

## Faut-il payer pour voir son site inscrit dans les annuaires ?

Depuis la nuit des temps (c'est-à-dire, dans le domaine des outils de recherche sur le Web, depuis une petite dizaine d'années), le monde de la recherche d'informations sur le Web se divise en deux grandes familles : les annuaires et les moteurs de recherche. Si cette distinction est avérée pour le monde de la recherche d'information, elle l'est également pour le référencement, puisqu'il faut inscrire un site web sur les deux familles d'outils.

Historiquement, les annuaires ont longtemps été les outils les plus utilisés par les internautes. Il y a encore deux ans de cela, Yahoo! était le plus gros générateur de trafic "outils de recherche" - et de loin - sur un site web. La plupart des outils "mixtes" (proposant à la fois des liens issus d'un annuaire et d'un moteur), comme Voila, proposaient en premier les liens issus de l'annuaire, etc. Bref, les annuaires étaient incontournables. Un site web se devait d'être présent dans leurs bases de données pour acquérir une visibilité importante sur la Toile.

Cependant, plusieurs éléments sont venus changer la donne depuis un à deux ans :

- Google génère aujourd'hui une très forte majorité du trafic "outils de recherche". Si on additionne son trafic émanant des sites Google.fr et Google.com (60% environ) au trafic émanant de Yahoo! - nous en reparlerons - (15% environ), on s'aperçoit rapidement que ce moteur génère à lui seul les trois quarts du trafic. Et Google est un moteur de recherche, pas un annuaire (même s'il utilise l'annuaire Open Directory pour son site, nous y reviendrons également dans la suite de cet article).

- La soumission est devenue payante sur tous les annuaires majeurs ou presque (seuls, en France, l'Open Directory, AOL.fr et MSN.fr résistent encore et toujours à l'envahisseur...). Et les coûts ne sont pas négligeables : 250 euros HT chez Yahoo!, 199 euros HT pour Voila, 179 euros HT pour Lycos France, 99 euros HT sur Nomade, etc. Quand on voit que la tendance, aux Etats-Unis, est de demander un paiement annuel (ce qui n'est pas encore le cas en France), on peut rapidement se poser la question de l'utilité et de la rentabilité d'un tel investissement... D'autant plus que la soumission payante est devenue aujourd'hui quasi obligatoire sur la plupart des annuaires pour une entreprise, puisque la possibilité de soumission gratuite a souvent été purement et simplement éliminée de la branche "Commerce & Economie" !

- Le positionnement publicitaire a également changé la donne en occupant les premières positions des pages de résultat des moteurs et en modifiant la vision des outils de recherche par rapport aux résultats proposés suite à la saisie d'un mot clé. Le positionnement publicitaire a également changé en profondeur la vision de la rentabilité d'un outil de recherche.

Bref, une question se pose de façon claire aujourd'hui : **"est-il nécessaire et rentable de payer pour une soumission payante sur un annuaire majeur ?"**

Pour tenter d'y répondre, nous avons essayé de lister les différents arguments qui font que ce paiement pourrait être intéressant. Ou, plus simplement, les différents avantages à être présent dans un annuaire. Pour chacun d'eux, nous tenterons, dans les paragraphes qui suivent, d'évaluer l'importance de la présence d'un site au sein de catalogue d'un annuaire et, par là-même, l'intérêt de payer pour cette présence.

### 1. Trafic sur saisie de mots clés.

Premier argument tout à fait logique : si votre site est intégré dans la base de données d'un annuaire, l'internaute pourra le trouver lorsqu'il saisira ses mots clés. Cette vision était exacte il y a deux ans encore, lorsque Yahoo!, par exemple, affichait d'abord sur sa page de résultats les liens issus de son annuaire PUIS ceux de Google. Idem pour Voila, etc.

Il n'en est rien aujourd'hui, puisque l'immense majorité des outils de recherche proposent d'abord les liens issus d'un moteur de recherche, comme le montre notre tableau ci-dessous, regroupant les 10 outils de recherche les plus générateurs de trafic en France, selon le baromètre 1ère Position – Xiti (<http://barometre.1ere-position.com/>):

| Outil de recherche  | Premiers liens de la page de résultats proposés par* :                              | Moteur ou annuaire ? |
|---|---|----------------------|
|    |    | Moteur               |
|    |    | Moteur               |
|    |    | Moteur               |
|    |    | Moteur               |
|    |    | Annuaire             |
|    |    | Moteur               |
|   |   | Annuaire             |
|  |  | Moteur               |
|  |  | Moteur               |
|  |  | Moteur               |

\* : hors liens sponsorisés

Les résultats sont donc assez clairs, si l'on excepte Nomade.fr (0,87% du trafic moyen selon le baromètre pris en compte) et MSN.fr (6,67%), plus de 92% des résultats proposés par les outils de recherche sur une saisie de mot clé sont issus des moteurs de recherche, pas des annuaires. Si l'on prend en compte le fait que MSN ne propose pas d'offre de référencement payant, seul Nomade reste en lice avec moins de 1% de trafic généré. Ca fait réfléchir au moment de signer le chèque de soumission payante...

