Un site Internet gratuit ? Je vous en parle…

Le guide pratique pour choisir une solution gratuite en toute conscience.

LIVRE BLANC, SITE INTERNET ET GRATUITÉ

CHAPITRE I

Le "gratuit" a-t-il un prix ?

Vous lancez votre activité ou vous avez un petit budget : c'est tout à fait normal de vouloir limiter les frais.

Sur le web, il existe une grande variété de solutions présentées comme gratuites, du site vitrine à la boutique e-commerce.

Mais "gratuit" signifie souvent que vous payez avec votre temps ou avec des limites techniques.

Ce guide n'est pas là pour vous faire changer d'avis. Il est là pour vous donner une vision lucide, pour que vous fassiez un choix éclairé plutôt qu'un choix par défaut – et pour que l'outil que vous choisissez aujourd'hui ne vous bloque pas dans six mois.

À retenir : Le bon outil gratuit, c'est celui qui correspond à votre situation aujourd'hui – et qui ne vous ferme pas de portes demain.

CHAPITRE II

Le panorama des solutions gratuites

Plutôt que de lister des outils techniques, classons-les par "familles" selon votre besoin :

- Les "Tout-en-un" (**Wix, Jimdo**) : Pour ceux qui veulent du visuel avant tout. C'est du "glisser-déposer", assez intuitif et visuellement correct pour une vitrine simple. Chronophage, mais l'un des outils les plus utilisés par les débutants en France – et pour cause.
- Le pragmatique (**Google Sites**) : Très simple, sans fioritures. Idéal pour une page de présentation pure, mais très limité graphiquement.
- Le couteau suisse (**Systeme.io**) : Pour ceux qui veulent capturer des emails, vendre un petit service ou automatiser des actions simples. On en parle beaucoup sur les réseaux sociaux, et pour cause : c'est gratuit, accessible et étonnamment complet.
- Les générateurs par IA (**Ionos, Hostinger AI, Durable, Dorik**) : Vous répondez à quelques questions, l'IA génère un site en quelques minutes. Très séduisant sur le papier – on en voit beaucoup la publicité en ce moment. Mais la réalité du terrain est plus nuancée. Voir la partie dédiée ci-dessous.

À retenir : Chaque famille répond à un besoin différent. Choisir le bon outil, c'est d'abord savoir ce que vous voulez faire avec.

CHAPITRE III

Le comparatif : "Est-ce fait pour vous ?"

Si votre priorité est...	La solution conseillée	Le bémol à connaître
La simplicité absolue	Google Sites	Design très basique (« amateur »).
Le look du site	Wix / Jimdo	Publicité pour l'outil sur votre site.
Vendre un service	Systeme.io	Apprentissage un peu plus long.
Aller très vite	Générateurs IA (Ionos, Hostinger, etc.)	Difficile de personnaliser vraiment.

À retenir : Aucun outil n'est parfait. Le meilleur est celui dont les limites vous gênent le moins.

CHAPITRE IV

Ce qu'il faut savoir avant de se lancer

1. **Le nom de votre site** : êtes-vous chez vous ?
Une adresse gratuite ressemble souvent à votre-nom.plateforme.com. Pour un client, cela peut donner une impression de "provisoire". Et si vous voulez changer d'outil un jour, vous ne pouvez pas emmener votre adresse avec vous : il faudra repartir de zéro ailleurs.

2. **Le référencement** : "On vous cherche" ou "On vous suit" ?
Voici une différence importante à comprendre entre votre site et vos réseaux sociaux :

- Sur Facebook/Instagram, on vous suit : C'est votre journal de bord pour vos clients actuels.
- Sur Google, on vous cherche : Un inconnu tape "Plombier [Votre Ville]". Un site gratuit permet d'être trouvé par votre NOM, mais rarement par votre MÉTIER. Pour que Google vous mette en avant face à la concurrence, il faut une structure pro et un nom de domaine à vous.

3. **Les publicités imposées**
Puisque c'est gratuit, la plateforme se rémunère en affichant sa propre publicité sur votre page. Cela peut brouiller votre image de professionnel.

À retenir : Un site gratuit est un excellent point de départ. Mais il a ses règles – et ce sont celles de la plateforme, pas les vôtres.

CHAPITRE V

La gratuité a un coût !

On pense souvent que "gratuit" signifie "zéro dépense". C'est vrai pour votre compte bancaire, mais pas toujours pour votre entreprise. Voici ce que vous payez réellement :

- **En Image** : Une adresse compliquée et des publicités tierces sur votre page.
- **En Temps** : Les heures passées à comprendre l'outil seul.
- **En Propriété** : Le site ne vous appartient pas techniquement.
- **En Évolution** : Les options avancées coûtent souvent plus cher qu'une solution pro dès qu'on sort du cadre gratuit.

