

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

On parle de plus en plus de "responsive design" dans le domaine de la création de site web. Ce concept, qui permet de créer un seul site qui s'adapte à tous les terminaux (PC, tablettes, smartphones...) est encouragé par Google. Qu'est-ce que le responsive design ? Pourquoi a-t-il les faveurs de Google ? Comment l'intégrer sur son site et quels sont les avantages SEO que l'on peut en tirer ? Réponses ...

Dans le courant de l'année 2012, les équipes de Google ont fait savoir que le « responsive design » était la solution recommandée pour référencer un site Internet pour les appareils mobiles, et par conséquent, pour tout type d'appareil puisque ce type design va s'adapter au périphérique (voir source plus loin dans l'article)...

Mais pourquoi cette décision ? En quoi consiste cette manière de concevoir un site Internet ? Et surtout, existe t-il des règles spécifiques pour l'intégration de vos contenus permettant de favoriser votre référencement naturel ?

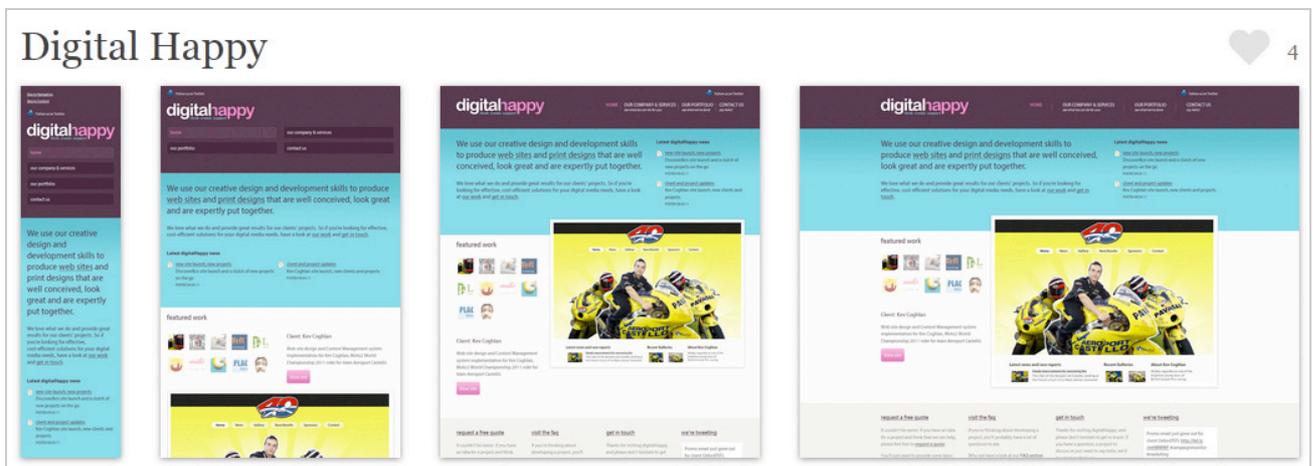
Autant de questions auxquelles nous allons tenter de répondre dans cet article...

Le responsive design, c'est quoi ?

Cela fait quelques années déjà que les graphistes et intégrateurs entendent parler de cette nouvelle manière de concevoir un site Internet. Le concept est simple : le responsive design consiste en une charte graphique et un contenu qui s'adaptent automatiquement aux dimensions de l'appareil utilisé par l'internaute.

En d'autres termes, votre design va se modifier de manière dynamique en fonction du périphérique utilisé par l'utilisateur, à savoir un PC, une tablette, un smartphone, une console portable, ... Et ce design s'adapte également aux changements apportés sur un même appareil, par exemple quand vous redimensionnez la fenêtre de votre navigateur sur PC ou quand vous pivotez votre tablette ou votre téléphone pour basculer le mode d'affichage en paysage ou portrait.

Voici un exemple concret de variations d'un responsive design sur le site Digital Happy (<http://www.digitalhappy.com/>) :



L'intérêt principal du responsive design est simple : cela évite de devoir concevoir un site mobile ou une application iPhone ou Android, puisque c'est le même site qui va s'adapter

parfaitement à chaque résolution et taille d'écran. Le site est donc parfaitement lisible et utilisable quel que soit le périphérique utilisé.

