

## Un nouvel essor



Cette année 2007 s'annonce riche en événements majeurs pour Activis avec notamment la construction de nos nouveaux locaux au cœur du Parc des Collines à Mulhouse. Activis' Cube, conçu par l'agence Emergence, couvre

1125 mètres carrés sur 4 niveaux, et se distingue par un parti pris architectural et une originalité totalement assumés.

Activis conforte également sa position de prestataire référent en matière de création et de visibilité de sites web. En effet, nombre de nouveaux clients prestigieux nous ont désormais rejoints et nous accordent leur confiance pour la conduite de leurs projets. Parmi eux, d'importantes collectivités locales telles la Région Alsace, mais également le groupe Bristol Myers Squibb, Alapage, e-santé, Sick, etc...

C'est donc avec une confiance et une sérénité accrues que nous démarrons cette nouvelle année, renforcés aussi par la reconnaissance de la presse (le Monde Informatique, le Journal du Net...) qui a consulté Activis en qualité d'acteur majeur du référencement. Une expertise que nous mettons plus que jamais en avant, avec l'arrivée de deux référenciers de langues maternelles allemandes et espagnoles.

Patrick Rein et Sébastien Rentz  
Co-fondateurs d'Activis

- > **Paroles de distributeur**  
Matthieu Ferry, Heptades
- > **Rencontre avec...**  
Thierry Stiegler
- > **Actualité**  
Les AdWords prennent de nouvelles formes  
Notre équipe référencement s'étoffe
- > **Référencement**  
Les subtilités du référencement chinois et japonais
- > **Témoignages clients / Nouveaux sites**  
Région Alsace / CRTA
- > **Activis en bref**  
De nouveaux clients prestigieux  
Activis s'engage avec Unichefs d'Entreprise

## Activis s'engage pour l'Unicef

Comme de nombreux autres chefs d'entreprise en Sud Alsace, Activis apporte cette année son soutien à Unichefs d'Entreprise. Liée à l'Unicef, l'association fournit notamment des pompes à eau en Afrique : les dons des adhérents permettent ainsi de soulager les fillettes des villages de la corvée d'eau afin qu'elles puissent elles aussi être scolarisées.



Nous avons choisi cette année encore de ne pas envoyer de cartes de vœux et de consacrer ce budget à des causes que nous défendons. En soutenant l'association Pour un Sourire d'Enfant et maintenant Unichefs d'Entreprise, nous renouvelons ainsi notre implication dans des actions en phase avec nos valeurs.

Activis applique une méthodologie approuvée par nos 400 clients (dont Alapage, e-santé, Aéroports de Paris, Région Alsace, BMS, Tryba, Demos, Endress+Hauser...) pour que votre site soit fonctionnel, informatif, accessible... et rentable !

Restez informés sur notre site, suivez le fil !

**Contactez-nous !**

**Pour la France**  
**Activis**  
n° Siret : 411 467 426 00051  
4 rue Louis Braille - F-68200 Mulhouse  
Tél. : +33 (0)3 89 60 71 60 - contact : Patrick Rein

**Agence de Paris**  
39 av des Champs-Élysées - F-75008 Paris  
Contact : David Eichholtzer  
www.activis.net

**Pour la Suisse**  
**Activis Switzerland**  
Rue Gustave-Amweg, 16 - CH-2900 Porrentruy  
contact : Sébastien Rentz

**Agence de Bâle**  
Aeschenvorstadt 71 CH - 4051 Basel  
www.activis.ch



## Région Alsace



"La Région Alsace a lancé un appel d'offres en 2005 afin de pallier un certain nombre de problématiques : en effet, nos sites étaient nombreux, ce qui posait clairement une question d'identité et de visibilité aux internautes et à nos partenaires. De plus, le site de la Région manquait d'ergonomie, et offrait une grande densité d'information rarement mise à jour. Pendant deux ans, la direction de la communication et la Direction des Systèmes d'Information ont travaillé sur le projet, avec l'implication des agents en interne, afin de produire un cahier des charges qui réorganise en profondeur nos outils Web.

Les critères de sélection étaient très précis, à la fois techniques et fonctionnels, mais également une grande qualité de service et un coût optimum. De plus, l'interface du CMS devait impérativement être intuitive et adaptée à notre spécificité : le site compte 100 rédacteurs, avec un workflow et un système de validation à plusieurs niveaux.



Nous avons retenu Activis pour la clarté et la pertinence de son offre, pour son expertise en matière de référencement, mais aussi pour ses références conjointes avec EDS concernant la gestion de projet. Cette connaissance des collectivités nous a donné confiance quant à sa capacité à mener ce type de projet : de fait, Activis et EDS ont su faire preuve de réactivité et d'adaptabilité, notamment au regard de nos process internes qui suivent un certain formalisme.

