

Options "ALT" et "TITLE" : sont-elles prises en compte par les moteurs de recherche ? (1ère partie)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Le contenu textuel des options "ALT" et "TITLE" prévues par le langage HTML, notamment dans les balises image (IMG) et lien (A) est-il pris en compte par les moteurs de recherche majeurs ? Pour en avoir le cœur net, nous avons mené une série de tests que nous vous livrons en deux articles. Ce mois-ci, une première série d'essais nous fournit quelques conclusions intéressantes sur la façon dont Google, Yahoo! et MSN prennent en compte ou non ces zones d'information... Avec quelques surprises à la clé...

De nombreux webmasters soignent les options "ALT" et "TITLE", dans les balises images et liens du code HTML de leurs pages web, pensant que le contenu de ces options est pris en compte comme du texte par les moteurs de recherche. Qu'en est-il vraiment ? Pour le savoir, nous avons effectué plusieurs tests dans des pages déjà indexées par les moteurs Google, Yahoo! et MSN. Ces tests nous ont permis de vérifier si ces données étaient bien prises en considération par ces outils majeurs. Voici le résultat de nos tests...

1. Option "ALT" sur une balise IMG (image) non cliquable

Dans ce premier test, nous vérifions que le texte contenu dans une option ALT présente dans une balise IMG sur laquelle aucun lien n'est présent est pris en compte ou non. Exemple de code HTML de ce type :

```
<IMG SRC="http://www.votresite.com/images/logo.gif" ALT="Mots cles">
```

			
Option ALT sur une balise IMG non cliquable	OUI	NON	NON

2. Option "ALT" sur une balise IMG (image) cliquable

Même test que ci-dessous, mais cette fois, l'image est cliquable. Exemple :

```
<A HREF="http://www.sitededestination.com/"><IMG SRC="http://www.votresite.com/images/logo.gif" ALT="Mots cles"></a>
```

			
Option ALT sur une balise IMG cliquable	OUI	NON	NON

3. Option "TITLE" sur une balise IMG (image) cliquable

Dans ce cas, comme précédemment, un lien (balise A) est ajouté sur l'image. C'est cette fois l'option TITLE qui est testée. Exemple :

```
<A HREF="http://www.sitededestination.com/"><IMG SRC="http://www.votresite.com/images/logo.gif" TITLE="Mots cles"></a>
```

			
Option TITLE sur	NON	NON	NON

une balise <i>IMG</i> cliquable			
--	--	--	--

4. Option "TITLE" sur une balise lien textuel

Dans ce cas, nous avons inséré une option TITLE sur un lien texte "classique", comme par exemple :



```
<A href="http://www.sitededestination.com/" TITLE="Mots cles">Texte du lien</A>
```

			
Option TITLE sur une balise lien textuel	NON	NON	NON

5. Option "ALT" sur une image (balise *IMG*) cliquable en complémentarité avec une option "TITLE"

Cas un peu plus compliqué ici avec une balise *IMG* cliquable dans laquelle nous avons inséré deux options : ALT et TITLE. L'une fait-elle de l'ombre à l'autre ? C'est ce que nous avons tenté de savoir... Exemple :

```
<A HREF="http://www.sitededestination.com/"><IMG SRC="http://www.votresite.com/images/logo.gif" ALT="Mots cles 1" TITLE="Mots cles 2"></a>
```

			
Option ALT sur une balise <i>IMG</i> cliquable en complémentarité d'une option TITLE	OUI	NON	NON

6. Option "TITLE" sur une image (balise *IMG*) cliquable en complémentarité avec une option "ALT"

Cas similaire au précédent, mais nous regardons ici si c'est c'est l'option TITLE qui est prise en compte.. Exemple :

```
<A HREF="http://www.sitededestination.com/"><IMG SRC="http://www.votresite.com/images/logo.gif" ALT="Mots cles 1" TITLE="Mots cles 2"></a>
```

			
Option TITLE sur une balise <i>IMG</i> cliquable en complémentarité d'une option ALT	NON	NON	NON

Premières conclusions

Selon nos premières conclusions, issues de ces tests initiaux :

- Le contenu textuel de l'option "ALT" des balises IMG est toujours pris en compte par Google, jamais par Yahoo! et MSN.
- Le contenu textuel de l'option "TITLE" sur une image (balise IMG) cliquable ou sur un lien textuel n'est pris en compte par aucun des trois moteurs.

Le mois prochain, nous vous proposerons une "salve" de nouveaux tests, prenant en compte d'autres cas, afin de compléter à 100% les différentes possibilités proposées par les options ALT et TITLE, nous permettant de finaliser complètement cette série d'essais qui nous donnera les idées claires sur la façon dont elles sont prises en compte par les moteurs majeurs.