

Création et référencement du site Web de la formation Intelligence Economique et Territoriale

*Nicolas Simoes
simoes@madeonweb.com
Master 2 Intelligence Economique et Territoriale*

Le 09 Janvier 2005, Université du Sud Toulon Var

Problématique : Faire connaître la formation Intelligence Economique et Territoriale (IET) de l'université du Sud Toulon Var (USTV) auprès des futurs étudiants mais surtout auprès des professionnels.

Contraintes : Technologie HTML sans CSS, compatible norme W3C, doit être vu avec n'importe quel navigateur (test avec Lynx), accessible aux mal voyants, et aux aveugles, disponible en 8 langues (Français, Anglais, Allemand, Italien, Brésilien, Arabe, Chinois, Russe)

1/ Création du site Web :

Créé par le logiciel d'édition Web Dreameaver MX de la société Macromédia.

Mis en ligne à l'aide du client FTP FileZilla.

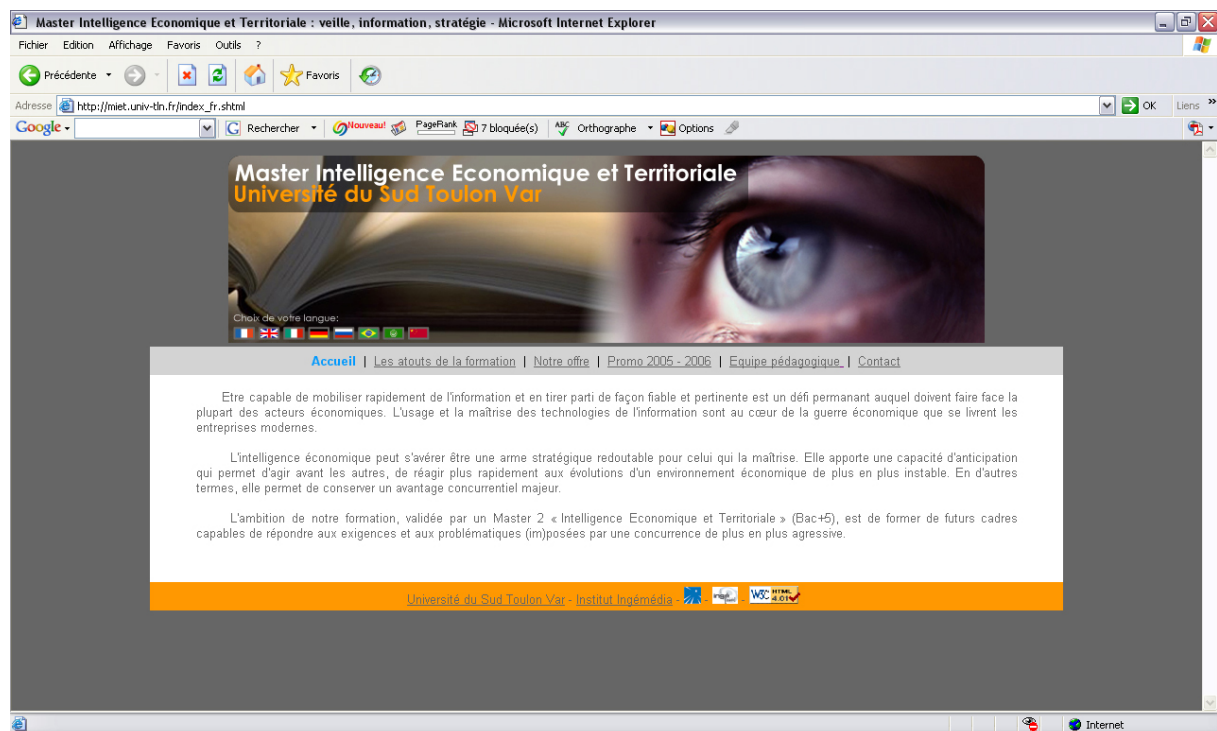
Hébergé par le Centre de Ressources Informatiques (CRI) de l'USTV, à l'adresse miet.univ-tln.fr.

A/ La charte graphique :

Elle est composée de trois principales couleurs (blanc, orange et gris), ainsi qu'un bandeau ayant comme images un livre et un œil.

