

ÊTES-VOUS REPÉRABLES?



Guide d'indexation par Josée Plamondon

Documenter vos contenus pour qu'ils soient
compris par des moteurs de recherche



Fonds | Independent
indépendant | Production
de production | Fund

*Une publication du Fonds indépendant de production
en collaboration avec*

SODEC
Québec 

TV5 QUÉBEC CANADA

Sommaire

Introduction et crédits.....	2
Section 1 : Indexer ou documenter ?	4
1.1. À qui s'adresse ce guide ?	4
1.2. Glossaire.....	5
Contenu	5
Donnée	5
Métadonnée	5
1.3. Ceci n'est pas de l'optimisation de pages web	6
1.4. Moteurs de recherche : transformation en cours	7
1.5. La découverte offre plus de potentiel que la recherche	7
1.6. Contenu documenté ou pas : quelle différence ?	8
Section 2 : Documenter, documenter.....	12
2.1. Comment documenter des contenus pour le web ?	12
Inscription à IMDb	12
Créer un article dans Wikipédia	12
Indexer votre contenu pour les moteurs de recherche	13
2.2. Créer un article dans Wikipédia : ce qu'il faut savoir	14
Par où commencer :.....	15
Pour aller plus loin	17
Références utiles	18
Section 3 : Indexer pour rester dans la course	19
3.1. Où sont les métadonnées qui décrivent mon contenu ?	19
3.2. Décrire des contenus avec des données structurées.....	20
3.3. Outil d'aide au balisage des épisodes de séries télévisées.....	20
3.4. Avez-vous le droit d'apporter des modifications à votre site ?	21
3.5. Extensions WordPress pour documenter des contenus	23
Ceci n'est pas une conclusion, mais un début	24

Contenu mis à jour : 14 mai 2019

Sections concernées : 2.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 (nouvelle section).

Dans un univers médiatique en constante évolution et dans lequel chaque mot, chaque chiffre, chaque image produits se partagent l'attention des moteurs de recherche, nous avons cru bon de créer ce guide pour démontrer comment, à l'aide d'outils simplifiés, il est possible d'assurer la visibilité de vos contenus dans le web sémantique. Les membres du conseil d'administration du Fonds indépendant de production souhaitent ainsi contribuer à démystifier la « découvrabilité » dans le contexte de la production de contenu linéaire. Nous espérons qu'avec ce guide, vous poursuivrez votre démarche pour que vos contenus deviennent des recommandations de choix par les moteurs de recherche.

Ce Guide a été conçu avec l'aide de partenaires que nous remercions chaleureusement : Harold Gendron, chargé de projets, direction générale développement stratégique et bureau de la présidente à la Sodec ; Benoit Beaudoin, directeur, Innovation et Lab numérique chez TV5, et ses collègues, Samuel St-Pierre et Jérôme Lapointe ; Turbulent en assure l'intégration.

Nous avons eu la très grande chance d'intéresser Josée Plamondon, consultante en exploitation de contenu numérique, à la rédaction de ce projet. Nous avons apprécié sa rigueur intellectuelle, mais surtout sa passion pour les mots, les données et les métadonnées, et nous espérons vous la transmettre, car il s'agit de l'avenir de vos contenus !

Claire Dion
Directrice générale adjointe du Fonds indépendant de production

Crédits :

Recherche et rédaction : Josée Plamondon (consultante)

Éditrice : Claire Dion (Fip)

Comité de travail : Harold Gendron (Sodec), Benoît Beaudoin (TV5), Claire Dion

Recherche et programmation : Samuel St-Pierre et Jérôme Lapointe (TV5)

Page couverture : Bruno Provencher (TV5) et Claire Dion

Traduction anglaise : Josée Plamondon et Andra Sheffer (IPF)

Intégrateur web : Turbulent

Publié au Canada en français et en anglais : Fonds indépendant de production/Independent Production

Fund www.ipf.ca et www.ipf.ca/Fip

Publié au Canada en novembre 2017

Une version anglaise est aussi disponible à www.ipf.ca

ISBN : 978-0-9876748-2-1



Cette œuvre est mise à disposition sous licence Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 2.5 Canada. Pour voir une copie de cette licence, visitez

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ca/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Section 1 : Indexer ou documenter ?

1.1. À qui s'adresse ce guide ?

Bien que ce guide ait été rédigé afin de rendre concrets des concepts qui sont parfois très complexes au plus grand nombre de lecteurs possible, certaines sections pourraient intéresser plus particulièrement certains groupes de spécialistes.

Sections	Groupes plus particulièrement concernés
1 et 2	Producteurs, décideurs et gestionnaires, chargés de projets, développeurs.
3	Programmeurs, webmestres et toute personne disposant des connaissances nécessaires pour intervenir dans la programmation de pages web.

1.2. Glossaire

Afin d'éviter toute confusion, voici quelques définitions importantes pour la compréhension des concepts et des instructions qui sont fournies dans ce guide.

Contenu

Le mot « contenu » désigne ici une vidéo, un enregistrement sonore, une image, ou toute création sur un support numérique. Une page web peut réunir différents contenus : texte, image et son.

Donnée

Qu'il s'agisse d'une suite de caractères alphanumériques, de coordonnées géographiques, d'un nom de personne, du titre d'une vidéo, une donnée est la plus petite unité d'information.

- Considérée individuellement, elle fournit une information partielle, ambiguë ou totalement incompréhensible.
- Mise en relation avec d'autres données, elle contribue à produire du sens.

On retrouve des données dans des formats normés par des organisations internationales ou industrielles, par exemple : le format ISO pour une date ou le format MARC pour les fiches de bibliothèques. Mais, en général, mis à part des secteurs d'activités, comme les bibliothèques ou les archives, où un vocabulaire commun et international a été défini pour faciliter les échanges d'information, les données ne sont pas créées en suivant des normes reconnues.

Les données sont donc les éléments de base qui peuvent décrire un contenu.

Métadonnée

Une métadonnée sert à décrire une donnée, c'est-à-dire, à fournir sa signification (par exemple : la donnée « Vénus » peut avoir pour métadonnée « déesse » ou « planète » ou « prénom » (joueuse de tennis), etc. On retrouve des métadonnées sous diverses formes et partout, tant dans notre monde physique que dans l'univers numérique, par exemple :

- Le mot « Ingrédients » précédant la liste des éléments qui composent un plat cuisiné.
- Les mots « Acteurs principaux » dans un générique de film.
- Les titres de colonnes dans une feuille de calcul Excel.
- L'acronyme « ISAN » qui indique que le code numérique qui suit, dans un site de vidéo sur demande, est un identifiant normalisé d'une œuvre audiovisuelle.

Dans une base de données, les métadonnées décrivent les attributs et propriétés des données. Ceci permet au système de gestion de la base de données de suivre les relations établies entre les données pour composer l'information recherchée.