Bien sûr, si les liens proposés sont issus des index "moteur", il arrive que des informations affichées (résumé, nom des catégories) soient issues de la base de données "annuaire". Mais ce ne sont là que des données complémentaires proposées si le site issu de l'index "moteur" est également présent dans l'annuaire. Il ne semble cependant pas que la seule présence d'un site dans l'annuaire soit à même de "booster" le classement d'un site sur saisie de mot clé (voir plus loin dans cet article).

## 2. Trafic issu des catégories.

Deuxième type de trafic issu des annuaires : celui provenant de clics sur un lien proposé dans l'annuaire, à l'intérieur de sa catégorie (au sein de la liste le plus souvent classé par ordre

alphabétique). Ce trafic peut être issu de deux comportements de l'internaute : le premier provient d'une navigation dans l'arborescence depuis la page d'accueil.

Exemple sur Yahoo! France : Accueil > Commerce et Economie > Places de marchés, pour arriver à la page ([http://fr.dir.yahoo.com/commerce\\_et\\_economie/places\\_de\\_marche/](http://fr.dir.yahoo.com/commerce_et_economie/places_de_marche/)) :



**Catégories de sites**

- Gestion des achats@
- Agriculture@
- Alimentation@
- Bâtiment et travaux publics@
- Conditionnement et emballage@
- Habillement@
- Industrie@
- Informatique@
- Internet et World Wide Web@
- Sports@
- Transports et logistique@
- Véhicules@

**Liste des sites**

- [AchatPro](#) - Plate-forme de mise en relation entre acheteurs et fournisseurs.
- [Achats Collectivités](#) - Fichier des fournisseurs et candidats acheteurs aux marchés de collectivités locales ou territoriales : appels d'offres, soumissionnement, avis d'attribution.
- [Agrobuy](#) - Plate-forme de mise en relation d'acheteurs et de fournisseurs de l'agroalimentaire pour la recherche de nouveaux produits, matériels ou services.
- [Auto Neuve](#) - Appels d'offres personnalisés pour l'achat d'une voiture.
- [Buying-Partner](#) - Portail d'achats généraux et d'appels d'offres collaboratifs, sourcing pour acheteurs et fournisseurs.
- [Comite-Entreprise.com](#) - Met en relation les comités d'entreprises et les fournisseurs. Appels d'offres en ligne, conseil juridique, hébergement et création de sites Web.
- [Companeo](#) - Permet aux entreprises de choisir plus facilement leurs fournisseurs et prestataires de services et de se mettre rapidement en relation avec eux.

Un clic dans la "liste des sites" proposée génèrera du trafic sur le site en question.

Autre solution : un internaute tape le mot clé "places de marché" sur la page d'accueil et se voit proposer en haut de la page de résultats une liste de catégories :



**Résultats de la recherche**

Résultats pour **places de marché**

**Catégories de sites**

- [Commerce > Places de marché](#)
- [Véhicules > Places de marché](#)
- [B2B > Conditionnement et emballage > Places de marché](#)
- ["places de marché" par régions](#)

S'il clique sur l'une d'elles, on revient au schéma précédent (navigation dans l'arborescence) et le visiteur arrive sur une liste de liens issus de l'annuaire. La saisie de mot clé lui a juste permis de trouver plus rapidement la catégorie recherchée.

Dans ces deux cas, il semble que le trafic généré soit faible. Selon le baromètre Ad'oc (<http://www.barometre.adoc.fr/>), qui ne prend en compte que des sites web d'entreprise, cette part serait de 9,4% contre 90,6% du trafic émanant de requêtes par mots clés. Pour le site Abondance.com, pour exemple, il ne représente qu'un peu plus de 3% du trafic global "outils de recherche" et est représenté de façon quasi unique par Yahoo! et Google (via l'annuaire <http://directory.google.com/>). Pourtant, le site Abondance est plutôt bien référencé au sein de tous les annuaires majeurs francophones...

Ce faible pourcentage de trafic est-il intéressant et vaut-il l'investissement effectué dans le cadre d'une soumission payante sur les annuaires ? Nous vous laissons seul maître de la réponse.

