

TP - SEO

Développer sa présence en ligne de l'organisation

Laura Giannico

Sommaire

1. **Mentions légales sur un site internet**
 - a. Qu'est-ce que c'est ?
 - b. Qu'est-ce qui est obligatoire ?
2. **Comment rédiger du contenu SEO-friendly ?**
 - a. Définition du SEO
 - b. Fonctionnement du SEO
 - c. Développer une stratégie de mots clés pour cibler les bons chercheurs
 - d. Construire un site internet bien structuré
 - e. Créer un contenu de qualité et faire une optimisation
 - f. Eviter certains pièges techniques
3. **Droits d'auteur & plagiat : les règles légales**
 - a. Les droits d'auteur
 - b. La notion de Copyright
 - c. Les images sur internet
4. **Conclusion**

1. Les mentions légales sur un site internet :

a. Qu'est-ce que c'est ?

Les mentions légales d'un website permettent d'assurer une transparence aux internautes sur l'identité de celui qui émet les informations (personne morale ou physique). Cette même personne devient l'éditeur du site et est légalement responsable du contenu.

b. Qu'est ce qui est obligatoire ?

Il faut inclure obligatoirement des mentions permettant d'identifier le particulier ou l'éditeur du site comme le nom, l'adresse, un numéro de téléphone, un email, etc. Si le particulier veut garder son anonymat, il devra communiquer ces mentions avec l'hébergeur de son site.

Dans le cas d'une entreprise, il faudra inclure les coordonnées et les différentes informations la concernant (raison sociale, numéro de SIRET, siège social, directeur, etc.). Et un numéro de téléphone, par exemple celui de la réception de l'entreprise, ou le numéro du service client.

Si le site utilise des cookies, notamment ceux permettant de cibler la publicité et ceux liés aux réseaux sociaux, il faut obligatoirement mettre une option pour valider ou non le consentement de la part du visiteur. Si le site internet utilise les données personnelles d'utilisateurs, alors il faut également être conforme aux lois RGPD, et inclure une charte sur les modalités et traitement de ces données.

On peut également trouver des conditions générales d'utilisation, et dans le cas d'un site à but commercial on peut trouver les conditions générales de ventes (CGV).

2. Comment rédiger du contenu SEO friendly

a. Définition du SEO :

Le SEO (Search Engine Optimization), c'est toutes les techniques permettant à un site de bien se référencer sur un moteur de recherche. « Bien se référencer », c'est avoir une place très haute dans le classement des recherches.

En effet, quand on fait une recherche (je tape '*docteur*' sur Google, je vois "*Environ 592 000 000 résultats (0,55 secondes)*" juste au-dessus des recherches), le moteur de recherche va trier ces résultats afin d'afficher les plus pertinents en premier (pour l'utilisateur).

Concernant les moteurs de recherches, comme Google est le plus utilisé dans le monde, c'est donc en premier sur celui-là que les experts SEO se penchent pour établir une stratégie. Et c'est sur celui-là que nous nous pencherons dans ce devoir.

Même si le SEO n'est pas une science exacte, il existe des techniques qui permettent un meilleur classement de votre website dans les résultats des recherches. Cela peut énormément impacter votre trafic, et donc booster vos ventes s'il est à but commercial par exemple. De nos jours, une stratégie SEO n'est pas à négliger si vous décidez de commencer une activité en ligne.

Il existe deux types de référencement : le référencement naturel (natural/organic SEO) et le référencement payant (Pay-Per-Click).

Le SEO PPC peut représenter une somme conséquente surtout selon les mots clés que vous décidez de priser. Il est essentiel de privilégier le SEO naturel en premier lieu. C'est sur celui-ci que nous allons nous pencher dans ce devoir.

b. Fonctionnement du SEO :

Il est important de garder à l'esprit que les moteurs de recherche se soucient uniquement de leurs utilisateurs et de leurs clients. Ils ne se soucient ni de vous ni de votre website. Si j'obtiens ce dont je recherche lorsque j'utilise un moteur de recherche, alors je vais l'utiliser à nouveau. Les moteurs de recherche tentent donc d'obtenir les résultats les plus pertinents possible pour chaque recherche.

