

## ZONE ABONNÉS : Archives de la lettre "R&R"

**Septembre 2000**

### ■ Au coeur de Yahoo France !

**Yahoo! France** URL : <http://fr.yahoo.com/> ou <http://www.yahoo.fr/>

Sur Abondance : <http://www.abondance.com/outils/yahoo-fr.html>

Nombre de sites référencés : 115 000

Nombre de rubriques : 34 000

Trafic : plus de 260 millions de pages vues pour Yahoo! France (juin 2000)

Dirigeant : Philippe Guillanton.

Adresse postale : 11 Bis rue Torricelli, 75017 Paris

Taille : 70 personnes

La plupart des ordinateurs serveurs de Yahoo! France sont localisés en Suède, à Stockholm.

Documentalistes : 14 "sédentaires", aucun en télétravail.

### Fonctionnement du service "annuaire"

-----

L'équipe de surfers de Yahoo! est composée de 14 personnes (il est à noter qu'il y a très peu de turn-over dans l'équipe et que les départs ont été très rares depuis quelques années), chacune étant "semi spécialisée" dans un domaine (nous y reviendrons plus loin). Ils reçoivent environ 1 000 soumissions par jour (le chiffre est en constante augmentation) et acceptent environ un quart de ce nombre.

La liste des sites acceptés, accessible quotidiennement, est disponible à l'adresse :

<http://fr.dir.yahoo.com/nouveautes/>

Vous pouvez ainsi vérifier si le vôtre y est présent, chaque matin ;-)

Il peut cependant arriver, parfois, que l'évaluation de certains sites soit remise à plus tard, par manque de temps et selon l'afflux des demandes.

Le temps de travail des netsurfers est divisé en plusieurs "tranches". En fait, très peu d'entre eux ne font que du netsurfing, afin d'éviter une certaine routine. D'autre part, les netsurfers ont de nombreuses autres activités, très consommatrices de ressources. Ils ont, pour la majorité d'entre eux, un travail éditorial à réaliser sur le site (actualité, aide en ligne, contenu, définition de l'arborescence d'autres parties du portail, etc.), selon un certain pourcentage de leur temps. Certains font du netsurfing à 100% (assez peu), d'autres à 40%, d'autres à 10%, etc. Ainsi, un netsurfer peut rentrer dans la base de 2 à 150 (pour les stakhanovistes - ils se reconnaîtront ;-)) sites par jour.

Sur le temps de netsurfing, ils se répartissent les catégories de l'annuaire en se spécialisant sur tel ou tel domaine. Par exemple, l'un s'occupera de 100% de la rubrique (les exemples sont imaginaires et sont là uniquement pour illustrer le propos) "musique>auteurs-compositeurs", 100% de "littérature>livres pour enfants" et 50% de "sports et loisirs>kayak". L'autre moitié de cette dernière rubrique sera prise en compte par un autre netsurfer. Une partie des sites à évaluer est également attribuée aux netsurfers au hasard.

En effet, bien que chaque netsurfer soit spécialisé dans plusieurs domaines, ils doivent être capables de travailler sur des rubriques qui ne sont pas, a priori, dans leurs attributions. Le fait d'avoir à évaluer des sites au hasard fait donc partie de cette vision de leur métier.

Tous les sites entrés dans la base ne sont pas issus de soumissions des webmasters sur l'annuaire. S'il fallait donner un chiffre approximatif, on pourrait dire qu'environ 80 à 90% des sites inscrits sont issus de ces soumissions volontaires et 10 à 20% sont rentrés sur la base d'une veille des netsurfers sur leurs domaines de prédilection. Ils ont même obligation d'effectuer une veille de ce type pour ne pas rater de site "évident" et majeur qui ne se serait pas soumis de lui-même (pourtant, on sait bien que cela n'arrive jamais ;-)).

### Référencement des sites

-----

Lorsqu'ils commencent leur journée, les netsurfers utilisent un outil logiciel développé spécifiquement, appelé la "Hotlist". Cet outil a été développé (depuis pas mal de temps, certaines traces des développements de David Filo et Jerry Yang - fondateurs de l'outil en 1994 - y subsistent encore) pour être interfacé avec le logiciel Netscape Navigator et ne fonctionne pas sur Microsoft Explorer. Seul le navigateur Netscape est donc utilisé par les netsurfers. Il vous faut donc être sûr que votre site s'affiche bien sur Netscape, ce

navigateur étant beaucoup moins permissif que MIE. Il se peut très bien qu'une page HTML s'affichant parfaitement sur le navigateur de Microsoft ressorte très bizarrement - voire sous la forme d'une page entièrement blanche - sous Netscape. Une gestion et un affichage différent des tableaux, notamment, peut conduire à ce type de désagrément. Une seule balise </td> ou </tr> en moins et c'est la catastrophe ! Testez donc bien vos sites sur ce navigateur avant toute soumission.

Lorsqu'ils utilisent le logiciel "Hotlist", les neturfers utilisent un outil baptisé "Categorizer" qui leur indique, pour chacun d'entre eux, la liste des sites soumis dans les rubriques qui leur sont alloués, ainsi que les sites proposés de façon aléatoire.

Ces sites - la liste est dédoublonnée au cas où plusieurs soumissions d'un même site auraient été réalisées dans la journée - sont classés en plusieurs domaines qui peuvent être scindés en deux parties :

- Les sites ayant un nom de domaine propre (www.monsite.com). Il peut arriver qu'ils soient traités en priorité, mais ce n'est ni une obligation ni une habitude.
- Les sites classés ne disposant pas d'un nom de domaine spécifique. La plupart du temps, il s'agit de sites hébergés gratuitement par un IPPS (termes utilisé chez Yahoo! pour représenter les hébergeurs gratuits : Geocities, Chez.com, Multimania, etc., dont une liste est disponible sur la "Hotlist" et peut être maintenue par chaque neturfleur).

Bien entendu, dans chacun de ces deux domaines, les sites soumis sont répertoriés par catégories demandées par les webmasters.

Avant de commencer l'évaluation d'un site, le neturfer a la possibilité de cliquer sur un bouton "Find URL" qui va lui indiquer si le site ne se trouve pas déjà sur l'annuaire.

