

## Direction Technique

# Guide SEO : Bonnes Pratiques et Optimisation Sémantique pour APS

## Table des matières

Introduction.....	2
Balise <html> .....	2
Balise <title> .....	2
Balise <meta name="description">.....	2
Balise <meta name="keywords"> .....	3
Meta Author .....	3
Meta Robots .....	3
Meta Viewport.....	4
Canonical URL.....	4
Balises hreflang pour le multilingue .....	4
Données structurées (Schema.org) .....	5
Open Graph pour le partage social (Facebook + LinkedIn) .....	5
og:title .....	5
og:description.....	6
Balise og:image.....	6
Pourquoi WebP ? .....	6
Twitter Card .....	7
Balise <h1>.....	7
Balise <time> l’affichage du date de publication et la date de modifications : .....	7
Balise <img>.....	8
Les liens internes et liens externes.....	9
Les articles similaires. ....	9
Le sitemap de site (dans le footer). ....	10
Les Coordonnées de l’APS (Structured Data). ....	10
Remarque : .....	11

## Introduction.

Ce document est une synthèse des meilleures pratiques et recommandations SEO que nous avons collectées afin d'optimiser le nouveau site officiel de l'APS. Il contient une explication détaillée des balises essentielles (Meta Tags, Open Graph, hreflang, Structured Data...) et leur importance pour le référencement naturel et la visibilité sur les moteurs de recherche.

## Balise <html>

```
<html lang="fr"> <!-- la langue de site -->
```

Au lieu d'utiliser <html> seul, veuillez ajouter la langue de la page comme indiqué dans le code ci-dessus pour les raisons suivantes :

- **Google** sait que cette page est destinée aux internautes qui utilisent cette langue.
- Votre site apparaît dans les résultats de recherche correspondant à cette langue.
- Améliorer la visibilité sur Google.fr ou Google.dz, Cela augmente **le trafic ciblé**.

## Balise <title>

```
<title>Article Title - Algerie Press Service</title>
```

- Définit le **titre de la page** (dans cette cas le titre de l'article plus le nom de le site APS), affiché dans les résultats Google.
- Aide Google à comprendre le sujet.
- Impact direct sur le classement.

### Remarques :

- Ne pas dépasser 60-70 caractères.
- Contient le mot-clé principal (titre principale).

## Balise <meta name="description">

```
<!-- Meta Description -->
<!-- 160 caractères maximum / 30 mots maximum -->
<!-- A brief description of the article that clearly discusses the topic and
includes the keywords, (EX: Article Intro text, Suptitle)"
dans notre cas le titre mieux-->
<meta name="description" content="Le président algérien Abdelmadjid Tebboune
participe au sommet de l'Union africaine pour discuter de questions
politiques et sécuritaires">
```

- Résumé visible sous le titre dans Google.

### Importance SEO :

- Augmente le taux de clic (CTR).
- Donne une idée claire du contenu.

## Remarques :

- Maximum 160 caractères / 30 mots.
- Nous pouvons utiliser l'introduction comme valeur pour cette balise (Tag), mais nous devons en couper une partie seulement, car les introductions d'articles sont généralement plus longues que la longueur recommandée en SEO et ce qui apparaît dans les résultats de recherche.

## Balise <meta name="keywords">

```
<!-- Meta keywords -->
<!-- Peut être utilisé pour la recherche interne,
      pas utile pour le référencement, balise obsolète -->
<!-- 250 caractères maximum / 12 mots clés maximum -->

<meta name="keywords" content="algerie, Abdelmadjid Tebboune,
union africaine, Politique Algérienne, Diplomatie, Sommet Africain">
```

- Liste de mots-clés liés au contenu de la page.

