

## Nom de domaine et référencement

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Quel nom de domaine choisir pour son site web ? Comment optimiser son choix pour le référencement ? Faut-il choisir un .fr ou un .com ? L'hébergeur est-il important ? Un nom de domaine composé de plusieurs mots doit-il séparer ces termes par un tiret ? L'ancienneté du domaine est-elle importante ? Comment concilier communication offline et visibilité sur les moteurs de recherche ? Est-il risqué de baser une stratégie de référencement sur plusieurs noms de domaine pointant sur un même site ? Cet article tente de répondre de la façon la plus précise possible à toutes ces questions... et à d'autres traitant de la problématique du nom de domaine dans le cadre du référencement d'un site.*

La question du choix du nom de domaine d'un site (votresite.fr, votresite.com...) est très souvent l'objet de multiples discussions, réflexions et décisions qui ressemblent parfois à des compromis pas toujours très heureux. Que faut-il faire ? Faut-il choisir un .fr ou un .com ? Un nom composé avec ou sans tiret ? Etc. Nous allons essayer de tirer au clair tous ces points dans cet article en les traitant les uns après les autres.

### **Quel domaine choisir ?**

Première interrogation bien souvent posée : faut-il choisir un ".fr" ou un ".com", voire toute autre extension (.org, .eu, .info, .biz, etc.) pour son site ? Question épineuse en soi mais dont la réponse ne dépend pas réellement de la façon dont le moteur de recherche le prendra en compte. En effet, il n'existe aujourd'hui aucune preuve que le domaine choisi influe d'une quelconque façon sur votre futur positionnement dans les pages de résultats des moteurs. En d'autres termes, que vous optiez pour un .fr, un .info ou un .com, cela ne devrait pas jouer sur vos futurs positionnements, les moteurs n'en tenant pas compte, jusqu'à preuve du contraire.

Le choix du domaine sera donc plutôt issu d'une réflexion sur le site lui-même et sa cible. Par exemple :

- Un site ayant une cible française pourra, de façon indifférente, être disponible sur un .fr ou un .com (ou autre).
- un site ayant une cible américaine optera plutôt pour un .com, de façon logique.
- Un site à vocation internationale pourra de façon habile être accessible selon plusieurs adresses : le .fr pour la version française, le .com pour la version en langue anglaise, etc.
- Une association pourra sans soucis opter pour le .org.
- Etc.

A une époque, certains moteurs (Excite notamment) prenaient en compte, pour une recherche sur le "Web français", uniquement les pages issues de sites en ".fr". Cette époque est aujourd'hui révolue et une recherche sur le Web francophone, par exemple sur Google, s'effectuera prioritairement sur la langue utilisée dans la page web et ne se basera pas sur le domaine du site.

**A retenir : le choix du domaine (.fr, .com, .info, .eu) n'a pas d'importance pour les algorithmes de pertinence des moteurs de recherches. A vous de le choisir en fonction de votre propre stratégie, notamment à l'international.**

### **L'hébergement est-il important ?**

Oui l'hébergement peut avoir son importance, et notamment la localisation géographique de l'hébergeur choisi. En effet, sur la plupart des moteurs (Google, Yahoo!, MSN), trois boutons de recherche sont disponibles : "Tout le Web", "Web francophone" et "Pages : France" (appellation de Google, légèrement différente sur Yahoo! et MSN) :



Si les deux premiers choix sont simples ("Web" = recherche sur la totalité de l'index, "Pages francophones" = pages écrites en langue française), le choix "Pages : France" restreint la recherche sur :

- Soit les pages accessibles sur un site en ".fr".
- Soit les pages accessibles sur un serveur hébergé sur le territoire français.

Cette restriction peut sembler peu importante sur la France (qui utilise réellement la fonction "Pages : France" dans l'Hexagone ?). Elle l'est cependant bien plus en Suisse ou en Belgique, où de nombreux internautes effectuent des recherches spécifiquement sur leur territoire.

Du coup, si la cible suisse, par exemple, est importante pour vous et que votre site est hébergé, disons, sur le territoire français ou américain, vous n'aurez pas d'autre choix que d'utiliser le domaine ".ch" pour une version helvétique de votre site, si vous désirez apparaître dans l'option "Pages : Suisse" du site de Google :



Dans ce cas, c'est donc l'hébergeur et sa localisation géographique qui induiront le choix le plus judicieux du nom de domaine de votre site...

En revanche, le fait de prendre tel ou tel hébergeur ne semble pas devoir causer de soucis de référencement, en dehors de la problématique de localisation géographique et pour ce qui est du strict point de vue du nom de domaine...