1.3. Ceci n'est pas de l'optimisation de pages web

Ce guide ne concerne pas l'optimisation de pages web (appelée également référencement).

L'optimisation de pages web, qui repose essentiellement sur le repérage de mots clés, vise à améliorer le positionnement de pages web dans les résultats des moteurs de recherche. Les applications repèrent des mots clés, comparent des pages et ordonnent celles-ci, selon différents facteurs, en fonction des mots recherchés par l'utilisateur. L'optimisation de pages ne fait appel à aucune compréhension, par les moteurs de recherche, des textes, images et autres créations qui sont présentes dans les pages web.

Il s'agit cependant d'une intervention qui devrait être périodiquement répétée afin de maintenir un positionnement dans un environnement en constante fluctuation.

La documentation de contenus (ou indexation) pour les moteurs de recherche fait appel à des techniques différentes et récentes qui permettent à des machines et à des systèmes de comprendre ces contenus. Il ne s'agit plus de classer une page web dans une liste de résultats, mais de repérer un contenu, par exemple une vidéo, d'en comprendre les données qui la décrivent (sujet, créateurs, producteurs, langue, lieu de production, offre gratuite ou payante, etc.) et de relier toutes ces informations à son système de classification de connaissances. La documentation d'une vidéo permet aux machines de faire des liens entre celle-ci et d'autres contenus, quel que soit leur type : profil d'acteurs, entreprises de production, pistes sonores, œuvres littéraires, autres vidéos de même genre, etc.

Indexer un contenu est une opération qui ne nécessite pas d'interventions subséquentes : les données qui décrivent le contenu demeurent à la portée des moteurs de recherche tant que la page qui les contient est en ligne.

Alors que l'optimisation de **pages** permet à des sites web de se classer favorablement parmi des résultats de recherche, la documentation de **contenus** permet à des moteurs de recherche et autres machines de les comprendre et de **faire des liens** entre des informations qui se trouvent dans le web. Plus il y a de liens possibles entre un contenu et d'autres contenus dans le web, meilleur est son potentiel d'être proposé ou utilisé comme réponse par des moteurs de recherche.

L'optimisation de pages web sert la recherche d'un contenu ou d'une information donnée en fournissant une liste de pages correspondant aux mots clés de la demande.

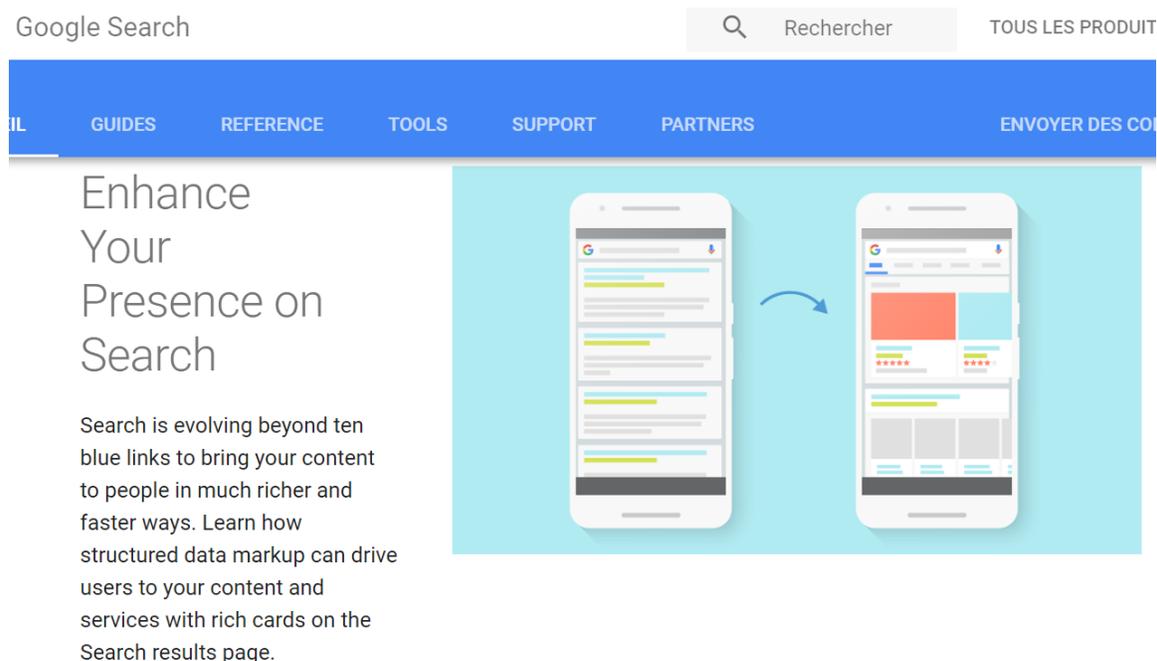
La documentation de contenus sert à relier des informations dans le web, indépendamment des pages d'où elles proviennent, afin de proposer une réponse ou des suggestions grâce à des liens qui ont du sens. Par exemple, des webséries populaires au Canada.

Ces deux pratiques sont différentes et complémentaires et se joignent aux efforts de marketing et de promotion. Nous verrons dans les sections suivantes les outils qui sont mis à notre disposition par le consortium de moteurs de recherche réunissant, entre autres, Google, Bing et Yahoo! afin que nous adoptions de nouvelles pratiques visant à documenter nos contenus selon les standards établis.

1.4. Moteurs de recherche : transformation en cours

Quelle que soit la plateforme, les moteurs de recherche ratissent à présent le web afin de repérer des contenus et non des pages, qui sont décrits à l'aide de données que leurs systèmes peuvent comprendre et traiter.

Sur sa page d'accueil des conseils pour la recherche à l'intention des développeurs, Google recommande de documenter les contenus à l'aide de données structurées (appelées également balises sémantiques). Comme le montre l'illustration ci-dessous, la liste de résultats de recherche (pages web) est supplantée par une fiche contenant des informations qui sont collectées dans le web et qui sont organisées pour fournir une réponse et des liens utiles pour l'utilisateur. Tous les moteurs de recherche, quelle que soit leur plateforme, cherchent désormais à offrir un accès direct à l'information en exploitant les données qui décrivent les contenus.



