

Réseaux & médias

Le " Panda " de Google attaque les agrégateurs de contenus

Après la mise à jour du moteur de recherche, des sites ont été déréférencés en France



Le groupe américain Google a mis à jour, le 13 août, l'algorithme de son moteur de recherche. Déjà disponible aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, cette " révision ", baptisée " Panda ", a pour but de sanctionner les sites Web ne produisant pas de contenu original, ou " fermes de contenu ". Elle " s'effectue pour toutes les langues sauf le chinois, le japonais et le coréen ", précise l'entreprise sur son blog officiel.

D'après les données de sites spécialisés, publiées mardi 16 août, cette mise à jour semble avoir les mêmes effets en France que dans les autres pays, comme le Royaume-Uni. Les agrégateurs de contenus, les comparateurs de prix et les moteurs de recherche d'individus, comme 123people, figurent parmi les sites les plus déréférencés.

Selon les chiffres de Searchmetrics, l'agrégateur d'information Wikio accuse la plus forte baisse, avec une exposition réduite de près de 75 % dans le moteur de recherche du groupe de Mountain View (Californie). Ce site est suivi du comparateur de prix Ciao, propriété de Microsoft depuis 2008 (- 62 %), et du blog " Buzz en direct " 1001actus (- 55 %).

Pour mesurer la visibilité d'un site dans le moteur de recherche, Searchmetrics procède à une analyse de mots-clés et évalue leur positionnement dans les pages de résultats de Google. Mais " nous ne prédisons pas le trafic réel qui arrive sur un site Web, qui peut avoir de nombreuses origines, comme la publicité, le courriel, les réseaux sociaux, et pas uniquement la visibilité sur Google ", tempère le site de Searchmetrics. A la fin de l'année 2010, Google s'arroge toutefois plus de 90 % des parts de la recherche sur le Net en France.

Les résultats de Searchmetrics sont en partie corroborés par un autre indice, réalisé par un autre spécialiste du référencement, Ranking Metrics, qui note néanmoins des pertes de visibilité moindres, entre - 55 et - 51 %, pour les sites les plus touchés.

Annuaire pour entreprise

Les principaux gagnants après la mise à jour en France sont les grands sites de services sur le Web, à commencer par l'encyclopédie en ligne Wikipédia, dont l'exposition croît, globalement, de plus de 8 %. Les sites de vidéo en ligne progressent aussi fortement : YouTube, propriété de Google, et Dailymotion sont plus visibles (respectivement 53 % et 44 %). Les sites de réseaux sociaux, comme Facebook et Twitter, sont aussi mieux référencés (+ 10 et + 26 %), mais également la marque Apple, dont le site officiel est mieux exposé sur le moteur de recherche américain.

D'une manière générale, les résultats des requêtes des internautes en France sont assez similaires à ceux enregistrés dans des pays comme le Royaume-Uni et l'Allemagne, même si Searchmetrics distingue quelques différences. Certains sites " gagnants " en Allemagne figurent ainsi parmi les " perdants " dans l'Hexagone. C'est par exemple le cas de l'annuaire pour entreprises Cylex, remarque Searchmetrics.

Lors de l'annonce du déploiement de Panda au reste du monde, Google avait pour sa part annoncé un impact de l'ordre de 6 % à 9 % dans les résultats perçus par les utilisateurs. La première version de Panda affectait " environ 12 % des résultats perçus par les utilisateurs pour les requêtes anglophones ", a rappelé Google sur son blog officiel.

Laurent Checola

© Le Monde