

Les Balises Meta en HTML

Note

Objectifs pédagogiques

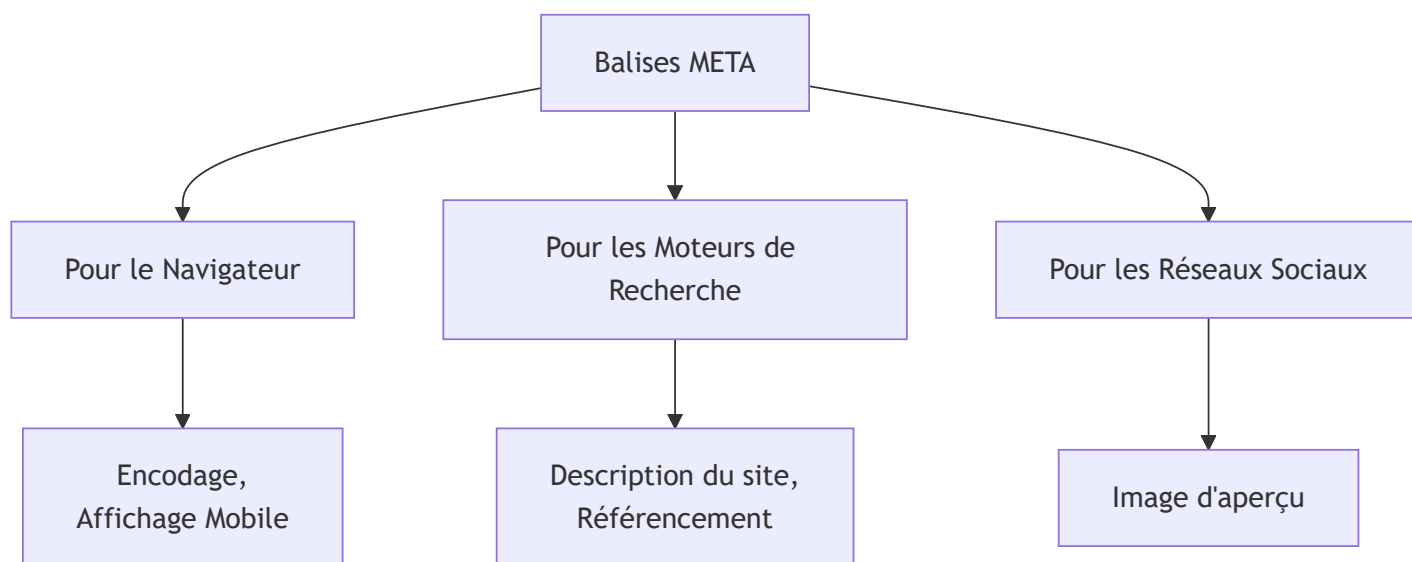
- **Comprendre** l'utilité des métadonnées dans un document HTML
- **Définir** les métadonnées pour le navigateur
- **Définir** les métadonnées pour les moteurs de recherche
- **Définir** les métadonnées pour les réseaux sociaux

Une balise `<meta>` sert à insérer des **métadonnées** dans un document HTML.

L'utilisateur ne voit pas ces informations sur le site.

Ces informations sont cruciales pour :

- Les navigateurs web.
- Les moteurs de recherche.
- Les réseaux sociaux.



Toutes les balises `<meta>` se placent obligatoirement dans l'en-tête du document, entre `<head>` et `</head>`.

```
<html lang="fr">
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta ...>
    <meta ...>
    <!-- etc... -->
  </head>
  <body>
    [...]
  </body>
</html>
```

Les balises indispensables

Voici les balises meta obligatoires dans tout projet web moderne.

Configuration technique pour le navigateur

```
<meta charset="utf-8">
```

- **Rôle** : Permet d'afficher correctement les accents (é, à, ç) et tous les alphabets.
- **Règle** : À placer obligatoirement en première ligne dans le `<head>`.