Il faut donc concevoir un site SEO-friendly, mais aussi Human-friendly avant tout. D'ailleurs, il est possible que l'expérience utilisateur ait un impact majeur sur le SEO. Exemple, les rétroactions sont calculées (le fait qu'un visiteur arrive sur votre page mais la quitte avant qu'elle ait fini de charger totalement).

Beaucoup de critères entrent en compte pour un bon référencement, et d'ailleurs il y a beaucoup de secrets et de mythes concernant les techniques SEO, et les algorithmes ont tendance à se complexifier chaque année. Il est donc impossible d'avoir la recette parfaite.

Il est cependant possible de faire quelques petits agencements et efforts afin d'améliorer notre position par des techniques qui ont été prouvées. Mais avant de commencer cette partie, il est important de comprendre comment un website est référencer.

Chaque moteur de recherche possède ce qu'on appelle des robots (ou des crawlers). Ils sont en charge de parcourir le web grâce aux liens hypertexte. On dit que ces robots rampent d'une page à l'autre, pour qu'à la fin, l'intégralité de votre website soit découvert et puisse être indexer.

En parlant d'indexation, ces robots vont parcourir votre page et enregistrer son contenu dans une base de données. Par contre, les robots n'enregistrent pas la page entière, ils sauvegardent des informations sur le texte de votre page : quels mots sont apparus et où ils ont été affichés sur la page. Il est possible de les 'contrôler' et de décider quelle page ou non sera indexer grâce à un fichier robots.txt à placer dans la racine de votre projet.

Maintenant que le fonctionnement est un peu plus clair, passons aux techniques de SEO. Il y a principalement 3 règles à respecter :

1. Développer une stratégie de mots clés pour cibler les bons chercheurs
2. Construire un site Web avec une structure HTML cohérente
3. Créer un contenu de qualité et faire une optimisation de base des facteurs « sur la page »

Bien sûr, en réalité, si vous passez par une agence SEO professionnelle, il y aurait beaucoup plus d'étapes afin de proposer des techniques de référencement plus subtiles, utilisant différents outils (souvent payants) pour vous aider à vous projeter, décider et concevoir votre website.

Ce devoir a été réalisé pour vous aider à référencer votre website naturellement et gratuitement, en suivant des techniques d'optimisation que tout le monde peut faire (s'il en prend le temps).

c. Développer une stratégie de mots clés pour cibler les bons chercheurs

C'est l'étape la plus importante : votre site web a besoin d'un trafic ciblé. Un **mot-clé** dans le système SEO est en général un seul mot. La stratégie de mots-clés est la combinaison efficace de mots-clés dans les phrases pour cibler les termes de recherche appropriés, afin d'amener les visiteurs à la bonne page.

Pour tout sujet donné, il y a plusieurs façons de choisir un mot-clé, comprendre donc comment les gens recherchent est essentiel. Il faut trouver une liste des termes de recherche qui peuvent être effectués quand quelqu'un recherche ce que vous proposez. Puis, il faudra réduire la liste en nous concentrant sur les termes de recherche les plus pertinents et les plus populaires.

Une erreur à éviter, c'est d'essayer de se concentrer sur un seul mot (comme "*immobilier*") ou une seule expression. Les termes généraux sont très compétitifs. Il est aussi difficile pour les moteurs de recherche de bien les gérer et d'offrir le plus pertinents aux utilisateurs.

L'étape suivante est de choisir des termes centraux autour de votre site. Il ne s'agit plus de simples mots clés, mais plutôt d'expression. Par exemple, pour une catégorie "maison", vous pouvez lister les expressions comme "logements à vendre", "maisons en bord de mer", "maison de ville", etc.