La présentation reste simple mais très compréhensible et très lisible :

- En haut le bandeau (avec le choix de la langue).
- Suivie en dessous du menu principal (Accueil, Atouts de la formation, Notre offre, Promo 2005 – 2006, Equipe pédagogique, Contact).
- Puis le contenu de la page.
- Et le menu inférieur (liens vers l'Institut Ingémédia, l'USTV et le label W3C).



B/ Scénario de navigation :

Le site est accessible à l'adresse *miet.univ-tln.fr*.

L'accueil s'affiche dans la langue du système d'exploitation, puis l'internaute parcourt le site à l'aide du menu toujours visible sous le bandeau.

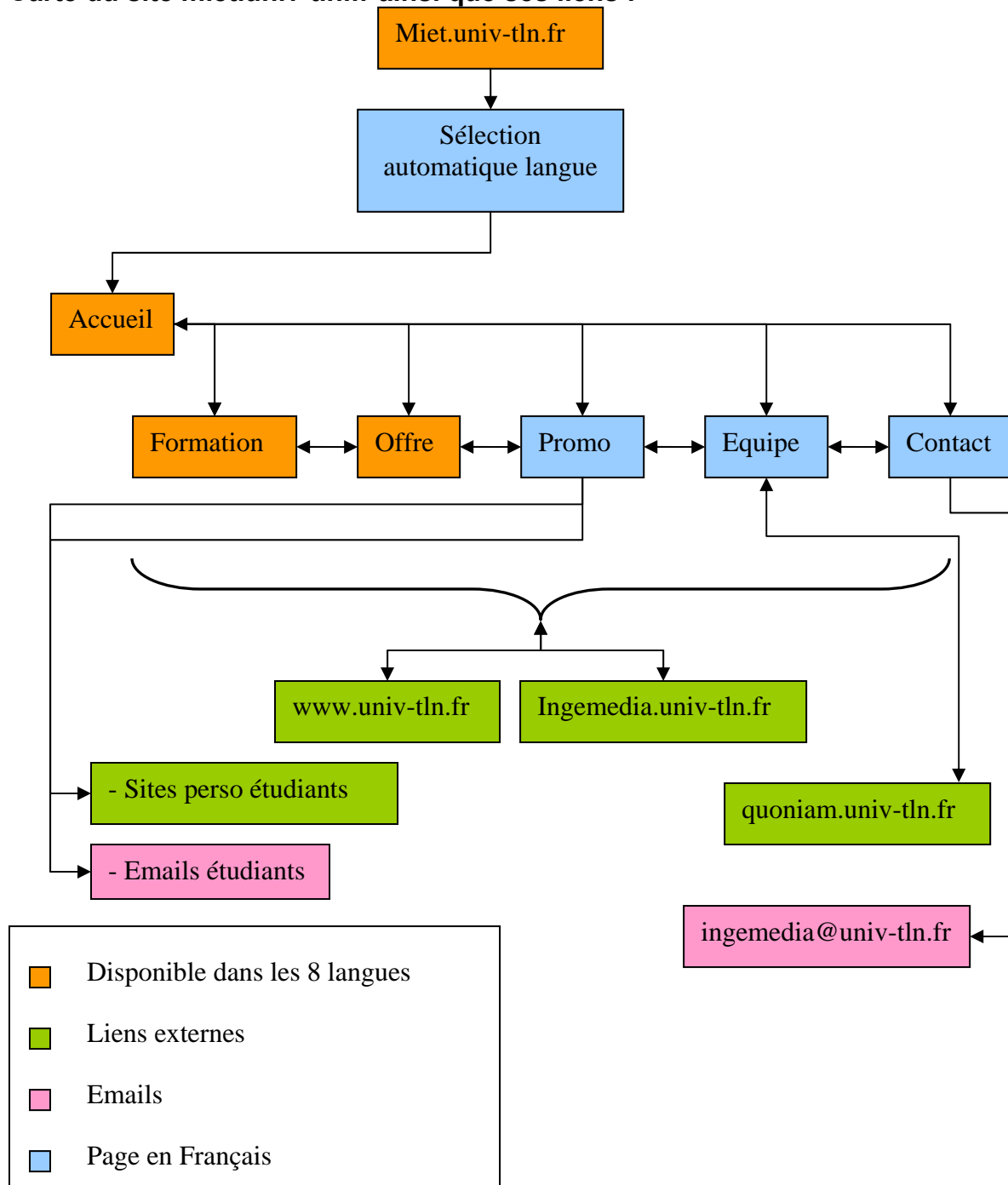
Il peut à tout moment changer la langue grâce aux drapeaux situés sur le bandeau.

