

Décembre 2000

■ Dossier "Référencement payant"

Le but de ce dossier est de faire le point sur les offres payantes de prise en compte rapide, de référencement et de positionnement payants accessibles et disponibles actuellement sur le Web, notamment anglophone. A la fin de cet article, vous aurez accès à la vision de ce marché de la part de tous les principaux outils de recherche francophones. En effet, les offres payantes de la part des outils de recherche se sont multipliées depuis quelques mois et un référenceur ne peut plus se permettre de ne pas prendre en compte ces possibilités. Une revue d'effectif s'imposait donc.

Définitions

Tout d'abord, afin de faire un tour complet de ce domaine, il est primordial de faire une distinction entre les trois grandes familles d'offres disponibles à l'heure actuelle : la prise en compte rapide, le référencement et le positionnement.

- La **soumission payante** (SP : Yahoo!, Looksmart) est proposée principalement par les annuaires. Elle permet de voir son site rapidement évalué (en moins d'une semaine) par les netsurfers et d'obtenir une réponse par mail, que celle-ci soit négative ou positive. Il ne s'agit en rien d'une garantie d'inscription dans l'annuaire. Le webmaster du site paye uniquement pour être sûr que sa source d'information sera visualisée rapidement et qu'il sera averti dans la foulée de la décision de l'outil de recherche. Vous pouvez donc tout à fait payer pour voir votre site refusé. Cependant, il semblerait que le pourcentage de sites acceptés par ce biais soit assez important outre-Atlantique.

- Le **référencement payant** (RP : Inktomi, Go.com) garantit la présence d'un certain nombre de pages d'un site dans la base de données du moteur, ainsi qu'un rafraîchissement de ces documents dans des délais courts et garantis. Il ne s'agit en rien, dans ce cas, d'une garantie de positionnement sur tel ou tel mot clé, mais uniquement du fait que le webmaster saura que sa (ou ses) page sera joignable par l'internaute, qu'elle sera présente dans l'index.

- Le **positionnement payant** (PP : Google, GoTo, Altavista, Lycos) permet, pour sa part, d'obtenir une page web de votre site dans les X premières positions du moteur de recherche pour un mot clé donné.

Une fois ces termes clairement définis, nous pouvons passer en revue les différents offres disponibles à l'heure actuelle sur le marché.

Différentes offres disponibles

Yahoo! Business Express (SP)

~~~~~

FAQ : <http://help.yahoo.com/help/bizex/>

Conditions générales : <http://docs.yahoo.com/info/suggest/terms.html>

Coût : 199 US\$ (600 US\$ pour les sites "adultes"). Paiement en ligne par carte bleue.

Délai maximal de prise en compte pour l'évaluation du site : 7 jours ouvrés

Remboursement si site refusé : non

Utilisation de l'offre pour une demande de modification d'un site déjà présent : non

Soumission payante obligatoire pour : les branches "Business and Economy/Business to Business" et "Business and Economy/Shopping and Services" de l'annuaire.

Descriptif : L'offre ne propose en rien une garantie d'inscription. Les titres et résumés sont ré-écrits, comme pour un site soumis de façon classique. Le netsurfeur reste maître du choix de la (ou des) catégorie(s) d'inscription, au cas où le site est accepté. Dans ce dernier cas, le site reçoit, en fait, un traitement absolument identique à celui d'un site soumis gratuitement. Notons que l'une des restrictions, jusqu'à maintenant, était que le site appartienne à une société américaine. Cette restriction n'existe plus, seule la langue anglaise est maintenant demandée. Dans les branches "Business and Economy/Business to Business" et "Business and Economy/Shopping and Services" de yahoo.com, il n'existe

plus d'autre façon de soumettre que de passer par l'offre payante. Il n'est donc plus possible, en d'autres termes, de soumettre gratuitement dans ces zones de l'arborescence. Une réclamation unique est possible, par mail, une fois la décision de Yahoo! reçue, et dans les 30 jours qui suivent la réception du mail de notification de la part de l'annuaire. Une fois cet appel pris en compte, Yahoo! n'acceptera plus de nouvelle soumission pour le site s'il a été refusé la première fois. Pour modifier la fiche descriptive d'un site accepté via l'offre "Business Express", la procédure "classique" s'applique (<http://add.yahoo.com/fast/change/>)

Conditions et contraintes :

- L'offre est uniquement une offre de soumission, pas une offre de modification d'un site déjà présent.
- Le site doit pouvoir être visible sur tous les navigateurs (pas de sites entièrement en Java, par exemple).
- Le site doit être disponible en langue anglaise ou proposer une version en anglais.
- Le site doit être disponible 24h/24 et 7 jours/7.
- Le site, ou des parties de celui-ci, ne doit pas être en travaux. Tous les liens proposés doivent fonctionner.
- Le site ne doit pas proposer de contenu indépendant déjà disponible sur Yahoo!.
- Le site doit être à objectif commercial avec un nom et un objectif clairement visibles pour le visiteur.
- Les critères d'évaluation "classiques" d'un annuaire (pas de contenu illicite, etc.) s'appliquent, bien entendu, également, pour accepter ou refuser un site.

Looksmart Express Submit (SP)

~~~~~

URL : <http://submit.looksmart.com/>

Coût : 199 US\$. Paiement en ligne par carte bleue.

Délai maximal de prise en compte pour l'évaluation du site : 2 jours ouvrés

Remboursement si site refusé : non

Utilisation de l'offre pour une demande de modification d'un site déjà présent : oui

Soumission payante obligatoire pour : tous les sites (hormis les sites à but non lucratifs).

Descriptif : L'offre "Express Submit" de Looksmart est la "soeur jumelle" du "Business Express" de Yahoo!. Même prix, mêmes conditions, à peu de choses près, si ce n'est que le délai avant évaluation est plus court : 2 jours ouvrés au lieu de 7. Une seule catégorie peut être proposée. Notons que Looksmart fournit l'annuaire de MSN, Altavista, Excite, Iwon, Time warner, Sony, BT et CNN entre autres. Un site très orienté vers la clientèle américaine pourra difficilement s'offrir le luxe de ne pas être présent dans Looksmart...

Conditions et contraintes :

- Le site soumis doit être disponible en langue anglaise et doit être ciblé pour un utilisateur américain. Le propriétaire du site peut cependant être basé en dehors du territoire américain.
- Les sites "adultes" sont refusés.
- Le site doit être disponible 24h/24 et 7 jours/7.
- Le site, ou des parties de celui-ci, ne doit pas être en travaux. Tous les liens proposés doivent fonctionner.
- Le site doit être rapide à charger.
- Il ne doit pas rediriger automatiquement vers un autre site ni en être un miroir.
- Un site déjà dans la base sera ré-évalué mais ne sera pas inscrit une seconde fois. L'offre peut être utilisée pour soumettre des modifications à effectuer à un site déjà présent sur l'annuaire. Une offre spécifique pour ce type de modification (baptisée "Express Modify") devrait bientôt être disponible. Une réclamation unique peut être adressée à Looksmart dans les 30 jours qui suivent le refus d'un site.
- Cinq soumissions (au maximum) sont acceptées pour un seul nom de domaine. Par exemple, les URLs www.votresite.com, livres.votresite.com et www.livres.votresite.com prennent en compte un seul nom de domaine, tout comme les adresses www.votresite.com et www.votresite.com/livres/. Un programme appelé "Subsite Sales" est disponible si vous désirez soumettre plus de 5 adresses pour un même nom de domaine.
- Les critères d'évaluation "classiques" d'un annuaire (pas de contenu illicite, etc.) s'appliquent, bien entendu, également, pour accepter ou refuser un site.

Looksmart Basic Submit (SP)

~~~~~

URL : <http://submit.looksmart.com/>

Coût : 99 US\$

Délai maximal de prise en compte pour l'évaluation du site : 8 semaines

Remboursement si site refusé : non

Utilisation de l'offre pour une demande de modification d'un site déjà présent : oui

Soumission payante obligatoire pour : tous les sites (hormis les sites à but non lucratifs).

Descriptif : identique à celui de l'offre "Express Submit", mais moins chère et avec des délais bien plus longs. Notons que Looksmart ne propose une procédure de soumission gratuite que pour les sites américains à but non lucratif, mais sans aucune garantie de délais (plus de 8 semaines en tout cas) pour cette évaluation.

Conditions et contraintes : Identiques à celles de l'offre "Express Submit".

Snap / NBCI (SP)

~~~~~

URL : <http://www.nbc.com/LMOID/resource/0,566,home-1078,00.html?fd.ft.su.s-ld.s-1078>

FAQ : <http://home.nbc.com/LMOID/resource/0,566,-4249,00.html>

Coût : 99 US\$ (199 US\$ à partir du 15 février 2001). Paiement en ligne par carte bleue.

