



# Noms de domaine et référencement

---

Ce dossier a été réalisé par  
Olivier Andrieu ([www.abondance.com](http://www.abondance.com))  
à la demande de l'AFNIC

La question du choix du nom de domaine d'un site est très souvent l'objet de multiples discussions, réflexions et décisions dans le cadre de son futur référencement.

Que faut-il faire ? Choisir un *.fr* ou un *.com* ? Un nom composé avec ou sans tiret ? Un *.eu* ou un *.info* seront-ils bien pris en compte par les moteurs ? Etc. Nous allons essayer de répondre à ces questions (et à bien d'autres) dans ce dossier.

## 1. Importance du nom de domaine pour le référencement d'un site web

- Premier point : il est **important d'avoir son propre nom de domaine** (votresite.com ou votre-entreprise.fr) pour obtenir un bon référencement pour son site web... Des adresses comme **perso.votre-fournisseur-d-acces.com/votre-entreprise/** ou autres (**votre-entreprise.free.fr...**) sont parfaites, dans un premier temps, pour tester le réseau sans réelle stratégie d'entreprise et créer un site web "pour voir", mais si vous avez une quelconque ambition sur le web et l'internet, n'hésitez pas une seconde à acheter un nom de domaine qui vous soit propre...
- Le nom de domaine d'un site est en effet important pour son référencement. Il doit, idéalement, contenir un ou plusieurs mots décrivant au mieux votre entité : nom de l'entreprise, activité principale, etc. La présence d'un mot clé de recherche dans le nom de domaine d'un site est bien souvent un critère déterminant pour son classement dans les moteurs.
- **L'intitulé du nom de domaine ne suffit pas.** Une optimisation complète du site est nécessaire (titre, texte, etc.) mais le nom de domaine jouera un rôle souvent complémentaire dans vos positionnements. Il n'est pas essentiel, mais il peut apporter un "plus" non négligeable...

Il est important d'être propriétaire d'un nom de domaine pour obtenir une bonne visibilité sur les moteurs de recherche.

Le *.fr* peut être une bonne solution car il est tout aussi efficace, dans ce cadre, qu'un *.com* ou autre TLD (*Top Level Domain*).

## 2. Qu'est-ce qui est "permis" ? Qu'est-ce qui ne l'est pas ?

- Le problème essentiel du nom de domaine vient du fait que celui-ci doit rester court, lisible et mnémotechnique. Donc, vous aurez le choix entre "nom-de-votre-entreprise.fr" ou "caracterisation-de-votre-activité.fr"... En d'autres termes, soit "stela.fr" soit "chaussures-de-tennis.fr" (si Stela est le nom d'une société -imaginaire - qui vend ce type de produits). Comme vous n'avez pas vraiment le choix de placer beaucoup de mots clés dans cette "zone", autant les choisir au mieux...

- En revanche, **il ne faut pas baser une stratégie de référencement sur de multiples achats de noms de domaine différents pointant tous sur une même page d'accueil !** Vous risqueriez, dans ce cas, d'être pénalisé par les moteurs de recherche pour *spamdexing* (tentative de fraude)... Bien sûr, cela ne vous empêche pas d'acheter tous les noms de domaine que vous désirez (votresite.fr, votresite.com, votresite.net), notamment pour éviter toute tentative de "cybersquatting". En revanche, il est aujourd'hui trop risqué de **bâtir une stratégie de référencement** sur cette base. Faites donc pointer, tous les noms de domaine achetés sur un seul qui sera votre nom de domaine "officiel" qui sera celui sur lequel vous communiquerez :
  - De façon *offline* : papier à en-tête, cartes de visite, presse papier, étiquettes produits, etc.
  - De façon *online* : tous les liens "entrants" vers votre site devront donc l'avoir dans l'URL du lien.

Nous déconseillons fortement de mettre en place une stratégie de référencement basée sur un nombre important de noms de domaine pour une même source d'information, pointant sur une même page d'accueil. 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 méthode.

### 3. Intitulé du nom de domaine

Nous l'avons évoqué précédemment, le choix de l'intitulé du nom de domaine s'effectuera entre "nom-de-votre-entreprise.fr" ou "caracterisation-de-votre-activité.fr"... C'est donc à vous de faire ce choix :

- Soit votre site est déjà en ligne et le mieux sera souvent de garder le nom de domaine actuellement utilisé et qui a servi à de nombreux webmasters pour créer des liens vers lui. Si vous désirez le changer, des redirections (code 301, parfaitement prises en compte par les moteurs) devront être mises en place depuis l'ancien intitulé vers le nouveau.
- Soit votre site n'est pas encore en ligne et la décision vous appartient : sur quoi désirez-vous communiquer de façon prioritaire ? Votre nom, votre marque, ou ce que vous vendez. Prenez votre décision dans le cadre d'une stratégie d'entreprise globale, tout en tenant compte de l'aspect "référencement".
- Sachez également que toute situation, même défavorable en termes de référencement, peut être "compensée" par des URL bien construites et contenant des mots clés adéquats...