<https://developers.google.com/search/>

1.5 La découverte offre plus de potentiel que la recherche

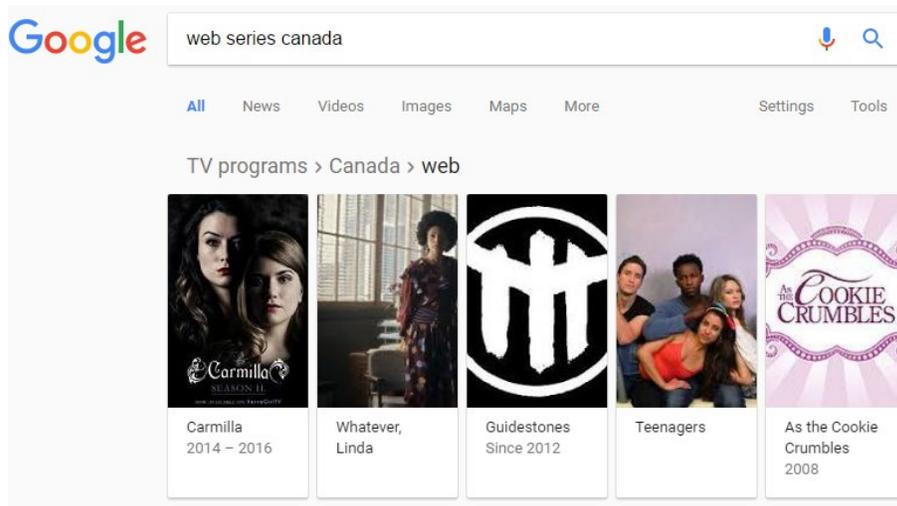
Documenter un contenu, c'est permettre aux moteurs de recherche de créer des liens entre celui-ci et toute autre information pertinente sur le web. Plus il y a de liens **persistants** et **explicites** qui relient un contenu, plus ce dernier a de chances de se

trouver sur le parcours d'un internaute grâce au travail de machines qui cherchent, font des relations basées sur le sens ou collectent de l'information.

Augmenter le potentiel qu'a un contenu d'être découvert permet d'aller **joindre d'autres audiences potentielles** : celles qui ne connaissent pas l'existence de ce contenu, celles qui ne fréquentent pas les plateformes où ces contenus sont susceptibles d'être trouvés (Netflix ou YouTube, par exemple) et celles qui, à priori, ne sont pas intéressées, mais qui pourraient l'être en raison d'un sujet, d'une actrice, ou d'une recommandation dans un contexte particulier.

1.6. Contenu documenté ou pas : quelle différence ?

Les stratégies d'optimisation (en anglais, SEO pour *search engine optimization*) permettent de promouvoir des contenus en positionnant leurs pages web parmi les premiers résultats de recherche. Cependant, lorsqu'un contenu est documenté dans un format que les machines comprennent, les moteurs de recherche peuvent le proposer directement comme dans le cas de cette recherche effectuée, en anglais, pour trouver des webéries. Le carrousel qui apparaît au-dessus de la liste de résultats propose des contenus qui sont liés à la requête, car ceux-ci sont décrits comme étant des séries pour la télévision qui sont également disponibles sur le web. Cette présentation fournit une information plus précise et directement accessible que la liste des résultats qui se trouve au-dessous.



[Watch Web Series – Independent Production Fund](#)

ipf.ca/webseries/

Watch the best, most innovative **web series** produced in **Canada**. ... All; **Canadian**; Comedy; Drama; IPF **Web Series**; Kids & Youth; Musical; Mystery/Thriller ...

[Category:Canadian web series - Wikipedia](#)

https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Canadian_web_series

Pages in category "**Canadian web series**". The following 54 pages are in this category, out of 54 total. This list may not reflect recent changes ([learn more](#)).

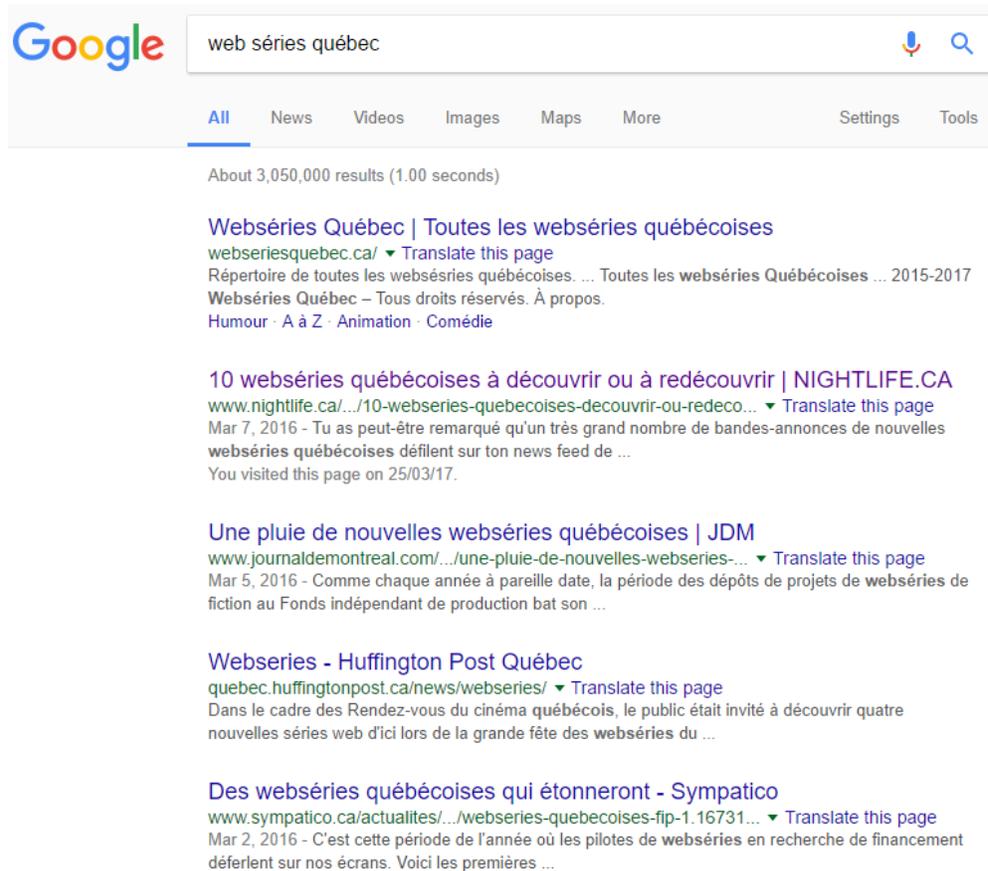
[IWCC-CIWC](#)

www.iwcc-ciwc.org/

We are the Independent **Web Creators of Canada**. An association of **Canadian web** creators advocating for each other and a better digital media world.

À titre de comparaison, voici le résultat d'une recherche effectuée en français pour trouver des webséries québécoises. Comme il n'existe pas suffisamment de ce type de contenu qui soit documenté pour les moteurs de recherche, aucune proposition ne peut être affichée. Seule la liste de pages web qui peuvent comporter les mots clés employés est générée.

Les propositions de contenus présentées visuellement dans un carrousel ou sous la forme d'une fiche d'information (apparaissant à la droite de la liste de résultats) sont plus attractives parce qu'elles offrent de l'information sans qu'il soit nécessaire d'ouvrir de nouvelles pages ou de s'en remettre au choix éditorial de sites pour trouver du contenu.



