

## Le "Paid Linking" : Spam ou stratégie de référencement efficace ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*La pratique du "Paid Linking", ou vente de liens au prorata de la popularité (PageRank) des pages qui les contiennent, est un epratique qui se répand de plus en plus sur le Web, de façon ouverte aux Etats-Unis et plus discrète en Europe et en France. Google s'est récemment déclaré contre ce type de commerce. Mais comment peut-il définir qu'un lien est acheté ou non ? Quels sont les risques encourus ? Petit aperçu des pratiques actuelles dans ce domaine...*

La stratégie de *linking* (analyse des liens internes et/ou externes) est cruciale pour une prestation de référencement naturel. Si le *linking* interne peut être facilement mis en place avec de bonnes arborescences et la connaissance des règles d'optimisation "classiques", cela devient beaucoup plus compliqué lorsqu'il s'agit du *linking* externe.

Dès lors comment trouver des sites partenaires influents dans leur secteur d'activité et acceptant de placer des liens vers les pages d'un autre site ? L'idée émise par certains professionnels serait d'acheter ces liens. Quels sont les prix pratiqués ? Qu'en pense Google ? Quels sont les risques d'une telle pratique ? Cet article essaie de faire le point sur la situation.

### **L'état des lieux**

Pour obtenir une bonne visibilité au sein des moteurs de recherche, il faut avant tout choisir des mots clés pertinents et optimiser le contenu des pages avec ces mots clés. Cependant, tout cela ne peut pas fonctionner sans une bonne stratégie de maillage (interne et externe) en privilégiant tout autant la qualité que la quantité. Si la stratégie de maillage interne peut être facilement mise en place avec une réflexion en amont, trouver des liens externes peut être beaucoup plus difficile à mettre en place.

Certains webmasters n'hésitent pas à acheter des liens pour améliorer leur propre indice de popularité. Le phénomène est de plus en plus important aux Etats-Unis. Des plates formes comme Review Me (<http://www.reviewme.com/>) ou Text link ads (<http://www.text-link-ads.com/>) proposent de mettre en relation acheteurs et vendeurs. Et quelques recherches autour des mots clés "*pagerank*", "*for sale*" et "*links*" permettent en quelques minutes d'obtenir une liste de nombreux sites qui monnayent leurs liens au *prorata* du PageRank de leurs pages web, de façon ouverte...

En Europe, le commerce de liens semble beaucoup plus discret. Certains sites mettent parfois en vente une partie de leur espace sans que cela soit clairement identifié comme tel. L'emplacement peut être sous format d'un encart publicitaire (du type Google AdSense) en lien direct ou sous forme de pages dédiées exclusivement au(x) partenaire(s).

### **Quels sont les prix pratiqués ?**

Il apparait extrêmement difficile de donner un prix exact car cela dépend de nombreux facteurs. En tout état de cause, la prestation doit être prise dans la durée (minimum 6 ou 12 mois) pour que le lien puisse avoir un réel impact.

Le prix dépend également de la pertinence du site, de son PageRank ou de l'emplacement du lien (sur tout le site ou sur seulement une page). Le prix de départ peut commencer à une petite dizaine d'euros mensuels pour finir à plusieurs milliers d'euros mensuels.

Certains outils ont développé des interfaces pour connaître le montant d'un lien comme Text link ads ([http://www.text-link-ads.com/link\\_calculator.php](http://www.text-link-ads.com/link_calculator.php)) On peut s'apercevoir que le prix varie considérablement en fonction de l'emplacement et du type du partenaire.

Text Link Ads

Check out our FREE tools

buy links make money about us contact us

## TEXT LINK ADS CALCULATOR

**1** Fill out the form and then choose the ad position. The link value will be output automatically!

**2** Please select the area on your site where you will place the text link ads.

Enter URL:

Website Category:

Number of links to be sold:

Will links appear on a single page or site wide?  
 Single Page  Site Wide

This calculator is an estimate of market prices and does not always reflect the prices of Text Link Ads inventory.

Top Level Navigation

Primary Content

Page Footer

More Than You Can Afford

Want to learn how the value is calculated? Want to give us feedback? Check out [this post](#) on [Link Building Blog](#).

© 2007 Text Link Ads, Inc. - 75 Broad St. 23rd Floor, New York City, NY 10004

Obtenir un lien sur Google semble être hors de prix ("More Than you can Afford") pour le logiciel !