Délai maximal de prise en compte pour l'évaluation du site : 5 jours ouvrés

Remboursement si site refusé : non

Utilisation de l'offre pour une demande de modification d'un site déjà présent : oui

Soumission payante obligatoire pour : aucun site.

Descriptif : Lorsque vous soumettez un site à l'annuaire NBCI (ex-Snap), celui-ci est automatiquement inscrit dans le "Live Directory", une espèce de "purgatoire", de "pré-annuaire" ou d'"annuaire secondaire". Le site ne pourra être inscrit dans le "vrai" annuaire (baptisé "Top Sites Directory") que lorsqu'il aura été suffisamment choisi et cliqué par les internautes consultant le "Live Directory" (système d'indice de clic de type Direct Hit), mais pas avant 3 mois de présence, en règle générale. Une sorte de "promotion au mérite", quoi. L'offre d'évaluation payante proposée par NBCI consiste en une évaluation par des netsurfeurs d'un site déjà référencé dans le "Live Directory" en vue d'une "promotion" sans passer par la phase de "montée en grade naturelle" au travers du choix des internautes. En revanche, il n'est pas possible d'effectuer une réclamation en cas de refus d'un site. Il n'est possible de soumettre que pour une seule catégorie.

Conditions et contraintes : sont refusés :

- Sites "adultes".
- Sites déjà présents dans l'annuaire principal "Top Sites".
- Sites non disponibles (lien mort).
- Sites non disponibles en langue anglaise.
- Sites en construction ou proposant des liens morts.
- Sites redirigeant vers une autre adresse ou miroir d'une autre source d'information.
- Sites ne proposant pas de possibilité de contact par e-mail.
- Sites non maintenus et mis à jour régulièrement.
- Les critères d'évaluation "classiques" d'un annuaire (pas de contenu illicite, etc.) s'appliquent, bien entendu, également, pour accepter ou refuser un site.

Infoseek / GO.com (RP)

~~~~~

URL : <http://addurl.go.com/dynamic/landNotLogged>

Conditions générales : <http://addurl.go.com/dynamic/termServ>

Coût : 199 US\$. Paiement en ligne par carte bleue.

Délai maximal de prise en compte pour la prise en compte du site : 2 jours ouvrés

Remboursement si site refusé : Non

Soumission payante obligatoire pour : aucun site. Mais, pour une soumission gratuite, Go.com ne garantit ni l'inscription dans l'index, ni les délais de crawl. Délai approximatif sans paiement : 10 semaines !

Descriptif : L'offre proposée par Go.com consiste à crawler les pages du site client pour inclusion dans l'index du moteur (référencement payant). Les sites clients seront inclus dans l'index (199 \$ par URL) et mis à jour (rafraîchissement de l'index) de façon

hebdomadaire pendant un an. Il semble que le site soit à la fois inscrit dans le "Go Guide" (la partie annuaire) et le moteur de recherche s'il est accepté, mais le site web de Go.com n'est pas très clair à ce sujet. Cette notion devrait se préciser dans les semaines qui viennent.

Conditions et contraintes :

- Les sites "adultes" sont refusés, ainsi que les jeux de casino, les contenus illégaux, violents, etc.
- Le site doit être disponible 24h/24 et 7 jours/7.
- Le site, ou des parties de celui-ci, ne doit pas être en travaux. Tous les liens proposés doivent fonctionner. L'affichage des pages doit être rapide.
- Le langage utilisé doit être affiché en caractères romans.
- Les critères d'évaluation "classiques" d'un annuaire (pas de contenu illicite, etc.) s'appliquent, bien entendu, également, pour accepter ou refuser un site.

Inktomi Search and Submit (RP)

~~~~~

URL : <http://www.inktomi.com/products/search/pagesubmission.html>

FAQ : <http://www.inktomi.com/products/search/submitFAQ.html>

Coût : A la page soumise. Première page : 20 US\$. Pages 2 à 100 : 10 US\$/page. Au-delà de la 101ème : 6 US\$/page.

Soumission payante obligatoire pour : aucun site. La soumission gratuite reste possible, mais sans garantie aucune de délai de prise en compte.

Descriptif : L'offre proposée par Inktomi consiste à crawler les pages du site client pour inclusion dans l'index du moteur (référencement payant). Les URLs soumises sont crawlées et révisées toutes les 48 heures pendant un an. Inktomi indique, sur son site, que les balises Meta de ces pages seront mieux prises en compte que pour une page soumise gratuitement, à partir du moment où elles ne contiennent pas de spam. Si l'offre Inktomi est, à la base, une offre de référencement payant, elle semble donc également proposer un meilleur classement des pages en fonction des balises meta qu'elles contiennent. De plus, les URLs "exotiques" (notamment celles qui contiennent un point d'interrogation) ne semblent pas poser de problème dans le cadre de cette offre.

Conditions et contraintes :

Pas de réelles contraintes, si ce n'est que les balises meta des sites soumis doivent être en adéquation avec la politique anti-spam d'Inktomi. Sinon, les de contenus illégaux ou diffamants sont également refusés.

Ask Jeeves (SP)

~~~~~

URL : <http://corporate.ask.com/products/targeting.asp>

Descriptif : Ask Jeeves propose plusieurs solutions pour promouvoir un site sur ses pages. Deux d'entre elles ("Text Sponsorship" et "Advertising services") relèvent de la publicité et ne seront pas évoquées ici. Cependant, dans les trois solutions présentées ci-dessous, les deux dernières n'en sont pas, non plus, très éloignées.

Trois solutions sont proposées par Ask Jeeves pour positionner un lien vers votre site dans ses pages de résultat :

"Answer Link" : permet d'inclure votre site dans la base de données Questions / réponses d'Ask Jeeves. Le site ayant payé pour être présent n'est, cependant, pas favorisé dans les résultats fournis par l'outil de recherche. Ask Jeeves peut cependant refuser un site s'il estime qu'il ne propose pas assez de contenu pertinent par rapport aux questions des internautes.

"Content Modules" : peut être comparé aux "Adwords" de Google. Il s'agit de rectangles publicitaires qui apparaissent à droite des pages de la partie "annuaire" de Ask Jeeves. Une mise à jour quotidienne de leur contenu est possible.

"Dynamic Response" : permet de placer un lien vers votre site en dessous des résultats "officiels" fournis par l'outil de recherche, en fonction des mots clés tapés. Très proche d'un bandeau publicitaire également.

Dans le cadre d'une offre de référencement, seule la possibilité "Answer Link" peut être prise en compte comme étant une soumission payante. Les autres oscillent entre positionnement et pur bandeau de pub.

GoTo (PP)

~~~~~

URL : <https://www.goto.com/s/dtc/simple-signup/>

Critères d'évaluation : <http://www.goto.com/d/about/advertisers/relevancy.jhtml>

FAQ : <http://www.goto.com/d/about/advertisers/usadfaq.jhtml>

Coût : au clic et aux enchères. Une offre à 99 US\$ avec contact téléphonique propose 20 mots clés et la rédaction des résumés adéquats par le personnel de GoTo. Une offre à 40

mots clés est également disponible pour 50 US\$ de plus. Voir :
<http://www.goto.com/d/about/advertisers/express.jhtml>.