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "web séries québec". Below the search bar, there are tabs for "All", "News", "Videos", "Images", "Maps", and "More". The "All" tab is selected. Below the tabs, it says "About 3,050,000 results (1.00 seconds)". The search results are listed below, each with a title, a URL, and a brief description.

Webseries Québec | Toutes les webséries québécoises
websitesquebec.ca/ ▼ Translate this page
Répertoire de toutes les webséries québécoises. ... Toutes les webséries Québécoises ... 2015-2017
Webseries Québec – Tous droits réservés. À propos.
Humour · A à Z · Animation · Comédie

10 webséries québécoises à découvrir ou à redécouvrir | NIGHTLIFE.CA
www.nightlife.ca/.../10-webséries-québécoises-découvrir-ou-redéco... ▼ Translate this page
Mar 7, 2016 - Tu as peut-être remarqué qu'un très grand nombre de bandes-annonces de nouvelles webséries québécoises défilent sur ton news feed de ...
You visited this page on 25/03/17.

Une pluie de nouvelles webséries québécoises | JDM
www.journaldemontreal.com/.../une-pluie-de-nouvelles-webséries-... ▼ Translate this page
Mar 5, 2016 - Comme chaque année à pareille date, la période des dépôts de projets de webséries de fiction au Fonds indépendant de production bat son ...

Webseries - Huffington Post Québec
quebec.huffingtonpost.ca/news/webseries/ ▼ Translate this page
Dans le cadre des Rendez-vous du cinéma québécois, le public était invité à découvrir quatre nouvelles séries web d'ici lors de la grande fête des webséries du ...

Des webséries québécoises qui étonneront - Sympatico
www.sympatico.ca/actualites/.../webséries-québécoises-fip-1.16731... ▼ Translate this page
Mar 2, 2016 - C'est cette période de l'année où les pilotes de webséries en recherche de financement déferlent sur nos écrans. Voici les premières ...

Même une recherche effectuée pour trouver une websérie précise ne produira qu'une liste de pages web si celle-ci n'est pas documentée. En voici un exemple.

The screenshot shows a Google search for "hypno". The search bar contains "hypno" and the search button is visible. Below the search bar, there are tabs for "Tous", "Images", "Vidéos", "Actualités", "Maps", "Plus", "Paramètres", and "Outils". The search results are listed below, with a red box highlighting the first four results. To the right of the search results, there is a red dashed box containing the text "Absence de fiche d'information".

Liste des résultats de recherche par mots clés

Absence de fiche d'information

Voici à présent, le résultat d'une recherche effectuée pour trouver *Le temps des chenilles*. Le moteur de recherche peut produire une fiche d'information partielle qui comprend l'amorce d'un article de Wikipédia sur la websérie. Chacun des articles de l'encyclopédie est documenté à l'aide de métadonnées que les machines comprennent. Google peut donc relier la demande d'information à l'article.

The screenshot shows a Google search for "le temps des chenilles". The search bar contains "le temps des chenilles" and the search button is visible. Below the search bar, there are tabs for "Tous", "Vidéos", "Images", "Shopping", "Maps", "Plus", "Paramètres", and "Outils". The search results are listed below, with a red box highlighting the first three results. To the right of the search results, there is a red dashed box containing the text "Fiche d'information constituée à partir du lien établi entre les données descriptives de la websérie et la page consacrée au sujet dans Wikipédia".

Liste des résultats de recherche par mots clés

Fiche d'information constituée à partir du lien établi entre les données descriptives de la websérie et la page consacrée au sujet dans Wikipédia

Voici un autre exemple : il s'agit d'une websérie anglophone pour laquelle on retrouve une page web dédiée, une page Wikipédia, une page IMDb (Internet Movie Database), ainsi que des liens vers des informations connexes dans Wikipédia (acteurs, prix, lieux de tournage) et des liens vers des propositions de contenus similaires.

Cette websérie est bien documentée sur des agrégateurs qui sont utilisés par les moteurs de recherche pour comprendre la nature du contenu, établir des liens et générer une fiche d'information.

The image shows a Google search for "guidestones web series". The search results on the left are circled in red and include links to Wikipedia, the official website, YouTube, a Wired article, IMDb, an Independent Production Fund page, and a Facebook page. To the right, the IMDb page for "Guidestones" is also circled in red, showing its title, genre (Canadian thriller series), premiere date (February 14, 2012), and a list of similar series like "EastSiders", "Utopia", "Whatever, Linda", "Sensitive Skin", and "Odd Job Jack".

Liste des résultats de recherche par mots clés

Fiche d'information constituée à partir du lien établi entre les données descriptives de la websérie, la page Wikipédia, la page IMDb et des suggestions de contenus similaires.

Si on retrouve plus fréquemment sur Google des fiches d'information pour des contenus en langue anglaise, c'est, entre autres, en raison du développement d'une culture de la contribution à des plateformes comme Wikipédia et IMDb parmi les promoteurs et les adeptes de ces contenus. Il ne tient qu'à nous d'y documenter également les productions francophones à l'aide des moyens qui sont expliqués en détail dans la section suivante.

En bref : pourquoi documenter nos contenus pour le web ?

Parce que la production et la réutilisation des données sont des activités stratégiques qui sont au cœur d'un modèle d'affaires numérique.

Maîtriser la production des données descriptives, c'est démultiplier la capacité de propagation des contenus (découvrabilité) afin de ne pas être dépendant des algorithmes des réseaux sociaux et des plateformes (YouTube, Vimeo) pour la diffusion des contenus.

Section 2 : Documenter, documenter...

2.1. Comment documenter des contenus pour le web ?

Ce guide ne concerne pas les stratégies de promotion et de diffusion sur les médias sociaux. Publier sur Facebook, notamment, n'est pas lié à la documentation de contenus en données structurées pour le web, mais à de la diffusion auprès d'un public ciblé, en l'occurrence, les utilisateurs de ce réseau social. Il n'y a pas d'outils permettant de produire des données structurées dans Facebook parce la plateforme n'ouvre pas ces contenus à leur indexation par des moteurs de recherche externes.

Inscription à IMDb

Bien que la base de données IMDb (Internet Movie Database) ne soit pas le sujet du présent guide, il importe de mentionner qu'elle joue un rôle important auprès des moteurs de recherche en leur fournissant de l'information standardisée sur les contenus cinématographiques et télévisuels (les webséries sont reconnues comme des séries télé). À ce titre, voir l'exemple de la section précédente qui représente la fiche d'information de la série *Guidestones*. Documenter une websérie sur IMDb est donc à considérer dès sa mise en ligne.

