Enquête : les internautes sont-ils satisfaits des moteurs de recherche ?

Retour au sommaire de la lettre

Nous vous proposons dans cet article les résultats d'une enquête sur la satisfaction des internautes envers les moteurs de recherche actuels. Cette enquête, menée à l'initiative de Netbooster et Abondance, s'est déroulée sur le site Abondance au mois de mars 2004.

Le site Abondance et la société de référencement Netbooster (http://www.netbooster.fr/) ont proposé, du 9 au 22 mars dernier, une enquête en ligne sur le thème "Les internautes sont-ils satisfaits des moteurs de recherche ?". Ce sondage, auquel ont répondu près de 400 personnes (cible professionnelle), a fait ressortir que les utilisateurs francophones de l'Internet étaient, aujourd'hui, globalement satisfaits des résultats des moteurs de recherche, mais qu'ils restaient attentifs à certains points, comme l'insertion de la publicité dans les pages de résultats.

Au sujet de cette enquête, il est nécessaire de prendre en compte deux notions très importantes :

- La cible visée par ce sondage est celle visitant le site Abondance, donc une population plutôt professionnelle et non pas un panel "grand public". Cela explique notamment certains résultats sur lesquels nous reviendrons.
- Le sondage n'a pas été fait selon une procédure de choix de panels représentatifs d'un certaine population, mais sur la base de la libre réponse (un même numéro IP ne pouvant cependant pas voter deux fois). Ce point doit donc également être pris en compte dans l'analyse des réponses.

Notons également que les totaux, pour chaque réponse, ne sont pas obligatoirement égaux à 100% car l'internaute avait le choix de ne pas répondre à certaines questions.

Voici les principaux résultats de cette enquête :

1. Quel est l'outil que vous utilisez le plus souvent pour vos recherches sur internet ?

Moteurs de recherche	**94,66%**
Annuaires	1,97%
Portails	1,40%
Autres	1,69%

Ce résultat est assez logique : Google a renversé la donne depuis quelques années. On le voit bien dans les chiffres de trafic généré fournis par les baromètres du référencement comme http://www.barometre-referencement.com/ : les annuaires sont aujourd'hui très très peu (de moins en moins) utilisés par les internautes. Plusieurs raisons à cela : la difficulté de maintenance de ces outils, les coûts (équipe de documentalistes), la meilleure pertinence des moteurs actuels, la meilleure monétisation des moteurs, etc. Ceci dit, si les moteurs sont rois aujourd'hui, rien ne dit que la situation ne peut pas s'inverser comme cela a été le cas dans les mois qui viennent de s'écouler. Le Web a encore besoin de l'intelligence humaine...

2. Parmi la liste ci-dessous, quel outil de recherche utilisez-vous le plus souvent ?

Google	**88,20%**
Yahoo!	4,78%
AllTheWeb	1,97%
AltaVista	1,69%
Voila	1,40%
Wanadoo	0,56%
Club-Internet	0,28%
Open Directory	0,28%
AOL	0,28%
MSN	0,28%
HotBot	0,00%
Lycos	0,00%

Résultat, là encore, assez logique : Google occupe aujourd'hui en France une position hégémonique, et plus encore sur une population professionnelle qui utilisera peu le moteur de recherche de son FAI (Fournisseur d'Accès à l'Internet) mais choisira plutôt d'elle-même son outil de prédilection. Aujourd'hui, c'est clairement Google... A noter la descente aux enfers de HotBot, qui avait pourtant été imaginé au départ pour une population proche de celle répondant à cette enquête...

3. Quelle est votre fréquence d'utilisation des moteurs ?

Plusieurs fois par jour	**90,45%**
Une fois par jour	6,74%
Une fois par semaine	1,69%
Une fois par mois	0,84%

La population professionnelle visée ici utilise de façon abondante les moteurs de recherche, à plus de 90% plusieurs fois par jour (c'est certainement votre cas si vous lisez ces lignes). Leur vision de ces outils en est donc d'autant plus intéressante...

4. Quelles informations recherchez-vous en général sur internet ?

Professionnel	**51,97%**
Informations pratiques	20,22%
Actualité	6,18%
Achats	3,09%
Emploi	1,97%
Jeux	0,56%
Musique	0,56%
Rencontres	0,28%
Autres	15,17%

Une cible professionnelle recherche des informations d'ordre... professionnel :-) Il y a une certaine logique derrière tout cela... Bien entendu, un sondage effectué sur une population "grand public" aurait donné d'autres résultats. On peut être étonné, cependant, du faible pourcentage des achats en ligne.