**A retenir : le choix de l'hébergeur peut avoir une importance sur le choix du domaine si cet hébergeur n'est pas situé géographiquement parlant dans le pays représentant votre cible.**

Vous pouvez avantageusement utiliser des outils comme Whois.sc (<http://www.whois.sc/>) qui vous indiqueront dans quel pays est situé votre hébergeur sur la base de l'adresse de son site ou du numéro IP de l'un de ses serveurs...

### **L'ancienneté du domaine est-elle importante ?**

Oui, l'ancienneté du nom de domaine semble clairement importante et notamment pour Google. On peut même penser que si ce moteur a mis en place la démarche de devenir "registrar" (<http://actu.abondance.com/2005-05/google-registrar.php>), c'est certainement pour avoir un accès plus direct à un certain nombre d'infos disponibles dans les bases Whois des DNS (*Domain Name Systems* ou *Domain Name Servers*).

Si vous disposez donc de plusieurs noms de domaine, privilégiez, toutes choses étant égales par ailleurs, le nom de domaine que vous avez déposé à la date la plus ancienne. Un "vieux nom de domaine" semble faire en sorte que Google accorde plus de "confiance" à votre site. Certains disent même que les dates de renouvellement jouent également : un nom de domaine renouvelé par exemple tous les 5 ans serait une preuve de confiance plus grande qu'un domaine renouvelé tous les ans, suscitant une méfiance du moteur pour des opérations à courte échéance... Aucune preuve, à notre connaissance, ne vient cependant corroborer ce type d'affirmation...

**A retenir : l'ancienneté d'un domaine a son importance : privilégiez donc, si cela est possible, le nom de domaine le plus ancien en votre possession pour votre site.**

### **Noms composés : avec ou sans tirets ?**

Question fréquemment posée : si votre société s'appelle "Matelas Bon Sommeil", faut-il acheter "matelasbonsommeil.com" ou "matelas-bon-sommeil.com" ?

Ici, la question est simple *en théorie* : le nom de domaine contenant les mots séparés par un tiret est à privilégier : matelas-bon-sommeil.com, puisque dans ce cas, les tirets séparant les différents mots, le site sera plus réactif pour le moteur sur des requêtes comme "matelas", "matelas sommeil" ou "matelas bon sommeil"... Dans le premier cas, les termes n'étant pas séparés, le moteur ne "comprendra" que le mot clé "matelasbonsommeil". Pas terrible, comme effet...

Cependant, une autre question doit se poser : sur quel nom de domaine faut-il communiquer lorsqu'on parle de son site, en "off line" (cartes de visites, publicité papier, papier à en-tête, etc.) ou "online" (référencement, liens, etc.). En tout état de cause, nous verrons dans la suite de cet article qu'il est bon de ne jouer que sur un seul nom de domaine pour la communication de façon globale. Ce sera donc à vous de le choisir en fonction d'un certain nombre de critères :

- La cible : une cible professionnelle, technophile, pourra ne pas être dérangée par la présence du tiret et cette version pourra être privilégiée. Une cible "grand public" sera peut-être gênée par le tiret et la version en un mot pourra éventuellement être privilégiée.
  - La préférence de la promotion : si la visibilité sur les moteurs de recherche est essentielle dans votre stratégie, préférez la version avec tiret qui sépare bien les termes et permet au moteur de les prendre en compte.
- Etc.

En tout état de cause, la version avec tirets est préférable pour les moteurs de recherche, c'est tout à fait clair. Mais si vous préférez la version sans tiret, sachez que cela n'est pas rédhibitoire. Vous pourrez tout à fait "compenser" ce problème en jouant, par exemple, sur des urls "bien faites" pour y insérer des mots clés. Exemple :

<http://www.matelasbonsommeil.com/matelas/bon-sommeil/gamme/prix-reduits/promotions.html>

Ce type d'url, très optimisée pour les moteurs de recherche, peut tout à fait compenser l'absence des tirets séparant les mots dans le nom de domaine. Il est faux de penser que le fait d'utiliser des domaines "en un mot" est fortement pénalisant pour le référencement. Utiliser les tirets est un "plus" mais l'utilisation d'urls "optimisées" peut tout à fait compenser ce fait, du moins en grande partie...

**A retenir :** l'"idéal" est d'utiliser des noms de domaine avec tirets, mais l'utilisation d'un nom de domaine en un seul mot peut être compensée par la mise en place d'urls optimisées pour les moteurs de recherche.