Descriptif : Un formulaire vous permet, pour chaque mot clé identifié et choisi par vos soins, de saisir un titre et un résumé à votre guise (GoTo recommande de répéter le mot clé acheté dans ces deux champs, pour plus d'efficacité). Un compte-rendu en temps réel du trafic généré peut être consulté en ligne. Puis, vous indiquez la somme que vous êtes prêt à payer pour chaque clic d'un internaute sur le lien qui sera proposé par GoTo dans sa page de résultats pour le mot clé en question. Ensuite, le classement sera effectué selon les enchères en cours, celui qui a payé le plus sera proposé en premier. Il n'est pas possible d'être prévenu, par e-mail, lorsqu'un autre client a déposé une enchère supérieure à la vôtre et est donc mieux classé que vous. Le coût de l'enchère en cours est affiché devant chaque résultat, lorsqu'un mot clé est demandé (mention "Cost to advertise"). Le site BCentral (<http://keywords.bcentral.com/>) vous permet également d'effectuer cette vérification. Vous êtes obligé de déposer un minimum de 25 US\$ au départ, qui ne seront pas remboursés, quoi qu'il arrive. Les sommes que vous déposerez par la suite pourront, cependant, être remboursées si vous décidez d'arrêter la prestation. GoTo indique que le lien classé numéro 1 reçoit 3 fois plus de clics que le cinquième. Chaque demande est traitée individuellement par GoTo pour éviter que certains webmasters achètent des mots clés n'ayant rien à voir avec leur activité (voir paragraphe suivant). Les résultats payants de GoTo sont complétés par la base et les index d'Inktomi, une fois que tous les liens achetés à GoTo sont affichés.

Conditions et contraintes :

Le contenu du site web doit être en relation directe avec le mot clé acheté. Le titre et le descriptif fournis doivent être en adéquation avec le mot clé acheté. Certaines contraintes, disponibles en ligne, sont également indiquées pour des mots clés très populaires (CD, DVD, MP3, finance, book, etc.).

Google Adwords (PP)

~~~~~

URL : <https://adwords.google.com/AdWords/Welcome.html>

FAQ : <https://adwords.google.com/AdWords/faq.html>

Astuces pour créer son "Adwords" : <https://adwords.google.com/AdWords/tips.html>

Coût : 15, 12 et 10 US\$ pour mille affichages par mot clé (pour obtenir la 1ère, 2ème ou 3ème position dans les "Adwords" proposés par Google).

Descriptif : L'offre "Google Adwords" permet de créer sa bannière et d'acheter des mots clés en ligne. On oscille, comme pour Ask Jeeves, entre le positionnement et la publicité "pure et dure". Les bannières affichées sont entièrement textuelles. Il ne faut pas confondre les "Adwords" (affichés à droite des pages de résultats) des bandeaux publicitaires (nommés "Google Premium Sponsorship ads"), affichés en haut de page, de façon horizontale. Le bandeau de pub est ainsi proposé en haut de page (la largeur du bandeau textuel est équivalente à celle de la page), avec un fond pastel et l'expression "Sponsored Link" à droite. Dans ce cas, le bandeau est positionné au dessus des indications "Realnames" et des catégories intéressantes de l'Open Directory, pour les démarquer des "vrais" résultats du moteur.

L'offre "AdWords" est représentée par un ou plusieurs rectangles, complètement à droite de la page de résultats, avec un fond pastel également, la mention "Sponsored Links". Un pictogramme baptisé "Interest" indique le taux de clic en temps réel (plus il y a de vert foncé, plus le bandeau a été cliqué par le passé). Voir un exemple sur l'expression "car insurance" qui contient à la fois un bandeau publicitaire textuel et un "Adwords" :

<http://www.google.com/search?q=car+insurance&hl=en&lr=&safe=off>

Trois "Adwords" peuvent être achetés pour un même mot clé, à des tarifs différents. Dans ce cas, les rectangles respectifs seront affichés les uns en dessous des autres. Celui ayant été acheté le plus cher (15 US\$ les 1000 affichages) sera, bien sûr, celui qui sera proposé le plus haut dans la page. Si plusieurs annonceurs ont acheté le même mot clé, un système d'indice de clic (de type DirectHit) est mis en place. Dans un premier temps, les bandeaux des sociétés ayant acheté le même mot clé sont affichés en rotation sur des durées équivalentes, puis ceux qui sont les plus cliqués sont affichés en premier.

Limitations : 25 caractères pour le titre, 35 caractères pour les deux lignes de texte et l'URL proposée. Les publicités pour les sites "adultes" ne doivent pas contenir de termes grossiers ou offensants. Aucune image n'est permise.

Notons, pour terminer, que dans la zone "Languages, display and filtering options", Google permet de configurer son outil de recherche pour ne pas afficher les "Adwords" (selon le moteur, seul 1% des utilisateurs prennent en compte cette fonctionnalité).

#### Altavista (PP)

~~~~~

Altavista comptait proposer, au début de ses pages de résultats, les 5 premiers liens émanant de la base de données de liens payés de GoTo. Un exemple des premiers tests

sur le mot clé "Pokemon" est disponible ici (en fait, il s'agit maintenant d'une version co-brandée du site Altavista) :

<http://listings.altavista.com/scripts/gt.dll?type=main&method=search&q=pokemon&kl=XX&nbq=20&stq=0&rank=0&dd=fa&fq=1>

Finalement, ce ne sont que les trois premiers résultats de GoTo qui sont affichés à l'heure actuelle, et en bas de page, sous l'expression "Sponsored listings". Exemple :

<http://www.altavista.com/cgi-bin/query?q=pokemon&kl=XX&pg=q&Translate=on>

Ce sont bien les trois premiers résultats effectifs émanant de la base de données de GoTo (contrairement à Lycos, voir ci-dessous) qui sont repris sur Altavista. Un lien nommé [More Sponsored Listings] permet d'accéder aux autres résultats (listés par pages de 20 liens, dans ce cas).

Lycos (PP)

~~~~~

Le site anglais de Lycos (<http://www-english.lycos.com/>) reprend les résultats de GoTo dans la rubrique "FEATURED LISTINGS", au milieu de ses pages de résultats. Deux liens sont proposés à chaque fois, lorsque le mot clé fait l'objet d'une enchère sur GoTo. Bizarrement, ce sont à chaque fois les liens classés 4ème et 5ème chez GoTo qui sont proposés, pas le duo de tête.

Exemple pour le mot clé "adidas" :

<http://www-english.lycos.com/srch/?loc=searchbox&ss=977230281%7C3&query=adidas>

Nous n'avons pas, pour l'instant, d'information complémentaire à ce sujet (mais il s'agissait peut-être d'un problème ponctuel, car, logiquement, ce devraient être les 3 premiers résultats de GoTo pour un mot clé donné qui devraient s'afficher sur Lycos)...

Autres offres

~~~~~

Hotbot ("Featured Listings"), NBCI ("Search Marketplace"), Netscape search ("Partner Search Results") et AOL Search ("Sponsored Links") utilisent également les résultats de GoTo, comme beaucoup d'autres portails. D'autres outils de recherche, moins connus, aux Etats-Unis, proposent également un modèle économique proche de celui de GoTo. Citons : Find-What

<http://www.find-what.com/>

Rocketlinks

<http://www.rocketlinks.com/>

Kanoodle

<http://www.kanoodle.com/>

Vous trouverez plus d'adresses de ce type ici :

<http://www.payperclicksearchengines.com/>

D'autre part, il se murmure que d'autres outils de recherche moins connus, notamment francophones, seraient en train de mettre en place une offre similaire à celle de Yahoo! et Looksmart (prise en compte payante, donc) ou de positionnement payant (modèle : GoTo). Par exemple :

Souany

<http://www.souany.com/referencement/fpro.html>

France Sites

http://www.france-sites.com/services_abonnement_business.phtml

Godado

[http://www.godado.fr/promote_i.vep?\\$571165284-977263826](http://www.godado.fr/promote_i.vep?$571165284-977263826)

Analyse de l'offre actuelle

On le voit, l'offre dans le domaine devient pléthorique. Etonnant, alors qu'il y a quelques mois, seuls Yahoo! et Looksmart proposaient quelque chose dans le domaine. Puis, Google lancé son programme "Adwords" qui a semblé débloquent totalement la situation. Le domaine du référencement payant s'est ainsi emballé depuis quelques semaines et tout porte à croire (voir les interviews des responsables des outils de recherche francophones ci-dessous) que ce sera encore le cas en 2001.