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

- **Rôle** : Active le mode mobile (Responsive Web Design). Obligatoire pour que le site s'adapte à la taille de l'écran.

```
<meta name="theme-color" content="#317EFB">
```

- **Rôle** : Change la couleur de la barre de navigation du navigateur (sur Chrome Android ou Safari iOS) pour l'accorder aux couleurs de votre site.
- **Intérêt** : Donne un aspect "application native" très qualitatif.

```
<meta http-equiv="refresh" content="5;url=https://mon-site.fr/accueil">
```

- **Rôle** : Redirige automatiquement l'utilisateur vers une autre page après un nombre de secondes défini (ici, 5 secondes).

⚠ Warning

Alerte Accessibilité : Utilisez `meta http-equiv="refresh"` avec une *extrême prudence* car cela perturbe les lecteurs d'écran pour les personnes en situation de handicap.

Configuration pour le référencement (SEO)

```
<meta name="description" content="Une description de la page web courante.">
```

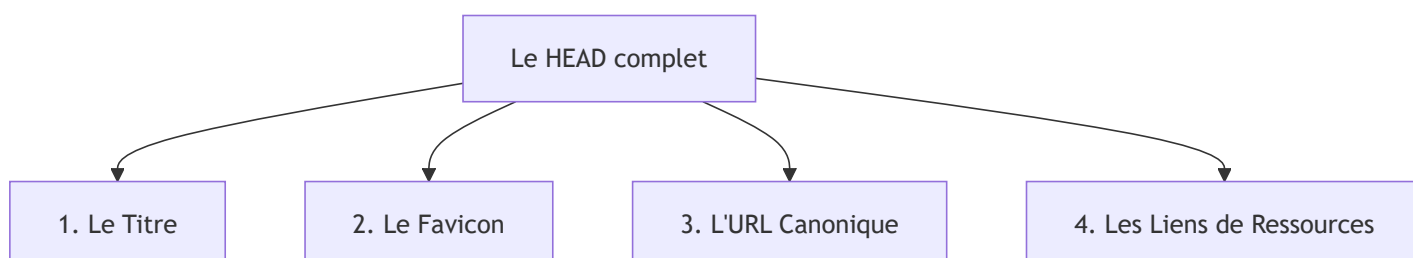
- **Rôle** : Affiche un résumé du site dans les résultats de recherche (Google, Bing etc...).
- **Taille idéale** : Entre 150 et 160 caractères maximum.

```
<meta name="robots" content="index, follow">
```

- **Rôle** : Donne des instructions aux robots des moteurs de recherche.
- `index` : autorise à afficher la page dans les résultats.
- `follow` : autorise à suivre les liens de la page pour découvrir d'autres pages.
- **Alternative** : `noindex`, `nofollow` (pour masquer une page privée ou en cours de développement).

Le `<head>` ne contient pas que des meta

L'en-tête `<head>` ne contient pas que des balises `<meta>`. Pour créer un document valide et optimisé, il faut inclure ces quatre autres éléments :



1. La balise `<title>` (Le titre de l'onglet)

- **Pourquoi c'est crucial** : C'est l'élément le plus important pour le référencement (SEO) après le contenu de la page. C'est le titre bleu cliquable dans Google.
- **Bonne pratique** : Moins de 60 caractères, contenant le mot-clé principal de la page.

2. Le Favicon (L'icône du site)

```
<link rel="icon" type="image/png" href="/favicon.png">
```

- **Pourquoi c'est crucial** : C'est la petite image qui s'affiche à gauche du titre dans l'onglet du navigateur ou dans les favoris de l'utilisateur.