### 3. Amélioration du "PageRank".

L'argument est connu : en intégrant un annuaire, on augmente son "indice de popularité", donc son "PageRank", au sens "Googlien" du terme. Bref, on rajoute vers son site un lien de qualité, ce qui fait énormément de bien au positionnement du site sur les moteurs de recherche. En effet, si un site à fort PageRank pointe vers vous, cela augmente automatiquement votre PageRank, donc votre positionnement sur Google. Et Yahoo! ayant un fort PageRank, c'est tout bénéfique pour vous...

Certes, mais c'est oublier que, pour Google, la calcul du PageRank est effectué en tenant compte non pas du PageRank de la **page d'accueil du site** pointant vers vous, mais de celui de la **page qui contient le lien**. Donc, sur Yahoo!, de la page correspondant à la catégorie dans laquelle votre site sera référencé. Et sur Yahoo!, comme sur tous les annuaires, , le PageRank (mesurable au travers d'une note sur 10 grâce à la Googlear) décroît au fur et mesure de la navigation dans l'arborescence. Exmepile :

| Page                                      | PageRank de la page de Yahoo! |
|---|-------------------------------|
| <a href="#">Accueil</a> >                 | 8/10                          |
| <a href="#">Commerce &amp; Economie</a> > | 6/10                          |
| <a href="#">Places de marchés</a> >       | 5/10                          |
| <a href="#">Industrie</a> >               | 4/10                          |
| <a href="#">Equipement et matériel</a>    | 3/10                          |

L'idéal serait d'obtenir un lien depuis la page d'accueil de Yahoo!. Vous imaginez bien que ce n'est pas chose aisée... On peut plus facilement parier que votre site sera listé dans une catégorie interne de l'annuaire, disposant d'un PageRank beaucoup plus faible. Et n'oubliez pas que vous ne maîtrisez pas, même en prenant en compte une soumission payante, la catégorie dans laquelle votre site sera inscrit, puisque ce choix sera effectué par le documentaliste de l'annuaire... Et choisir sa catégorie d'inscription en fonction du PageRank de la page qui la caractérise est utopique, voire idiot...

Enfin, autre argument : le PageRank de votre page est calculé par Google en fonction du PageRank des pages qui ont mis en place un lien vers elle, mais également en tenant compte du nombre de liens sortants de chacune des pages en question. Plus il y a de lien sur la page "pointant" vers vous, moins son influence sera importante pour votre PageRank. Or, les catégories d'annuaires sont avant tout des pages de liens...

Faut-il alors payer pour soumettre son site à un annuaire "uniquement" pour améliorer son PageRank ? Nous aurions tendance à répondre "non" tant que l'on ne peut choisir une catégorie à fort PageRank et à faible nombre de liens, ce qui n'est pas obligatoirement simple ni possible actuellement...

### 4. Meilleure présence dans les Moteurs.

L'idée, ici, est simple : plus on est présent dans les pages de résultats des outils de recherche, quels qu'ils soient, et meilleurs seront les résultats sur les moteurs de type Copernic, Kartoo, etc. Idée certes bonne, mais dans ce cas, on revient au premier argument évoqué dans cet article : pour être dans les premières pages de résultats des outils de recherche, il vaut mieux être présent dans les moteurs que sur les annuaires. Donc...

### 5. Présence induite sur les moteurs.

De nombreux moteurs indexent de façon automatique les nouveaux sites référencés sur certains annuaires. On sait que, pour être présent sur Google, une des méthodes les plus rapides consiste à voir son site référencé sur l'Open Directory. Quelques semaines plus tard, le site en question apparaît dans l'index du moteur, même s'il n'a pas été soumis directement à Google.

Il en est de même sur AOL.FR. Un site soumis auprès des documentalistes de l'annuaire est automatiquement pris en compte par le moteur (Exalead), même si le site est refusé. Oui, mais ni l'Open Directory ni l'annuaire d'AOL.FR (géré par la société Cybion) ne proposent d'offre de soumission payante. Et rien ne dit que le fait d'être listé par Yahoo!, le Guide de Voila (il semblerait que la présence d'un site dans le Guide de Voila n'induit pas obligatoirement son indexation par le moteur de France Telecom) ou Nomade influe sur une meilleure indexation par les autres moteurs de recherche.

## **6. "Boost" du positionnement si le site est présent dans l'annuaire associé au moteur**

Un site est-il mieux positionné sur les résultats "moteur" s'il est présent dans l'annuaire associé à l'outil de recherche ? En d'autres termes, la présence dans l'Open Directory garantit-elle un meilleur classement sur Google ? Plusieurs théories allant dans ce sens ont été proposées dans les mois qui viennent de s'écouler. Deux universitaires iraniens avaient notamment annoncé l'année dernière avoir percé les mystères de l'algorithme de Google

(<http://www.iranian4iran.com/google.htm>).