### **Critères de prise en compte**

-----

Les critères de prise en compte sont finalement simples : l'objectif est de faire en sorte qu'un internaute qui viendrait sur Yahoo! France trouve une réponse à ses questions. Dans cette optique, si une rubrique contient déjà 20 sites sur les Pokemon, il faudra vraiment que, si un vingt et unième est proposé, il soit réellement TRES bon pour être accepté. C'est à la fois assez logique - dans le sens où il y a dans la rubrique adéquate de nombreux sites qui répondent déjà à la question - et illogique car le site soumis est peut-être plus pertinent que la moitié des sites déjà présents dans la catégorie. Mais Yahoo! France, contrairement au Guide de Voila, ne supprime pas des sites déjà présents, même s'ils sont devenus moins pertinents avec le temps. Cela reste quand même la plupart du temps un traitement au cas par cas, chaque site étant évalué de la façon la plus efficace possible. Il n'existe aucune limite (maximale ou minimale) pour les neturfers dans le temps d'évaluation d'un site. Cela peut prendre une minute ou vingt minutes, selon le contenu proposé. Les neturfers sont même souvent encouragés à consulter en profondeur un site qui serait réellement intéressant, afin de casser le côté parfois un peu monotone de leur métier.

Contrairement à des annuaires comme Nomade ou le Guide de Voila, les neturfers de Yahoo! n'ont pas la possibilité d'ajouter des mots clés complémentaires lors de l'ajout d'un site dans la base. La recherche par mot clé d'un internaute sur le site portera uniquement sur le titre, le résumé, l'intitulé de la rubrique et l'url du site. Rien de plus.

Une fois le site évalué, le neturfer a la possibilité d'effectuer plusieurs actions (seules les deux principales sont ici présentées) :

- "Add" : le site est accepté. Deux messages différents peuvent être envoyés pour avertir le webmaster : l'un "classique" indiquant que le site a bien été pris en compte et sera visible dans l'annuaire d'ici 48 heures, l'autre étant identique mais proposant également d'acheter d'éventuels bandeaux publicitaires sur l'annuaire. Ce second message est envoyé aux sites qui pourraient être des annonceurs potentiels. Une autre possibilité ("message only") permet au neturfer de saisir un message personnel, si le site lui a particulièrement plu.
- "Deny" : le site est refusé. Plusieurs messages sont possibles, selon la raison du refus (ici aussi, seuls les plus importants sont présentés) :

- \* Le site existe déjà dans l'annuaire.
- \* Il n'y a pas de catégorie adéquate et la création d'une nouvelle catégorie n'est pas opportune (très rare).
- \* Site non disponible en langue française (très souvent).
- \* "General Category" : le site a été trop soumis trop en amont dans l'arborescence de l'annuaire, dans une rubrique pas assez précise.
- \* Lien mort : l'adresse indiquée aboutit à une erreur 404 (très courant, notamment pour les sites hébergés chez Multimania, Chez.com et consorts)
- \* Pas d'adresse postale (ville + code postal), alors que cette donnée est demandée dans le

formulaire de soumission (très rare)

\* Priority Queue : nous aurons l'occasion de reparler de cette fonction (abandonnée aujourd'hui) dans un future lettre.

\* Redirect : adresse de redirection vers une autre page.

\* Page correspondant à une partie de site (du type [www.monsite.com/produits/chaussures.html](http://www.monsite.com/produits/chaussures.html)) et n'étant pas autonome. Ce point est important : une partie de site ([www.monsite.com/actualite/](http://www.monsite.com/actualite/)) peut être indexée dans Yahoo! France si elle a une "existence propre", c'est à dire si son contenu est totalement autonome du reste du site et peut répondre aux questions des internautes. S'il s'agit plutôt d'une rubrique lambda, rattachée directement à la page d'accueil d'un site généraliste, elle ne sera pas prise en compte.

\* Site en construction.

\* "Wrong url" : l'adresse soumise ne correspond pas au titre et au résumé proposé (assez fréquent).

\* Possibilité également d'écrire un mail perso (du type "votre site n'a pas pu être accepté par manque de contenu, mais resoumettez-le dans 3 mois, car il semble promis à un bel avenir").

\* Business Page/ Regional Page / Personnel Page : le site a été soumis dans la mauvaise zone de l'annuaire, il aurait plutôt dû être proposé dans les parties Business, Regional ou Pages Personnelles.

Ces courriers types sont des bases de travail, les netsurfeurs pouvant les personnaliser avant de les envoyer selon le contenu des sites et la façon dont ils les ont appréciés.

Un site refusé peut également ne pas faire l'objet de l'envoi d'un message à son webmaster.

Un site refusé n'est pas fourni à Google pour indexation ultérieure (selon ce que m'avait dit un contact chez Inktomi, yahoo.com le faisait à l'époque : tout site anglophone non retenu était envoyé à Inktomi pour prise en compte par ses spiders ; il ne semble pas que cela soit le cas avec Yahoo! et Google).

Ceci dit, pour éviter la plupart de ces désagréments, la façon de soumettre au mieux un site sur Yahoo! a été décrite en détail dans un fichier PDF disponible sur Abondance (<http://www.abondance.com/livre/chapyahoo.html>), aussi nous n'y reviendrons pas. Vous trouverez également sur Abondance un certain nombre de conseils complémentaires, tous valables sur Yahoo! France, à l'adresse : <http://www.abondance.com/docs/contraintes.html>

Chaque netsurfer de l'annuaire a la possibilité de rajouter une rubrique de lui-même sur l'annuaire. Si le thème n'est pas "sensible" (type : "viticulteurs à Heiligenstein, Alsace" ;-)), pas de problème, tout se fait de façon automatique. Si le thème est estimé "sensible" (la notion de "sensibilité" étant assez vaste chez Yahoo!, disons qu'il s'agit de rubriques plutôt "phares", "dont on parle"), alors, un mail est envoyé à tous les netsurfeurs, un débat s'engage et une décision est prise. Ainsi, la rubrique sur l'ADSL (connexion Internet à haut débit sur fil téléphonique), s'est vue adjoindre un développement de l'acronyme après débat "public" entre les netsurfeurs (vous pouvez d'ailleurs voir sur cet exemple que la définition du terme "sensible" est assez large chez Yahoo! ;-)) :

[http://fr.dir.yahoo.com/Informatique\\_et\\_multimedia/Communication\\_et\\_reseaux/Asymetric\\_digital\\_subscriber\\_line\\_\\_ADSL\\_/](http://fr.dir.yahoo.com/Informatique_et_multimedia/Communication_et_reseaux/Asymetric_digital_subscriber_line__ADSL_/)

au lieu de :

[http://fr.dir.yahoo.com/Informatique\\_et\\_multimedia/Communication\\_et\\_reseaux/ADSL/](http://fr.dir.yahoo.com/Informatique_et_multimedia/Communication_et_reseaux/ADSL/)

Un juriste est également disponible dans le personnel de Yahoo! pour aider les netsurfeurs au cas où certains sites ou certaines rubriques pourraient poser problème.