De toutes ces offres, on peut déjà en tirer quelques conclusions (très personnelles) :

- Pour un site visant une clientèle anglophone, il devient impossible de ne pas prendre en compte ces offres payantes. Elles deviennent tout simplement obligatoires pour obtenir une quelconque visibilité sur le Web, notamment américain. On peut même dire que ces solutions deviennent prioritaires par rapport à un référencement "classique". La situation est, ici, claire : ce sont les plus riches qui obtiendront la meilleure visibilité très rapidement. Honnêtement, pouvait-il en être autrement très longtemps encore ?

- Ces offres sonnent l'avènement de GoTo comme l'un des acteurs les plus importants du domaine du référencement et du positionnement sur les sites anglophones. Le nombre de

ses références est impressionnant. Là aussi, un site qui désire avoir une ambition tournée vers les internautes américains ne peut plus se passer de ses services.

- Les offres de soumission payante (Yahoo!, Looksmart) laissent un sentiment mi-figue, mi-raisin. D'un côté, on a l'impression que l'annuaire fait payer au webmaster sa propre désorganisation. Payer pour voir son site refusé, est-ce vraiment normal ? D'un autre côté, lorsqu'on sait comment fonctionne un annuaire et qu'on est au courant du fonctionnement quotidien de certains de ces outils et de leurs contraintes, on se dit que, après tout, pourquoi pas ? Quel autre moyen ont-ils de démarquer les soumissions des sites intéressants des sites "plus que moyens" dont les netsurfeurs sont bombardés chaque jour ? Ceci dit, les grands perdants, dans cette affaire, sont les webmasters passionnés, souvent auteurs de sources d'informations très bien faites, proposant un contenu remarquable, et qui n'ont pas les moyens de se payer ces offres. Dommage pour eux. Espérons que les annuaires feront un geste en leur faveur.

- Les offres de référencement payant (Inktomi, Go.com) laissent également un goût amer. Le métier d'un moteur de recherche n'est-il pas de référencer des pages web dans son index ? Là aussi, ne fait-on pas payer au webmaster sa propre incapacité à effectuer ces travaux de façon automatique, sans paiement de quoi que ce soit ? Bien sûr, on sait parfaitement que le spam est un réel problème pour les moteurs et que le paiement est une solution à ce problème. Cependant, les tarifs pratiqués semblent, à l'heure actuelle, tout à fait hors de prix. Il paraît probable que les tarifs baisseront dans les mois qui viennent...

- Enfin, les offres de positionnement sont également des armes à double tranchant pour les outils de recherche. L'utilisation des moteurs de recherche par les internautes est basée sur la pertinence des résultats qu'ils affichent. A partir du moment où certains des liens proposés, qu'ils soient plus ou moins bien identifiés, sont achetés, quel crédit l'internaute portera-t-il à ces outils de recherche ? Bien sûr, les annuaires papier (notamment les "Pages Jaunes") font cela depuis très longtemps, avec des publicités et des mises en exergue diverses des sociétés proposées dans leurs pages. Et cela semble fonctionner depuis longtemps. Mais l'Internet est un média différent et les outils de recherche ne vendent-ils pas leur âme en tentant de trouver de nouvelles sources de revenus ? L'internaute acceptera-t-il d'être "floué" lorsqu'on lui propose des liens achetés à la place des résultats les plus pertinents ? Seul l'avenir le dira.

Ceci dit, la situation est maintenant très claire : tous les outils de recherche sont bien partis pour proposer ce type de solution. La tendance est aujourd'hui inéluctable et irréversible. Il y a lieu de penser qu'à la fin de l'année 2001, tous les outils de recherche francophones auront suivi cette tendance (ça, c'est mon petit côté "gourou" qui ressort ;-). Le métier de référenceur va, à mon avis, s'apparenter rapidement à celui d'acheteur d'espace. Il y a, d'ailleurs, des choses très intéressantes à faire dans cette direction, soit dit en passant. Et le métier y gagnera en rigueur, également et l'expression "le référencement n'est pas une science exacte" perdra un peu de sa véracité. Le référencement va suivre la science de l'argent, tout simplement...

Cependant, on peut parier, sans prendre de grands risques, que tout l'arsenal actuel du parfait référenceur (pages alias, pages satellites, balises Meta, etc.) sera bientôt à ranger au rayon des antiquités. Et on peut penser que si le spam n'avait pas été pratiqué dans une si grande dimension, on n'en serait pas là aujourd'hui. Telle sera ma conclusion du jour, afin de bien terminer l'année... ;-)

Les projets des outils francophones

Pour chaque outil de recherche francophone majeur, un responsable a bien voulu nous indiquer quelle était sa vision sur ces offres payantes et quels étaient leurs projets pour l'année 2001. Merci à eux !

ALTAVISTA FRANCE

~~~~~

Jean-Michel Petit (Directeur du développement Altavista Europe)

"Voici le regard que nous portons sur les offres de référencement payant pour Altavista Europe, et pas spécifiquement pour le site français, d'ailleurs. Au niveau de l'annuaire, nous avons signé un accord pan-européen avec Looksmart pour utiliser leur outil sur tous nos portails. Début janvier, Looksmart France proposera sur Altavista France une offre similaire. Et Looksmart France, de façon logique, proposera une offre similaire à celles de ses homologues américaine et britannique de prise en compte rapide en 48 heures des soumissions effectuées (NDLR : voir le point de vue de Looksmart France par la suite). D'autre part, nous réfléchissons également à une offre payante de présence et de fraîcheur garantie des urls dans l'index. Il y a de fortes chances que nous mettions en place une offre de ce type dans le courant du 1er trimestre 2001, avec un rafraîchissement garanti des pages sur un délai qui pourrait s'échelonner de 1 à 7 jours.

En revanche, pour l'instant, il n'y a pas, "dans les cartons", d'offre de positionnement qui soit envisagée, même si nous regardons attentivement ce qui se passe entre GoTo et

Altavista aux Etats-Unis. GoTo vient de lancer sa filiale britannique (<http://www.uk.goto.com/>) mais, s'ils disposent de 32 000 clients outre-Atlantique, ils n'ont, pour l'instant, dans leurs fichiers que 500 sites ayant acheté un positionnement en Europe. Il faut attendre, à mon avis, car l'internaute n'a pas la même relation, sur les deux continents, avec les outils de recherche. Une solution qui marche bien aux Etats-Unis, comme celle de GoTo, ne fonctionnera pas obligatoirement en France ou en Europe. Nous sommes un peu en attente, donc, sur ce type de possibilité. Enfin, une nouvelle division, appelée "Web Marketing Services" a été créée chez Altavista US. Elle va proposer, très prochainement, de nombreux services de ce type, orientés autour du référencement et du positionnement. Vous en saurez plus très bientôt. Il s'agit donc bien de solutions "dans le vent". Et Altavista s'en préoccupe, bien entendu."

## **VOILA.FR**

~~~~~

Michel Bisac (Directeur Général Adjoint) :

"Pour l'instant, nous n'envisageons pas, à courte échéance en tout cas, de mettre en place ce type de fonctionnalités. Pour être plus précis, et pour reprendre votre catégorisation d'offres :

- En ce qui concerne le Guide (annuaire), c'est hors de question. Nous privilégions la qualité par rapport à la quantité et nous estimons que c'est à nous de faire un travail qui soit le meilleur possible. J'estime que ce type d'offre consiste à faire payer au webmaster l'incapacité de l'annuaire à prendre en compte les soumissions qui lui sont faites, donc sa propre désorganisation. Pas question pour l'instant, donc.

- Idem pour le référencement garanti, de type Inktomi. Le métier d'un moteur de recherche est de tenir à jour un index le plus complet et le plus "frais" possible. Faire payer pour cela ne me semble pas très logique. Encore une fois, on reporterait sur le webmaster d'un site notre propre incapacité à proposer un moteur de recherche valable. Difficile à tenir, comme discours commercial. Avec la nouvelle version du moteur, l'index sera rafraîchi pour toutes les pages sur une base hebdomadaire, ce qui résoudra ce type de problème.

- En ce qui concerne le positionnement : ce type d'offre n'est pour l'instant pas à l'ordre du jour. Nous tenons à garder le contrôle de la pertinence des résultats proposés à l'internaute. Mais nous regardons de façon très pointue et attentive l'offre "Addwords" de Google. Ce type de solution pourrait tout à fait être envisageable à moyen terme."

