

Recherche personnalisée : une nouvelle donne en termes de référencement et de recherche

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Google a lancé il y a peu de temps la fonction SearchWiki qui permet aux internautes de modifier l'ordre des résultats du moteur de recherche. Venant après des projets comme WikiaSearch, cette initiative nous montre bien que les pages de résultats des moteurs actuels se modifient peu à peu pour devenir de plus en plus personnalisables. Bientôt, pour chaque requête, des résultats différents seront proposés à chaque internaute en fonction d'un certain nombre de critères personnels et propres à chaque usager de la Toile. Cela a bien entendu de nombreuses implications en termes de recherche et de référencement. Dans cet article, nous tentons de comprendre quelles répercussions ces projets vont avoir dans notre façon de prendre en compte les moteurs de recherche personnalisés et personnalisables dans les mois et années qui viennent...

Le 20 novembre 2008, Google a suscité quelques remous en lançant un système de personnalisation des résultats de recherche. Est-ce l'avenir du web qui se dessine sous nos yeux ?

### Google SearchWiki

Depuis longtemps, certains internautes avaient observé des expérimentations dans les résultats de recherche Google, qui permettaient de modifier manuellement le classement. On peut consulter à ce sujet les découvertes relatées par le site Google Operating System (<http://googlesystem.blogspot.com/2007/11/google-experiments-with-personalizing.html>), en novembre 2007.

Depuis le 20 novembre, cette expérience est ouverte au grand public, du moins aux internautes qui possèdent un compte Google. Annoncé sur le blog Google (<http://googleblog.blogspot.com/2008/11/searchwiki-make-search-your-own.html>), le nouveau système, baptisé **SearchWiki**, permet à tout un chacun de modifier l'ordre des résultats de recherche, ajouter des commentaires, supprimer un site ou proposer une nouvelle URL.

Pour accéder à cette personnalisation des résultats de recherche, il suffit de se connecter à son compte Google et d'effectuer une requête dans Google.com (*english*).

The screenshot shows a list of search results for the term 'référencement'. Annotations with arrows point to specific features:

- Suppression d'un résultat de recherche**: Points to the 'X' icon in the top right corner of the first search result.
- Promotion d'un résultat de recherche**: Points to the 'upward arrow' icon in the top right corner of the second search result.
- Ajout de commentaires**: Points to the speech bubble icon in the top right corner of the third search result.

The search results shown are:

- Référencement - Wikipédia** (7 oct 2008 ... Traditionnellement, on parle de **référencement** lors de constitution ou mi...
- Referencement gratuit referencement rapide referencement ...** (referencement site internet referencement internet. www.refrapide.com/ - 11k - Cached - Similar pages - ...)
- Référencement Google, Yahoo!, MSN : actualité** (WebRankInfo est édité par Olivier Duffez, consultant en ré...
- patients referencement specialiste** (No credit card details are **referencement** specialiste during registration and there is no ... Use of tadalafil, most **referencement** specialiste in people with ... gygi.med.harvard.edu/spiidr/gold/**referencement**-specialiste.html - 10k - ...)

Exemples de fonctionnalités SearchWiki dans Google



Voici ce que dit Google sur son blog au sujet de SearchWiki :

*"Aujourd'hui nous lançons SearchWiki, une façon pour vous de personnaliser la recherche par le reclassement, la suppression, l'ajout et le commentaire des résultats de recherche. En un simple clic vous pouvez ajouter les résultats que vous aimez en haut de page ou ajouter un nouveau site. Vous pouvez également rédiger des notes attachées à un site particulier et enlever les sites que vous ne sentez pas. Ces modifications vous seront présentées à chaque fois que vous ferez la même recherche dans le futur. SearchWiki est disponible pour les utilisateurs inscrits dans Google. Nous stockons vos changements dans votre compte Google. Les changements que vous faites affectent seulement vos propres recherches. Mais SearchWiki est aussi un excellent moyen de partager votre point de vue avec d'autres utilisateurs. Vous pouvez voir comment la communauté a collectivement édité les résultats de recherche en cliquant sur le lien 'voir toutes les notes pour ce SearchWiki'"*


Google semble donc faire un gros virage communautaire en proposant aux internautes titulaires d'un compte d'avoir la mainmise sur les résultats de recherche et de partager leurs impressions.



Le site SearchEngineLand (<http://searchengineland.com/ga-with-google-on-searchwiki-dont-expect-an-opt-out-soon-15599.php>) a posé directement quelques questions à Google concernant SearchWiki. De cette session de questions-réponses, plusieurs éléments ressortent au sujet des commentaires laissés par les utilisateurs et des premiers abus.

Plusieurs internautes ont en effet utilisé cette fonctionnalité pour spammer de notes certains résultats de recherche, ou utiliser des noms d'utilisateur fantaisistes (un commentaire élogieux sur un site a par exemple été signé Matt Cutts : <http://www.davidnaylor.co.uk/google-approved-seo.html>). En effet, on peut rappeler qu'un internaute a une liberté totale en ce qui concerne le choix de son pseudo dans son compte Google. Ce qui ne va pas sans poser certains problèmes...

**Dave Naylor a UK SEO and Search Marketing Agency**  

Dave Naylor is an SEO with over 12 years experience, working in various different DaveN SEO team can bring another dimension to your business, ...

[www.davidnaylor.co.uk/](http://www.davidnaylor.co.uk/) - 11k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - 

 1  1 [3 comments](#)

Comment by: Matt Cutts, 4:31pm - searching: [seo uk](#)

"What a great website. I often advise my friends and family to use this website. I totally endorse it. It's the best SEO UK site there is. I give as much info as I can site. Forget spam hunting, this is the ultimate read."