Les sites frappés d'obsolescence (erreur 404) sont pourchassés grâce à un logiciel spécifique (les sites "morts" sont traités avec une procédure poétiquement appelée "morgue", avec autopsie (sic) des url à problème, diagnostic et éradication éventuelle des sites en question).

### **Délais et procédure de resoumission**

-----

Les délais de prise en compte d'un site sur Yahoo! France sont d'environ 3 à 4 semaines. Il est important de resoumettre si votre site n'apparaît pas sur l'annuaire au bout d'un mois et si vous n'avez pas reçu de mail à l'adresse fournie lors de la soumission. Il se peut également que votre site soit "passé à l'as" pour tout un tas de raisons (dont des raisons techniques, votre site n'ayant jamais été reçu par Yahoo!, tout simplement).

La resoumission d'un site n'est jamais prise en compte de façon négative par Yahoo! si elle s'effectue dans des délais raisonnables (supérieur ou égal à 3 semaines). Donc, n'hésitez

pas à le reproposer, en réévaluant peut-être, à cette occasion, le titre, le résumé proposés ainsi que les rubriques demandées, afin d'aider au mieux le netsurfeur dans sa tâche.

En cas de problème "chronique" (site que vous jugez de bonne valeur et n'apparaissant toujours pas au bout d'un certain nombre de soumissions), il existe une possibilité à utiliser de façon parcimonieuse, mais qui fonctionne très bien, justement et uniquement lorsqu'elle est utilisée de façon parcimonieuse : si votre site n'apparaît pas au bout de plusieurs mois et de plusieurs soumissions effectuées "dans les règles" (et, je le répète au risque d'être taxé de lourdeur, uniquement si vous estimez que votre site "en vaut la peine" - je sais, c'est très subjectif), vous pouvez envoyer un mail à l'adresse [webmaster@fr.yahoo-inc.com](mailto:webmaster@fr.yahoo-inc.com), en indiquant poliment (ben oui) l'adresse du site, son titre, les rubriques que vous avez demandées, bref, en rappelant toute la fiche descriptive que vous avez indiquée lors de la dernière soumission. Expliquez pourquoi vous envoyez ce mail, ce qui motive le fait que vous préférez envoyer un message plutôt que de resoumettre une fois encore. Soyez franc et n'essayez pas d'inventer des histoires sans queue ni tête. En règle générale, le site est ensuite pris en compte très rapidement (souvent dans la journée).

**ATTENTION** : cette procédure d'envoi de mail est tout à fait acceptée par les netsurfers s'il n'y a pas d'abus de la part des webmasters. Soyez, s'il vous plaît, assez intelligents pour comprendre que si certains font n'importe quoi sur cette adresse e-mail, plus aucune demande par l'intermédiaire de la messagerie ne sera plus prise en compte. Donc, n'envoyez pas un mail tous les jours pour demander une inscription (je caricature à peine), n'envoyez pas de mail comportant les fiches descriptives des 20 derniers sites que vous avez soumis en demandant aux netsurfers de s'en occuper en urgence, bref, soyez humains, que diable, et dites vous que vous avez en face de vous des gens qui tentent de faire leur métier du mieux possible et qui sont tout simplement des êtres humains, comme vous. Alors, traitez les comme vous aimeriez être traités si vous étiez à leur place (ils sont plutôt cools, l'ambiance est du genre décontractée dans l'équipe et ils sont bien loin de se prendre la tête en se disant qu'ils gèrent l'un des sites à plus forte audience du Web français), et vous serez surpris de l'efficacité des résultats !

D'autre part, préférez largement le mail au téléphone, plus intrusif, pour demander ce type d'information.

Enfin, sachez que Yahoo! france, comme les autres annuaires francophones, entretient une "liste noire" (environ 200 sites y sont inscrit depuis septembre 96), comprenant les urls des "petits filous" qui ont tenté de ruser avec l'outil de recherche (plusieurs soumissions d'un même site sous des urls différentes, nombre incalculable de soumissions rapprochées, etc.). Pour ceux-là, hélas (mais ils l'ont bien cherché), la messe est dite...

### Infos complémentaires

Quelques liens complémentaires sur Yahoo! France :

Mode d'emploi du référencement sur Yahoo! :  
<http://fr.docs.yahoo.com/aide/chapitres/10/1.html>

Mode d'emploi général de Yahoo! France : <http://fr.docs.yahoo.com/aide/>

Contacts : <http://fr.docs.yahoo.com/rp/contact.html>

Et si ça vous intéresse, Yahoo! France recrute ;-) :  
<http://fr.docs.yahoo.com/info/recrute.html>

### ■ Au coeur de Nomade.fr, le "Guide qui trouve" !

#### Nomade.fr

Slogan : "le guide qui trouve"

Adresse : <http://www.nomade.fr/> Sur Abondance :  
<http://www.abondance.com/outils/nomade.html>

Nombre de sites référencés : plus de 100 000

Nombre de catégories : plus de 9 000

Trafic : 170 000 visites par jour. Près de 30 millions de pages vues en mars 2000.

Dirigeants : Gilles Ghesquière (Président). Jean Postaire (Directeur Général).

Adresse postale : 10, rue Fructidor, 75384 Paris Cedex 17

Taille : 85 personnes

Documentalistes : 6 "sédentaires" et une vingtaine en télétravail.

