

Balises : h1 ... h6

Dans une page web, les titres introduisant le contenu dans l'HTML sont signalés par les balises h1, h2, h3, h4, h5 et h6 (h pour "heading" en anglais) et ont deux principales vocations :

- préparer la lecture du paragraphe que ces titres précèdent en résumant son contenu. Ils aident ainsi les lecteurs à mieux comprendre ce qu'ils vont lire.
- indiquer aux moteurs de recherche les informations les plus importantes que comportent votre page (l'algorithme de Google accorderait plus de poids aux mots clés et expressions que contiennent les titres qu'au reste du contenu).

Référencement et balise h1 à h6

D'un point de vue référencement naturel, après [la balise title](#), ce sont les balises h1 à h6 qui sont probablement les plus importantes de l'ensemble du contenu d'une page web. Lorsqu'ils sont bien rédigés, les titres h1 à h6 introduisent le contenu qui les suit. Ils fournissent donc les termes les plus pertinents pour identifier le contenu du paragraphe qui les suit. D'un point de vue référencement, la balise h1 est la plus importante parmi tous les autres titres. Plus on augmente de niveau de titre (h2, h3, h4, h5 et h6), moins son contenu sera considéré comme important par les moteurs de recherche.

Règles d'utilisation des balise h1 à h6

- Chaque document HTML peut contenir un ou plusieurs titres h1 à h6.
- Chaque titre h1 à h6 nécessite obligatoirement une balise ouvrante <hn> et une balise fermante </hn>.
- Si le contenu de la page ne se hiérarchise pas ainsi, ne forcez pas car vous risqueriez de nuire à la lisibilité de votre contenu. Si le contenu de votre page web ne permet pas une utilisation hiérarchique des titre h1, h2, h3, h4, h5, h6 optez plutôt pour l'usage d'un titre h1 puis la répétition de sous titre h2.
- Pour un bon référencement naturel, un titre doit contenir des mots-clés stratégiques sur lesquels vous souhaitez vous positionner dans les pages de résultats. Mais il ne faut pas privilégier le référencement au détriment des internautes. Il faut donc trouver le meilleur compromis entre un titre à destination des internautes et un titre à destination des moteurs de recherche. L'exercice est difficile. Il faut être fin rédacteur pour placer les bons mots-clés dans les titres.