

## Google ne prend plus en compte la balise meta Description

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Depuis bien longtemps on sait que Google ne tient plus compte du contenu de la balise meta "keywords" dans ses algorithmes de pertinence. Or, depuis peu, il semble bien que le contenu de la balise meta "description" subisse le même sort et deviennent "transparent" pour le moteur de recherche leader. Voici le résultat de nos tests sur ce sujet et un récapitulatif de la prise en compte ou non de ces deux champs HTML par les différents moteurs majeurs. Des résultats finalement assez étonnants qui peuvent changer notre façon d'optimiser une page web...*

On savait depuis belle lurette que Google ne prenait pas en compte dans ses algorithmes de pertinence, le contenu de la balise meta "keywords", suite de mots clés, la plupart du temps (mais pas nécessairement) séparés par une virgule, par exemple sous cette forme sur la page d'accueil du site Abondance.com :

```
<meta name="keywords" content="referencement, abondance, moteur de recherche, recherche d'information, r&eacute;f&eacute;rencement, trilili">
```

### Les moteurs de recherche actuels prennent-ils en compte la balise meta "keywords" ?

Pour en avoir le cœur net, nous avons ainsi rajouté, dans la balise ci-dessus, il y a plusieurs semaines de cela, le mot clé "trilili". Et il est clair que la requête [trilili site:abondance.com](http://www.google.fr/search?hl=fr&q=trilili+site%3Aabondance.com) sur Google (<http://www.google.fr/search?hl=fr&q=trilili+site%3Aabondance.com>) ne renvoie aucun résultat :

The screenshot shows the Google search interface. The search bar contains the text "trilili site:abondance.com". To the right of the search bar is a "Rechercher" button and links for "Recherche avancée" and "Préférences". Below the search bar, there are radio buttons for "Web" (selected), "Pages francophones", and "Pages : France". The search results area is empty, displaying the message: "Les termes de recherche spécifiés - **trilili site:abondance.com** - ne correspondent à aucun document." Below this, there is a "Suggestions :" section with a bulleted list of tips: "Vérifiez l'orthographe des termes de recherche.", "Essayez d'autres mots.", "Utilisez des mots plus généraux.", and "Spécifiez un moins grand nombre de mots." At the bottom of the page, there is a footer with links: "Accueil Google", "Programmes de publicité", "Solutions d'entreprise", "Confidentialité", and "À propos de Google".

Nous avons multiplié ce type de test sur d'autres sites et d'autres mots clés avec des résultats toujours identiques.

Faites le même test sur votre site en ajoutant dans la balise meta "keywords" des mots clés uniques, ne se trouvant pas ailleurs dans le code HTML ou dans l'url de votre page, et vous obtiendrez le même résultat (si non, contactez-nous !!). Conclusion : la balise meta "keywords" est une zone vide pour Google qui ne la lit pas (notez bien qu'il a d'ailleurs communiqué sur ce point de façon officielle : <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/answering-more-popular-picks-meta-tags.html>).

Bon, ce n'est pas non plus un scoop, avouons-le (même si de nombreux référenceurs ont un discours souvent contraire lorsqu'ils parlent avec leurs clients...). En revanche, Yahoo! les lit, mais il y a honnêtement peu de chances qu'il accorde à cette zone un poids très fort. Live, en revanche, n'en tient pas compte, tout comme Exalead et Ask.com. ceci dit, même si ces moteurs ne sont pas leaders en France, il ne sont pas non plus négligeables... Voici donc un petit récapitulatif des outils qui lisent ou non cette zone d'information :

	Google	Yahoo!	Live	Exalead	Ask.com
Ce moteur lit-il le contenu de la balise meta "keywords" ?	NON	OUI	NON	NON	NON