Le choix de séparer ou non les mots dans le nom de domaine est également important. Si votre société s'appelle "Matelas Bon Sommeil", faut-il acheter "matelasbonsommeil.fr" ou "matelas-bon-sommeil.fr" ? La question est simple *en théorie* : le nom de domaine contenant les mots séparés par un tiret (matelas-bon-sommeil.fr) est à privilégier pour les moteurs, puisque dans ce cas, les tirets séparant les différents mots, le site sera plus réactif sur des requêtes comme "matelas", "sommeil", "matelas sommeil", "bon sommeil" ou "matelas bon sommeil"... Dans le premier cas

(matelasbonsommeil.fr), les termes n'étant pas séparés, le moteur ne "comprendra" que le mot clé "matelasbonsommeil".

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 visite, publicité papier, papier à en-tête, etc.) ou *online* (référencement, liens, etc.). Nous avons vu précédemment qu'il est bon de ne tabler 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.

#### Le .fr : un atout pour Google

La plupart des moteurs de recherche majeurs proposent trois choix sur leur formulaires de recherche : "Tout le Web" (recherche globale), "Pages francophones" (documents en langue française) et "Pages:France" notamment sur Google :



Ce dernier choix fait porter la recherche soit sur les sites en *.fr* soit sur les sites hébergés en France. Si votre hébergement s'effectue à l'étranger, le fait de posséder un site en *.fr* vous fera ainsi apparaître lors de ce type de recherche...

## 4. Recommandations

Pour résumer, voici quelques conseils qui devraient vous permettre de mieux choisir vos noms de domaine dans le but d'un référencement optimal :

- Achetez un **nom de domaine** (.com, .fr, .net...) propre, sans système de redirection et disposez d'une offre professionnelle et spécifique d'hébergement, même à bas prix.
- Insérez, si possible, **un ou deux mots importants** pour votre activité dans le nom de domaine : votre nom, votre activité, etc.
- Ne fonctionnez que sur un seul nom de domaine pour vos promotions *online* et *offline*.
- Essayez de mettre en place un **réseau de "petits sites"** plutôt qu'un gros portail si cela vous est possible. Cela vous permettra de multiplier les noms de domaine et augmentera votre visibilité sur les moteurs de recherche.
- Séparez les mots importants par des **tirets** dans les énoncés de vos noms de domaine et plus globalement dans vos intitulés complets d'URL.
- Créez des **sous-domaines** (motclé.votresite.com) pour faciliter la tâche des internautes et augmenter votre visibilité dans les résultats des moteurs.
- Insérez, si cela est possible, des **mots clés importants et intelligibles dans l'intitulé complet de vos URL**.
- Il est tout à fait possible de **changer de nom de domaine** sans perdre un référencement acquis, à partir du moment où les redirections de l'ancienne adresse vers la nouvelle sont bien gérées (notamment par l'intermédiaire de codes 301).
- Le plus important : agissez toujours avec **loyauté** et évitez tout spam, jamais payant à court, moyen ou long terme, sur les moteurs !

## 5. Pour en savoir plus

Abondance, un site dédié aux moteurs de recherche et au référencement  
<http://www.abondance.com/>

Nom de Domaine et Référencement, une étude complète sur le sujet par le site Abondance  
<http://etudes.abondance.com/nom-de-domaine-et-referencement.html>

Référencement 2.0, le livre le plus complet actuellement sur le référencement et l'optimisation de sites web  
<http://www.livre-referencement.com/>



## Au sujet d'Olivier Andrieu

Olivier Andrieu est consultant indépendant dans le domaine de l'internet.

Auteur de plus d'une dizaine livres sur le sujet, Olivier Andrieu est notamment un spécialiste des outils de recherche d'information sur l'internet et du référencement de site web.

En savoir plus : <http://docs.abondance.com/oa.html>

## Au sujet de l'AFNIC

(Association Française pour le Nommage Internet en Coopération)

Association à but non lucratif, l'AFNIC est l'organisme chargé de la gestion administrative et technique des noms de domaine *.fr* et *.re*, suffixes internet correspondant à la France et à l'Île de la Réunion.

L'AFNIC est composée d'acteurs publics et privés : représentants des pouvoirs publics, utilisateurs et prestataires de services Internet (bureaux d'enregistrement).

En savoir plus : <http://www.afnic.fr>

## Glossaire

Plus d'informations (définitions, liens, etc.) : <http://www.afnic.fr/doc/lexique>

### **AFNIC**

Association Française pour le Nommage Internet en Coopération

### **TLD**

*Top Level Domain*

### **URL**

*Uniformed Resources Locator*