Nomade.fr fait partie du Liberty Surf Group (qui détient également Republica.fr - site de communautés -, AXS Telecom - prestataire en télécommunications, Toobo - comparateur de prix - ou Chez.com - hébergeur de sites personnels. Le Liberty Surf Group détient également le moteur de recherche Eclia. Voir <http://www.libertysurf.com/> pour plus d'information)

## **Fonctionnement du service "annuaire"**

---

Le service Documentation, chargé de la gestion de l'annuaire (référencement de nouveaux sites) est composé de six documentalistes présentes chez Nomade.fr et de vingt référenciers travaillant à distance. Il s'agit d'étudiants en documentation qui effectuent cette tâche en plus de leurs études, dans le cadre d'un contrat de travail avec Nomade.fr. Leur travail est systématiquement contrôlé, vérifié et éventuellement corrigé par l'équipe de "sédentaires" tout au long de leur formation aux techniques de référencement de Nomade. En effet, les responsables de l'annuaire estiment qu'il faut au moins 120 "heures de vol" pour bien maîtriser le référencement de site chez eux et notamment la classification au sein de l'arborescence qui compte aujourd'hui plus de 9 000 rubriques différentes. Rappelons en effet que chaque site doit être classé dans la/les catégories (3 au maximum) les plus précises possibles.

Les personnes référençant les sites sur l'annuaire ont pour la plupart un cursus de documentaliste, ce qui explique la qualité des résumés proposés pour les sites inscrits. Ces résumés sont certainement parmi les meilleurs à l'heure actuelle sur les outils de recherche du Web francophone. Il n'y a pas de spécialisation par domaines des documentalistes, comme chez Voila ou Yahoo!. Chaque site à référencer est attribué "au hasard" à une personne de l'équipe.

L'interface de saisie des sites a été réalisée par l'équipe technique de Nomade et est disponible sur le Web, via un accès réservé et confidentiel, bien entendu (faut pas rêver ;-)). Ce n'est donc plus une application de type "saisie base de données" comme chez Voila, par exemple. L'accès à cette nouvelle interface de gestion des sites a été développée sur le Web (elle est disponible depuis octobre 99) pour faciliter l'accès à la base pour les travailleurs à distance.

L'équipe de documentalistes/référenciers mise en place aujourd'hui permet de traiter plus de 5 000 sites par semaine. Cela leur a permis de fêter le cap du 100 000<sup>ème</sup> site inscrit au 1er août dernier, ce qui met Nomade au niveau de Yahoo! France, loin devant ses challengers (le suivant, le Guide de Voila, propose, pour sa part, 65 000 sites), excepté Ctrouvé (<http://www.ctrouve.com/>) qui propose, selon les chiffres annoncés, 130 000 sites, mais qui est moins connu et moins utilisé.

Rappelons, pour la petite histoire, que Nomade.fr est né du don gracieux de la base de données de l'Urec (<http://web.urec.fr/>) qui recensait, dès 1994, l'ensemble des sites web français. En effet, Jean Postaire, l'un des co-créateurs de l'outil, est allé voir, à cette époque, le responsable de l'Urec pour lui demander comment ils pourraient s'entendre pour reprendre le contenu de leur base. Celui-ci lui a répondu qu'en général tout le monde la lui piquait sans jamais rien demander et puisque Jean Postaire lui en faisait ouvertement la demande, il ne voyait pas comment il pouvait la lui refuser et ne pas lui laisser l'utiliser. La correction est une valeur sûre... ;-)) Rappelons, pour l'anecdote, que lors de la sortie de mon premier livre, "Internet - Guide de connexion", en 1994, la liste exhaustive des sites web français tenait sur quatre pages petit format !. Que ceux qui ont connu cette époque versent une larme nostalgique... ;-)) Bon, reprenons nous et revenons à nos moutons...

Lorsqu'une demande d'inscription d'un site arrive, un documentaliste ayant le grade d'administrateur regarde dans un premier temps si le site n'est pas déjà dans la base (détection de doublons). Un outil spécifique a été développé à cet effet, qui permet d'effectuer une recherche par mots clés dans la base. Toutes les tentatives de "spam aux annuaires" sont, de toutes façons, globalement connues par les administrateurs de la base, ne vous amusez donc pas à tenter de faire n'importe quoi, sous peine de connaître les affres de la "black list" (voir plus loin).

Si le site n'est pas présent dans la base, le documentaliste a ensuite accès aux données qui ont été saisies par la personne ayant référencé le site grâce au lien "Ajouter un site" (<http://ajouter.nomade.fr/ajouter/>).

### **Gestion des indications descriptives du site**

---

A ce niveau, les données fournies sont modifiées, en règle générale à 80% par les documentalistes-référenciers.

Le titre : il doit indiquer le nom de la société, de l'organisme, de l'association, bref de l'entité qui est responsable des données. Un titre comme "Bienvenue sur le site de l'entreprise Tartempion" est inutile. Il sera raccourci en "Tartempion" uniquement. Nous ne nous appesantirons pas trop sur ce point qui est identique pour tous les annuaires : le titre doit être court et nominatif, un point c'est tout. Et surtout jamais commercial ("Tartempion, leader mondial de la tarte aux pommes"...)

Le résumé : ici aussi, toute indication trop "marketing" (grosso modo : "nous sommes les

maîtres du monde") est éliminée. Soyez descriptif, informatif et précis sur le contenu du site sans "vendre" celui-ci. Le problème est le même sur tous les annuaires. Certains résumés proposés subissent de légères modifications, d'autres sont entièrement réécrits. Cependant, et notamment par rapport à Yahoo!, les descriptifs de sites sur Nomade étant plutôt longs (ils sont d'ailleurs refusés s'ils sont trop courts lors de l'inscription), vous pouvez vous permettre d'être plus disert qu'à l'habitude. Signalons que le documentaliste a à sa disposition un correcteur orthographique pour l'aider à détecter d'éventuelles fautes de frappe ou d'orthographe dans les indications fournies par la personne ayant soumis le site.

Nomade insiste par ailleurs sur les mots clés qu'il est possible de proposer : sur l'interface de soumission, 4 mots clés peuvent être indiqués. Nomade peut en saisir une dizaine d'autres, sur lesquels porteront la recherche lors de la saisie d'un terme par l'internaute. Il arrive que les documentalistes remplissent cette zone, mais elle peut également rester vide. Cela dépend du site et de ses spécificités. Il est très important, pour les mots clés proposés lors de la soumission, de remplir les conditions suivantes :

- ne pas reposer le nom du site ou n'importe quel mot du titre si celui-ci a été indiqué de façon "propre" (nom de la société, de l'organisme...);
- ne pas reposer des mots clés importants qui seraient déjà présents de façon logique dans le résumé proposé (et qui doivent normalement y rester après modifications éventuelles par les documentalistes) ou dans l'intitulé de la rubrique demandée;
- ne pas proposer de mots clés trop génériques (musique, emploi, immobilier, etc.). Ils seront automatiquement éliminés. Cela ne sert à rien.

