

Sur quels outils de recherche se référencer ?

Il existe aujourd'hui, grosso-modo, une quinzaine d'outils de recherche majeurs, sur lesquels un site web se doit d'être présent. Mais le référencement est entré dans une ère d'offres payantes, qui accélèrent clairement les délais de prise en compte d'un site, mais qui comportent un inconvénient majeur : il faut payer pour cela :-). Il est donc parfois nécessaire de faire des choix si le budget "référencement" du site est limité. D'autre part, sur la quinzaine d'outils majeurs, certains sont plus "importants" que d'autres, notamment en termes de trafic généré.

Nous avons essayé, dans cet article, de mettre en place une hiérarchie autour des outils de recherche, pour avoir une idée de ceux sur lesquels il était le plus "urgent d'apparaître". Ce classement n'est peut-être pas parfait, ces critères peuvent être discutés (difficile d'en trouver de totalement objectifs !) mais il a pour unique but d'aider les référenceurs dans leurs choix et leur travail quotidien. Il évoluera peut-être dans l'avenir grâce aux informations, avis et suggestions que vous nous apporterez... D'autre part, il ne s'agit clairement pas ici d'un classement de pertinence dans les résultats produits, mais bien d'une aide au référencement...

Pour mettre en place ce classement, nous nous sommes basés sur 4 indices :

- **Indice de trafic généré** : quels sont les outils de recherche qui génèrent le plus de trafic sur un site web ?

- **Indice de référencement payant** : quels outils de recherche sont les plus chers pour ce qui est du référencement payant (moteur) ou de la soumission payante (annuaire) ? Quels outils sont encore gratuits ?

- **Indice de facilité de prise en compte gratuite** : sur quels outils de recherche est-il le plus facile de référencer son site de façon gratuite ? Quels outils n'acceptent quasiment plus ce type de soumission ?

- **Indice de visibilité** : sur quels outils un site, une fois inscrit, est-il le plus visible sur la page de résultats ?

Comme il est ici question de référencement manuel, les offres de positionnement publicitaire (Espotting, Overture, Google AdWords) n'ont pas été prises en compte.

1. Indice de trafic généré

Quels outils de recherche apportent le plus de trafic sur un site web à l'heure actuelle ? Pour le savoir, il nous a semblé logique de prendre en compte les résultats des différents baromètres mis en place par les sociétés Première Position / Xiti, Netbooster / Weborama, eStat / @position et Ad'oc. (pour plus d'informations sur ces baromètres, voir <http://docs.abondance.com/question49.html>). Lorsqu'un outil de recherche propose un annuaire PLUS un moteur (Google, Voila, Lycos, AOL.FR, etc.), le même score a été attribué aux deux outils. La note maximale est de 20 et les notes obtenues par chaque outil est définie au prorata du trafic généré selon une moyenne des pourcentages identifiés par les 3 baromètres (nous avons omis celui d'Ad'oc, basé sur un échantillon plus faible de sites strictement professionnels, qu'il nous a semblé complexe de comparer aux 3 autres, même s'il est très intéressant par ailleurs).

Voici les points obtenus par les différents outils :

Google (.com et .fr + Yahoo!)	11 + 2,5= 13,5
Open Directory	11
Yahoo! France (annuaire)	2,5
Voila moteur (Voila + Wanadoo)	2,5

Guide de Voila (Voila + Wanadoo)	2,5
Moteur MSN.fr (Inktomi)	1
Annuaire MSN.fr (interne)	1
Moteur AOL.FR (Exalead)	1
Annuaire AOL.FR (interne)	1
Fast (par AllTheWeb + Nomade + Lycos + HotBot Europe)	$0,12 + 0,3 + 0,5 + 0,01 = 0,93$
Annuaire Lycos.fr (interne)	0,5
Nomade.fr	0,3
AltaVista.fr	0,2

Pas de réelle surprise à ce niveau : Google est leader, de par le trafic émanant de son site plus celui créé par la partie "moteur" de Yahoo! L'Open Directory profite de son "lien étroit" avec Google, mais aussi du nombre de site portails (ou autres) qui l'ont adopté comme annuaire. Le reste des résultats est conforme à ce que nous apprennent les baromètres précédemment cités chaque mois...

2. Indice de référencement payant

De plus en plus souvent, il faut payer pour avoir des garanties de prise en compte d'un site par un outil de recherche. Cela peut prendre la forme d'une garantie d'indexation (moteurs) ou d'une garantie d'évaluation dans des délais pré-déterminés (annuaires). Les offres de référencement payant (moteurs) sont assez similaires d'un moteur à un autre, tout comme les offres de soumission payante chez les différents annuaires du marché.