## Remarques :

- Utilisé parfois pour la **recherche interne**, mais **obsolète pour Google** (non pris en compte pour le SEO).\*
- **Maximum 250 caractères ou 12 mots-clés.**
- À utiliser avec modération, **pas trop de mots-clés pour éviter le spam.**

## \* voir les références suivantes :

- <https://developers.google.com/search/blog/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag>
- <https://yoast.com/meta-keywords/>

## Meta Author

```
<!-- Meta author -->
<meta name="author" content="Algerie Press Service">
```

- Définit l'**auteur officiel** du contenu de la page. (dans notre cas :APS)
- Utile pour montrer que le contenu est produit par une **institution officielle (APS)**.
- Important pour **la crédibilité** vis-à-vis de Google et des utilisateurs.
- Doit correspondre au nom officiel dans les différents langues.

## Meta Robots

```
<!-- Meta Robots -->
<meta name="robots" content="index, follow">
```

- Donne des instructions aux moteurs de recherche (Google, Bing...).
- **index** : autorise l'indexation de la page dans Google.
- **follow** : autorise Google à suivre les liens de la page (pour le maillage interne).

#### Remarques :

- À utiliser sur toutes les pages publiques (ex : articles, pages catégories).
- **Ne pas utiliser** sur les pages privées ou en double (préférer `noindex` dans ces cas)

### Meta Viewport

```
<!-- Meta viewport -->
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

- Optimise l'affichage du site sur les **mobiles et tablettes**.
- Obligatoire pour tout site moderne, surtout après les mises à jour de Google (Mobile First Index).

### Canonical URL

```
<!-- Canonical URL -->
<!-- Declarer le lien original pour eviter indexer les liens doublons -->
<link rel="canonical" href="https://www.aps.dz/article-url">
```

- Spécifie l'**URL officielle et unique** de la page.
- Empêche les problèmes de **contenu dupliqué** lorsque la même page est accessible via plusieurs URLs.
- Applicable sur les articles, pages de catégories, etc

#### Importance :

- Aide Google à savoir **quelle version indexer**.
- Transfère toute la force SEO vers une seule URL propre.

### Balises hreflang pour le multilingue

```
<!-- URLs for the other languages versions of article should be like this:
( rel="alternate" hreflang="fr") -->
<link rel="alternate" hreflang="fr" href="https://www.aps.dz/fr/article-titre" />
<link rel="alternate" hreflang="en" href="https://www.aps.dz/en/article-title" />
<link rel="alternate" hreflang="ar" href="https://www.aps.dz/ar/عنوان-المقال" />
<link rel="alternate" hreflang="es" href="https://www.aps.dz/es/titulo-articulo"/>
```

- Indique à Google les versions traduites.
- À placer uniquement dans `<head>`.

#### Importance :

- Améliore le référencement selon la langue.

## Données structurées (Schema.org)

```
<!-- Structured Data (Schema.org) -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "NewsArticle",
  "mainEntityOfPage": {
    "@type": "WebPage",
    "@id": "https://www.aps.dz/article-url"
  },
  "headline": "Article title",
  "description": "A brief description of the article that clearly discusses the
topic and includes the keywords, (EX: Article Intro text, Suptitle)",
  "image": "https://www.aps.dz/path/to/image.jpg",
  "author": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Algérie Presse Service"
  },
  "publisher": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Algerie Press Service",
    "logo": {
      "@type": "ImageObject",
      "url": "https://www.aps.dz/logo.png"
    }
  },
  "datePublished": "2025-03-10T08:00:00+00:00",
  "dateModified": "2025-03-12T14:00:00+00:00"
}
</script>
```

### Explication :

- Déclare le contenu comme article officiel.

## Open Graph pour le partage social (Facebook + LinkedIn)

### og:title

```
<meta property="og:title" content="Article Title - Algerie Press Service">
```

- Définit le titre de l'article qui s'affichera lors du partage sur Facebook, LinkedIn, etc.
- **Titre Facebook** : 90 caractères/12-15 mots maximum.
- Doit être court, impactant et inclure les mots-clés principaux, dans notre cas le titre de l'article.

### Remarques :

- Peut-être autres titres déferents que le titre principal ou le super titre.

## og:description

```
<!-- A brief description to appear on Facebook, which can be different from the
article's description -->

