

# Référencement et SEO pour les sites Jahia

Vous pouvez optimiser votre site Jahia UNIL pour qu'il soit à la fois bien classé par Google et facile à parcourir. Nous expliquons ici comment faire en sorte que votre site Jahia UNIL soit correctement référencé dans les moteurs de recherche, et comment avoir un certain contrôle sur la manière dont Google va le présenter dans ses résultats de recherche. Les méthodes à utiliser pour y parvenir permettent également de contribuer à la qualité et à l'attractivité de nos sites.

## Pourquoi et comment optimiser son site

### Qu'est-ce que le SEO

En matière de moteurs de recherche, on différencie le référencement gratuit du référencement payant:

- SEO = Search Engine Optimization = optimisation pour les moteurs de recherche (référencement naturel, gratuit)
- ≠ SEA (Search Engine Advertising) = achat d'espaces publicitaires dans les pages de résultats des moteurs de recherche (référencement payant)

Le SEO, ou référencement naturel, peut se pratiquer à un niveau élémentaire (=les bases que nous allons voir dans cette documentation), mais aussi à un niveau professionnel, souvent par des agences spécialisées.

Les techniques de SEO évoluent au fil du temps pour suivre les changements de l'algorithme de Google. Certaines méthodes valables autrefois ne le sont plus aujourd'hui. Les recommandations faites ici constituent une base indémodable. I

Il existe de nombreuses méthodes pour réaliser une optimisation SEO. Toutefois certaines ne sont pas forcément applicables à notre contexte et notre infrastructure UNIL. Nous présentons ici uniquement des méthodes qui peuvent être mises en pratique chez nous, sur nos sites Jahia.

D'après des chiffres récents, parmi les moteurs de recherche utilisés en Europe, Google a une part de marché d'environ 90%. Les autres (Bing, DuckDuckGo, Qwant, Ecosia etc.) se partagent les 10% restants.

### Nécessité d'optimiser son site

Pendant longtemps, les sites d'universités étaient bien classés sur Google sans grand effort. Mais ils ont été progressivement concurrencés par des sites appliquant des recommandations

d'optimisation (listings d'universités, écoles privées...).

D'où la nécessité aujourd'hui pour les sites d'universités d'appliquer également des recommandations d'optimisation. Ceci se justifie d'autant plus qu'il s'agit de bonnes pratiques en matière d'accessibilité web, de structure et de clarté du contenu: **un site optimisé est un site plus facile à trouver ET à utiliser.**

## Fonctionnement de l'indexation par Google

L'index de Google recense actuellement plus de [130'000 milliards de pages](#). Entre le moment où Google trouve un nouveau site à indexer ou remarque des modifications sur un site existant et le moment où il va le refléter dans ses résultats de recherche, il peut s'écouler un délai de longueur variable, pouvant atteindre plusieurs mois.

Afin d'optimiser le référencement de nos sites Jahia sur Google:

- nous les rendons indexables par les moteurs de recherche dès leur ouverture
- nous envoyons très régulièrement à Google des cartes de nos sites au format sitemap.xml.

Google scanne les sites indexables et suit les liens qu'il y trouve. Ensuite il indexe, évalue et classe les pages. Pour cela, il se base essentiellement sur:

- les titres de pages et de sections, et les mots-clés dans le contenu
- le respect des bonnes pratiques web
- la réputation des sites
- les carte des sites que nous lui envoyons.