Direct News a été présenté aux rédacteurs dans le cadre de clubs utilisateurs, et des formations à l'outil et à la rédaction web ont été menées par Activis et EDS afin d'accompagner efficacement la Région dans la mise en place du projet en interne.

Nous apprécions également le fait que Direct News offre de nombreuses fonctionnalités en un seul outil : gestion des templates, de la bibliothèque média, des newsletters, etc...et a facilité l'intégration de nos demandes spécifiques comme par exemple notre moteur externe Synomia. En outre, Direct News a permis d'optimiser un certain nombre de critères demandés pour l'accessibilité du site, en vue de l'obtention du label W3C-WAI niveau bronze, et c'était une priorité.

Nous sommes satisfaits de la prestation et des outils fournis par Activis et EDS, et le site [www.region-alsace.eu](http://www.region-alsace.eu) répond au cahier des charges défini par nos groupes de travail".

Myriam Gros-Hoff, responsable multimédia et webmaster

## Comité Régional de Tourisme Alsace



Le site du Comité Régional de Tourisme Alsace avait déjà fait l'objet d'une reprise avec Direct News orchestrée par Activis voici deux ans. Le site s'offre en 2007 une seconde jeunesse et s'enrichit d'une nouvelle charte graphique réalisée par l'agence Advisa ainsi que de fonctionnalités et de contenus plus nombreux.

Pour cette nouvelle version, l'accent a été mis sur l'interactivité et la personnalisation des services offerts à l'internaute. Outre la connexion à une plateforme de réservation reliée à la base LEI (base de données des offres touristiques), le site propose à l'internaute de créer et de partager s'il le souhaite son carnet de voyage, et de visualiser facilement son itinéraire grâce à l'insertion des cartes Google.

De plus, l'approche marketing est particulièrement mise en avant : la fiche produit propose un hébergement non seulement à proximité du site touristique sélectionné mais également en adéquation avec la thématique choisie (culture, nature, etc...), ainsi que des informations complètes sur le lieu, assorties de brochures téléchargeables et de suggestions de lecture.

De nombreux services sont proposés sur le site : flux RSS, newsletter, réservation en ligne, etc...et sa structure se prête à tous types d'évolutions dans le futur. Intégralement traduit en anglais et en allemand, le site se décline en d'autres langues dans des mini sites également gérés par Direct News.

[www.tourisme-alsace.com](http://www.tourisme-alsace.com)

## Activis en bref

### E-santé

Le portail de la santé dans toutes ses approches : [www.e-sante.fr](http://www.e-sante.fr) propose des contenus et des services aux internautes qui souhaitent prendre en main leur bien-être au quotidien et comprendre les maladies en général. Afin d'être encore plus pertinent sur les différentes thématiques concernées, e-santé a confié à Activis le soin de mettre en place une prestation de conseil en référencement, qui intègre notamment une sensibilisation aux techniques rédactionnelles à l'attention des rédacteurs du site.



### Sick

Présent dans 20 pays à travers le monde, le groupe fournit une gamme complète de capteurs et détecteurs pour des applications industrielles. Sick a choisi Activis pour une prestation de conseil en référencement dans le cadre de la refonte de son site [www.sick.com](http://www.sick.com).



Rédaction: Nathalie ENRET - David EICHHOLTZER Diffusion: 1.500 exemplaires Directeur de la publication: Patrick Rein

Rédaction: ALÉQUATION/IMC

## Le chiffre : 1 000 000



Un million de visiteurs uniques pour l'année 2006, avec des pointes de 50 000 visiteurs en une seule journée, c'est le score du site des Eurockéennes ([www.eurockennes.fr](http://www.eurockennes.fr)), un site géré avec...Direct News !

Après six années d'existence, notre outil de gestion de contenu franchit le cap des 250 licences vendues en France et à l'international. Ce sont donc plusieurs centaines de milliers de pages générées avec Direct News qui sont vues chaque jour !

Direct News permet également à de nombreux contributeurs de participer à la vie du site : ils sont au nombre de 170 pour le Pass Musées ([www.museumspass.com](http://www.museumspass.com)), 100 pour la Région Alsace ([www.region-alsace.eu](http://www.region-alsace.eu)), etc...au total, 3 000 utilisateurs utilisent tous les jours le back-office de notre outil de gestion de contenus.

En constante évolution, Direct News est une solution éprouvée, qui a su gagner la confiance de nos clients et distributeurs.

## Parole de distributeur

Partenaire historique d'Activis, l'agence web Heptades a développé 20 sites avec notre outil de gestion de contenu Direct News, et compte bien ne pas s'arrêter là...



Matthieu Ferry

Née en 2000, Heptades a débuté son activité en créant des sites sur mesure pour ses clients. C'est en recherchant des solutions plus standardisées, afin de réduire les coûts aussi bien que les délais de production, que l'agence se tourne vers Activis et Direct News.