EXCITE FRANCE

~~~~~

Pierre-Yves Paques (Directeur Général) :

"Aujourd'hui il n'existe pas d'offre Excite en Europe - donc en France - de référencement payant comparables à celles détaillées dans votre lettre. Ceci dit, des réflexions existent à ce sujet. Ces offres étudiées en ce moment tant en Europe qu'aux Etats-Unis ne seront sans doute pas disponibles sur le réseau Excite avant plusieurs mois. Notre vision est, en effet, pragmatique : c'est le marché des Annonceurs Web ET les internautes qui feront que ces nouvelles approches de "référencement-positionnement" se développeront ou pas. Du côté des annonceurs, il y a clairement une demande. En France, nous avons trouvé une solution qui sera mise en place début 2001 et qui répond aux 2 besoins Annonceurs/Internautes. C'est une Offre exclusive, baptisée "Category Keywords" ayant la particularité de proposer :

- l'affichage d'une bannière faisant la promotion d'un site, - et le positionnement d'un lien URL sur une ligne de ce même site, mais séparé des résultats de recherches Web qui resteront en dessous.

Ce produit publicitaire exclusif d'Excite s'appliquera uniquement à 13 thèmes "Category Keywords", allant du Voyage à la Banque, en passant par la Musique. Cette offre dans les pages de résultats sera disponible par Groupes de Keywords/Category et non à l'unité Keyword. Excite sera le premier à pouvoir offrir une telle offre qui a reçu de très, très bons échos jusqu'à présent. Rendez-vous, si tout va bien, sur les pages d'Excite France en janvier 2001."

## **LYCOS FRANCE**

~~~~~

Marie-Christine Levet (Directrice Générale) :

"Lycos a comme principe de ne pas faire payer le référencement ni dans son annuaire, ni dans le moteur. De même, l'attribution d'un "chien d'or" n'est absolument pas payante et nous restons fermes sur ces principes d'éthique éditoriale.

Par contre, nous proposons classiquement à nos annonceurs de placer des bannières sur mot-clé pour avoir une visibilité maximale sur les pages de réponse et commercialisons également un espace appelé "référencement premier sur mot-clé" qui permet à un partenaire d'avoir un lien texte sur un mot-clé en haut des pages de réponse. Cet emplacement est réservé exclusivement à nos partenaires e-commerce (type BOL, Qxl...) et est clairement identifié comme un espace différent des réponses du moteur (en rouge, hors champ de réponse). Vous pouvez en avoir un exemple en tapant "marcel proust" (mon auteur préféré ;-)) sur Lycos.fr"

NOMADE.FR

~~~~~



Pauline Tourneur (Responsable de l'annuaire) :

"En ce qui nous concerne, le référencement payant n'est pas d'actualité . Aujourd'hui, Nomade.fr est capable de traiter une soumission de site dans son annuaire sous dix jours, hors problème particulier. Nous allions donc rapidité et qualité de référencement grâce au travail d'une solide et compétente équipe de 23 documentalistes/référenceurs. Pour l'heure, nous évaluons donc la pertinence potentielle et le bénéfice utilisateurs que pourraient offrir ce type de prestations, mais sans réel projet allant dans ce sens à court ou moyen terme."

## **ECILA**

~~~~~

Christian Maisonnave (Responsable Technique) :

"Nous réfléchissons à ce type d'offres. En tout état de cause nous avons considérablement amélioré la soumission et le filtrage, ce qui devrait fluidifier la chose dans les semaines à venir. Il reste encore quelques points de détails à régler.

Je n'ai pas de position sur l'intérêt marketing de la chose. A terme, cela ne fera que renforcer le manque de crédibilité de ces offres. En effet, à quoi sert d'afficher que l'on cherche parmi des millions d'URL lorsque de toute façon on est sûr que les premières URLs affichés sont celles pour lesquelles des sociétés ont payé leur parution. Si on acceptait toutes les soumissions, on aurait 90 % de sites adultes sur tous les mots clés... Sachant qu'ils représentent encore aujourd'hui une grosse part du trafic et du cash sur Internet. On s'approche de la logique "Pages Jaunes" où l'objectif de chaque société est de paraître en tête des mots-clés et d'avoir l'espace le plus visible possible... On est loin de la philosophie "pages blanches" ou chacun est traité avec équité. Les deux orientations sont déjà là sur certains sites de nos confrères notamment.

Mais, à mon avis, il s'agit là d'offres purement commerciales, qui n'auront que peu d'impact. Car en aucun cas nous nous engagerons (et cela doit sûrement être la même chose pour nos concurrents) à ajouter un URL contre paiement (cf le cas des sites adultes). Ce type d'offre n'est probablement pas inéluctable, cela ne fait que faire payer un service qui serait dans tous les cas rendu mais pas forcément dans les mêmes délais. Le problème essentiel est la charge générée par l'augmentation du trafic et du nombre de sites, et le temps humain à gérer derrière.

A terme, la situation se stabilisera et cela ne posera probablement plus de problème. Le second point est qu'encore une majorité de gens spamment régulièrement y compris des "professionnels du référencement", croyant que la soumission de n URL de leur site sera mieux prise en compte..."

MSN SEARCH FRANCE

~~~~~

Guillaume Le Friant (Lead Portal Programming & Business Development) :

"Nous ne pensons pas proposer une telle offre dans les mois qui viennent. Actuellement, nous évaluons toutes les suggestions de sites qui nous sont faites via l'adresse <http://www.msn.fr/leguide/suggestions.asp> sur la base des critères de sélection disponibles en ligne (<http://www.msn.fr/help/aideguide.asp>). Nous mettons en moyenne une semaine entre le moment où le site est soumis et le moment où celui-ci est intégré dans notre sélection. Attention : toute sélection en provenance de moteurs automatiques de soumission est écartée. De plus, il est impératif de nous indiquer la thématique principale du site lors de sa soumission via notre formulaire de suggestion.

Les offres actuellement proposées, que ce soit en terme de positionnement ou tout simplement de référencement, ne me semblent pas être très intéressantes pour un webmaster soucieux de recevoir du trafic du moteur de recherche vers son site. Ce montant financier, même s'il est minime, devrait plutôt être investi à améliorer le niveau de service sur le site et ainsi améliorer les chances d'un référencement "naturel" en s'appuyant avant tout sur la qualité de l'expérience utilisateur plutôt qu'uniquement sur un budget marketing.

Loin d'être une fatalité, ce type d'offre donne malgré tout un bon indicateur de niveau de qualité des ressources proposées sur les moteurs de recherche où cette solution est disponible. En effet, certains doutes peuvent en effet étre émis au niveau de l'impartialité du choix proposé à l'utilisateur: C'est la cas dès qu'un moteur de recherche rentre dans une relation commerciale avec un client pour référencer son site."

## **LOOKSMART FRANCE**

~~~~~

Emmanuelle Siary (Business Development Director) :

"La version française de l'annuaire Looksmart n'est pas encore "officiellement" en ligne, même si on la trouve déjà sur les sites de Worldonline et de Club Internet. En ce qui concerne les offres de prise en compte payantes, et pour exemple, la version britannique de l'annuaire (<http://synd.looksmart.co.uk/synd-uk/>), disponible sur MSN UK, Excite UK et Readers Digest, entre autres, recevait, quelques mois après son lancement, près de 1 000 soumissions gratuites par jour. Il devenait très complexe de faire un travail d'évaluation convenable sur une telle masse d'adresses soumises. Aussi, une offre de prise en compte payante (à 99 livres) sous 5 jours ouvrés a été rapidement mise en place (<http://submit.looksmart.co.uk/>). Il y a de fortes chances pour qu'une telle offre soit proposée rapidement pour la version francophone de l'annuaire. Les conditions pour en profiter, que ce soit au niveau du tarif proposé comme des critères à satisfaire, devraient

être proches de celles proposées pour les sites britanniques (http://submit.looksmart.co.uk/submit_guide.asp)."