Ce qu'apporte une solution professionnelle : Un nom de domaine à vous, aucune publicité tierce, un référencement local pensé pour votre métier et votre zone géographique, un site que vous possédez vraiment – et un interlocuteur humain et réactif quand quelque chose ne va pas.

CHAPITRE VI

J'ai Facebook, ça ne suffit pas ?

C'est la question qu'on me pose le plus souvent. Voici ce que je réponds.

Le match : **Facebook vs Site Internet**

Le flux vs la structure : Sur Facebook, vos informations sont "enterrées" en 48 heures sous de nouveaux posts.
Sur votre site, vos tarifs, vos photos et vos services sont classés et accessibles en un clic, à n'importe quelle heure.

Le "Journal" vs "L'Atelier" : On va sur Facebook pour se divertir – en concurrence avec des vidéos de chats et les photos de vacances de la voisine. On vient sur votre site pour choisir un professionnel. Vous êtes seul face à votre futur client. Le site transforme l'intérêt en devis.

La dépendance vs la propriété : Demain Facebook change ses règles, réduit votre visibilité ou disparaît – et vous perdez tout. Votre site, lui, vous appartient.

À retenir : Sur Facebook, vous animez une communauté. Sur votre site, vous convainquez un futur client. Les deux sont utiles – mais ils ne font pas le même travail.

CHAPITRE VII

J'ai Google Maps, ça ne suffit pas ?

C'est aussi une question fréquente. Je vous explique.

Le match : **Google Maps vs Site Internet**

L'Enseigne vs La Vitrine : Votre fiche Maps dit : "J'existe et je suis ici." Votre site dit : "Voilà pourquoi vous devez me choisir moi plutôt que le voisin."

La conviction : La fiche donne l'adresse, le site apporte la confiance en détaillant votre savoir-faire. Une fiche sans site, c'est comme une enseigne dans la rue qui mènerait à une porte close.

La comparaison : Sur Maps, votre client voit votre fiche… et celle de vos trois concurrents juste à côté. Sur votre site, il n'y a que vous.

À retenir : Votre fiche Google Maps est votre enseigne lumineuse locale. Votre site est votre magasin – il donne envie d'y entrer. L'un sans l'autre, c'est une boutique sans enseigne.

CHAPITRE VIII

Les générateurs IA : la promesse vs la réalité

Des hébergeurs comme Ionos et Hostinger en font la publicité à la radio, sur Facebook. La promesse est séduisante : un site en quelques minutes, sans compétence technique. La réalité est plus nuancée.

"C'est rapide" – oui, mais pour qui ?
Le résultat initial est souvent bluffant. Mais modifier un bloc, repositionner un élément, changer une couleur ? Chaque action devient une exploration. Ni vous ni un professionnel ne peut intervenir facilement sur ces plateformes fermées.

Le contenu et le SEO : une double illusion
L'IA génère des textes à partir de quelques mots-clés – sans connaître votre métier, votre zone géographique, vos clients. Résultat : un contenu générique que vous devrez retravailler seul, sans accompagnement. Et côté SEO, pas de stratégie, pas d'analyse locale, pas de structure pensée pour Google. Votre site sera visible par votre nom – rarement par votre métier.

"C'est gratuit" – vraiment ?
Le générateur est gratuit… à condition de payer l'hébergement mensuel. Du semi-gratuit pour un résultat semi-pertinent, sans accès au code, avec une dépendance totale à la plateforme.

CONCLUSION

Choisir en connaissance de cause

À retenir : Commencer avec ce que vous avez, c'est déjà bien. Savoir où vous voulez aller, c'est encore mieux.

Quelques questions avant de vous lancer

- Avez-vous 15 à 20 heures pour créer le site vous-même ?
- En cas de blocage, saurez-vous vous débrouiller seul – ou avec un support automatisé souvent payant ?
- La mention "Créé par [Outil]", ou le manque de visibilité, vous posent-t-ils un problème d'image ?

Le gratuit est une bonne rampe de lancement. Gardez simplement en tête que votre site gratuit est une location. **Le jour où vous voudrez être vraiment "chez vous", je suis là.**

Votre contact local

Philippe Lecomte — *Expert Web depuis 26 ans*

06 61 46 36 80

contact@philippe-lecomte.com

www.philippe-lecomte.com

Sougé - Vallée du Loir – Loir-et-Cher (41)