## Est-ce que votre site est visible et indexé par Google?

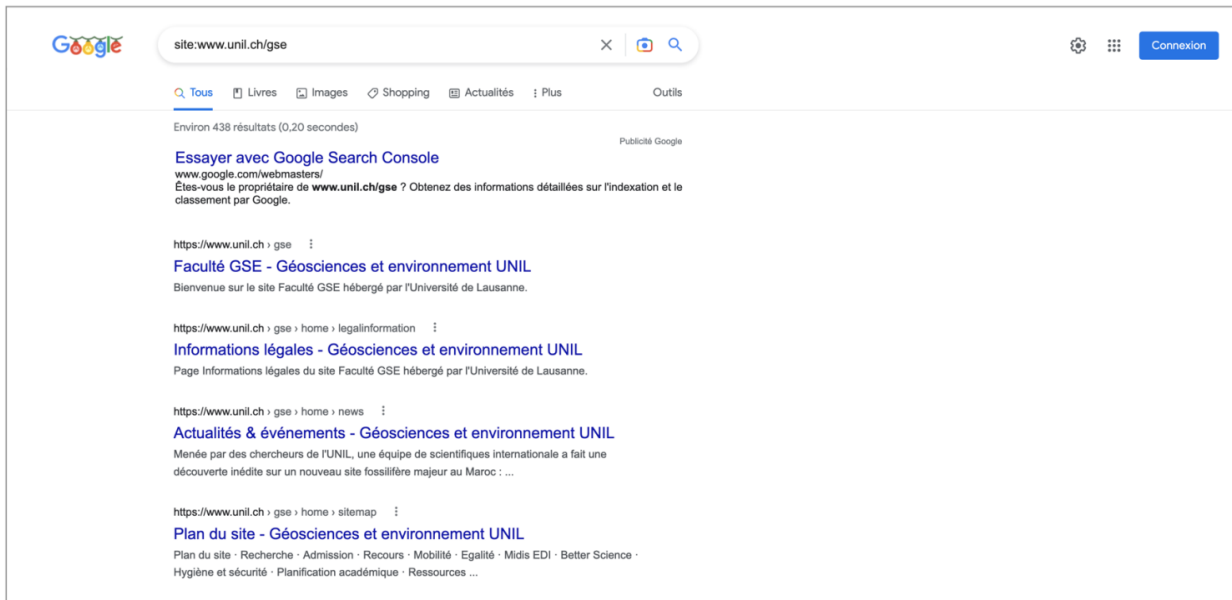
Pour vérifier, faire la recherche suivante sur Google:

*site:[adresse-du-site]*

elle va retourner comme résultat la liste des pages de ce site indexées par Google.

Cette syntaxe simple permet de vérifier rapidement si votre site est indexé par Google, et quelles sont les pages indexées. Elle permet également de vérifier si une page en particulier est indexée, si on utilise son adresse complète comme argument de recherche.

Exemple: la requête *site:www.unil.ch/gse* va retourner la liste des pages de ce site indexées par Google:



# Les facteurs essentiels pour le référencement

## Identifier les mots-clés importants pour votre site

Commencez par recenser les mots clés décrivant vos activités (par ex. *enseignement*, *recherche* ...) et les thèmes qui y sont abordés, généraux (par ex. *urbanisme*, *glaciers*...) et spécifiques (par ex. *gentrification*, *pergélisol*...).

Utiliser ces mots clés dans les éléments prioritairement pris en compte pour l'indexation:

- titres de niveau 1, 2, 3
- méta description
- liens dans le contenu
- texte en gras dans le contenu
- textes alternatifs des images.

Ceci doit se faire en respectant une certaine hiérarchie entre ces mots clés, et en évitant la surcharge. Vouloir surcharger une page d'un trop grand nombre de mots clés est contre-productif.

Si un mot clé est important pour une page, il est souhaitable qu'il figure dans 2 ou 3 des éléments mentionnés ci-dessus (titres, liens...). Il va naturellement aussi figurer dans le texte, mais il faut éviter de trop fréquentes répétitions. Google considère en effet ceci comme du *spamdexing* (contraction de spam + indexing), qui est sanctionné par un rétrogradage dans les résultats de recherche.

## Utiliser les titres de niveau 1, 2 et 3

Comme dans un traitement de texte qui permet de rédiger des documents avec une hiérarchie de niveaux de titres, il existe la même distinction dans les pages web. Les niveaux de titres vont de 1 (=le plus important) à 6 (=le moins important). Dans les templates Jahia UNIL, nous utilisons les 3

premiers niveaux:

- titre de page (=titre de niveau 1)
- titre de boîte de contenu (=titre de niveau 2)
- titre de paragraphe (=titre de niveau 3)

## Titre de page (=titre de niveau 1)

Le titre de la page a une grande importance pour l'indexation par Google, il faut qu'il soit à la fois bref et informatif. Il se retrouve:

1. dans la balise HTML <title> qui est affichée dans l'onglet du navigateur \*
2. sous une forme modifiée dans l'adresse de la page (nom système)
3. dans le menu de navigation
4. avant le début du contenu de la page
5. dans le chemin d'accès ("vous êtes ici")