Sur toutes les pages, il y a des liens vers le site de l'USTV et de l'Institut Ingémédia.

La page Promo permet de visiter les pages perso de chaque étudiant ainsi que de leur envoyer un mail.

Le graphique suivant décrit très précisément les possibilités de navigation sur le site *miet.univ-tln.fr*.

Carte du site miet.univ-tln.fr ainsi que ses liens :

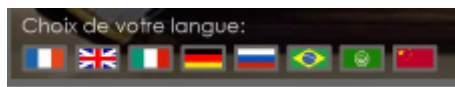


C/ Contenu :

- *Accueil* : Définition du « Intelligence Economique et Territoriale »
- *Les atouts de la formation* : Descriptif de la formation IET.
- *Notre offre* : Les compétences des étudiants.
- *Promo 2005 – 2006* : Liste des étudiants, avec chacun un lien vers leurs sites perso et vers leurs adresses mail.
- *Equipe* : Liste des enseignants, avec le descriptif de leur parcours et un lien vers leurs sites, lorsqu'ils en ont un ...
- *Contact* : Adresse mail et postale de l'institut Ingémédia.

D/ Gestion du multilingue :

L'internaute peut à tout moment changer de langue en utilisant les drapeaux situés sur le bandeau, a ce moment là il reviendra à l'accueil de la langue choisie.



Lorsque l'on va à l'adresse miet.univ-tln.fr (miet.univ-tln.fr/index.shtml), un script (java script) détecte le langage du système d'exploitation et renvoie l'internaute sur la page d'accueil avec sa langue :

```
<script type="text/javascript">
if (navigator.browserLanguage)
var language = navigator.browserLanguage;
else
var language = navigator.language;
if (language.indexOf('fr') > -1) document.location.href = 'index_fr.shtml';
if (language.indexOf('en') > -1) document.location.href = 'index_en.shtml';
else if (language.indexOf('de') > -1) document.location.href = 'index_al.shtml';
else if (language.indexOf('it') > -1) document.location.href = 'index_it.shtml';
else if (language.indexOf('ru') > -1) document.location.href = 'index_russe.shtml';
else if (language.indexOf('ar') > -1) document.location.href = 'index_arabe.shtml';
else if (language.indexOf('zh') > -1) document.location.href = 'index_chinois.shtml';
else if (language.indexOf('br') > -1) document.location.href = 'index_br.shtml';
else
document.location.href = 'index_fr.shtml';
</script>
```

E/ Traduction du site et intégration :

Le site à tout d'abord était élaboré en Français par Manuel Molli et vérifié par le reste des étudiants ainsi que par Monsieur Quoniam. Les différentes traductions ont été faites à l'aide des compétences linguistiques des étudiants.

Anglais, Italien, Allemand, Brésilien, Russe, Arabe, Chinois

Pour l'intégration, le Français, l'anglais, l'italien, l'allemand et le brésilien, utilisant les mêmes caractères il n'y a pas de problèmes.

En revanche, le chinois et le russe n'utilisent pas les mêmes caractères et l'arabe s'écrit de droite à gauche.

Pour le Chinois et le russe, un simple copié coller du logiciel word (qui prend en charge ce genre de caractères) vers dreameaver.

Après plusieurs tentatives, je me suis aperçu qu'il fallait utiliser le même encodage des pages HTML (charset=iso-8859-1), Dreameaver s'occupe d'encoder les caractères.

« Notre formation » =

« 这邮政 » =

« 这邮政 »

« Notre formation » =

« Господа » =

« Господа »

« Notre formation » =

« لوزارة » =

« لوزارة »

Pour l'arabe il faut passer par le logiciel « open office », tous les autres logiciels testés inversaient le texte à cause de la différence de langue du système d'exploitation sur lequel le site est fabriqué.