La zone "mots clés" doit être utilisée pour proposer des termes très spécifiques ou des synonymes qui ne seraient pas présents, ni dans le titre, ni dans le résumé, ni dans l'intitulé de la rubrique.

Les informations concernant l'éditeur (nom, nature, origine géographiques) qui sont une des valeurs ajoutées de l'indexation chez Nomade, nécessitent une attention particulière. En effet, le champ "Editeur du site" est modifié dans 99% des cas. Rappelons qu'il ne s'agit pas ici du nom du référenceur, ni de celui de la société ayant créé techniquement le site, encore moins celle qui l'héberge, mais bien le nom de la personne responsable juridiquement du contenu moral du dit site, donc, en général, le nom qui a été indiqué dans le titre, voire une maison-mère. L'éditeur peut être une entreprise, une association, un site public, un site d'éducation ou une page personnelle.

D'autre part, Nomade insiste bien sur le fait qu'il ne référence que les sites, pas les parties de site ni les adresses finales de pages d'accueil. L'adresse "www.tartempion.com" est "recevable", en revanche "www.tartempion.com/produits/chaussures/running/fun.html" ne l'est pas. De la même façon, même si la page d'accueil de votre site est accessible à l'adresse <http://www.tartempion.com/pagedaccueil/french.html>, seule l'adresse <http://www.tartempion.com/> sera acceptée.

Autre point important : le formulaire de soumission en ligne d'un site permet de proposer deux rubriques (catégories) qui peuvent, bien entendu, être modifiées par Nomade. Cependant, aucun site ne peut être inscrit, même par un documentaliste, dans plus de 3 rubriques, ce qui pose bien sûr le problème des gros portails fournissant de l'information dans de nombreux domaines.

### **Sites acceptés et refusés**

-----

Environ 40% des sites sont refusés (pourtant, 100% d'entre eux ont tenté leur chance ;-)).

Les raisons des rejets sont assez "classiques" (elles sont pour la plupart rappelées sur la page d'accueil du processus de référencement - <http://ajouter.nomade.fr/ajouter/> -):

- Les sites faisant la promotion d'activités illicites (ex : pédophilie, incitation à la haine raciale, promotion des sectes, promotion du piratage informatique, etc.)
- Les sites étant en complète construction (ou contenant des sections en construction)
- Les sites sans version française (ou ne comportant qu'une seule page en français)
- Les sites qui exigent un mot de passe pour accéder des la page d'accueil, exception faite pour les sites proposant des informations complémentaires sur le sujet
- Les sites doublons et les sites miroirs. Exemples de sites doublons : <http://bidon.org> et <http://www.bidon.org>
- Les simples pages (ex : sommaire, simples pages de coordonnées etc.), exception faite pour les CVs et les mémoires de recherche (qui peuvent comporter plusieurs pages à l'impression)
- Les annonces de vente de particuliers (biens immobiliers, bateaux et voitures)

Lorsqu'un site est refusé, il reçoit quasi systématiquement un message électronique (le documentaliste peut cependant choisir de ne pas l'envoyer). Il existe plusieurs "messages



types" différents selon le motif du refus.

Un site, lorsqu'il est refusé, peut être mis en "rejet non définitif". Il s'agit, la plupart du temps, des sites dont le contenu serait trop faible en qualité ou en quantité, pas en français, qui posséderaient trop de liens brisés, qui proposeraient du contenu pornographique ne répondant pas aux critères d'acceptation de Nomade, dont les infos fournies sont incomplètes ou erronées - et notamment le nom de l'éditeur -, etc. Ce site pourra se resoumettre par la suite, une fois qu'il aura résolu les problèmes ayant causé son refus.

Un site qui aurait tenté de spammer l'annuaire (soumissions multiples qui ne seraient pas spécifiquement l'objet d'une méconnaissance notoire ou d'une maladresse, tentatives de soumissions diverses sous des noms de domaine différents, etc.), qui proposerait des contenus illicites ou sexuellement dégradant, bref tout site "extrême" est mis en "rejet définitif", donc en "black list" (liste noire). Il est définitivement banni de l'annuaire et ne pourra plus tenter une nouvelle soumission à l'avenir.

Le délai entre une soumission et la prise en compte d'un site par l'équipe de documentalistes est d'environ deux semaines.

Lorsque le site est accepté, un mail de confirmation est envoyé à l'éditeur avec le descriptif du site, tel qu'il sera intégré dans l'annuaire.

Une fois le site validé, il apparaît dans les 24 heures dans la rubrique "nouveauités" (<http://www.nomade.fr/cat/nouveautes/>) et il devient accessible au travers de la navigation dans l'arborescence de l'annuaire. En revanche, il n'est pas tout de suite disponible au travers de la recherche par mots clés. Il faut alors attendre quelques jours supplémentaires, le temps de mettre à jour la base de données interrogeable par mots clés.

Rappelons qu'il existe plusieurs adresses e-mail pour contacter les responsables de l'annuaire en cas de problème :

Pbmodif@sa.nomade.fr. pour la modification d'un site déjà présent dans la base.  
nouveausite@sa.nomade.fr pour signaler l'existence d'un nouveau site (pas le vôtre)  
pblien@sa.nomade.fr pour un problème sur l'url d'un site  
pbdesc@sa.nomade.fr pour un problème sur la description de votre site  
pbajouter@sa.nomade.fr pour un problème concernant l'ajout d'un site  
pbclassif@sa.nomade.fr pour un problème concernant les catégories.  
Etc.

Toutes ces adresses sont récapitulées ici :

<http://ajouter.nomade.fr/ajouter/faq.asp>  
[http://www.nomade.fr/aide/nous\\_contacter.asp](http://www.nomade.fr/aide/nous_contacter.asp)

Rappelons également que les gens de Nomade.fr sont parmi les plus disponibles et les plus accessibles du petit monde des outils de recherche français. L'envoi d'un mail à leur intention est la plupart du temps suivie d'une réponse dans les jours qui viennent et parfois même dans la journée. Que cette grâce leur soit rendue et prions pour que cela continue longtemps... :-)

Enfin, dernier petit détail : lors d'une recherche par mots clés sur l'annuaire, tous les champs sont pris en compte (titre, descriptif, mots clés, etc.) sauf l'url du site. De nouveaux projets prenant en compte cette donnée sont attendus prochainement, avec de nouvelles annonces dans les semaines qui viennent, mais chut, c'est encore confidentiel défense...;-)

Promis, vous en saurez plus très bientôt. Restez connectés sur Abondance :-)

#### ■ **Un nouvel Altavista est en ligne !**

Altavista (en version US, mais pas encore sa filiale française) a mis en ligne une nouvelle interface de son outil de recherche à la fin du mois de juillet. Particularité : une troisième zone de recherche (Power Search) est venue s'intercaler entre les possibilités de recherches simple et avancée déjà disponibles. Une occasion de faire un petit tour sur ce moteur, bien souvent pertinent dans ses résultats et en tout cas toujours très novateur dans les solutions qu'il propose.