Dans leurs travaux, ils annonçaient qu'un critère important pris en compte par Google serait la présence du mot clé demandé dans l'intitulé de la catégorie de l'Open Directory contenant le site en question. Par exemple, un site listé sur l'Open Directory dans la rubrique : World: Français: Régional: France: Commerce et économie: Véhicules à moteur: Automobiles: Vente de véhicules ([http://dmoz.org/World/Fran%e7ais/R%e9gional/France/Commerce\\_et\\_%e9conomie/V%e9hicules%e0\\_moteur/Automobiles/Vente\\_de\\_v%e9hicules/](http://dmoz.org/World/Fran%e7ais/R%e9gional/France/Commerce_et_%e9conomie/V%e9hicules%e0_moteur/Automobiles/Vente_de_v%e9hicules/)) serait certainement bien classé sur Google pour les mots clés "véhicules à moteur", "automobiles" ou "vente de véhicules".

Rien de tout cela n'a été prouvé pour l'instant. Rien ne dit que le fait qu'un site soit présent sur l'annuaire de Yahoo! "booste" son classement sur saisie de mots clés pour le site <http://www.yahoo.fr/> (au sein des résultats fournis par Google).

Disons qu'ici, pour cet argument, nous laisserons quelque peu la place au doute, car il nous semblerait logique qu'un moteur prenne en compte un aspect "humain", par l'intermédiaire du tri et de la sélection effectués par les documentalistes de l'annuaire, pour proposer plus de pertinence à ses résultats. Cependant, rien, actuellement, ne nous prouve que ce type de critère est pris en compte par les outils de recherche.

## **7. Participation à la survie de l'annuaire**

Nous ne surprendrons personne en indiquant que certains outils de recherche se sont trouvés dans une situation financière mauvaise, voire catastrophique, il y a quelques mois de cela, au moment de la chute du marché de la publicité en ligne. Certains ne s'en sont pas relevés. Le positionnement publicitaire a permis à certains outils de survivre, la soumission payante également.

Donc, quelque part, un webmaster optant pour une solution de soumission payante sur un annuaire peut légitimement avoir dans son esprit l'idée qu'il a participé à une meilleure santé financière de l'outil de recherche. Cela peut avoir une importance pour des outils comme Nomade, qui ont toujours essayé d'aider les éditeurs de sites en étant proches d'eux, à leur écoute et en répondant aux mails qui leur étaient adressés.

Cependant, il semble qu'aujourd'hui, les liens sponsorisés font gagner beaucoup plus d'argent, relativement parlant, aux annuaires que la soumission payante... Donc, il semblerait que si l'on veut participer à la "survie des outils de recherche", en exagérant légèrement la situation, il soit plus intéressant de mettre en place des campagnes de liens sponsorisés que de payer pour voir son site évalué par les documentalistes...

## **8. Etre présent parce que les concurrents y sont : le "syndrome du salon"**

Dans de nombreux salons, dans le "monde réel", des sociétés achètent un stand parce que leurs concurrents ont déjà acheté le leur... Pas question d'être absent si les concurrents directs sont présents de l'autre côté de l'allée. C'est un argument qui se tient... Il peut être étendu aux annuaires du Web : si les sites des concurrents sont déjà dans Yahoo!, le Guide Voila ou autres Open Directory, il faut que le vôtre y soit également. Il s'agit là d'une décision stratégique, et non pas basée sur la génération de trafic. Mais cet argument est recevable.



## 9. La peur de voir son site refusé

Une soumission payante à un annuaire n'équivaut pas, théoriquement parlant, à une garantie d'inscription de ce site dans la base de données. Le fait de payer donne droit à des garanties de délai d'évaluation et de réponse, sans plus. Certains webmasters pourraient donc hésiter en se disant qu'ils peuvent "perdre" 250 euros HT, par exemple sur Yahoo!, si leur site est refusé *in fine*.

Cependant, un site "bien né" (ne contenant d'énormes erreurs comme des liens cassés, etc.) aura toutes les chances d'être intégré à l'annuaire soit directement, soit au travers d'une "session de rattrapage" (le documentaliste de l'annuaire indique au webmaster ce qui "cloche" et, après réparation de l'incident, le site est réévalué dans le mois qui suit).

Une procédure de soumission payante équivaut aujourd'hui, dans une immense majorité de cas, à une inscription quasi systématique, dans les faits, du site dans l'annuaire, même si cela n'est écrit nulle part. L'argument s'appuyant sur le fait qu'on n'est pas remboursé en cas de refus est donc faible.