5. Quelle méthode de recherche privilégiez-vous lors de l'usage d'un moteur ?

Par mots clés	**96,91%**
Par rubriques thématiques (sport, shopping...)	3,09%

Résultat à rapprocher des réponses aux questions 1 et 2. On s'aperçoit, ici aussi, que la navigation par clics successifs dans l'arborescence des annuaires n'est plus prisée par les internautes. Difficile de s'y retrouver, effectivement, dans les dizaines de milliers de catégories proposées...

6. Combien de mots-clé tapez-vous en général pour vos recherches ?

3 mots clés	**47,19%**
2 mots clés	37,92%
4 mots clés	5,34%
Plus de 4 mots clés	6,46%
1 mot clé	2,81%

La population professionnelle explique, là aussi, le résultat. Une population "grand public" aurait certainement donné des résultats oscillant autour de 1, 2, voire 3 mots clés. Ici, ce sont les expressions sur 2 et 3 mots clés qui sont privilégiées. Logique, puisque le professionnel sait

souvent assez bien ce qu'il cherche, connaît le fonctionnement des moteurs et va souvent plus vite au but... A noter que plus de 6% des sondés tapent quand même plus de 4 mots clés en moyenne...

7. Utilisez-vous des techniques avancées (syntaxe, opérateurs booléens...) pour effectuer vos recherches sur internet ?

Oui, souvent	**51,12%**
Non, jamais	26,97%
Oui, toujours	14,04%
Je ne sais pas	7,58%

Résultat étonnant : la syntaxe de recherche avancée est non seulement connue mais également utilisée par plus de la moitié des personnes ayant répondu au sondage. Une question qui mériterait d'être creusée dans une future version de cette enquête, pour savoir sous quelle forme elle est utilisée : formulaire de recherche avancée, opérateurs booléens directement depuis le formulaire de la page d'accueil du moteur, etc.

8. Après avoir tapé un mot-clé sur un outil de recherche, combien consultez-vous en général de pages de réponses avant d'abandonner ?

Plus de 3 pages	**34,83%**
3 pages	26,40%
2 pages	26,12%
1 page	12,36%

Les internautes déclarent, ici, consulter en majorité 3 pages ou plus lors de leurs recherches. Deux analyses sont possibles, selon nous :
- Soit les moteurs sont moins pertinents qu'avant et il est nécessaire aujourd'hui d'aller plus loin dans les pages de résultats pour trouver une information la plus exhaustive possible.
- Soit la population professionelle est plus "curieuse" que la population "grand public" et approfondit plus ses recherches.
Un "mix" des deux analyses n'est pas à exclure non plus :-)

9. Avez-vous remarqué que des liens publicitaires (liens sponsorisés) apparaissent en haut des pages de résultats (liens naturels) ?

Oui	**92,70%**
Non (passez à la question 13)	7,30%

Etonnant non ? Les internautes ayant répondu au sondage ne sont pas dupes au sujet de la présence de liens sponsorisés dans les pages de résultats des moteurs. C'est plutôt une bonne nouvelle... Ceci dit, l'information est d'importance car cela signifie également que lorsqu'un utilisateur clique sur un lien sponsorisé, il sait ce qu'il fait...

10. Utilisez-vous les liens sponsorisés pour effectuer vos recherches ?

Non	**69,94%**
Oui	24,44%

Deux analyses possibles ici :
- Seulement 25% (ou presque) des internautes cliquent sur les liens sponsorisés, ce qui est peu.
- 25% des internautes utilisent les liens sponsorisés, ce qui est énorme :-)
Il faut notamment rapprocher ces chiffres du taux de clic sur des bandeaux publicitaires graphiques, qui a le plus souvent un mal énorme à atteindre les 1%. 25% de taux de clic, puisqu'il s'agit un peu de cela, c'est colossal pour un support publicitaire. Ceci dit, ce chiffre n'est pas

étonnant car il semblerait correspondre (en échelle haute quand même) à des taux de clics constatés sur les pages de résultats de certains moteurs de recherche...

11. Que pensez-vous de l'arrivée de ces espaces publicitaires sur les sites de recherche ?

Ils n'apportent pas une pertinence supplémentaire	**50,28%**
Je les trouve inutiles	33,43%
Grace à eux, je trouve plus facilement ce que je cherche	10,96%

Selon le côté où l'on se place, on peut, ici aussi, imaginer deux analyses :
- Plus de 84% des sondés sont indifférents ou rejettent les liens sponsorisés.
- Plus de 60% les apprécient ou les acceptent, sans sentiment réellement négatif à leur égard (un "mal nécessaire" ?).

12. Saviez-vous que les moteurs de recherche affichent à la fois des résultats publicitaires (liens sponsorisés) et éditoriaux (liens naturels) ?

Oui	**82,30%**
Non	12,08%

Pas de problème à ce niveau, cette réponse étant à corréler à celle de la question 12.