"Au départ, nous développons des solutions pour nos clients à 100% en interne", explique Matthieu Ferry, directeur d'Heptades. "Très vite, la nécessité d'opter pour des solutions existantes et performantes nous a menés à effectuer une étude comparative des principaux outils de gestion de contenus existants. Face à un marché très concurrentiel avec des acteurs de plus en plus matures, il devenait essentiel de se munir d'outils efficaces. Nous avons choisi Direct News, car il offre un nombre intéressant de fonctionnalités, une rapidité de mise en place et une facilité de prise en main par l'utilisateur final."



"Nous avons trouvé avec Activis une bonne synergie : le partenariat se fonde sur une envie réciproque d'avancer et de faire évoluer le produit. A ce titre, l'écoute est essentielle, et le but commun : faire de Direct News un CMS adapté aux problématiques de nos clients. Dans cette optique, Activis a su s'adapter aux différentes demandes que nous avions, notamment en proposant la version Editor de Direct News : elle conserve l'essentiel des fonctionnalités de base de la complète (qui est orientée plus spécifiquement pour les sites complexes et les grands comptes), mais s'adapte mieux aux besoins émanant de nos clients. Et de fait, l'outil répond à leurs attentes, avec une prise en main simple et une grande liberté d'utilisation."

Solidement implantée dans la région de Colmar, Heptades affiche une croissance annuelle moyenne de près de 30%.

## Liens sponsorisés : de nouveaux services très ciblés

Désormais détentrice de la certification "Google Adwords Qualified Professionals 2.0", Activis affirme sa parfaite connaissance de la plateforme de liens sponsorisés Google et de ses dernières nouveautés.

Le positionnement publicitaire prend en effet de nouvelles formes : annonces sous forme d'image (Image Ads), de vidéos (Video Ads), sur les téléphones portables (Mobile Ads). De plus, l'accent a été mis tout particulièrement sur un ciblage géographique précis : AdWords géolocalisés et Local Business Ads. Activis a d'ores et déjà adopté ces nouvelles façons de renforcer sa visibilité, et les a incluses dans les services proposés à ses clients.

## L'équipe référencement s'étoffe



Ana Maria lehlen

Déjà fort de cinq personnes, le département référencement s'enrichit de l'arrivée de deux nouvelles personnes.

Native de Guadalajara au Mexique, Ana Maria lehlen a décroché un master en communication visuelle avant de faire ses armes dans une grande agence de publicité mexicaine en qualité de chef de projet. Parfaitement bilingue, elle met ses compétences linguistiques au service des référencementspagnols de nos clients.

Andreas Haug a effectué un cursus bilingue franco-allemand et est titulaire d'un master en histoire. Après quelques années passées au service rédactionnel et marketing d'une importante maison d'édition à Bâle, ce passionné de culture et de communication devient l'interlocuteur privilégié pour les référencementspagnols de nos clients.



Andreas Haug

## Activis en bref

## Alapage

Spécialiste des loisirs culturels et de la vente par correspondance, alapage.com est un des sites de commerce électronique de France Télécom et se positionne parmi les leaders de son activité. Afin de renforcer sa visibilité au long cours, [www.alapage.com](http://www.alapage.com) a sollicité Activis pour une prestation d'audit et de conseil en référencement.



## Bristol-Myers Squibb

Bristol-Myers Squibb est le 9<sup>ème</sup> groupe pharmaceutique en Europe et focalise sa recherche sur dix axes thérapeutiques prioritaires (cancer, diabète, maladie d'Alzheimer...) qui sont tous des enjeux majeurs de santé publique. Pour le référencement de son site français, [www.bmsfrance.fr](http://www.bmsfrance.fr), le groupe a fait appel à Activis.



## Les subtilités du référencement chinois et japonais

Comment référencer son site sur les moteurs de recherche leaders en Chine et au Japon ? L'équipe d'Activis s'est penchée sur le sujet dans la lettre "Recherche et référencement" d'Olivier Andrieu sur le site [www.abondance.com](http://www.abondance.com).

L'enjeu d'une présence en première page des moteurs de recherche est essentiel mais demande au référencement un travail d'adaptation aux "contraintes" de ces pays, qui sont à la fois d'ordre commercial, technique et sémantique.

## Paysage des outils de recherche en Chine

Le marché des moteurs est beaucoup plus disputé en Chine, notamment avec des moteurs locaux comme Baidu (<http://www.baidu.com/>), qui occupe la position de leader. 76% des internautes chinois utilisent deux moteurs de recherche. Leur deuxième choix se porte alors, logiquement, sur Google.