Pour mieux comprendre de quoi on parle, voici quelques exemples supplémentaires de sites ainsi conçus. Testez-les sur votre ordinateur en augmentant ou réduisant la taille de votre navigateur :

<http://responsivewebdesign.com/robot/>
<http://www.nantes.fr/home.html>
<http://wabeo.fr/blog/>
<http://www.smashingmagazine.com/>

Pourquoi Google conseille-t-il cette solution ?

Une meilleure expérience utilisateur

Il faut avant tout comprendre que, comme toute entreprise, le but de Google est de générer des profits. Pour cela, il faut que les internautes continuent d'utiliser ses services, et le moteur de recherche doit donc chercher à toujours proposer les résultats qui donneront à l'utilisateur la meilleure satisfaction possible.

Le contenu et la popularité sont deux éléments très importants pour le référencement naturel. L'ergonomie, quant à elle, l'est de plus en plus. C'est pour cette raison que Google a indiqué il y a peu de temps qu'il prenait désormais en compte le temps de chargement dans le positionnement des sites Internet. C'est donc tout naturellement que le moteur de recherche fait maintenant la même chose pour les contenus qui s'adaptent à tous les périphériques..

Un site qui s'adapte parfaitement au périphérique va de plus pouvoir augmenter son taux de transformation, puisque chaque internaute pourra utiliser facilement et sans contraintes le site qu'il visite.

Le boom du mobile

L'autre raison de cette décision est que Google cherche à proposer le meilleur contenu possible dans le cadre d'une navigation mobile. Et Google sait pertinemment que ce besoin va s'accroître énormément dans les années à venir, comme en témoigne la croissance du trafic Internet en provenance de ces nouveaux périphériques qui explose chaque année des records. Voici quelques exemples parlants :

- En 2012, le trafic sur mobile a dépassé le trafic sur PC en Inde.
- Le trafic sur mobile représente plus de 13% du trafic mondial en 2012, contre à peine 1% en 2009.
- 30% des adultes aux Etats-Unis possèdent une tablette.
- En 2012, Cisco estimait que le trafic sur mobile serait multiplié par 18 d'ici 2016.

Sources :

- <http://fr.slideshare.net/kleinerperkins/2012-kpcb-internet-trends-yearend-update>
- <http://www.clubic.com/reseau-mobile/actualite-475912-cisco-traffic-mobile-multiplie-18-2016.html>
- <http://newsroom.cisco.com/press-release-content?type=webcontent&articleId=668380>

Les raisons techniques

Du point de vue technique, Google a plusieurs bonnes raisons supplémentaires de favoriser les sites ayant adopté un design responsive.

La première raison est que cela réduit à néant tout contenu qui aurait été dupliqué entre un site standard et son équivalent mobile. Seul le CSS va modifier l'aspect du site (et éventuellement quelques scripts), mais le contenu et son URL seront identiques, permettant de réduire une partie des problèmes de contenus dupliqués.

La deuxième est que cela facilite énormément son travail d'indexation. Il est plus rapide et moins coûteux d'indexer une seule URL plutôt que deux. Un site responsive sera donc théoriquement plus rapidement indexé.

Et enfin, cela réduit les erreurs potentielles que les webmasters peuvent commettre quand ils implantaient un site mobile à côté du site standard de la société. Par exemple :

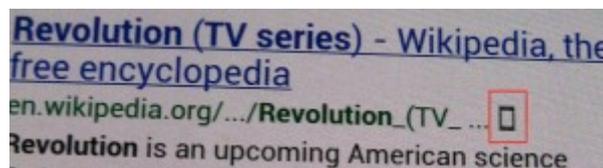
- si le webmaster optait pour des URL différentes, il ne devait pas omettre l'ajout d'une balise canonical pour la version mobile et d'une balise rel=alternate pour la version standard.
- si le webmaster optait pour un site mobile ayant des URL identiques, il fallait absolument ne pas se tromper dans les entête HTTP envoyée à Google Bot Mobile (ce qu'on appelle le HTTP Vary Header)

Ce que dit Google :

Le message de Google est limpide : optez pour le responsive design et bannissez les sites spécifiquement mobiles.

Google indique cependant que vous pouvez développer et proposer une application mobile en fonction de l'usage et de l'utilité des fonctionnalités que vous voulez proposer aux internautes, mais par contre que les sites mobiles ne sont plus recommandés, tout comme le fait de faire varier sur une même URL le contenu HTML en fonction du périphérique utilisé.