## 10. Descriptif du site (par les documentalistes) dans les résultats moteur ("snippet")

Dernier argument que nous évoquerons dans cet article : sur Google, par exemple, le fait qu'un site soit présent dans l'Open Directory "powered by Google" (<http://directory.google.fr/>) induit l'affichage, dans la page de résultats, du commentaire rédigé par le documentaliste sous la dénomination "Description", comme dans cet exemple :

**Abondance : référencement et recherche d'info : tout sur le ...**  
**Abondance** : recherche d'information, référencement et promotion de sites Web : actualités, FAQ, description des annuaires et moteurs, lettres d'information ...  
Description: Recherche d'informations, référencement et promotion de sites Web.  
Catégorie: [World](#) > [Français](#) > [Informatique](#) > [Internet](#) > [Recherche](#)  
[www.abondance.com/](http://www.abondance.com/) - 56k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

Vous obtenez ainsi un double descriptif de votre site, par l'intermédiaire de la balise Meta Description (ou le "snippet", extrait de la page proposé par Google) mais également par le descriptif issu de l'Open Directory. Pas négligeable. Mais, là aussi, l'Open Directory ne propose pas d'offre de soumission payante.

En revanche, sur Voila, c'est bien le descriptif de l'annuaire qui est proposé, en lieu et place du contenu issu du document :

**Abondance** [1 / 1]  
Création d'Olivier Andrieu, consultant Internet, Abondance fournit une aide pour, d'une part, mieux rechercher l'information (côté internaute) et, d'autre part, mieux promouvoir son site (côté fournisseur d'information) sur l'Internet. Pour ce faire, il vous précise le fonctionnement des annuaires et moteurs de recherche et vous tient informé de leur actualité.  
<http://www.abondance.com/> | [Catégories du guide Voila](#) | 54 Ko - 09/06/2003

A vous de voir si cet argument est suffisant pour justifier une procédure de soumission payante sur l'annuaire en question.

## Conclusion

Nous avons évoqué plusieurs arguments pour ou contre l'inscription payante d'un site dans les annuaires. Nous vous laissons vous faire votre propre opinion sur la base de ces quelques éclaircissements. Nous pensons, pour notre part, qu'il n'est pas nécessaire, aujourd'hui, d'être présent dans les annuaires majeurs par le biais d'investissement dans le cadre d'une soumission payante. A notre avis, et dans la situation actuelle (au mois de juillet 2003), cela ne se révélera pas obligatoirement rentable.

Mais cela peut changer avec la nouvelle position de Yahoo! et la façon dont il va utiliser son annuaire dans les mois qui viennent, suite à l'intégration des technologies Inktomi, AltaVista et Fast sur ses outils de recherche. Pour l'instant, il nous est difficile de comprendre pourquoi un outil de recherche comme Yahoo!, qui disposait certainement du meilleur annuaire mondial (et de l'un des meilleurs en français), a fait disparaître de ses pages de résultats les liens "annuaires", tuant ainsi dans l'œuf son offre de soumission payante. L'avenir nous apportera peut-être une réponse à cette question...

Un annuaire nous semble cependant incontournable aujourd'hui : l'Open Directory. Et ce pour plusieurs raisons :

- Il est utilisé par de très nombreux portails en France et dans le monde.
- Il permet d'intégrer rapidement l'index "moteur" de Google.
- Il est gratuit (pas de soumission payante).

En revanche, il est de notoriété publique qu'il n'est pas très simple d'y entrer (manque d'éditeurs, problèmes techniques actuels suite à un changement de plates-formes techniques, etc.). Mais la présence d'un site dans cet annuaire nous semble aujourd'hui indispensable. Pour les autres, cela reste à vous de voir, sachant que certains (AOL.FR, MSN.fr) sont gratuits, et d'autres (Yahoo!, Guide de Voila, Lycos.fr, Nomade.fr) payants. A vous de mettre les arguments cités ci-dessus et votre propre réflexion à ce sujet dans un des plateaux de la balance et le coût à payer pour être présent sur l'autre plateau...

On peut également, pour conclure, évoquer une autre possibilité, pour intégrer les annuaires gratuitement : faites de votre site un "incontournable" de votre domaine d'activité, par sa notoriété, son contenu et/ou son originalité. Ainsi, il sera automatiquement ajouté par les documentalistes des annuaires, dans le cadre de leur activité, de plus en plus importante, de "veille". Vous serez alors présent dans les annuaires sans avoir effectué de soumission préalable. Le must ! *Content is king*, comme nous le disons souvent dans cette lettre !!