#### **Simple Search (<http://www.altavista.com/>)**

-----

Hormis le look de la page d'accueil, la recherche simple d'Altavista n'a pas changé. Elle reste identique à ce qu'elle proposait avant le "lifting" du moteur. La recherche en 25 langues différentes est toujours disponible. Les syntaxes simples (+, -, guillemets, etc.) et avancées (host:, domain:, etc.) sont également toujours possibles. Pour plus d'infos sur ces syntaxes, voir :

[http://www.abondance.com/outils/av\\_syntaxe.html](http://www.abondance.com/outils/av_syntaxe.html)

Ou l'aide "officielle" à l'adresse :

[http://doc.altavista.com/help/search/search\\_help.html](http://doc.altavista.com/help/search/search_help.html)

Seule l'option "Customize Settings" apporte une pierre au nouvel édifice du moteur. Elle permet en effet de choisir de façon très fine comment vous désirez que les résultats soient présentés sur la page présentant les résultats d'une requête : titre de la page, url, date de dernière modification, taille, possibilité de surligner le(s) terme(s) recherché(s), etc. L'option est très plaisante et unique dans le monde des moteurs de recherche majeurs jusqu'à maintenant. Bravo donc !

### **Power Search (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=ps>)**

Aide en ligne spécifique :

[http://doc.altavista.com/help/search/power\\_help.html](http://doc.altavista.com/help/search/power_help.html)

Il s'agit surtout là d'une version plus simple d'utilisation des fonctions de recherche déjà connues et utilisables, en recherche simple (uniquement grâce aux opérateurs booléens) ou avancée (recherche sur les dates notamment), sous une interface bâtie à l'aide de boutons radios et de menus déroulants. Aucune fonctionnalité nouvelle n'est proposée. On peut ainsi :

- effectuer un OU, un ET ou une recherche d'expression (équivalents des +, - et parenthèses) grâce au premier menu déroulant. Une option "boolean" permet d'utiliser les opérateurs disponibles d'habitude uniquement dans la recherche avancée (AND, OR, AND NOT, NEAR).
- effectuer une recherche sur le texte, le titre ou les liens vers une page (équivalents de text:, title: et link:).
- effectuer une recherche sur les dates (comme sur la recherche avancée).
- effectuer une recherche sur un continent ou une partie de continent (intéressant mais portant uniquement sur les domaines géographiques - .fr, .be, .ch... - et non sur les sites en .com, .net et autres .org).
- effectuer une recherche par domaines (équivalent du domain:).
- effectuer une recherche sur un site précis (équivalent du host:).

Notons que le format des dates, sur la recherche temporelle, est au format jj/mm/aa, et non pas mm/jj/aa comme aux Etats-Unis. Un reste des ingénieurs français qui ont bâti le moteur à sa naissance ?

Des options de clustering ("One result per web site") et de configuration du nombre de résultats par page sont également données en bas de page.

Bref, la possibilité de "Power Search" est une option utile dans un premier temps mais dont on peut se passer si on connaît bien la syntaxe d'utilisation du moteur.

### **Advanced Search (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=aq&stype=stext>)**

Aide en ligne spécifique :

[http://doc.altavista.com/help/search/adv\\_help.html](http://doc.altavista.com/help/search/adv_help.html)

Cette recherche est identique à l'ancienne version. La zone "Boolean Query" sert à saisir la requête, la zone "Sort By" permet de donner la clé pour le tri des résultats. Rien de nouveau donc. Seule nouveauté : il semble maintenant possible d'effectuer des recherches de troncatures à l'intérieur des guillemets. Exemple : "opérateur\* booléen\*" Cette option semble effectivement bien fonctionner, ce qui n'était pas le cas jusqu'à maintenant. Rappelons que l'astérisque sur Altavista remplace uniquement un groupe de cinq caractères au plus. Si vous désirez que ce signe remplace, par exemple, 9 ou 10 caractères au plus, il faut l'utiliser deux fois :  
anticonstitution\*\*

Un lien vers Raging, l'interface sobre d'Altavista (<http://www.raging.com/>) est également proposé. D'autres possibilités de recherche, intitulées "Super Searches", sont proposées :

Shopping : accès au site <http://shopping.altavista.com/> (anciennement shopping.com).

Entertainment : accès au site <http://entertainment.altavista.com/> en partenariat avec icast.

News : accès au site <http://news.altavista.com/> (actualité en ligne)

Business : accès à une interface de recherche de sociétés - uniquement américaines - (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=bssr>)

Products (Web-wide) : système de comparaison de produits en ligne - très américain - (<http://shopping.altavista.com/av/compare/compare1.sdc>)

Auction : vente aux enchères (<http://shopping.altavista.com/av/search/auction.sdc>)



Restent enfin les classiques "Recherches Multimédia" :

- Images : recherche de photos et d'images (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=q&stype=simage>)
- Sons et MP3 : recherche de fichiers audio (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=q&stype=saudio>)
- Vidéos : recherche de vidéos (<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=q&stype=svideo>)

Enfin, un "guide de recherche", très fourni, est disponible dans la rubrique "Search Tools" : Search Trends : tendances de la recherche d'information : mots clés le plus souvent saisis sur le moteur, etc.

Search Guides : Guides de recherche très détaillés (à quand leur équivalent sur Altavista France ?)

Maps : plans en ligne (Etats-Unis uniquement)

Directions : itinéraires routiers (Etats-Unis et Canada uniquement)

Yellow Pages : pages jaunes (Etats-Unis et Canada uniquement)

People Search : pages blanches (Etats-Unis uniquement)

Translate : Babelfish, l'outil de traduction automatique d'Altavista

Bref, un nouveau look, quelques nouvelles fonctions mais grosso modo, rien de vraiment changé sur l'outil de recherche. Ceci dit, il reste quand même l'un des plus pertinents sur le Web.