Lorsque le moteur ou l'annuaire ne proposait pas de référencement payant, nous lui avons appliqué une note maximale (20). Puis cette note décroît en fonction du prix demandé. La moins bonne note correspond aux annuaires et moteurs les plus chers.

Google (.com et .fr + Yahoo!)	20
Open Directory	20
Voila moteur (Voila + Wanadoo)	20
Annuaire MSN.fr (interne)	20
Moteur AOL.FR (Exalead)	20
Annuaire AOL.FR (interne)	20
Nomade.fr	15
Fast (par AllTheWeb + Nomade + Lycos + HotBot Europe)	12
Annuaire Lycos.fr (interne)	12
Guide de Voila (Voila + Wanadoo)	10

Moteur MSN.fr (Inktomi)	10
Yahoo! France (annuaire)	9
AltaVista.fr	7

Les offres de référencement payant des moteurs ont été notées par ordre décroissant : AltaVista est le plus cher à l'heure actuelle (39 \$ pour 6 mois, soit 78 \$ par an pour la première url), puis vient Inktomi (39 \$ par an pour la première url) et Fast (30 \$ pour la première url). Bien sûr, les prix diminuent ensuite et le classement pourrait être différent pour un site qui désirerait référencer une centaine de pages par exemple. Nous n'avons pris, pour simplifier, que l'exemple de la première url pour faire nos comparaisons.

De la même façon, les annuaires ont été notés en fonction du coût de leur offre de soumission payante : de la moins chère (Nomade.fr : 99 euros) à la plus onéreuse (Yahoo! : 250 euros).

3. Indice de facilité de prise en compte gratuite

Bien que cela ne soit jamais réellement très facile, il est de notoriété publique que certains outils de recherche sont plus "accessibles" que d'autres pour intégrer des pages web (moteurs) ou des sites (annuaires) dans leur bases de données sur la base d'une soumission gratuite. Certains annuaires refusent cette soumission gratuite dans certaines zones (Commerce & Economie pour Yahoo!, par exemple). Certains moteurs ne prennent que très peu en compte les fonctions "Add Urls" lorsqu'elles existent (Exalead, Inktomi) en préférant suivre d'eux-même les liens présents dans les pages web. Bref, il nous a semblé important de noter ici les possibilités de soumission gratuite, et surtout de prise en compte effective par la suite, des différents outils de recherche.

Google (.com et .fr + Yahoo!)	15
Fast (par AllTheWeb + Nomade + Lycos + HotBot Europe)	14
Nomade.fr	12
Guide de Voila (Voila + Wanadoo)	12
Annuaire AOL.FR (interne)	12
AltaVista.fr	10
Annuaire MSN.fr (interne)	9
Annuaire Lycos.fr (interne)	9
Yahoo! France (annuaire)	9
Open Directory	5
Voila moteur (Voila + Wanadoo)	5
Moteur AOL.FR (Exalead)	5
Moteur MSN.fr (Inktomi)	5

Ce classement est certainement celui qui peut prêter le plus à discussion. Nous sommes d'accord ;-)

Quelques explications :

- Lorsqu'un site est inscrit dans l'Open Directory et Yahoo! et qu'il est soumis manuellement sur Google, il est la plupart du temps assez rapidement indexé par le moteur. Il peut certes en être "éjecté" par la suite, parfois pour un délai plus ou moins long, mais cela est une autre histoire...
- Fast semble également connaître assez peu de problèmes pour inclure un site de façon gratuite.
- Nomade.fr et le Guide de Voila prennent assez souvent en compte les soumissions effectuées gratuitement, même si les soumissions payantes sont aujourd'hui, et de façon logique, prioritaires sur ces annuaires.
- Il ne nous semble pas que l'annuaire d'AOL.FR, géré par Cybion, présente de quelconques problèmes également à ce niveau-là.
- AltaVista, qui a connu de nombreux problèmes en ce qui concerne le délai de prise en compte des sites soumis gratuitement, semble remonter la pente peu à peu.
- Les annuaires de Lycos et de MSN sont assez sélectifs. Il semble plus complexe de voir son site accepté sur ces outils.
- Yahoo! France limite la soumission des sites d'entreprises : elle est obligatoirement payante dans la catégorie "Commerce & Economie".
- L'Open Directory pose parfois problème : selon que la catégorie choisie est maintenue ou non par un éditeur, la prise en compte peut être plus ou moins rapide...
- Voila moteur connaît depuis plusieurs mois des difficultés à prendre en compte de nouveaux sites web.
- Les moteurs d'AOL.FR (Exalead) et d'Inktomi ne propose pas (ou plus) de formulaires de soumission gratuite. Ils indexent des nouveaux sites uniquement en suivant les liens trouvés dans les pages web. Complexe pour un site qui se crée...