Google a créé l'outil "AdWords Keywords Tool", qui suggère des termes liés à un site Web ou à partir d'une liste de mots clés que vous entrez :

https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/

Également si vous le pouvez, pour chacun des termes de recherche identifiés dans votre liste, l'utilisation d'une base de données de mots-clés (Keyword Discovery ou Wordtracker) va permettre d'examiner le top 10 des variations. Ces outils ne sont pas entièrement gratuits mais si votre website est sérieux, cela peut valoir l'investissement :

<https://www.keyworddiscovery.com/> <https://www.wordtracker.com/>

d. Construire un site Web avec une structure HTML cohérente

Il est possible d'optimiser son positionnement sur les moteurs de recherche en construisant un maillage interne de qualité. Il faudra vous concentrer sur :

- L'expérience utilisateur : via la page d'accueil, là où la plupart des visiteurs entrent dans la majorité des websites. Dessus, vous établissez ce qu'est votre site, ce que vous proposez, etc. Vous cadrez donc l'expérience utilisateur, notamment via les catégories et sous-catégories.

Les internautes n'ont pas à l'esprit de cliquer avec leur souris à plusieurs reprises pour arriver à leur but tant qu'ils peuvent suivre des étapes de navigation précises.

Le contenu comme la politique de confidentialité, les conditions d'utilisation, les formulaires de contact, etc. ne sont pas forcément du contenu que l'on veut montrer dans les moteurs de recherches. Pour cela, il existe un attribut "*nofollow*" que l'on peut placer sur les liens afin que les crawlers ne les suivent pas.

- Les textes d'ancrage et la réputation des liens : Le texte d'ancrage est le texte visible utilisé pour créer des liens vers des pages internes à votre site ou externes. C'est le texte cliquable qui envoie les utilisateurs vers une autre page.

La réputation des liens, quant à elle, est un mécanisme que je peux vous décrire au travers de deux exemples : Si vous essayez d'aider la page 1 à se classer pour "*biens immobilier Strasbourg*", alors vous pouvez placer un lien de la page 2 vers 1, avec "*biens immobilier Strasbourg*" dans le texte comme ceci :

Nous avons également un large panel de biens immobiliers à Strasbourg.

Maintenant, comme la page 2 envoie une certaine "réputation de lien" vers la page 1, la page 1 devrait se classer un peu mieux quand les gens chercheront des "*biens immobilier Strasbourg*".

Le deuxième exemple, imaginons un lien vers votre page "nourriture pour chaton" depuis une page qui contient réellement ces mots : ce sera plus pertinent qu'un lien provenant d'une page sans aucun rapport. Le texte utilisé dans le lien lui-même (le texte d'ancrage) fait la réputation du lien. Ainsi, au plus de liens pointent vers votre site, et au plus populaire (les plus reliés) sont les sites qui vous lient au mieux votre site sera bien classé.

- L'obtention de plus de pages classées dans l'index des moteurs de recherche. Chaque page supplémentaire indexée renforce notre capacité globale d'améliorer notre classement. Donc, au plus de pages vous avez, au plus vous pouvez cibler des termes de recherche, au plus les possibilités d'apparaître dans les résultats de recherches augmentent.

On appelle ça le "taux de pénétration de l'index". Il est donc plus facile d'augmenter l'indice de pénétration du site quand on y ajoute plus de pages.

Mais comment faire ? Vous pouvez prendre une des nouvelles pages de votre website qui n'est pas indexée du tout. Ensuite, liez-la depuis des pages qui sont déjà indexées. Puis vérifiez pour voir si votre page a été placée dans l'index dans quelques semaines. Si cela a fonctionné, et bien vous pouvez utiliser cette stratégie pour apporter plus de pages dans l'index.

e. Création d'un contenu de qualité et optimisé

Les conseils suivants sont bons à prendre afin de vous guider à la création d'un bon contenu, optimiser pour le SEO :

Dans la section HEAD du code HTML, quelques modifications peuvent être apportées :