### Les moteurs de recherche actuels prennent-ils en compte la balise meta "description" ?

Lorsque nous avons écrit l'article sur le référencement de la société ECR Conseil en juillet dernier (<http://www.abondance.com/recherche-referencement/2008/07/obtenir-de-bonnes-positions-en-quelques.html>) nous nous sommes aperçus avec étonnement que Google ne trouvait pas le site en question sur des requêtes comme "Michel Richter" (patronyme de l'expert comptable propriétaire du site) alors que ce nom était présent dans la balise meta "description" de la page, une requête sur [michel richter site:ecrconseil.com](http://www.abondance.com/michel-richter-site:ecrconseil.com) ne renvoyant aucun résultat alors que [michel richter site:ecrconseil.com](http://www.abondance.com/michel-richter-site:ecrconseil.com) fonctionnait (le mot "richter" étant présent dans le texte de la page, contrairement à "michel" qui ne s'affiche que dans la balise meta "description"). Comme si Google ne lisait pas le contenu de cette balise, tout en l'affichant comme "snippet" (résumé en dessous du titre) dans ses résultats... Il en est toujours de même pour ce test, deux mois après.

Nous avons donc fait le même test sur le site Abondance avec cette balise meta "description" sur la page d'accueil :

```
<meta name="description" content="Abondance d'infos sur le r&eacute;f&eacute;rencement et les moteurs de recherche : description des moteurs, actualit&eacute;, faqs, outils d'audit, m&eacute;thodologies, articles, offres d'emploi, bibliographie, etc. Abondance de biens ne nuit pas...">
```

Et nous avons lancé une requête "[abondance de biens ne nuit pas](http://www.abondance.com/abondance-de-biens-ne-nuit-pas-site:www.abondance.com)" [site:www.abondance.com](http://www.abondance.com) (<http://www.google.fr/search?hl=fr&q=%22abondance+de+biens+ne+nuit+pas%22+site%3Awww.abondance.com>). Résultat : aucun lien trouvé :

The screenshot shows the Google search interface. The search bar contains the query "abondance de biens ne nuit pas" site:www.abondance.com. Below the search bar, it says "Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France". The search results section is empty, displaying the message: "Les termes de recherche spécifiés - 'abondance de biens ne nuit pas' site:www.abondance.com - ne correspondent à aucun document." Below this, there are suggestions: "Suggestions : Vérifiez l'orthographe des termes de recherche. Essayez d'autres mots. Utilisez des mots plus généraux. Spécifiez un moins grand nombre de mots." At the bottom, there are links for "Accueil Google", "Programmes de publicité", "Solutions d'entreprise", "Confidentialité", and "À propos de Google".

Après avoir multiplié, là aussi, les tests de cette sorte sur d'autres sites et mots clés (n'hésitez pas à faire les vôtres de votre côté), nous avons dû nous rendre à l'évidence : Google ne prend plus en compte le contenu de la balise meta "description" pour son moteur de recherche et ses algorithmes de pertinence, même s'il continue à afficher cette zone comme descriptif de page ("snippet") dans ses résultats.

Qu'en est-il des autres moteurs ? Voici le même tableau que précédemment suite à notre batterie de tests effectués sur ces outils :

	Google	Yahoo!	Live	Exalead	Ask.com
Ce moteur lit-il le contenu de la <b>balise meta "description"</b>	<b>NON</b>	<b>OUI</b>	<b>NON</b>	<b>NON</b>	<b>NON</b>

Le résultat est assez étonnant : seul Yahoo!, en fait, semble lire cette balise meta, même si la plupart des moteurs l'utilisent dans leurs résumés ("snippet"). Une situation qui a clairement beaucoup évolué depuis quelques mois...

La conclusion est donc qu'il faudra dorénavant surtout optimiser cette balise pour "donner envie de cliquer à l'internaute" puisqu'elle est affichée comme résumé de la page dans les SERPs (*Search Engine Result Pages*) mais son intérêt en termes de positionnement est devenu aujourd'hui très faible... Un point important passé quelque peu inaperçu et sur lequel on n'a finalement pas lu grand chose sur le Web jusqu'à maintenant...

**Olivier Andrieu**  
Abondance.com

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :

<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2008/09/google-ne-prend-plus-en-compte-la.html>