Produire et exploiter des données pour le web nécessite les compétences et les ressources techniques relatives au web sémantique (appelé également web des données). Il existe cependant des moyens accessibles et faciles à utiliser pour produire des métadonnées qui permettent à des applications de faire les liens nécessaires afin de traiter vos contenus selon un modèle sémantique.

Voici deux moyens qui sont à la portée de tous et qui ne demandent que le développement de nouvelles habitudes et, évidemment, un peu de pratique.

Créer un article dans Wikipédia

**** Attention : Wikipédia n'est ni un répertoire commercial ni un outil de promotion. Il est important de respecter les principes directeurs de l'encyclopédie sous peine de voir une contribution rejetée.*

Pourquoi ? Parce que l'encyclopédie est utilisée comme référence par les moteurs de recherche et par divers systèmes d'analyse de contenu numérique afin d'éliminer toute ambiguïté pour la description d'un contenu et pour rechercher des informations qui sont en relation avec celui-ci (par exemple : les créateurs et diffuseurs d'une série).

La présence d'un article dans Wikipédia (ainsi que la disponibilité d'autres informations dans le web) permet au moteur de recherche de produire la fiche d'information correspondant au contenu recherché.

Fiche d'information de Google



Toupie & Binou
Série d'animation

Toupie et Binou est une série d'animation canadienne pour enfants diffusée par Corus Treehouse TV, Télé-Québec et Radio-Canada produite par Spectra Animation qui est depuis devenu Echo Media.
[Wikipédia](#)

Premier épisode : 3 janvier 2005
Titre original : Toopy And Binoo Theme Song
Créatrice du programme : Dominique Jolin
Distribution : Frank Meschkuleit, Marc Labrèche
Chaînes d'origine : Treehouse TV, Société Radio-Canada, PBS Kids, Télé-Québec, Tiny Pop
Producteur Exécutif / Productrice Exécutive : Luc Châtelain, André A. Bélanger

Recherches associées Afficher 15 autres éléments

 Thomas et ses amis Depuis 1984	 Caillou 1997 – 2010	 Franklin et ses amis Depuis 2011	 Le Chat chapeauté en sait tro... Depuis 2010	 Max et Ruby Depuis 2002
--	---	--	--	---

Comment faire ? Voir la section 2.2 de ce document intitulée [Créer un article dans Wikipédia](#).

Indexer votre contenu pour les moteurs de recherche

Pourquoi ? Parce qu'indexer un contenu, c'est produire des métadonnées pour en fournir une description de la même manière que nous saisissons les informations requises pour ajouter un contenu dans un répertoire en ligne ou dans une base de données. Des moteurs de recherche comme ceux de Google et de Microsoft recommandent l'utilisation d'un modèle de métadonnées appelé Schema. Ce dernier permet de fournir diverses informations se rapportant au type de contenu, au sujet, aux personnes et entités, à la disponibilité (visionner, acheter) ainsi que de faire des liens vers d'autres métadonnées qui sont dans le même format.

Guide de production de métadonnées (appelée *structured data*), proposé par Google, pour les contenus de type vidéo (<https://developers.google.com/search/docs/data-types/video>)

La recherche Google

Rechercher LANGUAGE TOUS LES PRODUITS

ACCUEIL GUIDES RÉFÉRENCE OUTILS AIDE ENVOYER DES COMMENTAIRES

Vidéo

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Ensemble de données
 Notation moyenne de l'employeur
 Événement
 Fact-checking
 Offre d'emploi
 Diffusion en direct
 Commerce ou service de proximité
 Logo
 Médias
 Profession
 Produit
 FAQ
 Recette
 Extrait d'avis
 Champ de recherche associé aux liens sitelink
 Profil sur les réseaux sociaux
 Application logicielle
 Élément pouvant être énoncé
 Contenu par abonnement et paywall
 Liste des meilleurs lieux
 Vidéo

Flux RSS
 Exploration et indexation
 API Indexation

🔗 [Votre site diffuse-t-il des vidéos en direct ? Ajoutez des données structurées liées à la diffusion en direct.](#)

Balisez votre contenu vidéo avec des données structurées pour permettre aux internautes de découvrir et de regarder des vidéos à partir de la recherche Google. Vous pouvez indiquer des informations telles que la description, l'URL de la vignette, la date de transfert et la durée. Google peut utiliser votre balisage pour alimenter des carrousels (carrousel "À la une" avec les pages AMP, par exemple). Le balisage des vidéos entraîne l'affichage d'un badge sur votre image dans les résultats de recherche d'images pour mobile, ce qui peut encourager davantage d'utilisateurs à cliquer sur votre contenu.

Exemples

Voici un exemple de données structurées relatives à une vidéo pour une page AMP, au format JSON-LD.

[SEE MARKUP](#)

Voici un exemple de balisage vidéo standard utilisant JSON-LD.

[SEE MARKUP](#)

Comment faire ? Plus de détails dans la section 3

2.2. Créer un article dans Wikipédia : ce qu'il faut savoir

Wikipédia est une des sources d'information qui sont utilisées par les moteurs de recherche pour valider du contenu en raison des avantages offerts :

- Modèle d'organisation des connaissances ouvert et universel dans lequel on retrouve des métadonnées descriptives en format standard et lisibles par des machines ;
- Contenu objectif (indépendance éditoriale, publicité interdite), vérifiable, multilingue et librement réutilisable ;
- Contenu pouvant perpétuellement être validé et mis à jour ;
- Réseau de liens internes et externes reliant son contenu au web des données.

La rédaction d'une page répond à certaines règles :

- Une page consacrée à un sujet est appelée « **article** ».
- La rédaction d'un article doit respecter certaines règles d'édition et de validation des sources d'information.
 - **Objectivité** : les articles doivent avoir un ton objectif et informatif. Il s'agit d'informer et non de faire de la promotion.
 - **Notoriété** : le contenu doit avoir une certaine portée et une reconnaissance qui doit être prouvée à l'aide de sources journalistiques externes (votre site web ne compte pas, celui du diffuseur non plus).

- Wikipédia exige généralement des **références** provenant de médias nationaux pour prouver l'intérêt et la véracité d'un article. Vous ne pouvez pas créer un article sur un sujet pour lequel vous n'avez pas de références. Pour les webséries, des sources de médias régionaux officielles ou des sites web reconnus peuvent être utilisés, mais il faut s'attendre à discuter avec les modérateurs bénévoles de la plateforme.
- **Ne pas copier de texte** provenant d'une source externe, même s'il s'agit de votre propre site web. Des contributeurs et des robots se chargent de faire respecter la propriété intellectuelle. Si vous vous inspirez d'une source d'information, rédigez dans vos propres mots.
- **Ne pas utiliser des images** dont vous ne pouvez prouver que vous en détenez les droits.
- L'encyclopédie est ouverte à tous : tout le monde peut créer, modifier ou enrichir des articles.
- Préparez-vous à devoir discuter avec les autres membres de la communauté, il arrive fréquemment que certains usagers soient en désaccord avec vos propositions. Il vous faut être prêt à justifier la légitimité de vos articles ou de certaines informations auprès de la communauté.