En août dernier, Google réalisait même des tests pour afficher directement dans les résultats les sites qui seraient optimisés pour les mobiles, preuve que Google parvient parfaitement à détecter une interface adaptée. Voici quelques exemples de ces tests :



On en parlait ici : <http://www.brysonmeunier.com/mobile-icons-in-google-smartphone-results/> et ici : <http://www.kagua.biz/seo/smartphone-mark.html>

Pour en savoir plus sur les différentes annonces de Google à propos du responsive design et des sites "Mobile Friendly", consultez les liens suivants :

La page officielle : <https://developers.google.com/webmasters/smartphone-sites/>

L'annonce : <http://googlewebmastercentral.blogspot.fr/2012/06/recommendations-for-building-smartphone.html>

Un guide pour implanter le responsive design :

<http://googlewebmastercentral.blogspot.fr/2012/04/responsive-design-harnessing-power-of.html>

Responsive design et SEO : les règles à suivre

Nous avons donc vu pourquoi le responsive design est une excellente solution pour proposer un contenu pertinent et unique à la fois aux internautes et au moteur de recherche. Mais encore faut-il l'implanter de la bonne façon...

Le concept de base

Le concept de base repose sur l'utilisation des *medias queries* que l'on va insérer dans la feuille de style CSS du site. En fonction de la taille du périphérique, certaines règles vont alors s'appliquer ou non.

C'est donc surtout votre fichier CSS qui va permettre d'implanter un design responsive : le code HTML ne va pas varier, et vous aurez éventuellement quelques scripts qui peuvent venir compléter ou améliorer l'affichage de votre contenu

Voici un exemple, où l'élément "monid" passera en gras dès que la taille d'affichage du périphérique atteint au minimum les 500 pixels :

```
@media all and (min-width: 500px) {  
    #monid{font-weight:700}  
}
```

Un design responsive est donc conçu pour s'adapter en fonction de la taille d'affichage du périphérique utilisé. Pour cela, le graphiste et l'intégrateur doivent définir ce qu'on appelle des points de rupture, c'est à dire des surfaces en hauteur ou largeur qui provoquent un changement d'affichage : par exemple, dès que la fenêtre d'affichage se réduit, je bascule mon site sur une colonne plutôt que sur deux.

Mobile first versus Desktop First

Vous avez également deux manières de concevoir un site responsive dans votre CSS :

- **le mobile first** consiste à créer son design pour un périphérique mobile, puis à rajouter des contenus et améliorer l'aspect du site au fur et mesure que la surface disponible s'agrandit. On appelle cela le "*Progressive Enhancement*" (amélioration progressive).

- **le desktop first** fait l'inverse : on conçoit son site pour les périphériques de grande taille, puis l'on réduit et masque les contenus au fur et à mesure que la surface se réduit avec le CSS. On appelle cela une "*graceful degradation*" (dégradation gracieuse).

Il est fortement conseillé d'opter pour le *mobile first*. Cela vous assure de vous concentrer sur le contenu le plus pertinent d'abord (car c'est ce qu'on affichera obligatoirement quel que soit le périphérique utilisé) tout en développant un site de base ayant un temps de chargement optimal (par défaut, on ne charge que l'essentiel).

C'est ensuite l'amélioration progressive qui va afficher ou modifier l'apparence des contenus secondaires pour les périphériques plus grands.

Remarque

La réalité est en fait beaucoup plus complexe que cela au niveau des tailles d'affichage car chaque périphérique fonctionne différemment. Cet article de la newsletter d'Abondance simplifie le fonctionnement pour appréhender le concept du responsive design. Mais il faut bien comprendre que certains éléments peuvent être bien plus complexes à implanter que prévu.

Par exemple, on peut ainsi avoir sur un même périphérique une surface réelle différente de la surface calculée par celui-ci. En d'autres termes, la surface réelle peut très bien être de 300 pixels tandis que le périphérique en calcule 350, ce qui peut nuire au design que vous souhaitez afficher. Ceci n'étant pas le sujet de l'article, je vous conseille la lecture de cet excellent guide d'Alsacréation : <http://www.alsacreations.com/article/lire/1490-comprendre-le-viewport-dans-le-web-mobile.html>

Comment optimiser son responsive design pour le SEO ?