## Baidu : priorité au référencement payant !

Comme Google, Baidu propose, à droite des résultats de recherche, des liens sponsorisés, mais leur positionnement est régi par un abonnement annuel dans le moteur. La différence entre Baidu et ses homologues américains se situe au niveau de la partie gauche de la page de résultats. En effet, les premiers résultats présentés à l'internaute sont issus des liens commerciaux, dont la position est fonction du prix de l'enchère. Ces liens commerciaux sont facturés au prix au clic.

## Fonctionnement des outils de recherche chinois

Nous ne disposons pas d'informations officielles précises sur le fonctionnement de l'indexation organique par les robots de Baidu. Cependant, tout comme Google Chine, il semble que le fait de suivre les règles édictées dans les "Guidelines" du site Google occidental reste une stratégie gagnante.

## Différence au niveau du traitement sémantique

Chinois simplifié vs. chinois traditionnel : les deux versions sont utilisées et doivent cohabiter. L'intérêt pour le référencement est donc de créer deux versions du site, l'une en chinois simplifié, l'autre en chinois traditionnel. Les deux versions seront donc indexées séparément. L'avantage est conséquent : il s'agit de gagner une double visibilité auprès des internautes chinois.

## Référencement japonais

Tout comme en Chine, Google ne domine pas le marché japonais de la recherche. En revanche, dans ce pays, c'est Yahoo qui mène la danse et non un moteur local. Principales différences de fonctionnement des outils de recherche japonais. Outre l'importance d'avoir de préférence un nom de domaine avec l'extension japonaise, .co.jp, l'encodage html des caractères japonais aura une influence sur la bonne indexation des pages. Chaque moteur ayant une préférence, il faudra s'y plier pour être bien référencé.

## Traitement sémantique : les spécificités "littéraires" du japonais :

Le japonais dispose de 3 modes d'écriture différents qui vont se mélanger entre eux selon des critères particuliers : ancienneté du mot, mot d'origine étrangère, mots de liaison, etc. Il est donc nécessaire de bien savoir quels caractères utiliser pour chaque mot clé en plus du sens de ce mot clé...ce qui complique un peu le travail du référencement. Vous l'aurez compris, le référencement en langue asiatique est passionnant !

## Thierry Stiegler, responsable développement et réseau



Thierry Stiegler

Tout petit déjà, Thierry aiguisait sa curiosité naturelle en démontant tout ce qui lui tombait sous la main. C'est ce désir de savoir ce qui se passe derrière les choses qui l'a mené vers l'électronique puis vers un DUT Services et Réseaux de Communication. Une formation pluridisciplinaire et très complète, au cours de laquelle Thierry fait ses premières armes en programmation web. Il prolonge sa formation par une licence d'informatique, qui lui permet d'approfondir la programmation système et orientée objet. Des compétences qu'il met en pratique dans le milieu associatif, puis dans un stage au Racing Club de Strasbourg et dans une agence de communication strasbourgeoise.

En 2005, il intègre l'équipe d'Activis pour du développement et de l'administration système, et prend la tête du service fin 2006. Son credo : "donner du sens et de la structure" au développement. Etablir le cap et les objectifs de l'équipe en relation aux valeurs de la société, achever la mise en place de normes et de process pour que chacun évolue dans un environnement optimum...des actions dont l'objectif est de "faire les choses le mieux possible" afin de satisfaire le client. Cette constante recherche de perfectionnement répond à une exigence toujours accrue de qualité au sein de l'équipe de développement, et d'Activis en général.

Rigoureux et volontaire, Thierry Stiegler exerce son métier avec passion, et s'attache à toujours mettre l'utilisateur au cœur de ses préoccupations. Chaque nouveau projet est pour lui une mission, toujours possible, qu'il s'attache à remplir avec détermination et professionnalisme. Mais c'est avec une âme d'enfant qu'il regarde grandir son fils, qui pour lui est le plus fascinant des sujets...

## Résultats de référencement

Site	Mot-clé	Moteur	Page	Position	Réponses
Aéroports de Paris	Paris	Google	1	7	413 000 000
Rietschlé Thomas France	Air médical	Google	1	3	192 000 000
CRT Alsace	Tourisme	Google	1	3	71 100 000
Wysistat	Mesure d'audience	Google	1	7	42 900 000
Intégra Langues	Formation langues	Google	1	1	14 700 000
Tryba	Fenêtres	Google	1	1	8 900 000

Site	Mot-clé	Moteur	Page	Position	Réponses
CRT Alsace	Tourismus Frankreich	Google	1	8	1 480 000
Tryba	Fenster Deutschland	Google	1	4	2 330 000
Endress+Hauser	Level measurement	Google	1	1	92 000 000
Atotech	Electronic materials supplier	Google	1	1	7 050 000

Ces résultats s'entendent en première page de Google, au 1er février 2007