***Faut-il utiliser le nom de la société ou un nom contenant des mots clés plus précis comme nom de domaine ?***

Si votre société s'appelle "Tartempion" et qu'elle vend des matelas en mousse, que devez-vous acheter comme nom de domaine : "tartempion.com" ou "matelas-mousse.com" ? Là encore, il n'existe pas de réponse gravée dans le marbre.

On serait quand même tenté de conseiller d'acheter "tartempion.com" car, stratégiquement parlant, il est plus logique d'acheter son nom de marque comme nom de domaine. Le domaine "matelas-mousse.com" est certainement plus optimisé pour les moteurs de recherche (il contient les deux mots les plus importants pour votre activité) mais il n'est optimisé QUE pour les moteurs de recherche. C'est un peu juste *a priori* pour étendre cette vocation à toute votre communication...

La encore, on revient au cas précédent : vous pouvez toujours communiquer sur votre nom d'entreprise en jouant sur des urls optimisées" comme :

<http://tartempion.com/matelas-mousse/gamme/promotions.html>

Cette solution devrait sans souci être efficace et a l'avantage de refléter une certaine logique dans le cadre d'une stratégie de communication globale sur le Web.

**A retenir :** si un nom de domaine contenant plusieurs mots clés importants pour votre activité est préférable pour le référencement, le choix de votre nom de marque est plus logique dans le cadre d'une stratégie globale de communication sur le Web. Ce handicap peut également être compensé par la mise en place d'urls optimisées.

***Faut-il baser une stratégie sur plusieurs noms de domaine pointant vers un même site ?***

Cette question découle des deux précédentes. On peut penser qu'il est nécessaire aujourd'hui d'être assez catégorique sur ce point. OUI, il faut communiquer sur un seul nom de domaine pour :

- La communication "online" : liens vers votre site (amélioration du PageRank), citations dans les articles, liens internes de votre site, etc.
- La communication "offline" : papier à en-tête, cartes de visites, posters, publicité papier, PLV, etc.

En tout état de cause, il semble clair qu'un seul nom de domaine est à privilégier pour ne pas brouiller les esprits de vos clients et prospects, futurs visiteurs de votre site. De plus, la présence "étrange" de plusieurs noms de domaine pointant tous vers votre site est à déconseiller, les moteurs de recherche pouvant détecter des tentatives de spam...

Entendons-nous bien : rien ne vous interdit d'acheter, par exemple les versions .com, .fr, .net et .info de votre nom de domaine pour éviter que quelqu'un ne vous les "pique" (le site Abondance, par exemple, dispose des noms de domaine en .com, .net et .fr qui redirigent tous vers le .com au niveau du DNS). **En revanche, nous déconseillons fortement de mettre en place une stratégie de référencement basée sur un nombre important de noms de domaines pour une même source d'information. Ce type de tactique de référencement peut fonctionner à court terme mais est extrêmement dangereuse à moyen et long terme, la détection de spam par les moteurs étant quasi certaine dans les mois qui viennent sur ce type de méthodes.** A bon entendeur salut...

**A retenir : basez votre stratégie de visibilité online et offline sur le Web sur un seul nom de domaine.**

### **Conclusion**

Nous avons étudié dans cet article un certain nombre de cas possibles dans le cadre de la stratégie de communication de votre site web. Globalement, il n'existe pas de solution miracle, pas de méthodologie gravée dans le marbre, et il semble peu évident de ne prendre en compte que la vision "référencement" de votre site pour le choix de votre nom de domaine. Idéalement, on peut dire que ce choix se fera en fonction de nombreux critères (cible, localisation géographique de l'hébergeur, charte de communication de l'entreprise, etc.) mais que, si le nom de domaine n'est pas obligatoirement optimisé pour les moteurs (la situation idéale proposant plusieurs mots clés décrivant parfaitement votre activité séparés par des tirets), la situation peut être compensée par des intitulés d'urls proprement réalisés afin d'y faire apparaître ces mots clés importants.

En tout cas, il existe des milliers de sites web très bien référencés sur des mots clés très concurrentiels tout en ne proposant pas ces termes dans leur nom de domaine. Ce champ est certes important, mais il n'est pas primordial aujourd'hui dans les algorithmes de pertinence des moteurs. Si votre stratégie globale de communication rejoint les contraintes des moteurs tant mieux. Mais si ce n'est pas le cas, ce n'est pas d'une gravité rédhibitoire. En résumé, faites le plus "logique" possible pour votre nom de domaine et privilégiez le contenu textuel de vos pages, votre référencement ne s'en portera que mieux...