

LES MISES À JOUR (UPDATES) DE GOOGLE : CE QUI CHANGE ET COMMENT LES ANTICIPER ?

Posted on 15 avril 2019



Chaque année, Google met en place plus de 2 500 changements de son algorithme de recherche et de ses interfaces utilisateurs. Parmi tous les updates de l'algorithme, certains sont invisibles, passent inaperçus, et d'autres ont beaucoup plus d'impact sur les classements, comme Medic en 2018 ou Florida 2 dernièrement. Comment faire pour tenter d'anticiper au mieux ces grands mouvements ? Existe-t-il des solutions pour mener une veille permettant de ne pas voir votre site touché par ces mises à jour ? Pas si simple. Mais voici quelques pistes de réflexion...



Par Daniel Roch

Régulièrement, de nouvelles mises à jour de l'algorithme de Google font parler d'elles, car elles impactent de façon plus ou moins importante le positionnement des sites. Récemment, nous avons ainsi eu droit à "Florida 2" et à "Medic". Qu'est ce qui a changé avec ces mises à jour, et comment les anticiper ?

C'est quoi une mise à jour chez Google ?

Google fait évoluer son moteur de recherche en continu. Il va ainsi modifier son algorithme, certains filtres et certains critères précis plusieurs centaines (voire milliers) de fois par an (par exemple, [2 500 fois en 2017](#)). Pour beaucoup, ces changements sont mineurs ou très spécifiques à un secteur d'activité, à un type de résultat, à un type de site, à un pays, etc.

Dans cet article, nous allons plutôt parler des changements majeurs qui vont impacter globalement et simultanément des milliers de sites à la fois.

Différencier filtres et changements algorithmiques

Google donne parfois des noms à des changements importants, par exemple les célèbres Panda et Penguin. Parfois, c'est la communauté qui va attribuer un nom à une modification majeure de l'algorithme. Dans un cas comme dans l'autre, il est important de pouvoir comprendre ce dont il s'agit.

Les filtres

Dans ce premier cas de figure, Google va lister une série d'URL et/ou de sites qui ont un critère commun, puis va appliquer à ces derniers une modification de leur classement à un instant T, à la hausse comme à la baisse. C'est notamment le cas avec Penguin qui affecte des pages à un moment précis lorsque Google juge leurs liens non naturels et trop optimisés.

Au départ, pour sortir d'une pénalité liée à un filtre, il fallait attendre la mise à jour suivante du filtre concerné. Pour le cas de Penguin, cela pouvait prendre des mois. Heureusement, aujourd'hui, des filtres comme Panda ou Penguin sont désormais intégrés dans l'algorithme et tournent en temps réel. Mais il existe beaucoup de filtres chez Google et on ne sait pas toujours comment fonctionnent les autres...

Les changements algorithmiques

A l'inverse, Google peut parfois décider de pondérer autrement les critères de positionnement d'une URL ou d'un site, d'en prendre en compte de nouveaux ou bien d'en ignorer. Dans ce cas de figure, une fois déployées, les modifications impacteront en continu tous les sites. Si l'on améliore son contenu dans le bon sens, on peut donc théoriquement avoir un impact positif immédiat sur son positionnement, et inversement.

La suite de cet article est réservée aux abonnés.

Vous êtes abonné(e) ? Tapez vos identifiant ci-dessous pour accéder à l'article complet :
(ou [Abonnez-vous en cliquant ici](#))

Username or Email

Mot de Passe

Se souvenir de moi

Login

[Mot de passe oublié ?](#)



Daniel Roch, consultant WordPress, Référencement et Webmarketing chez SeoMix (<http://www.seomix.fr>)