### ■ Sortie du "Guide du référencement sur mesure"

La société Benchmark vient de sortir une étude nommée "Le guide du référencement sur mesure". Cette étude est basée sur une série d'entretiens auprès de onze prestataires en référencement et de 35 entreprises utilisant leurs services.

Au sommaire de cette étude (je ne peux bien entendu pas en révéler totalement le contenu, vous le comprendrez aisément) :

- Présentation de l'étude et de la méthodologie employée.

Les référenceurs contactés ont été : 1ère Position, Netbooster, 404Found, Netcompagnie, Abondance, Sam le référenceur, Ad'Oc, Submit-Hit, CVFM, Webcco et Evernet. 35 entreprises (Business Village, crédit du Nord, Kidiweb, ... Seat France, VPC 2000) ont également été questionnées entre les mois de mai et juin 2000.

- Marché du référencement sur mesure

Après une présentation rapide de ce qu'est le "référencement sur mesure", le Guide tente d'analyser trois questions que peuvent se poser les entreprises et fournit une série de retours d'expérience.

Les questions clés du référencement sur mesure :

- \* Pourquoi recourir à un prestataire de service ?
- \* A qui s'adresse le référencement sur mesure ?
- \* Quel coût pour un référencement sur mesure ?

- Retour d'expérience des entreprises autour des thèmes suivants :

- \* Quel périmètre pour le référencement sur mesure (national, francophone, international) ?
- \* Quelle stratégie pour les opérateurs de suivi ?
- \* Quel est l'impact du référencement sur mesure ?
- \* Quelle satisfaction envers les prestataires ?
- \* Quelles attentes vis à vis des prestataires ?
- \* L'engagement contractuel des prestataires
- \* Les outils de recherche sur lequel l'effort doit être porté
- \* Quelles orientations pour l'avenir ?

Sans dévoiler le contenu de l'étude, il est cependant possible d'en ressortir quelques informations :

- La plupart des clients prennent en compte des options de suivi (l'étude détaille finement lesquelles).
- L'impact du référencement sur le trafic semble complexe à mesurer mais fournirait plutôt une augmentation des connexions (ouf ;-)).
- La satisfaction des clients est plutôt bonne.
- Une attente forte sur les indicateurs de performance est évidente.
- Une majorité de prestataires proposent un engagement contractuel.
- Cinq outils de recherche majeurs trustent une bonne partie du trafic.
- Un référencement global au niveau international semble être fortement demandé par les

grands groupes.

- Les projets de budgets qui seront alloués au référencement semblent stables pour 2001.

Enfin, l'étude présente toutes les sociétés (référenceurs) ayant répondu à l'enquête sous la forme de fiches synthétiques complètes, détaillant l'entreprise et l'offre de référencement qu'elle propose.

Une présentation de l'IPEA (Internet Positioning European Association) ainsi qu'une Webographie complètent l'étude, très intéressante, très instructive et ayant le mérite d'être la première de ce genre disponible dans l'Hexagone.

Le guide du référencement "sur mesure"

Etude Benchmark.

Juillet 2000, 79 pages, 5 950 francs FHT

Présentation de l'étude :

[http://www.benchmark.fr/boutik/boutik\\_etgdref.shtml](http://www.benchmark.fr/boutik/boutik_etgdref.shtml)

#### ■ Comment référencer son site sur l'annuaire de Club-Internet

Vous êtes nombreux à vous demander comment vous inscrire sur l'annuaire de Club-Internet (anciennement Hachette.net). Il n'y a pas de système de référencement automatique ou de formulaire de soumission sur cet annuaire. Il s'agit d'un outil de recherche grand public qui ne vise pas l'exhaustivité (12 000 sites "seulement" sont référencés). Vous pouvez cependant soumettre votre site avec un descriptif et des mots clés et la catégorie dans laquelle vous souhaiteriez le voir figurer en envoyant cette suggestion à l'adresse [redaction@club-internet.fr](mailto:redaction@club-internet.fr). L'url fournie est alors visitée dans les semaines qui suivent. Pas la peine d'insister : si le site n'est pas rentré dans la base un mois après la soumission, il y a peu de chance qu'il soit retenu par la suite. Vous pouvez cependant retenter votre chance deux ou trois mois plus tard. Mais il s'agit d'un "best-of", donc les critères de sélection sont plus serrés que sur Yahoo! France ou Nomade.

D'autre part, côté moteur de recherche, Club-Internet utilise un "cluster" (index) spécifique acheté à Inktomi qui est l'entière propriété de Club-Internet. Il est aujourd'hui impossible d'y soumettre un site. :-(

<http://www.hachette.net/>

<http://www.club-internet.fr/>

#### ■ Limites d'affichage

Voici le nombre limite de caractère maximal affichés par les moteurs majeurs dans leurs résultats, au sein du titre et du descriptif des pages. Limites à ne pas dépasser, donc, si vous voulez que les indications proposées par les moteurs pour vos pages soient intelligibles.

Altavista :

Titre : 80 caractères environ

Résumé : 150 caractères environ

Lycos :

Titre : 150 caractères environ

Résumé : 200 caractères environ

Alltheweb :

Titre : 150 caractères environ

Résumé : 250 caractères environ

Hotbot :

Titre : 80 caractères environ

Résumé : 115 caractères environ

Excite :

Titre : 70 caractères environ

Résumé : 200 caractères environ

Altavista.fr :

Titre : 80 caractères environ

Résumé : 150 caractères environ

Lycos.fr :

Titre : 80 caractères environ

Résumé : 130 caractères environ

Voila.fr :

Titre : 80 caractères environ

Résumé : 250 caractères environ

## ■ Délais actuels des moteurs de recherche entre une soumission manuelle et la prise en compte effective d'une page

Au tableau d'honneur : les moteurs qui indexent de nouveaux sites assez rapidement (moins de 15 jours) : toujours Altavista, ainsi qu'Infoseek et All The Web donc Lycos US.

Les moteurs qui sont "moyens" (certains sites indexés de façon plus ou moins rapide, d'autres non pris en compte, bref des délais assez variables) : Google, Ecila, Northern Light, Excite US.

Les moteurs à la peine ce mois-ci : Altavista France, qui semble "en travaux", Voila (la situation devrait reprendre normalement d'ici début octobre), Excite (pour les sites en français), Hotbot (donc Inktomi), Lycos France, Lokace.