Important : mettre l'information à jour et faire des liens pertinents :

- Les articles peuvent être enrichis et édités par tous. Il est donc important de jeter régulièrement un œil sur les articles ou éléments d'information que l'on a ajoutés à l'encyclopédie (notifications d'édition).

Par où commencer :

1. **Créer un compte** pour pouvoir créer des articles, accéder au mode édition sous les onglets « Modifier » et « Modifier le code », recevoir des notifications et communiquer avec d'autres contributeurs pour obtenir de l'aide.

Aide : Premiers pas, guide en ligne (interface d'édition et principes)

https://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Premiers_pas

2. **Trouver un modèle** : utiliser un article portant sur un sujet similaire qui est complet et à jour, afin de vous inspirer de sa structure. Vous pouvez visualiser les composantes de la structure sous l'onglet « Modifier ».

Pour une **websérie**, inspirez-vous de cet article :

https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Temps_des_chenilles.

Voici le guide publié dans Wikipédia pour une **série télévisée** :

https://fr.wikipedia.org/wiki/Projet:S%C3%A9ries_t%C3%A9l%C3%A9vis%C3%A9es/Mod%C3%A8les

3. **Préparer le contenu** de votre article : faire une liste des éléments d'information nécessaires pour rédiger l'article, rechercher des sources fiables, identifier des liens

pertinents à faire avec d'autres articles dans Wikipédia, attribuer au moins une catégorie (voir au bas de l'article sur *Le temps des chenilles*).

Notoriété de l'audiovisuel

https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Notori%C3%A9t%C3%A9_de_l%27audiovisuel

Sources secondaires fiables

https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Sources_primaires,_secondaires_et_tertiaires#Sources_secondaires

Penser aux liens :

Liens entrants : si possible, lier trois autres articles de Wikipédia vers le vôtre afin que celui-ci ne soit pas orphelin. On peut créer ces liens en modifiant les articles concernés, pourvu que les relations soient à propos. Par exemple : des articles sur un fonds de financement, une maison de production ou une comédienne qui sont associés à la websérie.

Sélectionner le texte qui contient l'information à lier et utiliser l'option représentée par l'icône « chaîne » dans l'éditeur, puis « Chercher des pages » et sélectionner celle qui correspond.

Liens sortants (vers d'autres articles) : lorsque c'est pertinent, lier des éléments d'information contenus dans l'article vers des articles correspondants dans Wikipédia. Par exemple, si on a un épisode qui porte sur le tennis, on peut lier le mot tennis à la page tennis de Wikipédia.

Liens externes : autant que possible, ne lier que le(s) site(s) officiel(s) de la websérie.

Sélectionner le texte qui contient l'information à lier et utiliser l'option représentée par l'icône « chaîne » dans l'éditeur, puis « Lien externe » et coller l'URL du site.

Les liens vers des réseaux sociaux (ex. : Facebook) et des plateformes (ex. : YouTube) ne sont pas autorisés en raison de la difficulté d'y valider l'information et d'assurer la pérennité de l'information.

Sources : Les faits et affirmations doivent être confirmés par des sources (article, site web, ouvrage) sous forme de notes qui sont insérées à la fin des phrases en utilisant l'option « Source » de l'éditeur. Les liens apparaissent ensuite automatiquement dans une section « Références ».

S'assurer que l'on retrouve l'information exacte qui précède la note dans la source citée.

Ne pas mettre de notes ou de références sur un titre de section. Si nécessaire, placer une petite phrase sous le titre pour y insérer la note.

4. **Créer une page de brouillon** pour sauvegarder votre travail, vérifier votre mise en page et réviser votre texte sans avoir à le rendre public.

Comment créer une page de brouillon : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Brouillon>

Un article sur une websérie pourrait comporter les éléments suivants :

Description (le résumé introductif n'est pas une section et ne porte pas de titre)

Courte présentation du sujet : type de production et brève description.

Mettre le nom de la série en gras au début de la description.

Date de lancement.

Organismes qui ont produit et financé la websérie.

Synopsis

Liste des épisodes

Utiliser des listes à puces pour lister les titres d'épisodes.

Mettre les titres d'épisodes en italique.

Distribution (acteurs)

Liste à puces.

Générique, si nécessaire (techniciens, réalisateurs...)

Liste à puces.

Prix et sélections

Liste à puces.

5. **Publier l'article** après avoir bien révisé votre contenu et validé vos liens. S'il s'agit d'une très brève description, il sera possiblement désigné comme une ébauche. Ne vous inquiétez pas si un bandeau apparaît ultérieurement et porte la mention « ébauche » : il s'agit d'un encouragement à enrichir l'article adressé à vous et à d'éventuels contributeurs.
6. **Développer des liens** en s'assurant que votre article se retrouve dans des catégories, portails ou articles qui auraient été nouvellement créés.

Accueil des catégories : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A9gorie:Accueil>

Accueil des portails : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Portail:Accueil>

Pour aller plus loin

Plus il y a de liens permettant aux moteurs de recherche d'obtenir de l'information pour bien contextualiser un contenu, comme une websérie, plus ceux-ci pourront la lier à d'autres informations pertinentes dans le web.

Les agrégateurs d'information suivants, dans le domaine des productions audiovisuelles, sont utilisés par Google afin de produire la fiche d'information qui résulte d'une recherche sur une websérie, un contenu télévisuel ou un film :

- IMDb <http://www.imdb.com/>
- AlloCiné (Google, fiche d'information en français) <http://www.allocine.fr/>
- Rotten Tomatoes (Google, fiche d'information en anglais) <https://www.rottentomatoes.com/>

Synopsis, auteurs, acteurs, producteurs, diffuseurs : documentez votre contenu. Plus l'information est exhaustive, plus il y a de liens potentiels à faire entre une websérie et tout autre contenu audiovisuel sur ces plateformes.

Références utiles

Participer à Wikipédia, guide de référence (PDF)

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ef/Welcome2WP_French_WEB.pdf

Comment créer un article – Pas à pas

https://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Comment_cr%C3%A9er_un_article

Wikipédia - Aide – Comment rédiger un bon article

https://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Comment_r%C3%A9diger_un_bon_article

Éditer Wikipédia – Ajouter une image

<http://editer.wikipedia.free.fr/image.php>

Section 3 : Indexer pour rester dans la course

Produire des métadonnées pour les moteurs de recherche

Les métadonnées qui sont recherchées par les moteurs de recherche, sont également appelées « données structurées » parce qu'elles sont présentées en ordre hiérarchique et imbriquées, ce qui permet de comprendre le sens de la description.