YAHOO! FRANCE

~~~~~

Philippe Guillanton (Directeur général) :

Question : "Face aux offres de Looksmart, Snap, Yahoo.com, quelle est votre réflexion sur la possibilité de faire payer la rapidité de prise en compte et d'évaluation d'un site Web sur Yahoo! France ?"

Réponse : Il est encore un peu tôt pour le dire. Bien sûr, toute offre disponible sur notre site aux Etats-Unis a pour ambition d'être, un jour, proposée dans les autres pays où Yahoo! est présent, et si elle répond à une demande, bien entendu. mais, pour l'instant, si nous réfléchissons à ce type de solution, nous n'envisageons pas de la concrétiser commercialement à court terme sur notre annuaire. Ceci dit, rien n'est impossible...

Q : Si certains sites web, parmi vos concurrents sur le Web francophone, proposaient une telle offre rapidement (début 2001), est-ce que cela aurait pour effet d'accélérer le processus de mise en place d'une telle possibilité ?

R : Oui, cela pourrait accélérer la manœuvre. Mais, pour l'instant, notre position sur l'espace Internet francophone fait que nous réfléchissons plutôt à nos propres offres plutôt qu'à celles de nos concurrents. Il n'y a pas péril en la demeure, nous avons le temps de mettre en place, sans urgence, une solution fiable. D'autre part, il faut être sûr que l'on puisse également tenir la distance. Proposer une offre financière pour l'évaluation rapide d'un site signifie qu'en interne, il faut que nous soyons sûrs d'être capable de répondre sans faille à cette demande. Cela demande donc une organisation importante et réfléchie avant toute prise de décision.

Q : Justement, certains disent que ce type d'offre consiste à faire payer au webmaster du site désirant être référencé le manque d'organisation de l'annuaire. Qu'en pensez-vous ?

R : Je dirais que c'est très exagéré. La raison principale de la mise en place de ces offres est l'augmentation continue des demandes d'inscription sur l'annuaire, qui atteint aujourd'hui les 1 000 soumissions quotidiennes. Multiplier continuellement le nombre de neturfers pour répondre à cette demande ne résoud pas tous les problèmes, loin de là. Demander une rémunération pour un service qui amène une réelle valeur ajoutée en garantissant une réponse (qu'elle soit positive ou négative) dans un délai imparti ne me semble pas illégitime.

Q: Pensez-vous que le cloisonnement entre le service commercial de Yahoo! et les neturfers chargés de créer l'annuaire pourra longtemps encore être préservé ?

R : Il ne s'agit pas d'un cloisonnement si étanche que cela, d'une sorte de séparation entre l'église et l'Etat. Les neturfers et le service commercial de Yahoo! France discutent continuellement entre eux et s'échangent de nombreuses informations. Mais nous ne ferons jamais payer le positionnement d'un site dans les résultats proposés sur un mot clé donné. Il faut que cela soit clair. D'autre part, pour l'instant, le classement alphabétique, à l'intérieur d'une rubrique, n'est pas remis en cause. Notre maison-mère, aux Etats-Unis, teste certaines voies, notamment avec l'aide de Google au niveau de l'indice de popularité, mais nous attendrons avant de les appliquer en France. Le problème est complexe : "popularité" est-il synonyme de "pertinence" ? Est-il nécessaire de rendre encore plus populaire un site qui l'est déjà ? Etc. Toutes ces questions devront trouver réponse avant de mettre en place de nouvelles solutions pour trier l'information.

Q : La prise en compte rapide et payante d'un site peut-elle faire partie du "Business Model" d'un annuaire comme Yahoo! France ?

R : Nous n'avons pas besoin de cette source de revenus. Cependant, nous ne sommes pas fous : s'il est possible d'y avoir recours, nous regarderons cette solution au plus près. Mais nous ne voulons pas perdre notre âme et, surtout, nous désirons toujours fournir à l'internaute le résultat le plus pertinent possible et répondre aux aspirations de nos visiteurs : être objectif, intuitif et exhaustif. Certaines solutions de "mise en exergue" de sites web pourraient, éventuellement, être mises en place, contre paiement, dans les prochains mois sur nos sites de type "Pages Jaunes" (<http://fr.yp.yahoo.com/>), exactement comme dans les annuaires téléphoniques papier actuels. Il est, également probable qu'à l'avenir, l'annuaire de sites web et les Pages Jaunes fusionnent, lorsqu'une immense majorité d'entreprises auront créé leur site. A ce moment, de nouvelles offres commerciales seront certainement proposées. Mais cela est une autre histoire. Pour l'instant, notre credo tient en un seul mot : la pertinence des résultats proposés. Et cette quête ne passe pas pour l'instant, en tout cas pour les prochains mois, par une offre de paiement pour la prise en compte rapide d'un site. Et encore moins de positionnement...

### ■ **Hotbot France, un nouveau moteur de recherche sur le Web francophone**

Lycos a donc lancé, le mercredi 13 décembre dernier, la version française de Hotbot.

Notons que trois moutures européennes de ce moteur existent déjà, à l'heure actuelle :

- Hotbot France (<http://www.hotbot.fr/> ou <http://www.hotbot.lycos.fr/>)

- Hotbot Grande-Bretagne (<http://www.hotbot.lycos.co.uk>)

- Hotbot Allemagne (<http://www.hotbot.lycos.de/>)

Notons également que, lorsqu'on saisit l'adresse <http://www.hotbot.com/>, on est routé vers la version française (si la machine utilisée est "immatriculée" en France), tout comme l'adresse <http://www.lycos.com/> renvoie à la version française de Lycos. Le moins que l'on puisse dire est que c'est très énervant (Danny Sullivan pense, d'ailleurs, exactement la même chose dans sa dernière lettre "SE Update"). Pour aller là où l'on voulait aller, c'est-à-dire la version américaine des outils de recherche sus-cités, il faut taper les adresses : <http://www.hotbot.lycos.com/> (une fenêtre pop-up vous y propose d'ailleurs d'aller sur Hotbot France si votre machine est identifiée comme étant française)

et

<http://www-english.lycos.com/>

Dis, monsieur Cadbury, tu peux pas nous les enlever, ces redirections ?

Dans le cadre de cet article, il faut dire une chose très importante : la version de Hotbot qui est en ligne en ce moment n'est qu'une version Beta. Lycos indique qu'il travaille de façon très approfondie dessus et que les résultats fournis et les fonctionnalités proposées vont s'affiner jusqu'au mois de janvier, date à laquelle un lancement "officiel" de l'outil de recherche sera effectué. La situation semble d'ailleurs s'arranger de jour en jour, voire d'heure en heure.

Mais il m'a semblé intéressant de jauger, dans un premier temps, cette version beta de Hotbot pour voir ce qu'elle nous promettait dans sa version finale.

### **"Web français" ou "en français"**

-----

Ce qui frappe, dans un premier temps, lorsque l'on compare les pages d'accueil des sites américains et français, est que Hotbot France propose, d'entrée, beaucoup plus de fonctionnalités que son homologue d'outre-Atlantique. On touche certainement là du doigt un positionnement très orienté vers les experts de la recherche d'information (c'est d'ailleurs ainsi que le site est majoritairement ressenti par les internautes en France, à notre connaissance), car une telle profusion risquerait de faire fuir le débutant sur le réseau, qui ne désire le plus souvent, qu'un seul formulaire, sans plus, pour saisir sa requête.

Plusieurs modules de recherche sont proposés sur la partie gauche de la page d'accueil :

- recherche rapide : c'est celle proposée par défaut
- Recherche avancée
- Recherche multimédia
- Recherche annuaire

Une rubrique "Trucs et astuces" ainsi qu'un lien vers l'outil de personnalisation de Hotbot ("Mon Hotbot") sont également proposés dans la colonne de gauche. La colonne de droite est, pour sa part, occupée par des liens de type "partenariats" (pages jaunes, blanches, cartes et plans, etc.). Ils ne feront pas l'objet d'un descriptif dans cet article.

### **Recherche rapide**

-----

La recherche rapide propose de nombreuses fonctionnalités :

- Opérateurs ET ("Tous les mots"), OU ("n'importe quel mot") ou Expression ("Expression exacte"), l'équivalent des guillemets, donc.
- Deux choix sur les index utilisés : "Web français" ou "Web mondial". On peut se poser la question de la différence entre "Web français" et "Langue : Français" du menu déroulant suivant. Est-ce une différenciation du type de ce que propose Altavista France ("web français" = "Web d'origine française" et non pas un filtre linguistique) ? La question reste posée.