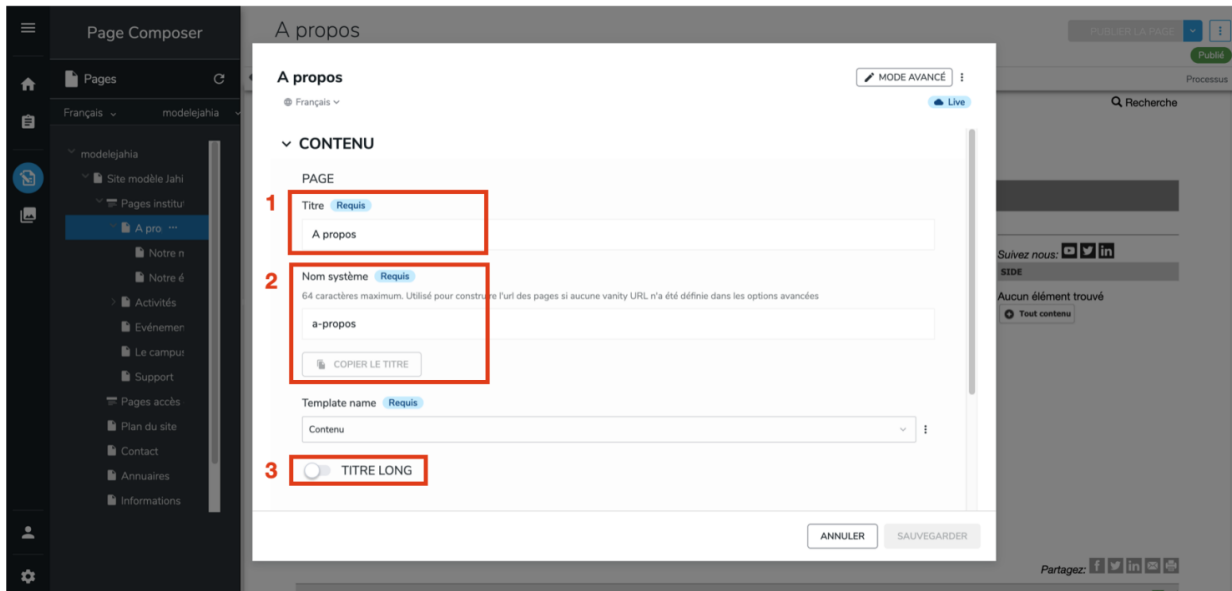


\* Dans la balise HTML <title> le titre de la page est complété par un suffixe propre à chaque site. Ce suffixe est par exemple très utile pour les personnes qui vont partager un lien vers une page via un mail ou les réseaux sociaux, ou ajouter la page à leurs favoris (un favori intitulé "Organisation" est moins précis qu'un favori intitulé "Organisation - SSP UNIL"). Ce suffixe contient généralement une forme abrégée du nom du site ainsi que le mot UNIL. Il est ajouté automatiquement à chaque nom de page. Si le suffixe utilisé pour votre site ne vous semble pas adapté ou exact, merci de contacter [helpdesk@unil.ch](mailto:helpdesk@unil.ch) pour demander sa rectification.

Précisions au sujet de l'édition du titre de page:

1. On le saisit et on le modifie ici
2. Si on modifie le titre d'une page existante, ne pas oublier de mettre à jour le nom système avec le bouton "copier le titre". Attention: ⚠ Nous déconseillons les modifications manuelles de ce nom système. Si le nom système d'une page contient autre chose que des lettres non accentuées, des chiffres et des tirets, l'adresse de cette page peut poser problème pour le référencement et les liens.

3. L'option "titre long" permet de spécifier sur une page un titre plus long que celui qui apparaît dans le menu de navigation. Si cette forme longue existe, c'est aussi elle qui est prise en compte par Google. Si on emploie cette option "titre long", il faut impérativement lui conserver une similitude importante avec le titre court afin de ne pas égarer les visiteurs. Par exemple: il faut éviter à tout prix le cas d'une page qui aurait "contact" comme titre court et "recherche" comme titre long.



## Intertitres (= titres de niveaux 2 et 3)

En complément du titre de page (niveau 1), il faut autant que possible structurer la page au moyen des titres de composants de contenu (=titres de niveau 2) et des titres de paragraphe (=titres de niveau 3).

Niveau 2: tous les [composants pour les pages de contenu](#) permettent la saisie d'un titre.