<meta property="og:description" content="A brief desc of the article for Facebook">
```

- **Titre Facebook** : 300 caractères/45-50 mots maximum.
- Une description trop longue risque aussi d'être tronquée.
- Peut être différente de la méta description SEO pour s'adapter aux réseaux sociaux.

### Importance :

- Donne envie de cliquer (impacte le taux d'engagement).

## Balise og:image

```
<!-- l'image de l'article pour afficher sur FB -->
<meta property="og:image" content="https://www.aps.dz/path/to/image.webp">
<meta property="og:image:width" content="1600" />
<meta property="og:image:height" content="900" />
<meta property="og:image:type" content="image/webp" />
```

Ces balises définissent **l'image d'aperçu** qui sera affichée lorsque l'article est partagé sur les réseaux sociaux comme **Facebook et LinkedIn**.

Elles précisent également **les dimensions (largeur et hauteur)** et le **format de** et le **format (WebP)** pour garantir un rendu parfait.

### Importance pour le SEO et réseaux sociaux :

- Assurer que l'image s'affiche **correctement, sans déformation** et avec **la meilleure qualité**.
- Améliorer l'apparence générale du lien partagé pour **augmenter le taux de clic (CTR)**.
- Optimiser la vitesse de chargement grâce au format **WebP**, plus léger que JPEG ou PNG.

### Remarques :

- Utiliser des images de **haute qualité**, avec un ratio recommandé **16:9** (exemple : 1600x900).
- **Optimiser la vitesse de chargement** grâce au format WebP, plus léger que JPEG ou PNG.
- Préférer des images en WebP (format moderne, léger et haute qualité).

## Pourquoi WebP ?

- **Améliore la vitesse de chargement** du site (Google en tient compte pour le SEO).
- Compatible avec la plupart des navigateurs modernes et les réseaux sociaux.
- Qualité d'image supérieure avec une taille réduite.

## Twitter Card

```
<!-- Twitter Card -->
<!-- Lien vers l'image qui apparaît sur Twitter
(peut être différent du lien de l'article) -->
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
<meta name="twitter:title" content="Article Title - Algerie Press Service">
<meta name="twitter:description" content="A brief description of the article for
Twitter">
<meta name="twitter:image" content="https://www.aps.dz/path/to/image.jpg">
```

Ces balises permettent d'afficher un aperçu enrichi de l'article lors de son partage sur **Twitter**, avec un **titre accrocheur**, une **description courte**, et une **image large** en haute qualité (ici au format **WebP** pour optimiser le chargement).

### Importance pour le SEO et l'engagement :

- **Attirer l'attention** grâce à une grande image et un contenu bien présenté.
- **Améliorer le taux de clic (CTR)** en rendant le lien plus attractif.
- Optimiser l'image pour un affichage rapide et léger grâce au format **WebP**.

### Remarques :

- **Titre** : 70 caractères/10-12 mots maximum, Si le titre dépasse 70 caractères, Twitter le coupera dans l'aperçu.
- **Description** : 200 caractères/30-40 mots, Une description trop longue risque aussi d'être tronquée.
- Utiliser une image au ratio 16:9, exemple : 1600x900.
- Adapter le titre et la description pour Twitter, éventuellement différents de ceux de Facebook.

## Balise <h1>

```
<h1>Main Title</h1>
```

- **<h1>** améliore la compréhension du titre principal par Google :
- **<h1>** est la balise de titre la plus importante sur la page et doit contenir les mots-clés principaux.
- Il aide Google à comprendre le sujet de l'article et influence son classement.

## Balise <time> l'affichage du date de publication et la date de modifications :