3. L'URL Canonique (Éviter le contenu dupliqué)

```
<link rel="canonical" href="https://mon-site.fr/produit-bleu">
```

- **Pourquoi c'est crucial** : Si un même produit est accessible via deux URL différentes (ex: avec des filtres de recherche), cette balise indique à Google quelle est l'adresse *officielle* à indexer pour éviter d'être pénalisé pour "plagiat" de son propre site. (En savoir plus sur le [duplicate content](#))

4. L'optimisation des performances (`preconnect` / `dns-prefetch`)

```
<link rel="preconnect" href="https://fonts.googleapis.com">
```

- **Pourquoi c'est crucial** : Dit au navigateur de commencer à se connecter à un serveur externe (comme Google Fonts) avant même d'avoir lu les lignes de CSS. Cela gagne de précieuses millisecondes au chargement.
-

3. Synthèse de l'ordre idéal du `<head>` (Niveau 5 - Bloom)

Pour un code propre et performant, apprenez à vos groupes à toujours structurer le `<head>` dans cet ordre précis :

1. Encodage (`charset`)
2. Affichage mobile (`viewport`)
3. Titre de la page (`title`)
4. Métadonnées SEO (`description` , `robots`)
5. Métadonnées Réseaux Sociaux (`og:` , `twitter:`)
6. Liens externes (`favicon` , `canonical` , CSS externes)

Souhaitez-vous que nous rédigeons le script d'un exercice pratique de validation (de type "Trouvez les erreurs dans ce `<head>` ") pour tester les connaissances de vos apprenants ?

3. Les balises obsolètes (À ne plus utiliser)

Le web évolue. Certaines balises autrefois indispensables sont aujourd'hui inutiles ou ignorées par les technologies modernes.

✗ Les mots-clés (`keywords`)

```
<meta name="keywords" content="code, html, css">
```

Pourquoi ? Google et les autres grands moteurs de recherche ignorent totalement cette balise depuis plus de 10 ans. Elle ne sert plus à rien.

✗ La compatibilité Internet Explorer (`X-UA-Compatible`)

```
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
```

Pourquoi ? Cette meta servait à forcer les anciennes versions d'Internet Explorer à utiliser le moteur de rendu le plus récent. Internet Explorer est officiellement abandonné. Les navigateurs modernes n'en ont plus besoin.

4. Résumé des bonnes pratiques

Règle d'or	Pourquoi ?
L'ordre du code	La balise <code>charset</code> doit toujours être écrite en premier.
L'unicité	Chaque page de votre site doit avoir une <code>description</code> différente.
La simplicité	Ne pas écrire de balises inutiles pour garder un code propre.

5. Pour aller plus loin : Le partage social

Lorsque vous partagez un lien sur un réseau social, une carte visuelle s'affiche automatiquement.

les réseaux sociaux lisent deux principaux types de balises `meta` :

Open Graph (og:) : Créé à l'origine par Facebook, c'est aujourd'hui le standard universel. Il est utilisé par la majorité des réseaux sociaux.

Twitter Cards (twitter:) : Développé par Twitter (X). Si ces balises sont absentes, la plateforme utilise automatiquement les balises Open Graph en remplacement.

Les meta "sociales"

Le Standard Universel (Open Graph)

```
<meta property="og:title" content="Titre clair et accrocheur">
<meta property="og:description" content="Résumé textuel de la page (environ 150 caractères).">
<meta property="og:image" content="https://mon-site.fr/images/apercu.jpg">
<meta property="og:url" content="https://mon-site.fr/ma-page.html">
<meta property="og:type" content="website">
```

Le Standard Spécifique pour X / Twitter

```
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
<meta name="twitter:title" content="Titre clair et accrocheur">
<meta name="twitter:description" content="Résumé textuel de la page.">
<meta name="twitter:image" content="https://mon-site.fr/images/apercu.jpg">
```

Note pour `twitter:card` : La valeur `summary_large_image` permet d'afficher l'image en grand au-dessus du texte, ce qui génère plus de clics.

Synthèse des bonnes pratiques

Règle d'or	Impact
URL Absolues	L'image de l'attribut <code>og:image</code> doit obligatoirement posséder un chemin absolu (avec <code>https://...</code>) pour que les serveurs externes puissent la télécharger.
Format des images	Utiliser de préférence le format JPG ou PNG, avec une dimension recommandée de 1200 x 630 pixels pour un affichage net sur tous les écrans.
Outils de test	Toujours tester son code avant publication avec les outils officiels gratuits (comme le <i>Facebook Sharing Debugger</i> ou le <i>LinkedIn Post Inspector</i>).