Jusque là, on pourrait être tenté de dire que le responsive design n'apporte rien en référencement naturel, pour la simple et bonne raison qu'il s'agit juste d'une modification dynamique de la charte graphique d'un site Internet.

C'est en partie vrai, et également complètement faux. En soi, un site responsive ne va pas changer votre positionnement. Google commence à peine à prendre en compte ce paramètre, et il faudra encore quelques années pour qu'il décide que celui-ci a une réelle importance dans son algorithme.

Cependant, concevoir un site responsive va vous amener obligatoirement à revoir la structure de vos contenus, en répondant à ces deux questions :

- Quel est mon contenu principal ?
- Quel est mon contenu secondaire ?

Comme nous venons de le voir, il est recommandé d'avoir un site responsive *mobile first*. Cette manière de concevoir votre site va justement vous permettre de répondre aux deux questions précédente : sur cette URL, quel est le contenu crucial à mettre en avant pour l'internaute, et par la même occasion pour le moteur de recherche ?

En plaçant votre contenu principal de manière plus visible, et en le mettant en avant quel que soit le périphérique utilisé, vous augmentez les chances que Google le prenne en compte. D'ailleurs, le moteur de recherche utilise déjà l'emplacement des contenus pour pénaliser ou favoriser certains sites, en témoigne la problématique des publicités au dessus de la ligne de flottaison : <http://www.webrankinfo.com/dossiers/google-search/page-layout-2>

Vous serez d'ailleurs peut-être amené à scinder des contenus, qui pouvaient "cohabiter" sur un ordinateur mais plus difficilement sur une tablette ou sur un mobile. Cela vous permettra au passage de mieux cibler chaque contenu pour les mots clés que vous travaillez en référencement.

Les effets positifs du responsive

Indirectement, le responsive design peut avoir un impact important pour le référencement. Au delà de l'amélioration du taux de transformation de votre site Internet (ventes, prises de contact, abonnements...), vous allez favoriser les interactions avec les internautes.

Cette interaction peut permettre de générer des actions qui vont améliorer votre référencement :

- le partage de votre contenu sur les réseaux sociaux.
- le partage de votre contenu par email.
- la création plus spontanée de liens vers votre site Internet.

De plus, ces partages se feront exactement sur la bonne URL, alors qu'auparavant ils pouvaient avoir lieu pour un même contenu sur plusieurs URL différentes (celle du site standard et celle du site mobile).

Quelques outils pour vous aider

Pour terminer, voici quelques outils utiles pour développer et intégrer un site en responsive design :

- Le raccourci Ctrl + Shift + M sur Firefox : il permet d'ouvrir une interface dans le navigateur pour redimensionner dynamiquement votre site Internet selon les tailles les plus communes des terminaux qui existent.
- L'extension Webdevelopper sur Firefox ou Chrome : elles-aussi disposent de leur propre outil de redimensionnement du navigateur pour pouvoir tester différentes tailles de responsive.
- Un site pour afficher le rendu de votre site sur différents navigateur (chaque fenêtre est "navigable" de manière indépendante) : <http://ami.responsivedesign.is/>
- Un autre site de test : <http://screenqueri.es/>
- Une excellente bibliothèque d'éléments responsive (menus, listes, images, vidéo, ...) : <http://bradfrost.github.com/this-is-responsive/patterns.html>
- Des exemples et de l'inspiration pour vos design : <http://mediaqueri.es/>

Nota : tant que vous y êtes, profitez-en pour basculer votre site en HTML5. Votre code source sera plus léger, et aura une meilleure sémantique, ce que Google pourrait prendre en compte de manière plus poussée dans les années à venir.

Conclusion

Vous l'aurez compris : en soi, un site en responsive design ne va pas améliorer votre référencement naturel, pas plus qu'une optimisation de la vitesse de celui-ci. L'intérêt est surtout de permettre d'augmenter ou d'améliorer les interactions avec les internautes, et donc de potentiellement gagner quelques liens et votes sociaux supplémentaires, tout en améliorant le taux de transformation de celui-ci.

En préconisant l'utilisation de cette technologie, Google facilite surtout son travail d'indexation, tout en évitant à certains webmasters de faire des erreurs lors de l'implantation de la version mobile de leur site Internet.

Daniel Roch, Consultant WordPress, Référencement et Webmarketing chez SeoMix (<http://www.seomix.fr/>)