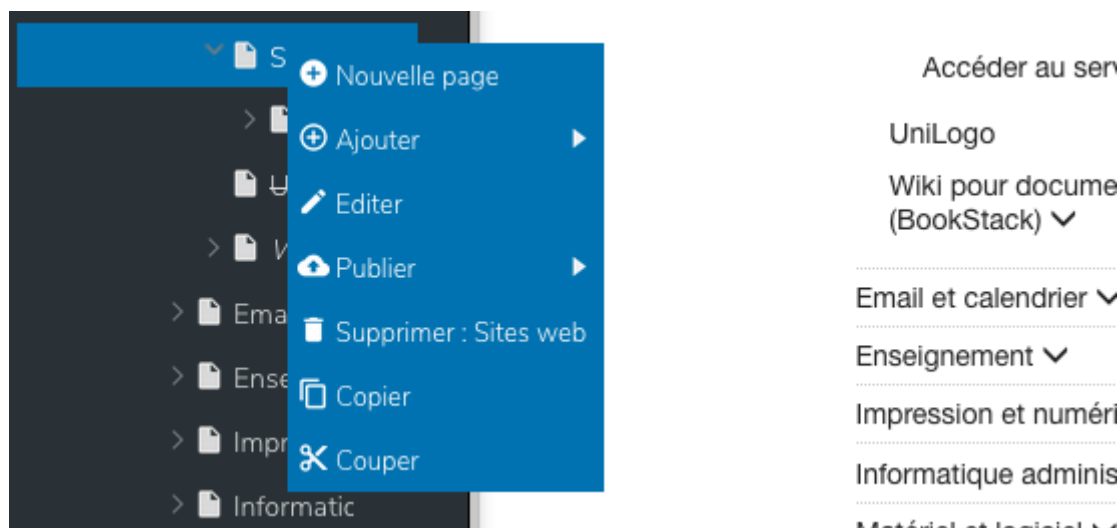
Niveau 3: dans les composants "contenu standard" et "contenu responsive", le style *sous-titre* de l'éditeur visuel permet de structurer un texte d'une certaine longueur.

### Gérer les URLs (liens de page) personnalisés

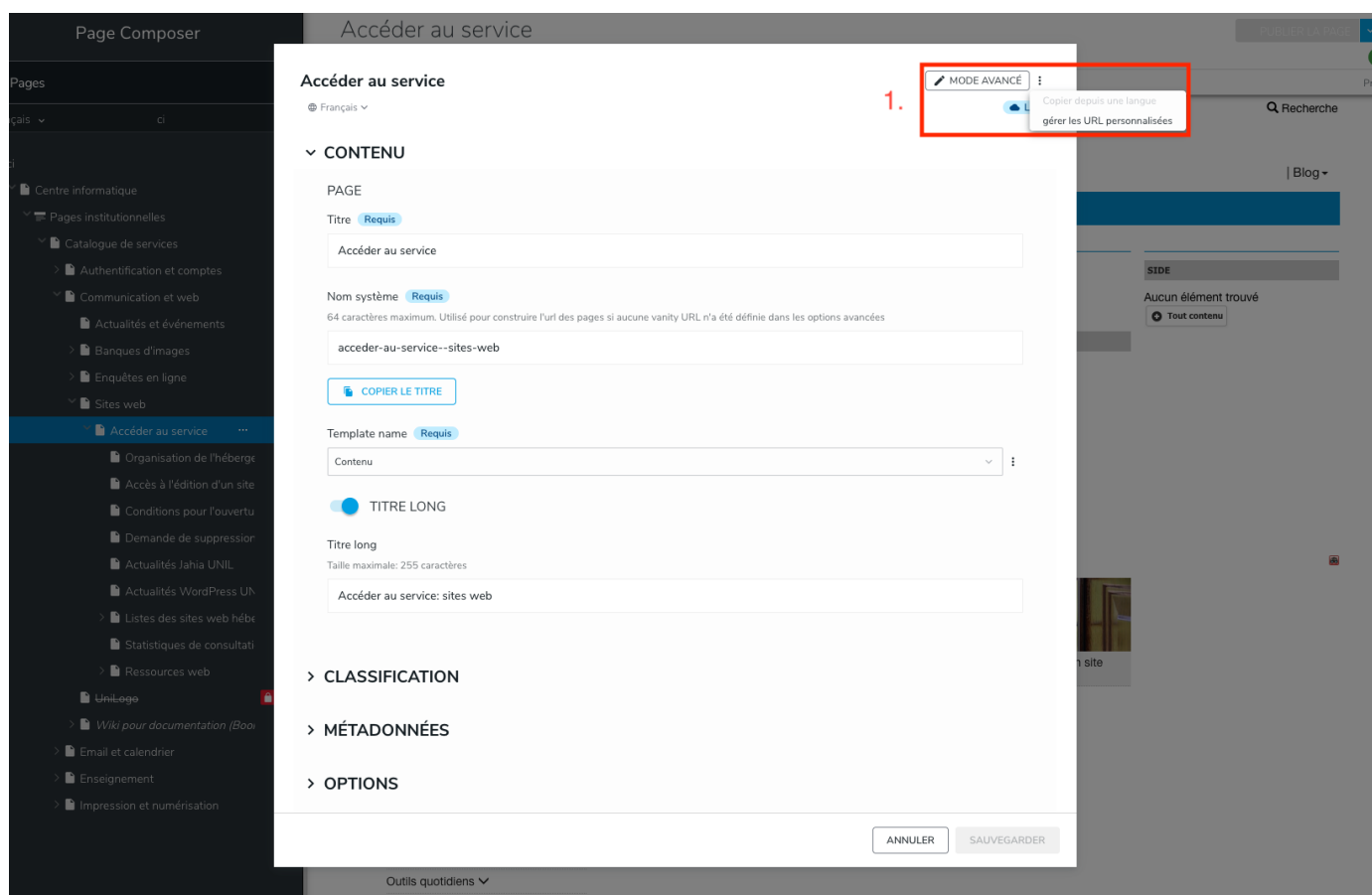
Par défaut, le lien d'une page créée va avoir comme URL le chemin de votre page + le nom système, par exemple <https://unil.ch/ci/home/menuint/catalogue-de-services/communication-et-web/sites-web.html>. Vous pouvez définir des liens personnalisés pour faciliter la transmission des pages, par exemple <https://unil.ch/ci/web> est une URL personnalisée de la précédente page.