Lors de l'intégration sous Dreamweaver, le texte est a l'envers et mal formaté, il ne faut pas en tenir compte, le navigateur s'occupera d'inverser et de formater le texte, pour cela il suffit de lui dire que la langue est l'arabe et qu'il faute lire de droite a gauche :

```
<html lang="ar" dir="rtl">
```

2/ Respect des contraintes et tests :

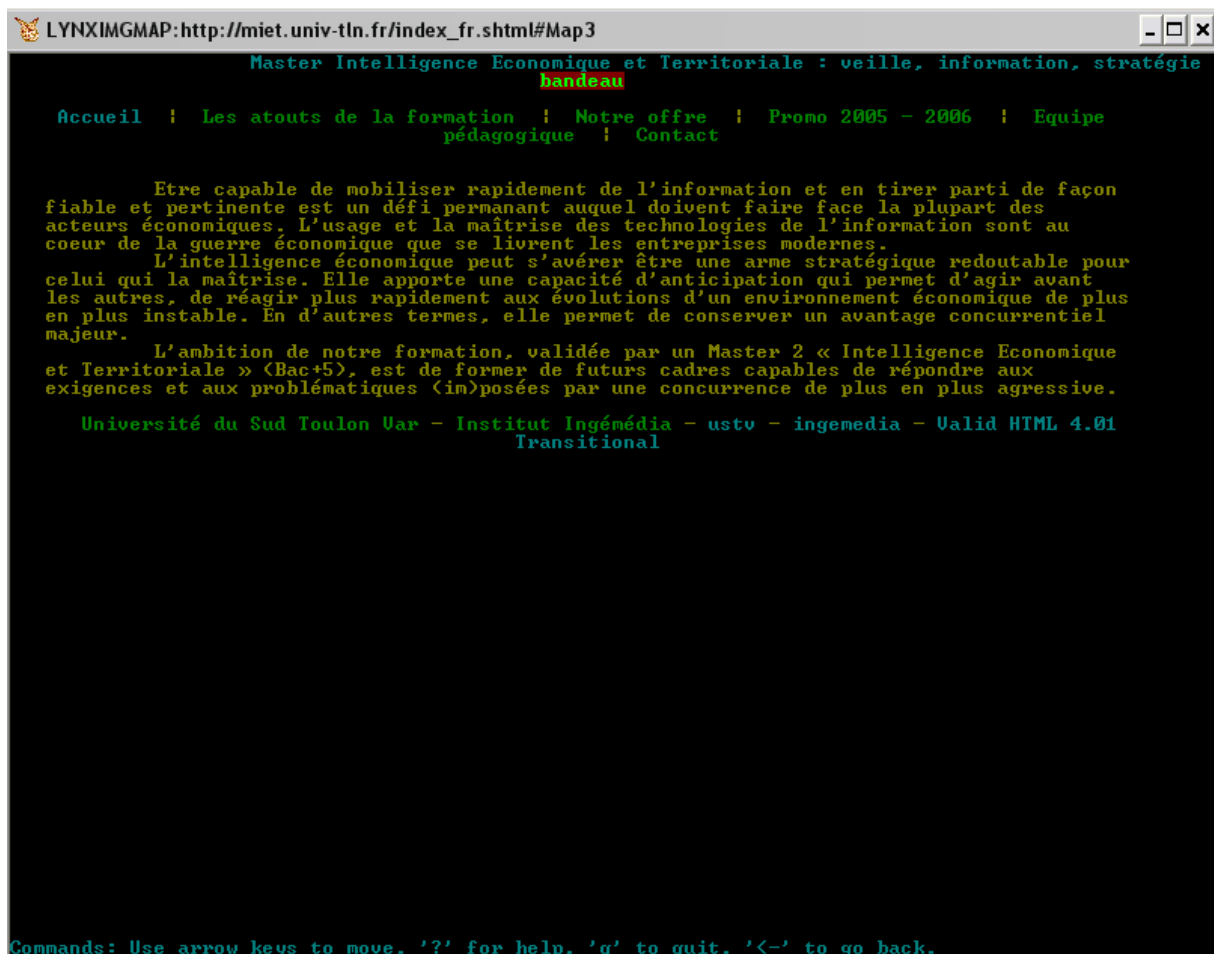
Pour permettre la lisibilité par les mal voyants du site, les css ont du être supprimées car l'agrandissement du texte rencontrait un problème sous Internet Explorer.