- Dans la balise `<title>` : le titre de la page doit être long de 10 mots maximum. Il devrait contenir les 2 ou 3 mots-clés primaires, car Google affiche les mots-clés correspondant à la recherche en gras, ceci peut donc être bon à prendre. Uniquement les 65 premiers caractères du titre seront visibles dans une page de résultats de recherche, le reste sera couper.
- Les balises META : Abréviation pour Meta data, qui sont des informations concernant votre page web, comme le titre de la page, la description et le type de contenu. Il est conseillé d'écrire des descriptions différentes pour chaque page, en travaillant les mots-clés pour donner un sens. Il y a également une limite de 155 caractères.

- Les balises 'robots' : Pour décider de ce que va suivre les crawlers. Exemple :

```
<meta name="robots" CONTENT="NOINDEX, NOFOLLOW">
```

Le crawler d'un moteur de recherche ne va donc pas indexer cette page ni suivre les liens de la page.

- Plus de balises SEO et d'attributs sont à retrouver ici si vous êtes curieux :
<https://www.webrankinfo.com/dossiers/techniques/guide-balises-meta>

Mais alors, concernant le **contenu de votre page**, quels sont les secrets pour écrire des articles SEO-friendly ? Par exemple, comment écrire un bon contenu pour un billet de blog, ou la page d'un produit ?

C'est là où la première étape de ce devoir (la stratégie de mots-clés) va enfin payer. Il faut placer les termes de recherche / mots-clés et leurs variations là où ils ont du sens. Il faut éviter d'écrire en langage "Keyword" juste pour le référencement. Si votre website ne fait pas son travail avec vos visiteurs humains, alors le SEO perdra de son sens.

La position des mots-clés (où la phrase apparaît) est le paramètre le plus important. Si le terme apparaît dans les titres et les sous-titres, dans le titre de la page et d'autres points clés, un moteur de recherche trouvera la page plus pertinente qu'une autre page où le terme de recherche n'apparaît qu'une seule fois dans le milieu de la page.

D'autres points à prendre en compte pour la rédaction de votre contenu :

- Utilisez du texte plutôt que des images.
- Eviter le **Flash**, car si vous avez du texte qui y est intégré, les crawlers ne le reconnaîtront pas très bien.
- Eviter les **frames** (c'est du code pour créer des structures claires dans le contenu de votre site). Là aussi, les crawlers peuvent avoir du mal à récupérer le texte dedans.
- Attention au **JavaScript** ! Bien que certains crawlers savent désormais lire le JavaScript, il y a quelques précautions à prendre si vous comptez intégrer beaucoup de JS sur votre website.

Si vous êtes curieux à propos du Js, vous pouvez en apprendre plus ici :

<https://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/1495351-site-en-javascript-seo-comment-eviter-la-catastrophe/>

f. Eviter certains « pièges » techniques

Il existe quelques pièges mineurs dans le SEO, qu'il est préférable de gérer afin d'éviter d'éventuelles mauvaises surprises.

- Le contenu dupliqué : Il peut s'agir d'une citation, d'un vol de contenu, ou même tout simplement de la duplication de contenu en interne. Il n'y a pas de pénalités à proprement parler, mais les moteurs de recherche, s'ils trouvent une page avec le même contenu, vont tendance à mettre en avant la meilleure des deux (et surtout celle avec la date de publication la plus ancienne).

- Les boucles infinies : Pour vous illustrer ce problème avec un exemple, une boucle infinie peut être provoquée suite à une mauvaise configuration d'un calendrier, avec des liens de type « jour suivant » et « jour précédent ».

Cette fonctionnalité peut devenir un piège pour le crawler lorsqu'il est possible d'avancer ou de reculer à l'infini dans le calendrier. Puisque les robots d'exploration ont pour vocation de suivre les liens, ils peuvent facilement s'engouffrer dans cette boucle en considérant chaque nouvelle date comme une nouvelle page à crawler et à indexer.