### Quels sont les principaux critères fixant le prix d'un lien ?

Lors d'une "négociation" (financière ou non) dans le cadre d'un échange de lien, voici les principaux critères à prendre en compte pour un partenariat fructueux :

- L'emplacement du lien. Un lien aura une meilleure efficacité au niveau de la pertinence s'il est placé au cœur de la page, intégré dans un contenu et s'il est intégré sur plusieurs pages du site au lieu d'une seule page (voir ce billet sur le blog d'Abondance : <http://blog.abondance.com/2007/04/entre-lien-structurel-et-contextuel.html>).
- Le nombre de liens sortants. Il est important que la page sur laquelle un lien va être placé ne comporte pas trop de liens sortants afin d'éviter toute dilution du PageRank. Dans les *guidelines* de Google, il est fortement recommandé de limiter le nombre de liens sortants à 100. Evitez de choisir des pages sur lesquelles figurent de nombreux liens vers des sites extérieurs.
- Le nombre de liens entrant. La page, sur laquelle le lien va être placé, doit être citée par ses pairs. S'il faut un minimum de liens sortants, il faut un maximum de liens entrants...
- La nature du lien. Pour être performant, un lien doit être court et associé à un contenu pertinent. Il faut éviter de l'isoler dans la page.
- Le PageRank. Plus le PageRank de la page partenaire est élevé, plus elle est intéressante. L'idéal serait d'avoir un lien sur une page disposant d'un PR au minimum de 6 pour que l'impact soit suffisamment important.
- La catégorie dans lequel le partenaire se trouve. Dans la mesure du possible, il faut que le partenaire puisse figurer dans la même thématique.
- La durée . La pertinence d'un lien est étroitement lié à une notion de durée. Pour qu'il soit efficace, le lien doit être présent sur le site au minimum 6 voir 12 mois.

### Quels sont les risques encourus lors de l'achat d'un lien ?

Pour le moment, l'achat - ou le "gain" au sens général - de liens a des impacts non négligeables sur le référencement. Certains sites e-commerces y ont recours pour un résultat surprenant : des premiers résultats sur Google sur des requêtes ultra concurrentielles retournant entre 200 millions et 2 milliards de résultats. Cela laisse rêveur. Pourquoi devrait on s'en priver ?

Matt Cutts, ingénieur technique responsable de la qualité des résultats de google, détaille, sur son blog personnel (<http://www.mattcutts.com/blog/hidden-links/> et <http://www.mattcutts.com/blog/how-to-report-paid-links/>), la position (non officielle) de Google concernant la stratégie de rémunération des liens (*paid links*). En voici quelques extraits détaillés :

*"Use the unauthenticated spam report form and make sure to include the word "paidlink" (all one word) in the text area of the spam report".*

Matt Cutts demande à tous les webmasters qui constatent des abus concernant les liens payants de prendre contact directement avec Google via le formulaire de SPAM pour dénoncer la supercherie.

*"That will be enough for Google to start testing out some new techniques we've got — thanks!"*

L'utilisation du formulaire « spams report » doit servir à tester de nouvelles techniques chez Google.

*"If you want to sell a link, you should at least provide machine-readable disclosure for paid links by making your link in a way that doesn't affect search engines. There's a ton of ways to do that. For example, you could make a paid link go through a redirect where the redirect url is robot'ed out using robots.txt. You could also use the rel=nofollow attribute".*

Si un lien est acheté, il faut le rendre indexable pour les moteur de recherche pour ne pas nuire aux résultats naturels. Il y a plusieurs possibilités pour le faire comme par exemple paramétrer le fichier robots.txt en refusant l'indexation par les moteurs de recherche de la page vers laquelle le lien pointe. On peut ajouter la notion *rel="nofollow"* au lien.

*"Google is going to be looking at paid links more closely in the future".*

A l'avenir, Google va regarder les liens payants de plus près. Tout un programme :-)

Même si les arguments lancés par Matt Cutt n'ont rien d'officiel, l'avertissement ne doit pas être pris à la légère.

Certes, Google n'a pas la possibilité de connaître précisément si un lien a été acheté ou non. Mais le moteur américain serait en train de tester de nouvelles techniques et de travailler sur un éventuel filtre pour différencier les liens jugés pertinents des liens jugés non pertinents.

Reste à savoir ce que va faire le moteur de recherche lorsqu'il va détecter un lien non pertinent : les rumeurs concernant Google ne sont pas prêtes de s'éteindre... Alors le risque en vaut-il la chandelle ? A vous de voir ! Mais si vous décidez malgré tout de partir sur cette voie, choisissez scrupuleusement vos partenaires pour que les résultats soient à la hauteur des risques pris !

**Nota** : voir également ce post récent à ce sujet sur le blog du site Search Engine Watch : <http://blog.searchenginewatch.com/blog/070514-153234>

**Damien Henckès, Consultant, Nextedia**