Lors de la vérification du code HTML par Dreamweaver celui là affiche : « *Dans HTML 4.0, FONT est à éviter. Il risque de devenir obsolète dans les futures versions ; utilisez plutôt les feuilles de style.[HTML 4.0]* ».

Ce qui signifie qu'il va falloir que Internet explorer modifie sa fonction d'agrandissement et rétrécissement de texte, si bien sur Microsoft ne veut pas priver les mal voyants de son navigateur, surtout que les css sont normalisées W3C. Pour voir le site avec de plus gros caractères, appuyer sur « Ctrl » et tourner la mollette de la souris.

Après un test avec le navigateur « IBM HOME PAGE READER », le site est compréhensible et navigable par les aveugles.

Le site est compatible avec tous les navigateurs, car il a été testé avec le plus basique de tous les navigateurs : « lynx ». Avec ce dernier, et il est totalement compréhensible et navigable.



```
LYNXIMGMAP: http://miet.univ-tln.fr/index_fr.shtml#Map3
Master Intelligence Economique et Territoriale : veille, information, stratégie
bandeau
Accueil ! Les atouts de la formation ! Notre offre ! Promo 2005 - 2006 ! Equipe
pédagogique ! Contact

Etre capable de mobiliser rapidement de l'information et en tirer parti de façon
fiable et pertinente est un défi permanent auquel doivent faire face la plupart des
acteurs économiques. L'usage et la maîtrise des technologies de l'information sont au
coeur de la guerre économique que se livrent les entreprises modernes.
L'intelligence économique peut s'avérer être une arme stratégique redoutable pour
celui qui la maîtrise. Elle apporte une capacité d'anticipation qui permet d'agir avant
les autres, de réagir plus rapidement aux évolutions d'un environnement économique de plus
en plus instable. En d'autres termes, elle permet de conserver un avantage concurrentiel
majeur.
L'ambition de notre formation, validée par un Master 2 « Intelligence Economique
et Territoriale » (Bac+5), est de former de futurs cadres capables de répondre aux
exigences et aux problématiques (im)posées par une concurrence de plus en plus agressive.

Université du Sud Toulon Var - Institut Ingémédia - ustv - ingemedia - Valid HTML 4.01
Transitional

Commands: Use arrow keys to move, '?' for help, 'q' to quit, '<' to go back.
```

Les liens ont été vérifiés avec xénu.

En cliquant sur le lien W3C en bas de chaque page, on peut vérifier que celles-ci, sont toutes compatibles avec la norme W3C. (www.w3.org).



3/ Référencement:

A/ contenu des balises <head></head> :

Après une étude de source des sites leader dans le monde du référencement. Sélectionné en fonction leur notoriété ainsi qu'en fonction du positionnement Google pour la requête : « référencement ». (www.overture.com, www.referencement-2000.com, www.webrankinfo.com, www.abondance.com)

Les métas et balises situés entre la balise <head></head> qui sont important pour le référencement sont les suivants :

- **La balise <title>** : qui représente le titre de la page. C'est une description en 7-8 mots de la page en cours. C'est souvent le texte qui apparaît en titre du résultat sur les moteurs de recherche.
- **Les métas « http-equiv »** : qui définisse le codage, le type, et la langue de la page.
- **Le méta « description »** : description de la page en 20 – 25 mots, avec des mots très caractéristique à la page, il est souvent conseillé de reprendre les mots fort de la page.
- **Le méta « keywords »** : Plusieurs politiques pour les mots clefs. Selon mon étude, les sites les plus anciens, utilisent une centaine de mots clefs alors que les sites en tête utilise environ 10 mots clefs. J'ai choisi de prendre la philosophie des sites utilisant 10 mots clefs, car je pense que l'on cible ainsi beaucoup mieux ses visiteurs, et un moteur de recherche sera plus a même de nous considérer si nous utilisons quelques mots clefs mais très ciblé.
- **Les métas « Robots, author, copyright, revisit-after, reply-to”** : ils sont beaucoup moins important mais permette de respecter la net étiquette ce qui ne peut que jouer en notre faveur pour la prise en compte du site par les spiders.