3.1. Où sont les métadonnées qui décrivent mon contenu ?

Il est possible de vérifier la présence, dans une page web, du type de métadonnées qui est recherché par Google (Schema) pour comprendre la description du contenu et faire des liens vers d'autres informations.

Il suffit d'utiliser l'outil de test qui se trouve dans la console de recherche de Google.

<https://search.google.com/structured-data/testing-tool>

Si des métadonnées du modèle Schema s'y trouvent, elles seront affichées dans la partie droite de l'écran. La partie gauche affichera le code HTML qui permet de présenter le contenu de la page web.

Le système signale les erreurs et les métadonnées qui manquent en fonction du type de contenu décrit. Il peut également proposer les corrections requises.

Google Outil de test des données structurées

http://curieuxbegin.telequebec.tv/emissions/123/grumman-yann-perreau-normand-d-amour-l-equipe-du-grumman

Détectés 0 ERREUR 0 AVERTISSEMENT 0 ÉLÉMENT

Tester vos données structurées

EXPLORER L'URL EXTRAIT DE CODE

issions/123/grumman-yann-perreau-normand-d-amour-l-equipe-du-grumman

TESTER

Explorez la galerie de la recherche Google. En savoir plus sur cet outil

3.2. Décrire des contenus avec des données structurées

Google produit un guide pour encourager la création de métadonnées, pour divers types de contenus, selon le modèle Schema et dans un format sémantique (JSON-LD).

Voici, par exemple, la section consacrée aux contenus vidéos :

<https://developers.google.com/search/docs/data-types/video>

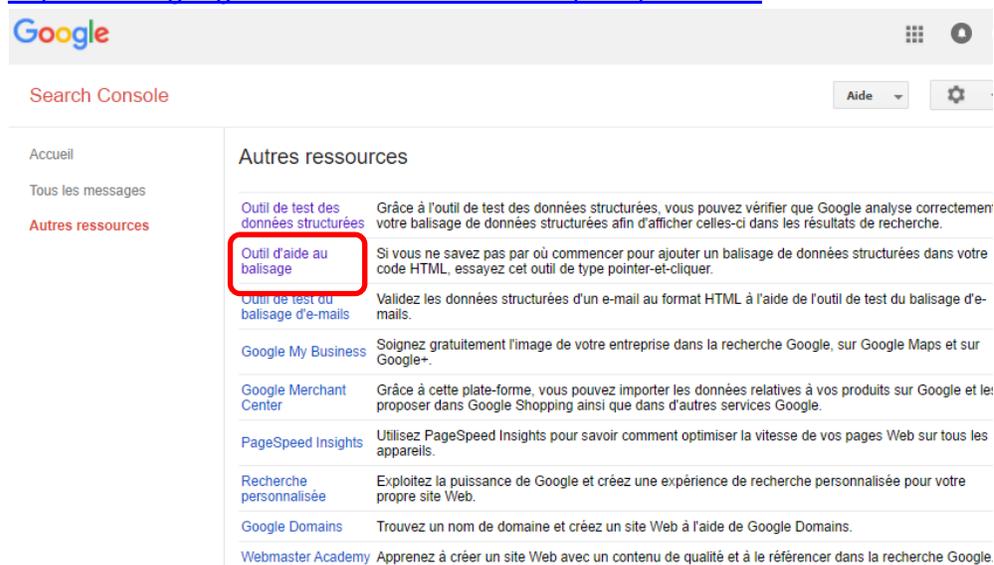
Cette activité nécessite cependant une bonne maîtrise du modèle Schema et des ressources techniques pour encoder et intégrer les métadonnées dans des pages web.

Si vous ne disposez pas des compétences requises, vous pouvez utiliser une interface développée par Google pour vous aider à produire des données structurées et à les intégrer dans les pages web de vos contenus. Il vous faut cependant avoir accès au code source de votre site. Les explications ci-dessous pourront vous guider.

3.3. Outil d'aide au balisage des épisodes de séries télévisées

L'outil d'aide au balisage des données structurées permet aux personnes qui ont accès à la gestion du contenu de leur site web de générer et intégrer, sans programmation, des métadonnées descriptives de base, selon le modèle et le format prescrits par Google. Cet outil se trouve dans la console de recherche de Google :

<https://www.google.com/webmasters/markup-helper/?hl=fr>¹



The screenshot shows the Google Search Console interface. On the left, there is a navigation menu with 'Accueil', 'Tous les messages', and 'Autres ressources' (highlighted in red). The main content area is titled 'Autres ressources' and contains a list of links with descriptions. The link 'Outil d'aide au balisage' is highlighted with a red rectangular box. Other links include 'Outil de test des données structurées', 'Outil de test du balisage d'e-mails', 'Google My Business', 'Google Merchant Center', 'PageSpeed Insights', 'Recherche personnalisée', 'Google Domains', and 'Webmaster Academy'.

Autres ressources	Description
Outil de test des données structurées	Grâce à l'outil de test des données structurées, vous pouvez vérifier que Google analyse correctement votre balisage de données structurées afin d'afficher celles-ci dans les résultats de recherche.
Outil d'aide au balisage	Si vous ne savez pas par où commencer pour ajouter un balisage de données structurées dans votre code HTML, essayez cet outil de type pointer-et-cliquer.
Outil de test du balisage d'e-mails	Validez les données structurées d'un e-mail au format HTML à l'aide de l'outil de test du balisage d'e-mails.
Google My Business	Soignez gratuitement l'image de votre entreprise dans la recherche Google, sur Google Maps et sur Google+.
Google Merchant Center	Grâce à cette plate-forme, vous pouvez importer les données relatives à vos produits sur Google et les proposer dans Google Shopping ainsi que dans d'autres services Google.
PageSpeed Insights	Utilisez PageSpeed Insights pour savoir comment optimiser la vitesse de vos pages Web sur tous les appareils.
Recherche personnalisée	Exploitez la puissance de Google et créez une expérience de recherche personnalisée pour votre propre site Web.
Google Domains	Trouvez un nom de domaine et créez un site Web à l'aide de Google Domains.
Webmaster Academy	Apprenez à créer un site Web avec un contenu de qualité et à le référencer dans la recherche Google.

¹ Attention : Google accorde désormais une préférence à ses partenaires médias pour les contenus de type *Movie*, *TVSeries* et *Music*. Cependant, utiliser ces types n'est pas contre-indiqué, bien que le traitement qui leur est réservé par le moteur de recherche ne soit pas clair. Le type *VideoObject* constitue cependant une alternative très intéressante pour les contenus mis en disponibilité sur le web. Ce type de contenu n'est cependant pas disponible dans l'outil d'aide au balisage.