- Un filtre linguistique (neuf langues proposées) et temporel (7 choix, depuis "une semaine" jusqu'à "sept mois"). Cette limite temporelle semble s'effectuer sur la date de dernière modification des documents présents dans l'index d'Inktomi.
- Un filtre multimédia, proposant d'inclure un format spécifique de donnée (image, MP3, vidéo...) dans la recherche. - Des liens vers les catégories de l'annuaire de Lycos France. Un clic sur l'une des catégories nous fait "sauter" sur le site de Lycos, proposé avec un bandeau supérieur aux armes de Hotbot. Pour l'instant, cela ne fait pas très "pro" (de nombreuses mentions à Lycos subsistent encore), mais on peut penser qu'à son lancement, le site sera entièrement aux couleurs de Hotbot. Plusieurs tests successifs ont d'ailleurs montré que les choses semblaient évoluer rapidement de ce côté.
- Une configuration de la page de résultats, avec le nombre de liens par pages et la présentation plus ou moins détaillée des liens issus de l'index est proposée.
- La possibilité de rajouter ou d'enlever des critères (petites boules "-" ou "+") puis de sauvegarder ses critères de recherche et sa page d'accueil "customisée" pour utilisation ultérieure (lien "mémoriser mes préférences").

Au total, on a sous les yeux à peu près le seul outil de recherche qui propose l'équivalent d'une recherche avancée dès la page d'accueil. Il s'agit là d'une particularité assez intéressante, à l'heure où Google, l'outil de recherche "à la mode", propose, pour sa part, une interface dépouillée au maximum. Le positionnement est donc clairement différent pour ces deux outils. L'un sera très "grand public" (Google), l'autre sera orienté "Pro" (HotBot France).

On peut cependant s'interroger sur l'utilité de la présence de certaines options (notamment les filtres multimédia et La possibilité de configurer ses pages de résultats) sur la page d'accueil. Elles auraient pu trouver une plus grande utilité dans la rubrique "Mon Hotbot". D'autre part, la zone "Personnaliser cette page" paraît assez incompréhensible (pour ma part, je n'ai pas encore réellement compris son utilité et les différences entre cette partie et la fonctionnalité "Mon Hotbot").

## **Pages de résultats**

---

Les pages de résultats de Hotbot France sont assez "classiques", bien qu'assez chargées en informations. Elles proposent 10 résultats par page, en mettant en gras les occurrences du mot demandé dans le titre et la description de la page présentée. Hotbot fait, par défaut, du clustering, c'est-à-dire qu'il ne propose qu'un document par site web identifié. Un lien "voir les résultats de ce site uniquement" est disponible pour "dégrouper" les résultats.

Certaines possibilités intéressantes sont proposées : le lien "ouvrir dans une nouvelle fenêtre" permet d'aller sur la page en question dans une fenêtre indépendante, en laissant intacte la page de résultat, ce qui permet de retourner plus vite à celle-ci si le lien s'avère non pertinent (cela évite donc un clic droit sur la souris et un choix dans le menu déroulant idoine). De façon assez incompréhensible, tous les moteurs qui ont, jusqu'à maintenant, proposé ce type de fonctionnalité l'ont abandonné dans les mois qui suivaient. Espérons que cela ne sera pas le cas de Hotbot France.

Le lien "envoyer à un ami" permet, a priori, d'expédier un message électronique contenant l'URL en question à une connaissance. Sur mon ordinateur, il avait pour principale caractéristique de planter mon logiciel de navigation de façon irrémédiable... Défaut de jeunesse, probablement. Et qu'est-ce que je fais si la personne à qui je veux envoyer le message n'est pas un ami ? Non, je plaisante, je plaisante... ;-)

J'ai également noté, ça et là, quelques problèmes dûs aux traductions qui ne semblent pas totalement terminées ("Voir 10 Nombres de résultats avec full description"). Tout cela devrait cependant être corrigé pour le lancement "officiel". Enfin, sur la page de résultats, certaines options ne semblent pas non plus très claires (à quoi sert le choix "Revoir Options" ???).

## **Recherche avancée**

---

La recherche avancée de HotBot France correspond à la recherche avancée de HotBot US. Seuls manquent à l'appel l'activité du "stemming" (un singulier demandé trouve un pluriel et vice-versa) ainsi que quelques fonctionnalités du premier menu déroulant américain (recherche dans le titre, recherche d'une personne, etc.). mais ces dernières fonctionnalités ne sont certainement pas les plus utilisées, elles ne semblent donc pas indispensables et personne, à mon avis, ne pleurera leur indisponibilité sur Hotbot France (elles devraient, de toutes façons, être disponible sous la forme des requêtes avancées de type title:). Rien à dire donc de spécial sur cette section.

## **Recherche multimédia**

---

Il s'agit ici d'une version plus étoffée de la recherche avancée, pour la partie "multimédia". Elle permet de faire des requêtes très fines sur le format des fichiers recherchés, selon que ce sont des sons (mp3, wav, real audio, midi, etc.) ou des vidéos (quicktime, mpeg...).

## **Recherche Annuaire**

---

Lors de mes tests, ce lien routait directement vers le site Lycos, sans être réellement encore "co-brandé" aux couleurs de Hotbot. Il y a fort à parier qu'il le sera pour le lancement. RAS.

## **Mon HotBot**

---

La fonctionnalité "Mon Hotbot" permet de configurer le nombre d'options désirées et leurs valeurs, puis de sauvegarder cette configuration afin de retrouver, grâce aux cookies, cette

"customisation" à chaque fois que vous retournez sur l'outil. Si le principe est simple à comprendre, il semble inutilement compliqué, notamment par les mentions "Page personnalisée? - Options par défaut? - Quelle est ma page d'accueil?" présentes dans un tableau qui me semble absolument incompréhensible. Enfin je trouve... Cette fonctionnalité était certainement, à mon goût et à la mi-décembre, la moins finalisée de l'outil de recherche. Peut-être n'est-ce là qu'une version de test, encore une fois. Bref, tout cela est encore un peu abscons.

### **Syntaxe d'interrogation**

-----

Il est à noter qu'Hotbot France permet toutes les syntaxes avancées de Hotbot, résumées à la page : [http://www.abondance.com/outils/hb\\_syntaxe.html](http://www.abondance.com/outils/hb_syntaxe.html) Une description plus complète de cette syntaxe sera proposée dans un futur numéro de cette lettre, après le lancement officiel du site, lorsqu'il se sera stabilisé.

### **Soumission**

-----

Enfin, sachez que Hotbot France propose un formulaire de soumission de votre site dans l'index d'Inktomi à l'adresse :

<http://www.hotbot.lycos.fr/submit.html>

La limite suivante est indiquée : "Vous ne pouvez qu'ajouter 20 adresses avec le même nom de domaine par jour. Si vous travaillez sur plusieurs sites avec des noms de domaine différents, vous pouvez ajouter jusqu'à 20 adresses pour chaque site et par jour." Les délais annoncés sont de 30 jours. Mais vous savez ce que c'est, avec Inktomi, on ne sait jamais trop s'ils seront respectés...

### **Conclusion**

-----

Hotbot France est un outil de recherche intéressant, dont la version beta semble évoluer très vite pour atteindre un bon niveau; Il reste bien encore moult fautes d'orthographe (mais n'y en a-t-il pas dans cette lettre ? ;-)) et de très nombreuses petites erreurs ou incohérences qui attestent de la version de test encore en ligne.

La seule chose qu'on pourrait lui reprocher est une certaine complexité pour comprendre les fonctionnalités avancées qu'il propose (certaines fonctions m'ont laissé dubitatif, pourtant, j'utilise assez souvent de nombreux outils de recherche divers et variés). Bref, un grand coup de simplicité d'emploi ne peut pas faire du mal à Hotbot France pour être utilisé et compris même par les experts. Etre complet ne signifie pas obligatoirement être complexe... Quelques modifs bien senties devraient remettre tout cela en place...

#### **■ Question.fr, l'outil de recherche humain**

Question.fr (<http://www.question.fr/>) est un outil de recherche humain qui emploie 30 à 40 "experts" (appelés "limiers") actifs et qui se base sur un réseau de plus de 300 experts "potentiels".