Cela a pour conséquence la duplication et l'indexation d'un grand nombre d'URL, souvent associées à des pages vides et sans intérêt. Si une même page est indexée à plusieurs reprises, cela sera considéré comme du contenu dupliqué et traité comme tel par l'algorithme du moteur de recherche. Le référencement de votre site risque ainsi d'être impacté.

- Les liens morts : Ce sont des liens qui mènent vers des pages qui n'existent plus (cela vous redirigera vers une 404). Ainsi, les moteurs de recherche estimeront que le site n'est pas pertinent et cela risque de provoquer une chute de positionnement.

- Du texte caché : en effet, lorsque j'ai commencé la rédaction de ce devoir sur le SEO, je me suis dit, qu'est-ce qui m'empêche de redoubler d'effort et de créer d'avantage du contenu totalement SEO-friendly, mais ne pas le rendre visible aux utilisateurs ? Ce serait du contenu en langage keyword, avec pleins de liens. Par exemple, mettre ce contenu trompeur dans une div hors de la page, mettre ce contenu en taille minuscule, ou encore le mettre en blanc sur fond blanc.

Hormis la documentation de Google qui indique que ce genre de pratique n'est pas autorisée et les nombreuses mises en garde des articles et des livres que je lisais, il faut se rappeler que l'activité primaire de Google, c'est avant tout être un moteur de recherche, qu'il est utilisé par 90% de gens dans le monde, qu'il existe depuis 20 ans et que chaque matin une équipe de centaines d'ingénieurs travaillent dessus afin d'améliorer l'algorithme et de corriger les éventuelles failles.

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/hidden-text-links?hl=fr>

L'algorithme est tellement élaboré, qu'il est possible pour eux de détecter du contenu trompeur, d'un contenu qui a été volontairement mis en place pour corriger une problématique.

Exemple, vous avez un site qui vend divers articles. Si le nom d'un article est trop long, vous aller seulement afficher les 30 premiers caractères, et cacher le reste, pour ne pas impacter l'agencement visuel de votre site. Google est en mesure de comprendre que vous ne faites pas ça pour le tromper.

Encore une fois, le SEO n'est pas une science exacte, certaines techniques sont subtiles et l'algorithme change constamment, ce qui pousse nos experts SEO à faire des tests, toujours élaborer de nouvelles stratégies et de se tenir au courant de l'actualité.

En clair, soyez honnêtes et surtout préoccupez-vous davantage de vos utilisateurs humains.

4. Droits d'auteur & Plagiat :

Toute personne qui crée une œuvre (cela va d'une image, une vidéo, une musique, du texte, un script, un logiciel, etc.) a le droit de la revendiquer sienne, et en faire sa propriété intellectuelle. Tout ceci, selon certaines conditions établies par le droit Européen.

a. Les droits d'auteurs

Pour bénéficier d'une protection de droits d'auteur, votre œuvre doit respecter ces deux conditions :

- Être originale : doit relever de l'apport personnel et intellectuel de son auteur.
- Être mise en forme : avoir juste une idée n'est pas protégeable, l'œuvre doit exister (elle peut être matérialisable, ou être représentée devant un public).

Principalement, les droits d'auteurs couvrent l'auteur d'une exploitation financière de son œuvre par des tiers et d'éventuelles reproductions ou d'utilisation. Des sanctions pénales et civiles peuvent même être appliquées. En théorie, si je crée un dessin sur Photoshop et qu'il répond aux 3 conditions évoquées ci-dessus, vous n'êtes pas censé l'utiliser (ou le copier) pour illustrer votre site, ou le revendre. Sauf si je vous en donne l'autorisation.