3.4. Avez-vous le droit d'apporter des modifications à votre site ?

Pour intégrer des métadonnées dans les pages de votre site, vous devez prouver que vous en avez le droit.

Vous devrez vous conformer à un des processus de validation de propriété pour prouver que vous êtes autorisé à accéder au contenu et aux données du site.

Vous pouvez enregistrer et gérer dans la console de recherche toutes les pages (appelées propriétés) pour lesquelles vous souhaitez produire des balises sémantiques.

Vous trouverez l'information concernant la validation de votre droit d'accès dans la console de recherche.

Décrire un épisode de websérie

L'outil de balisage permet de créer des données structurées pour un type de contenu spécifique. Il suffit de sélectionner « Épisode de séries télévisées » et de copier/coller l'URL de la page correspondant au contenu que vous souhaitez décrire pour commencer à documenter votre contenu et, ainsi, fournir aux moteurs de recherche une description de base pour vos épisodes de webséries.

Cet outil permet de comprendre, en suivant les instructions affichées à l'écran, quelles sont les métadonnées recherchées par Google et, ainsi, améliorer l'information offerte ou la structure de la présentation.

The screenshot shows the Google Structured Data Markup Assistant interface. At the top, there is a progress bar with three steps: 'Indiquer la page' (highlighted with a red dot), 'Baliser les données', and 'Afficher le code HTML'. An 'Aide' button is located on the right. Below the progress bar, the title 'Outil d'aide au balisage' is displayed. There are two tabs: 'Site Web' (selected) and 'E-mail'. The main text explains that the tool allows adding structured data to a web page sample and provides instructions to select a data type and paste the URL or HTML code. A list of data types is provided with radio buttons: Applications logicielles, Articles, Avis sur les livres, Commerces et services de proximité, Ensembles de données, Films, Offres d'emploi, Page de questions et réponses, Produits, Restaurants, Spectacles et billets, and Épisodes de séries télévisées (checked). At the bottom, there are tabs for 'URL' and 'HTML', a text input field containing 'url', and a 'Commencer le balisage' button.

L'outil vous propose, dans la partie droite de l'écran, une liste des métadonnées qui fournissent une description de base pour les épisodes de webséries. Dans la partie gauche de l'écran, la page correspondant à l'URL de l'épisode est affichée. Il suffit de sélectionner avec le pointeur de la souris des éléments d'information qui sont affichés dans la page pour faire apparaître un choix de métadonnées. Chacun des choix ajoutera des informations correspondant aux métadonnées affichées dans la liste qui se trouve à droite de l'écran.

Il est possible d'utiliser plusieurs fois la métadonnée « Acteur ».

The screenshot displays the Google Structured Data Markup Helper interface. At the top, there are three tabs: 'Indiquer la page', 'Baliser les données' (highlighted with a red dot), and 'Afficher le code HTML'. Below the tabs, there are buttons for 'Aide' and a settings icon. The main content area is split into two parts. On the left, a video player shows a scene from 'LA PRATIQUE DU LOISIR AU CANADA' with five people. On the right, a sidebar titled 'Mes éléments de données' lists various metadata fields for a TV episode, such as 'Nom de la série', 'Saison', 'Acteur', and 'Note globale'. A red dot on the top navigation bar indicates the 'Baliser les données' step.

Lorsque les métadonnées sont complètes, cliquer sur le bouton rouge, qui se trouve au coin supérieur droit de l'écran pour créer le code HTML. Vous devrez choisir un format d'encodage, au haut de l'écran, à gauche.

Choisissez « JSON-LD » qui est le format recommandé par Google.

Cliquez sur le bouton « Télécharger », au coin supérieur droit de l'écran pour obtenir un fichier HTML que vous pourrez copier et coller dans le code source de la page web de l'épisode de websérie.

Google Outil d'aide au balisage

Indiquer la page Baliser les données Afficher le code HTML Aide

Retour au balisage **JSON-LD** Télécharger Terminer

Données structurées avec balisage JSON-LD [Épisodes de séries télévisées](#)

Ajoutez le bloc de script ci-dessous à la section "head" de votre code HTML :

```
<!-- Balisage JSON-LD généré par l'outil d'aide au balisage de données structurées de Google -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context" : "http://schema.org",
  "@type" : "TVEpisode",
  "partOfTVSeries" : {
    "@type" : "TVSeries",
    "name" : "La pratique du loisir au Canada"
  },
  "name" : "Anne et Vincent se préparent pour leur premier match de tennis",
  "episodeNumber" : "1",
  "director" : {
    "@type" : "Person",
    "name" : "Charles-Louis Thibault"
  },
  "actor" : [ {
    "@type" : "Person",
    "name" : "Frédéric Barbusci"
  }, {
    "@type" : "Person",
    "name" : "Jean-Philippe Durand"
  }, {
    "@type" : "Person",
    "name" : "Karine Gonthier-Hyndman"
  }, {
    "@type" : "Person",
    "name" : "Joëlle Paré-Beaulieu"
  } ],
  "datePublished" : "Veuillez insérer ici une date/heure valide au format ISO 8601. Exemples : 2015-07-27 ou 2015-07-27T15:30"
```

La page d'aide de l'outil de balisage contient plus d'information concernant le processus :

<https://support.google.com/webmasters/answer/3069489?hl=fr>

3.5 Extensions WordPress pour documenter des contenus

La documentation de contenu et d'offre de produits et services pour les moteurs de recherche doit désormais être considérée comme une des meilleures pratiques du web. Les systèmes de gestion de contenu pour la publication de sites Internet intégreront très probablement des fonctions d'aide au balisage qui sont similaires à celle qui a été présentée précédemment.

Les utilisateurs de WordPress peuvent déjà compter sur des extensions pour documenter différents types de contenus. Ils peuvent ainsi produire et intégrer dans leurs pages, sans avoir à les programmer, des métadonnées sous forme de balises selon le vocabulaire Schema.

Sur le site de la plateforme, vous pouvez trouver ces extensions en effectuant une recherche, dans la section Extension, avec le terme « schema ».

<https://fr.wordpress.org/plugins/search/schema/>

Ceci n'est pas une conclusion, mais un début

Ce guide constitue, pour certains, une sensibilisation aux changements technologiques les plus importants qui concernent directement les producteurs de contenus ; et pour d'autres, le début d'essais concrets. Ce sont des connaissances que tout créateur et producteur de contenus a intérêt à apprivoiser.

Ce guide ne propose pas de recettes qui produiront des résultats immédiats. Il vise à contribuer à des réflexions pour une prise de décision éclairée dans le cadre de stratégies d'affaires et de projets numériques (par exemple : fournir des données structurées, lors de la production de nouveaux contenus, quels qu'ils soient).

Le web, comme la plupart d'entre nous l'avons vu émerger et se développer, est en transformation ; et celle-ci n'est pas près de s'arrêter.