4. Indice de visibilité

Etre "inscrit" dans les bases de données d'un outil de recherche, c'est bien, mais ce n'est pas suffisant. Si les résultats de la base de données en question ne sont que très peu (ou partiellement) visibles sur les pages de résultats de l'outil de recherche, il est bien sûr moins intéressant d'être présent sur l'outil en question. Par exemple, les sites inscrits dans l'annuaire Lycos sont assez peu visibles sur les pages de résultats du portail, donnant plus de visibilité aux résultats Fast. Nomade.fr affiche jusqu'à 20 résultats d'Espotting avant d'"attaquer" sa base de données propre... Pour chaque outil de recherche, nous avons donc donné une note pour prendre en compte ce "coefficient de visibilité". Voici les résultats :

Google (.com et .fr + Yahoo!)	15
Fast (par AllTheWeb + Nomade + Lycos + HotBot Europe)	15
AltaVista.fr	15
Annuaire MSN.fr (interne)	15
Yahoo! France (annuaire)	15
Moteur AOL.FR (Exalead)	15
Annuaire Lycos.fr (interne)	15
Annuaire AOL.FR (interne)	15
Open Directory	15
Guide de Voila (Voila + Wanadoo)	12
Voila moteur (Voila + Wanadoo)	12
Moteur MSN.fr (Inktomi)	12

Nomade.fr	10
-----------	----

Quelques explications :

- Les résultats "moteur" sur Google, AltaVista et Exalead sont très visibles puisqu'ils privilégient les liens issus de leurs index respectifs.
- Les résultats "annuaire" sur MSN, Yahoo!, l'Open Directory et Lycos France sont très visibles puisqu'ils sont affichés et mis en valeur si le site en question est présent dans l'annuaire.
- Le Guide de Voila ne propose que 5 liens sur la première page de résultats, puis il faut cliquer sur un lien pour obtenir les autres : soit les liens "annuaires", soit les liens "moteur".
- Les résultats de Nomade.fr ne s'affichent qu'une fois tous les liens d'Espotting affichés (à concurrence de 20), ce qui peut repousser ces liens "naturels" assez loins sur des mots clés très demandés et concurrentiels.

5. Classement général

Les indices examinés dans cet article donnent les classements généraux ci-dessous (un coefficient 2 a été appliqué au trafic généré car il nous semble que ce critère est aujourd'hui le plus important de tous) :

Annuaire - moteur	Indice de trafic généré	Indice de référencement payant	Indice de prise en compte gratuite	Indice de visibilité	Note globale
Google (.com et .fr + Yahoo!)	13,5	20	15	15	77
Open Directory	11	20	5	15	62
Annuaire AOL.FR (interne)	1	20	12	15	49
Annuaire MSN.fr (interne)	1	20	9	15	46
Fast (par AllTheWeb + Nomade + Lycos + HotBot Europe)	0,93	12	14	15	42,86
Moteur AOL.FR (Exalead)	1	20	5	15	42
Voila moteur (Voila + Wanadoo)	2,5	20	5	12	42
Guide de Voila (Voila + Wanadoo)	2,5	10	12	12	39
Yahoo! France (annuaire)	2,5	9	9	15	38
Nomade.fr	0,3	15	12	10	37,6

Annuaire Lycos.fr (interne)	0,5	12	9	15	37
AltaVista.fr	0,2	7	10	15	32,4
Moteur MSN.fr (Inktomi)	1	10	5	12	29

Conclusion : cette mini-étude amène plusieurs type de conclusions :

- Les réflexions menées ci-dessus sont valables pour des webmasters "aux moyens financiers limités". Si vous pouvez dégager un budget plus conséquent pour votre référencement, notamment en ce qui concerne le référencement payant, n'hésitez pas à refaire ces calculs avec d'autres pondérations, en suivant les mêmes logiques que celles qui ont été imaginées pour chaque indice.
- De la même façon, vous pouvez ne pas être d'accord avec certaines conclusions que nous avons faites. Vous en avez le droit ;-) N'hésitez pas à refaire des classements qui vous semblent plus conforme à votre vision du marché en vous aidant de la méthodologie proposée...
- Google et l'Open Directory sont les deux outils de recherche phares. Cela n'est pas surprenant pour Google (ce n'est pas un scoop mondial ;-)). L'Open Directory bénéficie à la fois de son "partenariat" avec Google mais aussi avec de très nombreux autres portails, ce qui lui vaut une visibilité excellente.
- Fast tire lui aussi son épingle du jeu grâce à ses nombreux partenariats avec des portails français.
- On peut être surpris par la place de Yahoo! France. Son classement serait différent, bien sûr, pour un client plus aisé financièrement. Mais l'annuaire pâtit un peu du coût de sa soumission payante (la plus chère du marché) et de l'obligation de passer par cette offre pour tout site d'entreprise...