Ces experts sont formés par la société Question.fr et utilisent de nombreux outils de recherche, dont notamment l'Internet et les bases de données professionnelles, au travers d'un abonnement notamment au service Qwam.

80% des demandes qui sont faites sont d'ordre professionnel, mais certains particuliers utilisent également le service.

Il existe plusieurs gammes de services :

- Une recherche simple à 89 F (délai pour la réponse par e-mail : 12 heures)
- Une recherche complexe à 189 F (délai pour la réponse par e-mail : 12 heures)
- Une recherche sur devis, qui peut atteindre plusieurs centaines voire milliers de F selon ce qui est demandé.
- Prestations de veille sur abonnement.

Il est intéressant de noter que le client arrive assez facilement à faire le distinguo entre les prestations "simple" et "complexe" et que Question.fr ne change que très rarement le choix initial des internautes.

Question.fr traite environ une dizaine de demandes par jour. Un limier qui travaille à plein temps pour Question.fr peut gagner environ 1 000 F quotidiennement. Chaque recherche prend en règle générale trois quarts d'heure à une heure.

Les prestations de veille technologique, stratégique et concurrentielle, entre autres, peuvent être assez fouillées et complètes. Il s'agit d'identifier les sources d'information, de lister les coordonnées d'études disponibles, de proposer des sommaires détaillés, d'identifier de nouveaux acteurs, des concurrents potentiels, de proposer des tableaux Excel de comparaison d'offres, etc. Tous les échanges se font avec les clients par e-mail.

Question.fr a également mis en place depuis quelques jours la solution "Expert Link". Il

s'agit d'un système d'outil de recherche humain, avec réponses d'experts, en marque blanche, donc destiné à être revendu à d'autres sites web. Cet outil, ayant nécessité 6 mois de développement de la part d'une société américaine, est actuellement proposé aux grands portails et outils de recherche francophones en complément de leurs fonctionnalités habituelles. Un peu ce que fait Lamine sur MSN Search avec l'option "Nous cherchons, vous trouvez".

Le système consiste en une "fenêtre" qui sera présente sur un grand nombre de sites. Un internaute peut, grâce à cette "fenêtre" :

- soit poser des questions (personnelles ou professionnelles) dans des domaines qu'il maîtrise mal,
- soit s'inscrire comme expert (dans un ou plusieurs domaines qu'il maîtrise bien) et donc répondre aux questions des internautes.

Les experts sont rémunérés (par celui qui pose la question) pour leur recherche selon un système d'enchères (qu'est-ce que l'internaute est prêt à payer pour l'exactitude de réponse qu'il souhaite obtenir ?). Les experts, inscrits dans un site peuvent également répondre aux questions posées sur un autre site. Ce service est donc "sans frontières" d'un portail à un autre. L'internaute, qu'il soit demandeur ou expert, reste toujours physiquement présent sur le site partenaire.

Sur la somme payée par l'internaute : 25% ira au site Question.fr, 15% au portail hébergeant l'appliquatif et 60% au "limier" ayant répondu à la question. Le portail, pour sa part, paiera un forfait d'utilisation du service. Les recettes publicitaires seront partagées à parts égales entre Question.fr et le portail.

Il est à noter que Question.fr ne se positionne pas du tout sur le créneau de sites comme Webhelp. Là où Webhelp est un "Web Call Center" et répond gratuitement, en direct, et le plus vite possible, aux internautes souvent débutants sur le réseau, Question.fr est payant, ne répond qu'en 12 heures mais à l'ambition d'effectuer une recherche approfondie et répondant parfaitement aux besoins de ses clients. Autres besoins, autres méthodes...

#### ■ 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) : Altavista US, Hotbot (donc Inktomi).

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 mais qui restent raisonnables) : Google, Ecila, Northern Light, Excite US.

Les moteurs à la peine ce mois-ci : Infoseek, Voila (à vérifier depuis le lancement de la nouvelle version du moteur), Excite (pour les sites en français), Alltheweb, Lycos, Lycos France, Altavista France.

#### ■ Bruits et chuchotements

Une 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 ;-)

-> Un grand "ménage" aurait eu lieu dernièrement sur l'annuaire de Voila (Le Guide), de nombreux sites ayant été éliminés, étant estimés obsolète ou moins intéressants. Vérifiez que le vôtre s'y trouve encore.

-> Parmi les 20 millions de pages crawlées par Voila dans sa nouvelle version (nommée "KE2") se trouvent des documents dont la langue a été déterminée comme étant le français ainsi que certaines pages, dont on pense qu'elle sont francophones, mais que le robot n'a pas pu analyser. Exemple : la page d'accueil du site de la SNCF (www.sncf.fr). A priori, on peut penser que cette page est proposée en français (nom de domaine en .fr, de plus), mais elle est entièrement graphique et ne contient pas de balises Meta :-(. Pour éviter que ce type de document soit absent de l'index de Voila, l'équipe technique a choisi de les intégrer dans l'index francophone.

-> eBay a racheté la technologie "Precision Buying Service" qui appartenait à Deja.com. Le reste du site Deja (notamment toute la partie qui concerne les archives des forums de discussion) devrait être prochainement rachetée par une autre entreprise (le bruit court que ce serait Altavista ou Google, mais il semble que cela ne soit qu'une rumeur).

-> Sur Inktomi, une page soumise par la fonction "Add URL" d'un site partenaire (Hotbot, iWon) serait pénalisée dans les classements tant que le spider d'Inktomi ne l'a pas trouvée lors de ses crawls "naturels". Elle revient à un classement "normal" dès que la page a été trouvée par le spider grâce à un lien issu du Web. Objectif : faire la chasse aux pages satellites. D'autre part, Inktomi serait en train de réfléchir au fait de supprimer purement et simplement le formulaire de soumission de pages sur ses sites partenaires. Enfin, Hotbot affiche parfois, dans ses résultats, la description et le titre trouvés dans Looksmart

(en lieu et place du titre et de la balise Description de la page) lorsque la page affichée est présente dans l'annuaire.

-> Quelques jours avant le lancement de son offre française, le nom de domaine looksmart.fr n'est toujours pas réservé. Vont-ils se le faire "piquer", comme Altavista France, quelques jours avant leur inauguration ?

#### ■ En Bref

-> Le site Voila.com, version internationale de Voila.fr, est aujourd'hui fermé. A priori, il n'ouvrira ses portes à nouveau que lorsque un véritable effort de promotion sera fait par France Telecom dans son sens. Comme c'était lui qui fournissait ses résultats à Voila.fr lorsqu'on choisissait l'option "Web Mondial", cela a posé un problème à la version francophone du portail qui ne pouvait, dans ce cas, afficher des pages vides. C'est donc, en ce moment, l'Open Directory qui est "attaqué" par l'outil pour ce type de recherche. La situation est cependant provisoire. Courant janvier, normalement, un nouveau fournisseur (a priori Google ou Inktomi) devrait fournir les résultats "Web Mondial" à Voila.

-> L'annuaire CTrouvé (<http://www.ctrouve.com>) a dépassé les 140 000 sites inscrits dans sa base de données.

-> le nom de "PageRank" donné par Google à sa technologie de classement des résultats par ordre de pertinence ne vient pas d'une traduction de "Classement de pages". Le terme "Page" de "PageRank" vient tout simplement du nom de Larry Page, CEO et cofondateur du moteur.

-> Par rapport à ce qui était relaté dans notre dernière lettre "R&R", la page de résultats de Lycos France a légèrement changé : afin d'éviter désormais la confusion qui régnait entre sites recommandés dans l'annuaire et sites recommandés dans la page de résultats (ceux-ci correspondaient à une adéquation entre les mots clés demandés et les chaînes de caractères du titre, de l'url ou du commentaire), ce sont désormais les catégories qui sont recommandées... En effet, Lycos pense que, en particulier pour les termes de recherche très généraux (et ce sont la majorité des demandes sur l'outil de recherche), les catégories sont les meilleurs résultats possibles puisqu'ils permettent à l'utilisateur de préciser sa recherche en explorant les thèmes afférents à sa requête. L'ordre d'apparition des sites n'est pas modifié, et les sites recommandés par les surfeurs le sont bien sûr toujours ;-).