```
<p>Publié le : <time datetime="2025-03-10">10 mars 2025</time></p>
<!-- Pour les articles mis à jour périodiquement de manière intentionnelle
utilisés notamment pour certains articles urgents.-->
<p>Dernière mise à jour : <time datetime="2025-03-12">12 mars 2025</time></p>
```

- L'utilisation de `<time>` améliore la structuration des données :
  - Définir la date de publication (`datetime`) et la date de mise à jour permet à Google de savoir si l'article est récent.
  - Google favorise les contenus mis à jour régulièrement dans ses résultats.
- Meilleure expérience utilisateur et confiance accrue :
  - Les utilisateurs voient immédiatement si l'article est récent ou obsolète.
  - Un contenu mis à jour augmente la crédibilité et réduit le taux de rebond (Bounce Rate).
- Impact du "Freshness Factor" (mise à jour du contenu) :
  - Si un article est fréquemment mis à jour avec `<time datetime="...">`, il peut bénéficier d'un meilleur positionnement dans Google.
  - Particulièrement utile pour les actualités nécessitant des mises à jour régulières.

## Balise `<img>`

```
<!-- SEO-friendly tag for featured image and others -->

```

- **Amélioration de la compréhension de l'image par Google (`alt` et `title`)**
  - L'attribut `alt` aide Google à comprendre le contenu de l'image, ce qui améliore son référencement dans Google Images.
  - Il doit être descriptif et pertinent, évitant le bourrage de mots-clés.
  - L'attribut `title` affiche un texte explicatif au survol de l'image, améliorant l'expérience utilisateur.
- **Optimisation du temps de chargement (`loading="lazy"` et `decoding="async"`)**
  - `loading="lazy"` retarde le chargement des images jusqu'à ce qu'elles soient visibles à l'écran, ce qui accélère le chargement global.
  - `decoding="async"` permet au navigateur de charger l'image sans bloquer le reste du contenu.
- **Meilleure compatibilité et stabilité (`width` et `height`)**
  - Spécifier les dimensions (`width` et `height`) permet au navigateur d'anticiper l'espace occupé par l'image, évitant les décalages de mise en page (CLS - Cumulative Layout Shift).
  - Améliore les performances et l'affichage visuel.



## Les liens internes et liens externes

```
<!-- URLs for the other languages versions of article should be like this) -->
<link href="https://www.aps.dz/fr/article-titre" />
<link href="https://www.aps.dz/en/article-title" />
<link href="https://www.aps.dz/ar/عنوان-المقال" />
<link href="https://www.aps.dz/es/titulo-del-articulo" />

<!-- External links -outside site APS should have nofollow be like this) -->
<a href="https://autresite.com" rel="nofollow">
  The external urls should be have nofollow rel
</a>
```

Cela permet à Google d'afficher la bonne version selon la langue et la localisation de l'utilisateur.

### • Protection du SEO lors de l'ajout de liens externes (rel="nofollow")

- Lorsqu'un lien pointe vers **un site externe non affilié à APS**, rel="nofollow" empêche Google de transmettre l'autorité SEO.
- Ceci évite que Google considère ce lien comme une **recommandation** et protège le référencement du site principal.
- Particulièrement utile pour **les liens sponsorisés ou publicitaires**.

## Les articles similaires.

```
<!--"Articles liés/similaires" très puissants pour le seo s'ils sont bien utilisés.
  Plus l'utilisateur reste longtemps, meilleur est le signal SEO.
  Renforcent la structure du site et la distribution du "jus de lien".
  découvre d'autres contenus via ces liens, Augmente la profondeur de navigation.
-->
<section class="related-articles">
  <h2>Articles liés</h2>
  <ul>
    <li><a href="/article-1">Article 01</a></li>
    <li><a href="/article-2">Article 02</a></li>
    <li><a href="/article-3">Article 03</a></li>
  </ul>
</section>
```

1. **Réduction du taux de rebond (Bounce Rate) et amélioration de l'expérience utilisateur**
  - Plus un utilisateur reste longtemps sur le site et visite d'autres pages, plus le signal SEO est positif.
  - La suggestion d'articles similaires encourage à explorer davantage de contenu.
2. **Optimisation du maillage interne et distribution du Link Juice**
  - Chaque lien interne transmet une partie de l'autorité SEO à d'autres articles.
  - Cela améliore le classement des pages moins visibles.

### 3. Facilite l'exploration et l'indexation par Google

- Google suit ces liens pour découvrir et indexer plus rapidement les nouvelles pages du site.
- Cela augmente la profondeur de navigation (Crawl Depth).

### 4. Améliore la compréhension du contenu par Google (Thématisation du site)

- Les liens internes montrent à Google la connexion entre les articles, ce qui renforce la spécialisation du site.

Le sitemap de site (dans le footer).