## ■ Bruits et chuchotements

Une nouvelle rubrique qui regroupe tous les bruits et rumeurs dans le (petit) monde des outils de recherche mondiaux et francophones. Rien n'est obligatoirement vérifié, mais toutes les infos sont données... de source sûre ;-)

-> Il se murmure que Google ne prend quasiment plus en compte les soumissions issues de son formulaire adéquat (<http://www.google.com/addurl.html>). Pour être présent sur Google, il faudrait d'abord être inscrit sur l'Open Directory, Google crawlant ensuite uniquement les sites présents sur cet annuaire.

-> Excite.com, Excite.fr et Lycos.fr vont changer de façon imminente leur solution de moteur de recherche interne. Pour Lycos France, c'était déjà prévu (relire la lettre "Recherche et Référencement" de juillet), et pour Excite, on pouvait s'en douter au vu de l'obsolescence croissante de leur index. Logiquement, vous devriez en savoir plus dans la lettre du mois prochain. Ceci dit, Excite indexait pas mal de nouveaux sites anglophones ces derniers temps. Malheureusement, les sites francophones étaient la plupart du temps oubliés...

-> Voila va mettre en place une option de "Related Searches" ainsi qu'un nouveau look très sympa (quoi qu'encore très orange ;-)) de sa page d'accueil très bientôt. A venir également : la possibilité d'effectuer des recherches dans une encyclopédie et une rubrique "Trucs et astuces", pour mieux chercher sur le moteur, qui sera, paraît-il, bien fournie et très efficace. Mais je ne peux en dire plus... ;-)

-> Des discussions très poussées ont actuellement lieu entre Ecila et Nomade pour arriver à une meilleure synergie de leurs outils de recherche. Rendez vous très bientôt pour plus d'informations...

-> Ecila a signé un accord avec le logiciel Copernic qui lui "squattait" 80% de sa bande passante. Ecila ne fait désormais plus partie des moteurs par défaut pris en compte par le métamoteur. Du coup, son temps de réponse s'est largement amélioré.

-> Looksmart France, qui annonçait à ses prospects, il y a peu, le chiffre de 150 000 sites dans la future version française de son annuaire, semblerait être allé un peu vite dans ses estimations. Et la sortie de la première version de l'annuaire sur le site de Worldonline France (voir menu déroulant "catégories") semble confirmer le sentiment général : ils sont en fait loin du compte. D'autre part, il semblerait que Looksmart France s'oriente plutôt vers une offre de revente de son annuaire à des portails francophones, plutôt que vers la mise en place d'un site dédié "Looksmart France".  
<http://www.worldonline.fr/>

-> Après Altavista, ce serait Northernlight qui bloquerait maintenant les sites utilisant des pages réalisées avec l'outil d'optimisation de code HTML WebPosition Gold.

-> Selon le site Promoweb, Altavista aurait changé sa méthode de classement des résultats en privilégiant moins la popularité des sites. Altavista privilégierait avant tout la qualité et le thème de ces liens, inscrit dans un algorithme de plus en plus marqué par l'analyse du thème des sites référencés. On se dirige ainsi de plus en plus vers une véritable analyse sémantique. Bonne chance aux référenceurs ;-)  
Plus d'infos sur le site Promo-web :  
<http://www.promo-web.org/actu/>

## ■ En Bref

-> Ecila a mis en place un champ de recherche direct sur l'Open Directory à l'adresse :  
<http://www.ecila.nomade.fr/french/dmozinfos.html>  
La mise à jour entre la version "réelle" de l'Open Directory et l'annuaire d'Ecila s'effectue tous les quinze jours. La notion de "page suspendue" n'existe plus et a été remplacée par la mention "en attente" sur la page de résultats affichée lors d'une soumission sur le

moteur. Plus logique, effectivement...

-> Alltheweb ne demande plus de choisir une rubrique dans son formulaire de soumission de page web ([http://www.ussc.alltheweb.com/add\\_url.php3](http://www.ussc.alltheweb.com/add_url.php3)). De toutes façons, cette donnée n'était pas pris en compte. Il ne reste plus à Google qu'à en faire de même avec sa demande de commentaires (<http://www.google.com/addurl.html>), également inexploitée.

-> L'index du moteur de Voila devrait être dans la semaine 37 dans la situation où il aurait dû être trois semaines plus tôt (en d'autres termes, il a trois semaines de retard). La situation devrait quasiment être "up to date" fin septembre avec également une reprise des indexations de sites à J+1, ce qui n'était plus le cas depuis quelques semaines.

-> Pour l'instant, l'outil de recherche Voila (<http://www.voila.fr/>) utilise la nouvelle version du moteur (dite "KE") et l'outil de recherche de Wanadoo (<http://www.wanadoo.fr/bin/frame2.cgi?s=recherche>) utilise encore l'ancienne version. La situation devrait être homogénéisée, les deux outils utilisant la KE fin septembre - début octobre normalement. Une stratégie de montée en charge progressive des accès au moteur est la cause de ce décalage progressif.

-> Il n'est plus nécessaire d'envoyer un mail à Lamine pour proposer votre site (voir lettre "Recherche et Référencement" de juillet) . En effet, la société Lamine (<http://www.lamine.com/>) ne s'occupe plus de l'annuaire d'Ecila, qui l'a remplacé par l'Open Directory. MSN France, autre annuaire géré par Lamine, propose son propre formulaire de soumission à l'adresse <http://www.msn.fr/leguide/suggestions.asp>. Donc, autant utiliser directement cette fonctionnalité.

-> Magellan n'existe plus. L'outil de recherche, disponible à l'adresse <http://magellan.excite.com/> est maintenant redirigé vers Excite pour ses résultats. A priori, il y a de fortes chances que Webcrawler subisse prochainement le même sort... R.I.P...

-> Le moteur Voila ne prend pas en compte les pages contenant moins de 250 caractères en texte visible. En deça de cette taille, la langue ne peut être identifiée, or le moteur a besoin de savoir dans quelle langue est une page donnée pour pouvoir la prendre en compte et donc la ranger dans le bon index. Exit donc les pages graphiques !!!

-> Altavista.com a enlevé de son index de nombreuses pages internes de sites cet été. Un nouveau logiciel de lutte contre les pages satellites ou les pages alias pourrait en être la cause.

-> L'équipe de Voila déménage en septembre de Malakoff à Issy les Moulineaux. Bons cartons !