13. Concernant les moteurs de recherche, êtes-vous satisfait de la pertinence des résultats ?

Satisfait	**52,53%**
Moyennement satisfait	32,02%
Très satisfait	12,08%
Insatisfait	2,81%

Plus de 96% des internautes sondés sont plutôt satisfaits, voire très contents, des moteurs de recherche, ce qui est un plébiscite énorme. Un chiffre à rapprocher d'autres enquêtes effectuées dans le passé et qui ne donnaient pas de tels résultats, loin de là... Bref, les moteurs satisfont leurs utilisateurs actuels, et c'est plutôt une bonne nouvelle...

14. Concernant les moteurs de recherche, êtes-vous satisfait de la richesse des résultats ?

Satisfait	**53,65%**
Moyennement satisfait	23,60%
Très satisfait	20,51%
Insatisfait	1,69%

La richesse (pluralité des sources, pertinence) des résultats proposés est également plébiscitée. Les internautes ne semblent pas reprocher des résultats trop commerciaux, ou pas assez, comme on a pu l'entendre ici ou là ces temps derniers.

15. Concernant les liens sponsorisés, êtes-vous satisfait de la pertinence des résultats ?

Moyennement satisfait	**38,76%**
Insatisfait	32,58%

Satisfait	19,10%
Très satisfait	1,97%

Les liens sponsorisés ayant une vocation strictement commerciale, il est logique que les résultats soient plus nuancés que ceux des liens "naturels" fournis par les moteurs. Ceci dit, 60% des sondés se disent osciller entre "moyennement satisfaits" et "très satisfaits", ce qui est loin d'être négligeable...

16. Concernant les liens sponsorisés, êtes-vous satisfait de la richesse des résultats ?

Moyennement satisfait	**39,04%**
Insatisfait	33,15%
Satisfait	17,13%
Très satisfait	1,97%

Là encore, les liens sponsorisés ayant une vocation principalement commerciale, on aurait pu penser que leur "richesse" aurait été jugée faible par les internautes. Les résultats semblent plus nuancés et plus proches de ceux de la question 16. Par rapport à la question 14, on peut noter que seulement 1,69% des sondés sont insatisfaits de la richesse des liens "naturels" alors qu'un tiers d'entre eux le sont de celle des liens sponsorisés, ce qui est loin d'être négligeable.

17. Selon vous, les moteurs de recherche sont-ils faciles d'utilisation ?

Oui	**88,48%**
Non	10,67%

Logique, à notre avis. Les moteurs de recherche actuels, et Google le premier, ont apporté plus de facilité d'utilisation, de rapidité, de pertinence. Et l'arrivée de Yahoo! et de Microsoft sur ce marché devrait encore accentuer ce point. Tant mieux !

18. Selon vous, les moteurs de recherche sont-ils vraiment utiles ?

Oui	**95,51%**
Non	3,09%

Pas de souci à ce sujet. Oui, les moteurs de recherche sont utiles, c'est une évidence. Imaginez votre façon de travailler sur le Web si vous n'en disposiez pas... La réponse à cette question ressemble à un plébiscite.

19. Vous avez ? :

De 25 à 35 ans	**39,89%**
De 35 à 45 ans	22,19%
De 18 à 25 ans	16,57%
De 45 à 55 ans	13,48%
Plus de 55 ans	6,74%
Moins de 18 ans	0,56%

L'âge moyen des personnes ayant répondu à ce sondage se situe entre 25 et 45 ans pour plus de 60%. Logique, au vu de la population intéressée et ciblée ici...

Conclusion

Les conclusions de cette enquête en ligne (en prenant en compte les restrictions énoncées en début d'article) sont très favorables aux moteurs de recherche qui sont aujourd'hui utilisés avec

bonheur par bon nombre d'internautes professionnels pour effectuer leurs investigations sur le Web.

On note, au travers des réponses fournies, un certain nombre de tendances :

- L'abandon progressif des annuaires au bénéfice des moteurs de recherche.

- La bonne connaissance des syntaxes d'interrogation des outils.

- L'aspect professionnel des recherches avec 3 mots clés saisis en moyenne et au moins 3 pages de résultats consultées.

- La bonne connaissance de l'existence des liens sponsorisés et de leur vocation commerciale.

- Une utilisation plutôt importante de ces liens dans le cadre des recherches d'information.

- Mais aussi une certaine attention des utilisateurs à l'encontre de ces liens sponsorisés. Si l'on est arrivé, aujourd'hui, à un certain équilibre qui semble plutôt admis par la plupart des internautes professionnels, il semblerait que cet équilibre soit encore instable et que l'acceptation des liens sponsorisés, si elle est plutôt bonne aujourd'hui, ne soit pas gravée dans le marbre éternel. Aux prestataires comme Google, Overture et Espotting, et aux portails affichant ces liens d'en tenir compte dans un proche avenir.