En pratique, c'est plus compliqué que cela car Internet est vaste et il est difficile de faire appliquer les lois quand les litiges sont trop minimes. De plus, la loi offre certaines exceptions, c'est-à-dire que si vous utilisez mon dessin Photoshop, vous devez le faire dans un cadre privé ou scolaire à titre non-lucratif, et citer la source (mon nom par exemple).

b. La notion de copyright

On voit souvent la mention copyright sur certains sites internet. En fait, le copyright protège surtout contre l'exploitation économique de l'œuvre, tandis que les droits d'auteurs protègent l'œuvre mais aussi l'auteur.

Le copyright est appliqué aux USA, au Canada, en Australie ou encore en Angleterre. Cela peut poser des problèmes de législations entre les pays, notamment pour les droits d'auteurs (qui eux sont utilisés en France).

Le copyright n'a pas de valeur juridique en France, inutile de l'écrire dans le *footer* de votre site internet.

c. Les images sur internet

Bien entendu, lors de la création d'un site internet, il est possible que vous ayez besoin d'utiliser des images afin de l'embellir. Vous pourrez soit créer vos propres images, payer un professionnel pour faire vos images, ou utiliser une banque d'images libres de droits.

Parmi les images de banques les plus connues, on trouve :

- Pexels
- iStock (payant)
- Unsplash
- Freepik
- Pixabay

Il est possible que vous souhaitiez utiliser l'image d'un tiers, dans ce cas contraire il faudra lui demander une autorisation et citer les sources. Attention, dans le cadre d'une photographie par exemple, de bien demander aux personnes qui sont présentes sur la photo, une autorisation. Photographier par vous-même une rue passante pour illustrer votre site internet n'est pas forcément une bonne idée.

Enfin, sachez qu'il est possible de faire une recherche d'images sur Google, via Google Images : <https://www.google.com/imghp?hl=en>

Rechercher par image peut se révéler très utile si vous souhaitez acheter des objets en ligne et éviter des arnaques venant de e-commerçants qui pratiquent la contrefaçon, et donc qui vole des photos pour illustrer leurs produits.

Pour plus d'information sur les images en général sur le moteur de recherche de Google, voici un article de support : <https://support.google.com/legal/answer/3463239?hl=en>

4. Conclusion :

Avant de se lancer dans la création d'un site internet, il faut bien se renseigner sur les mentions légales d'un site, et sur les lois qui concernent les droits d'auteurs afin de pouvoir exercer en toute légalité.

Si vous commencer une activité en ligne (commerciale ou non, par exemple la création de blog), il est fort probable que tôt ou tard, vous serez confronté à des problèmes de plagiat. Il est important de connaître ses droits et si besoin, anticiper la protection de votre œuvre.

Pour conclure sur le SEO, qui était le sujet phare de ce devoir, ce n'est pas une méthode exacte, et c'est un domaine très vaste qui évolue chaque année. Les ressources d'hier peuvent déjà être obsolètes aujourd'hui si on veut vraiment se perfectionner en SEO. C'est pour cela qu'il existe des agences et des experts en référencement.

Il est essentiel pour une personne ou une entreprise qui souhaite entreprendre une activité sur internet, d'avoir une stratégie SEO. Elle peut se tourner vers un référencement naturel, ou payant.

Pour augmenter votre SEO naturellement, il est important d'avoir une bonne stratégie de mots-clés, d'avoir un contenu unique et bien travailler (en ayant intégré votre stratégie de mots-clés), tout en gardant à l'esprit que vous construisez un site, non pas pour les crawlers, mais pour des utilisateurs humains.

5. Sources :

Le livre *SEO for dummies (6th edition)* de Peter Kent

Autres sources :

<https://www.agence-churchill.fr/blog/> <https://www.seoquantum.com/billet/balise-meta>
https://fr.wikipedia.org/wiki/Optimisation_pour_les_moteurs_de_recherche
<https://www.orixa-media.com/academie/referencement-naturel/redaction/contenu-duplique-impact-seo/> <https://www.definitions-seo.com/definition-de-spider-trap/>
<https://developers.google.com/search/docs/beginner/get-started?hl=fr>
<https://c-marketing.eu/copyright-droit-auteur-web/>