**Instructions de base pour la création de métadonnées sur la COVID‑19 pour les produits de nouvelles**

En remplissant bien les champs de métadonnées, vous contribuerez à :

* l’amélioration du classement de vos pages parmi les résultats de recherche;
* la création d’un nouveau répertoire des pages Web du gouvernement du Canada liées à la COVID‑19.

Le présent document fournit des instructions de base sur la façon de remplir certains champs de métadonnées dans les gabarits des produits de nouvelles.

### Type de contenu (obligatoire)

* Sélectionnez le gabarit correspondant au type de produit médiatique que vous voulez créer : document d’information, avis aux médias, communiqué de presse, discours, déclaration.

**Institution** (obligatoire)

* Sélectionnez le ministère ou l’organisme dont émane le produit de nouvelles.

**Partenariat avec une autre institution** (s’il y a lieu)

* Sélectionnez les autres institutions associées au produit de nouvelles.

### Sujets (obligatoire)

* Parcourez la liste de sélection et choisissez la valeur :

**HE Santé et sécurité / Maladie / Maladie infectieuse.**

* Sélectionnez ensuite les autres sujets dans la liste qui se rapportent aux éléments du contexte non liés à la maladie.

### Ministres (obligatoire)

* Sélectionnez tous les ministres pertinents en fonction du contenu du communiqué.

### Thèmes et sujets (obligatoire) / Thèmes et sujets additionnels (obligatoire, s’il y a lieu)

La valeur suivante a été ajoutée **aux listes de sélection pour les champs « Thèmes et sujets »** et « **Thèmes et sujets additionnels »** :

**Santé/Maladies et affections/Maladies/Coronavirus (COVID-19)**

* Pour l’un des deux champs (**« Thèmes et sujets »** ou**Thèmes et sujets additionnels »),** vous devez parcourir la liste et choisir la valeur **Coronavirus (COVID‑19)** si votre page est directement ou indirectement liée à la COVID-19.
* Pour l’autre champ, choisissez des valeurs supplémentaires qui se rapportent directement au **sujet** de la page.

### Auditoire (obligatoire)

Cette valeur correspond aux personnes à qui s’adresse la page ou qui pourraient en bénéficier.

* Sélectionnez les valeurs pertinentes dans la liste. Faites particulièrement attention lorsque vous attribuez des valeurs aux pages présentant un intérêt pour **les Autochtones, les vétérans ou les jeunes**.
* Même si ce champ est obligatoire, ne choisissez pas de valeur s’il n’y en a aucune qui convient (par exemple, si le contenu *porte sur* un groupe, mais ne *s’adresse pas* à lui).

**Recommandations supplémentaires concernant les avis aux médias**

* Choisissez toujours « médias » dans la liste. Sélectionnez d’autres groupes, au besoin.

### Région géographique (obligatoire)

* Sélectionnez « Canada » comme première valeur.
* Sélectionnez les autres valeurs dans la liste, y compris les pays étrangers, qui reflètent la zone géospatiale visée par le contenu du produit de nouvelles.

### Teaser/description (obligatoire)

Utilisez ce champ pour résumer brièvement, de façon claire et précise, le contenu de la page au‑delà du titre.

* Créez des descriptions uniques en utilisant la première phrase du produit *si* elle résume bien le contenu. Supprimez les mots inutiles et les éléments non essentiels abordés dans le corps du produit.
* Mentionnez *à la fois* le coronavirus et la COVID-19 dans la description. C’est particulièrement important si ces deux mots ne figurent pas dans le titre.
* Essayez de limiter la longueur des descriptions en anglais à 130 caractères (espaces comprises) afin de laisser suffisamment d’espace pour des textes en français plus longs.

 **Recommandations supplémentaires concernant les avis aux médias**

* Ne répétez pas le titre dans la description. Si vous ne pouvez pas créer de description ou d’amorce unique comme il est décrit ci‑dessus, créez une nouvelle description normalisée à partir de la première phrase de l’avis aux médias et ajoutez‑y la date (p. ex. *Mise à jour sur le coronavirus [la COVID-19] qui sera présentée par des ministres et des représentants du gouvernement du Canada lors d’une conférence de presse le 6 mai 2020).*

### Titre de l’article (obligatoire)

Le **titre** est la métadonnée la plus importante que vous puissiez attribuer à votre page. Il sert à promouvoir votre page parmi tous les résultats affichés par les moteurs de recherche externes et ceux de la page Nouvelles et de Canada.ca. Le titre figure également dans les médias sociaux et est utilisé pour mesurer le rendement. Il doit être unique, bien résumer le contenu et le faire sortir du lot.

Le titre est un élément important pour le classement de votre page sur **Google**. L’espace réservé aux titres dans les résultats de recherche de **Google** est limité à 600 pixels (de 60 à 70 caractères). Les titres plus longs sont tronqués. Vérifiez comment votre titre y apparaîtra à l’adresse suivante : <https://moz.com/learn/seo/title-tag> (en anglais seulement).

* Créez des titres uniques qui reflètent bien le contenu de la page.
* Mentionnez le coronavirus *ou* la COVID‑19 dans les 60 premiers caractères du titre (pour tenir compte de la variation de la largeur en pixels ou en caractères) si ces mots sont liés au contenu ou directement liés au contexte. Ainsi, il sera évident que la page est liée à la COVID‑19 dans les résultats de recherche externes.

** Recommandations supplémentaires concernant les avis aux médias**

* Si les avis aux médias concernant la COVID‑19 n’auront pas de titres uniques, créez un nouveau titre normalisé plus court qui comprend le terme *COVID‑19*et ajoutez‑y la date afin de distinguer le document des autres portant le même titre (p. ex. *COVID‑19 : conférence de presse du gouvernement du Canada – 6 mai 2020*). Cette pratique présente des avantages pour la mesure des résultats de recherche et du rendement.