```
<!-- Legal & Sitemap Links -->
<div class="footer-bottom"> | |
  <a href="/plan-du-site.xml">Plan du site</a>
  <p>Copyright © 2024 Algérie Presse Service - Tous droits réservés</p>
</div>
```

#### • Le lien vers `sitemap.xml` facilite l'indexation par Google

- Le fichier `sitemap.xml` permet aux moteurs de recherche de repérer toutes les pages importantes du site.
- Il accélère l'indexation des nouveaux contenus et améliore la visibilité des pages profondes.

#### • Renforcement de la crédibilité et de la légitimité du site

- L'affichage du Copyright montre que le site est officiel et juridiquement protégé.
- Cela renforce la confiance des visiteurs et des moteurs de recherche (Expertise, Expérience, Autorité, Confiance).

#### • Meilleure navigation pour les utilisateurs

- Un lien visible vers le plan du site permet aux visiteurs de trouver rapidement l'information recherchée.
- Utile aussi bien pour **Google** que pour les utilisateurs.

Les Coordonnées de l'APS (Structured Data).

```
<!-- Structured Data -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "Algérie Presse Service",
  "url": "https://www.aps.dz/",
  "logo": "https://www.aps.dz/path-to-your-logo.png",
  "sameAs": [
    "https://facebook.com/...",
    "https://linkedin.com/...",
    "https://youtube.com/...",
    "https://twitter.com/..."
  ],
  "contactPoint": {
    "@type": "ContactPoint",
```

```

        "telephone": "+21323569690",
        "contactType": "Customer Service",
        "areaServed": "DZ",
        "availableLanguage": ["fr", "ar", "ru", "es", "en"]
    },
    "address": {
        "@type": "PostalAddress",
        "streetAddress": "Avenue Des Frères Bouadou, Bir Mourad Rais",
        "addressLocality": "Alger",
        "postalCode": "16000",
        "addressCountry": "DZ"
    }
}
</script>

```

### • Améliore l'affichage du site dans les résultats Google

- Les données structurées (Structured Data) aident Google à mieux comprendre l'identité de l'organisation.
- Elles peuvent permettre d'afficher des éléments enrichis comme le logo, les liens sociaux et les informations de contact.

### • Renforce la confiance et l'autorité (E-E-A-T)

- Google favorise les sites ayant des informations claires et officielles.
- Fournir l'adresse, le téléphone et les comptes sociaux renforce la crédibilité.

### • Meilleure intégration avec les réseaux sociaux (sameAs)

- Permet d'associer les comptes Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube à l'organisation.
- Peut être utilisé par Google pour afficher les liens des réseaux sociaux dans les résultats de recherche.

### • Amélioration de l'expérience utilisateur grâce aux coordonnées

- L'ajout de `contactPoint` aide à faciliter la communication avec l'entreprise.
- Spécifier les langues disponibles améliore l'accessibilité pour les utilisateurs multilingues.

### Remarque :

- La balise `<h1>` (titre de l'article) doit toujours être placée dans `<header>`, lui-même contenu dans `<article>`.
- Le `<header>` dans `<article>` définit clairement le titre et les métadonnées associées à cet article.  
C'est la meilleure pratique pour le SEO, l'accessibilité et l'organisation du contenu.
- Le contenu principal de la dépêche dans `<article>` Indique aux moteurs de recherche que c'est la partie principale à indexer.
- Toujours utiliser des balises sémantiques (ex : `<article>` au lieu de `<div> ...ext`) pour améliorer le SEO et la structuration de la page.

- Les informations de contact et mentions légales dans `<footer>` Renforce la crédibilité et la confiance.