### Rajouter une URL personnalisé

## 1. Accéder aux options d'édition de la page



## 2. Cliquer sur les ... verticaux puis "gérer les URL personnalisées"



## 3. Rajouter l'URL personnalisée :

1. Entrer l'URL que vous souhaitez, précédée d'un "/", par exemple "/web" pour l'adresse "unil.ch/ci/web"
2. Définir la langue de l'URL
3. Sauvegarder

Vous pouvez configurer plusieurs URLs pour une seule page, mais deux pages ne peuvent pas avoir la même URL

#### Accéder au service

/sites/ci/home/menuint/catalogue-de-services/communication-et-web/sites-web/accéder-au-service--sites-web

URLs personnalisées...

#### URLs personnalisées d'édition

URL personnalisée: /web

Canonical: fr

Entrer une URL

fr français (fr)

Set as canonical

Annuler Sauver

1. 2. 3.

## Gérer toutes les URLs personnalisées de son site

Jahia vous propose une interface pour vérifier et modifier toutes les URLs personnalisées, pour ceci :

1. Cliquer sur JContent
2. Cliquer sur Extensions

https://edit.jahia.unil.ch/jahia/jcontent/ci/fr/media/files?params=(sub:!!)

Files

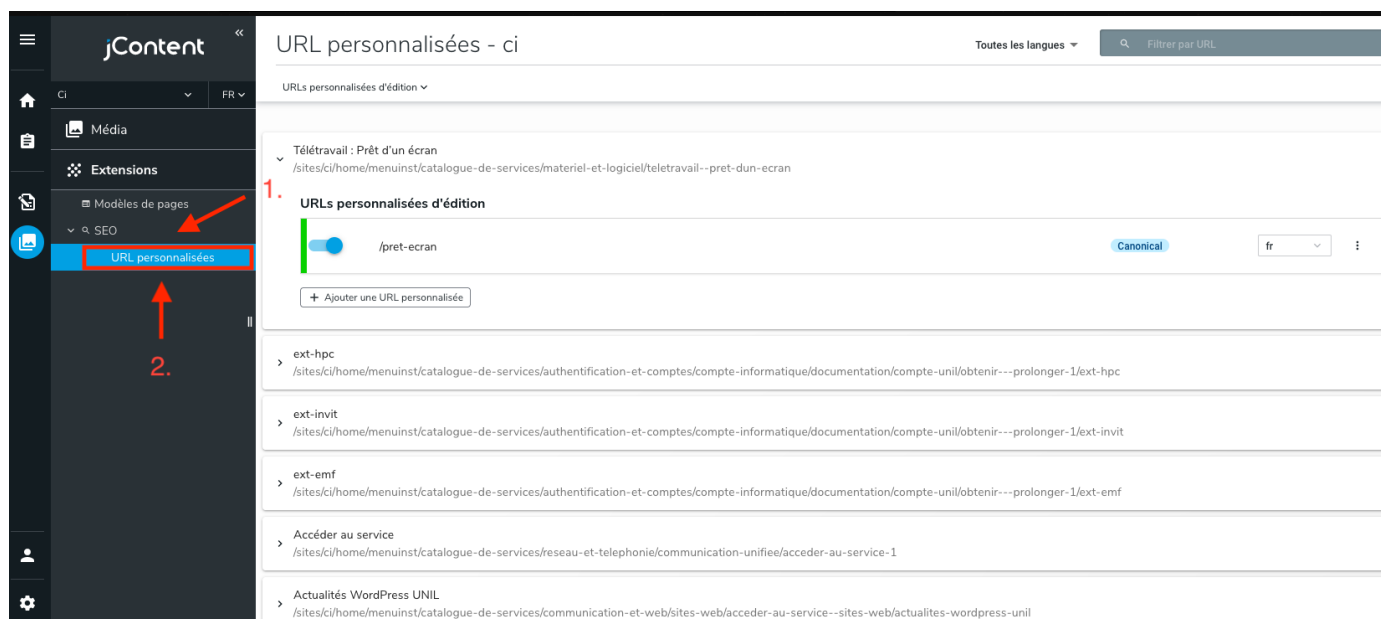
Nouveau dossier Importer des fichiers Coller Rafraîchir

Nom	Type	Créé par	Modifié le
users	Dossier	root	21 mars 2022
edu-id	Dossier	abandade	26 mars 2021
shared	Dossier	root	17 déc. 2018
Liste de prix.pdf (Devis_Repro)	Fichier	gderiaz	8 avr. 2021
image_HD_Jahia.png	Fichier	pfrei4	7 avr. 2021
Créer un edu-ID à l'UNIL.mp4	Fichier	abandade	26 mars 2021
deriaz.jpg	Fichier	dstrummi	9 nov. 2017
brechbuhl.jpg	Fichier	dstrummi	19 févr. 2016
regamey.jpg	Fichier	dstrummi	19 févr. 2016
strummiello.jpg	Fichier	dstrummi	19 févr. 2016

Lignes par page 25 1-25 de 39

1. 2.

### 3. Cliquer sur SEO puis URL personnalisées



## Utiliser la méta description

Cette balise figure dans l'en-tête du document en mode source et a la syntaxe suivante:

```
<meta name="description" content="Description de la page" />
```

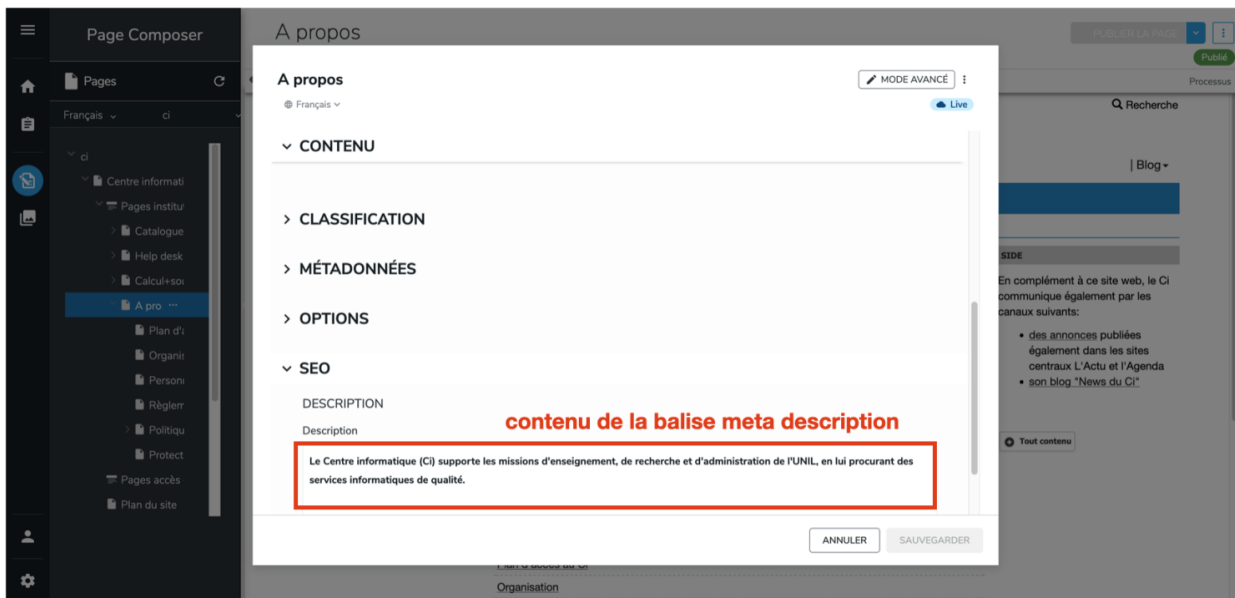
Elle est très importante pour Google, qui l'utilise pour l'affichage des résultats de recherche.