Il existe encore de nombreux métas, mais qui ne sont a mes yeux pas très utile, ce qui charge le contenu des balise <head></head>, et donc long a visité par les spiders, le temps étant compté sur Internet, il est préférable de ne pas les mettre.

Chaque page avec des langues étrangère contient les mêmes métas, mais bien sur traduit.

Les métas choisis pour miet.univ-tln.fr sont un croisement entre une liste de mots pris dans les différents enseignements que nous avons eu en IET et le contenu des pages du site :

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
<meta http-equiv="content-language" content="fr">
<META NAME="description" CONTENT="Formation universitaire, Master Intelligence Economique et Territoriale, niveau bac + 5, master 2, double compétence, veille, concurrence, brevet, marque, relations internationales, lobbying, innovation">
<META NAME="keywords" CONTENT="intelligence économique, strategie, strategique, formation, information, concurrence, concurrentiel, technologie de l'information">
<meta NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX,FOLLOW,ALL">
<META NAME="author" CONTENT="USTV - Ingémédia - MIET">
<META NAME="copyright" CONTENT="© USTV - Ingémédia - MIET">
<META NAME="revisit-after" CONTENT="30 days">
<META NAME="reply-to" CONTENT="ingemedia@univ-tln.fr ">
```

Après la mise en ligne du site, j'ai soumis le site au test de www.spider-simulator.com, qui est en faite la façon donc les spiders voient le site. Ce test à été très concluant.

B/ Soumission du site :

J'ai utilisé principalement pour soumettre le site au plus grand annuaire et moteurs de recherche www.referencement-2000.com, qui soumet de façon semi automatique, car il demande les informations nécessaire pour chaque annuaire et moteur différent. Le référencement multilingue étant assuré par Farouk Djelloul.

J'ai ensuite soumis le site aux annuaires et moteurs qui ne sont pas dans la liste referencement-2000, mais qui sont importants à mes yeux.

J'ai aussi inscrit le site dans les groups Google et Yahoo, car j'ai vu que ces groups sont aussi bien référencés dans les moteurs.

Et enfin, très important lors d'un référencement, j'ai mi en place un gestionnaire de statistiques en php (php-stats) hébergé sur un autre serveur (<http://iet.madeonweb.com/stats/admin.php>), pour analyser les retomber du référencement ainsi que analyser la visite des spiders.

C/ Soumission très ciblé:

Pour finir le référencement j'ai cherché les sites très bien référencés pour les requêtes suivantes :

« Intelligence économique », « veille concurrentiel », « veille stratégique ».

Puis à l'aide de la commande **link :url.du.site**, j'ai pu remonter jusqu'au « hub « / « portail », ou j'ai soumis à mon tour le site miet.univ-tln.fr.

Je suis encore à la recherche de site comme www.univ-tln.fr, pour échange de lien afin d'obtenir, comme nous la appris Monsieur Boutin, des cyclotrons, et ainsi exploiter la faille du pagerank de Google, qui consiste par l'intermédiaire de trois liens qui se renvoi mutuellement, de récupérer les pageRank des pages (qui est important sur par exemple www.univ-tln.fr) en triple.

Conclusion :

Tout au long du référencement je me suis beaucoup occupé du moteur Google, c'est vrai, ce n'est pas le seul, mais sachant que Yahoo utilise Google pour ses recherches, la part de marché des autres moteurs en France est très mince, une soumission rapide est donc largement suffisante.

Ce qui n'est bien évidemment pas le cas pour un référencement multilingue.

Un référencement n'est bien sur jamais terminé, il faut sans cesse analyser les statistiques. Soumettre le site sur les nouveaux acteurs des « mots clefs » choisi. Et de plus en plus nous tendons vers un référencement payant, la pertinence étant souvent lié au prix payé pour le mot clef. (ex : Google AdSense, Google AdWorks)