuer une petite corvée que de se rendre ridicule et d'avoir à sortir à nouveau des apps et du contenu. Effectuez le test avec un utilisateur autre que les personnes qui ont créé le contenu et/ou l'app.

## Erreurs à éviter

La publication numérique est un support extrêmement souple. Cette souplesse implique la possibilité de créer des projets extraordinaires mais également qu'il existe des problèmes dont vous n'êtes peut-être pas conscients.

Par exemple, vous pouvez utiliser des éléments multimédias tels que des films, des diaporamas et des sons dans une publication numérique, mais il n'est pas recommandé de le faire sur chaque page. En général, les éléments multimédias devraient être utilisés uniquement lorsqu'ils apportent une valeur qui ne pourrait pas être obtenue par le contenu seul. Un échantillon audio dans un article concernant un groupe peut sembler logique, une interview sur un sujet un peu rébarbatif ne l'est pas.

Lorsque vous utilisez des éléments multimédias, assurez-vous que leur contrôle est entièrement entre les mains de vos utilisateurs. Un film qui passe lorsqu'une page s'affiche peut être une bonne idée dans une publication où l'utilisateur ne reviendra pas sur cette page, mais peut devenir fatigant si l'utilisateur doit visualiser ce film à chaque retour sur la page. Au lieu de faire démarrer automatiquement de tels éléments multimédias, pensez à indiquer clairement leur présence et à laisser l'utilisateur décider de les visualiser ou de les écouter, ou non. Autre précaution importante : vérifiez que l'utilisateur dispose toujours d'une manière évidente d'arrêter la lecture d'un élément multimédia au cas où il décide de ne pas le visualiser ou de ne pas l'écouter.

Dans le cas où vous fournissez des indicateurs visuels de la présence des éléments multimédias, vous pouvez être tenté de faire preuve de créativité mais vos utilisateurs préféreront sans doute des indices visuels standard. Par exemple, si vous souhaitez indiquer qu'un bloc contient une vidéo, un triangle tourné vers la droite au centre de la fenêtre constitue probablement l'indicateur le plus clair. De même, une barre horizontale avec un bouton de lecture est préférable pour indiquer un audioclip.

Il est également important de respecter les standards du secteur pour la navigation. À l'heure où nous écrivons ceci, la navigation standard d'une page à l'autre sur un dispositif portable consiste à faire glisser un doigt horizontalement. Sur les écrans multi-tactiles, l'action actuelle pour réduire et agrandir l'image est d'écartier ou de pincer deux doigts. Sur les dispositifs qui ne prennent pas en charge ces gestes, les icônes de flèche sont parfaits pour tourner les pages ; les icônes de loupe, pour les zooms. (Ceci peut sembler évident mais cela mérite d'être mentionné.)

Si vous souhaitez créer une publication numérique sophistiquée, une des erreurs majeures à éviter est de créer un contenu qui ressemble à des éléments jetés sans réfléchir dans un gabarit. Commencer avec un gabarit n'est pas une mauvaise idée mais si vous n'utilisez aucune des fonctions de conception proposées par des outils haut de gamme tels que QuarkXPress, vous perdez une occasion de faire des bénéfices.

Enfin, n'oubliez jamais de tester vos publications numériques sur des utilisateurs inexpérimentés avant de les diffuser. Ceci est une excellente façon de détecter des défauts de conception qui ne sont pas visibles au premier abord. Par exemple, vous pouvez vous retrouver avec une page comprenant des éléments multimédias plein écran qui empêchent l'utilisateur de tourner cette page.

## Et ensuite...

Personne ne sait vraiment ce qu'il adviendra de la publication numérique. C'est un nouveau marché, avec de nouveaux acteurs et de nouveaux outils, et il est difficile de prévoir son évolution. Pour l'instant, il vaut mieux apprendre le plus possible sur le fonctionnement du marché et sur les outils à utiliser pour y accéder. Ainsi, vous serez prêt, quoi qu'il arrive.

Nous espérons que ce guide vous sera utile dans ce cas.

# Mentions légales

© 1986-2022 Quark Software Inc. et ses concédants de licence. Tous droits réservés.

Protégé par les brevets américains suivants : 5,541,991 ; 5,907,704 ; 6,005,560 ; 6,052,514 ; 6,081,262 ; 6,633,666 B2 ; 6,947,959 B1 ; 6,940,518 B2 ; 7,116,843 et autres brevets en instance d'homologation.

Quark, le logo Quark, Quark Publishing System et QPS sont des marques déposées ou non de Quark Software Inc. et de ses filiales aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques sont détenues par leur propriétaire respectif.