Si cette balise n'est pas remplie pour une page, Google utilisera pour décrire cette page:

- le plus souvent une formule standard que nous avons paramétrée comme valeur par défaut, qui se présente ainsi: *page [titre de page] du site [nom du site] hébergé par l'Université de Lausanne*
- ou aussi parfois une partie de son contenu, sans qu'on puisse contrôler laquelle (tantôt le début du contenu, tantôt un extrait quelconque).

La longueur de la meta description est généralement de 150 à 160 caractères => inutile de dépasser 200 caractères. Elle ne sera affichée intégralement que si elle est courte.





Il est possible d'éditer ce champ meta description pour toutes les pages de contenu. Par contre pour la page d'accueil, seuls les administrateurs Jahia peuvent modifier la meta description => merci d'envoyer la vôtre à [helpdesk@unil.ch](mailto:helpdesk@unil.ch) en précisant l'adresse de votre page d'accueil, et nous l'intégrerons pour vous.

**NB:** il faut saisir la meta description uniquement au niveau de la page, et non pas pour chaque composant de la page.

## Autres facteurs et bonnes pratiques

### Liens entrants, liens internes et liens sortants

#### **Pour les liens entrants** (= backlinks)

Essayer d'établir ou faire établir des liens vers votre site pour améliorer son ranking dans les résultats de recherche Google ...mais seulement à certaines conditions:

- Eviter la surabondance de liens (=spamdexing)
- Ces liens auront de la valeur uniquement s'ils proviennent d'autres sites traitant du même sujet
- Plus ces autres sites seront eux-mêmes bien référencés, plus leurs liens vers votre site auront de la valeur

#### **Pour les liens internes** (=liens vers d'autres pages de votre site)

Ces liens aussi sont utiles pour le référencement, mais là aussi à certaines conditions

- Eviter la surabondance de liens internes en tous sens
- Créer des liens internes renvoyant autant que possible vers des pages de la même rubrique (page fille, page mère, page soeur)

### **Pour les liens sortants** (=liens vers d'autres sites)

Les liens sortants ne doivent pas être placés dans les zones de la navigation du site (=pas dans les menus), mais dans les zones de contenu.

## Réseaux sociaux

Si vous avez des comptes sur les réseaux sociaux => partager vos pages, actualités et événements. Si possible inclure dans votre post un #unil et une image.

Le site <https://unil.ch/socialmedia> propose informations et ressources pour une présence institutionnelle sur les réseaux sociaux. Il recense également les comptes UNIL existants sur ces réseaux.

## Actualités/événements MyUNIL

Utiliser les [actualités/événements via MyUNIL](#). Penser à y inclure des liens vers votre site s'il y a lieu.

## Ressources

- Google - Aide search console: Bien débuter en SEO  
<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184>
- Google - Aide search console: consignes  
<https://support.google.com/webmasters/topic/9456575>
- LinkedIn Learning, via le site du Ci <https://www.unil.ch/ci/e-learning>
- Le blog du modérateur, dossier SEO <https://www.blogdumoderateur.com/dossier/seo/>

[ Documentation Jahia: [retour au sommaire](#) ]

---

Révision #25

Créé 6 novembre 2022 13:48:50 par PW

Mis à jour 10 février 2025 15:40:04 par PW