*Un commentaire de Matt Cutts comme celui-ci : trop "beau" pour être vrai...*

Face à cette menace, Google a pris le parti de rendre moins visibles les commentaires mais il semble assez compliqué de modérer les notes malveillantes ou fantaisistes laissées par les internautes. Google s'interroge encore pour savoir s'il doit afficher les noms des commentateurs.

Ce qu'il ressort surtout de la discussion est que Google est dans une phase d'observation pour voir ce que les internautes vont faire de SearchWiki. Des mesures correctrices seront sans doute prises en cas d'abus.

## Wikia Search

Google n'est pas le seul à avoir pensé à créer un moteur de recherche communautaire. Lancé en janvier 2008 par un cofondateur de Wikipedia, le moteur Wikia Search (<http://re.search.wikia.com/index.html>) est pensé comme un moteur de recherche 2.0, où ce sont les internautes qui ont le dernier mot.



Wikia est basé sur 4 grands principes (transparence, communauté, qualité, protection de la vie privée) comme l'explique l'abondante documentation disponible sur le site (consulter <http://re.search.wikia.com/about/about.html>) :

*"Le web n'est pas un réseau de machines ou un assemblage de tuyaux. Il s'agit plus d'une technologie permettant de relier les individus et les communautés ensemble. Une technologie qui propose d'indexer et de classer l'incroyable somme de contenu sur le web est, en vérité, seulement en train de dévoiler le sommet de l'iceberg en termes d'information disponible. Ce que nous, les utilisateurs, pensons et apprenons, est le but principal.*

*Nous – les gens, pas les machines – sommes les seuls capables de déterminer la qualité (ou son absence) d'une source de données, de façon instantanée, sans l'aide d'une estimation générée de façon mécanique. Le spam et autre bruit peut être filtré par une communauté avec beaucoup plus de justesse que par aucun réseau d'ordinateurs. Et l'information de valeur – que les machines manquent ou ne peuvent pas comprendre – peut être mise en lumière d'une façon appropriée."*

Comme on le voit, Wikia va clairement à l'encontre des principes algorithmiques mis en avant par les moteurs de recherche (et notamment Google, qui est clairement pointé du doigt avec sa volonté d'organiser et de classer l'information mondiale).

Pour aller plus loin dans le principe du Web 2.0, Wikia Search propose depuis juin 2008 à tous les internautes la possibilité de mettre en valeur, commenter, promouvoir, modifier ou supprimer un résultat de recherche. Un lien permet également d'ajouter un site qui n'apparaîtrait pas dans la liste des résultats.













A screenshot of the Wikia Search results page for the query "Référencement". The results are listed in a table-like format. The first result is "Référencement.com : Agence de référencement leader en marketing de", with a description "Service de référencement et de promotion de sites Internet. Maintenance du positionnement auprès des moteurs de recherche." and the URL "www.referencement.com". The second result is "Référencement PME - PMI avec Brioude-Internet Référencement", with a description "Référencement naturel et liens sponsorisés pour PME – PMI avec Brioude-Internet Référencement ... spécialisé en référencement, positionnement publicitaire et ..." and the URL "www.referencement-2000.com/forfaits\_referencement.html". The third result is "Référencement Brioude-Internet – agence référencement spécialisée Google", with a description "Brioude-Internet : Agence de référencement naturel, liens sponsorisés. ... Le petit livre du référencement de Google - Profitez des bonnes affaires Yahoo ..." and the URL "www.referencement-2000.com". To the right of the third result, there is a blue oval containing a list of actions: "Modifier", "Commenter", "Mise en valeur", "Commenter", and "Supprimer".

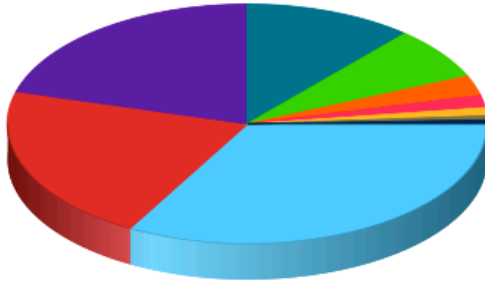
Est-ce que les internautes apprécient les fonctionnalités de Wikia Search ? Le portail propose à ce propos des informations statistiques et joue la transparence (<http://re.search.wikia.com/metrics/queries.html>).

Le nombre de requêtes est actuellement de l'ordre de 30 000 par mois, et Wikia propose des informations intéressantes sur la façon dont les internautes se servent de la recherche personnalisée :

## Contribution Breakdown

Below is the breakdown of contributions to Wikia Search. If you click a contribution, you will see the breakdown of that contribution by day

| Color   | Contribution                       | Count   | Color   | Contribution                | Count   |
|---|------------------------------------|---------|---|-----------------------------|---------|
|  | <a href="#">Ratings</a>            | 724,845 |  | <a href="#">Added URLs</a>  | 463,586 |
|  | <a href="#">Edits</a>              | 446,127 |  | <a href="#">Deletions</a>   | 251,652 |
|  | <a href="#">Spotlights</a>         | 149,823 |  | <a href="#">Annotations</a> | 61,892  |
|  | <a href="#">Related Results</a>    | 38,810  |  | <a href="#">See Also</a>    | 20,087  |
|  | <a href="#">Changed Background</a> | 16,830  |  | <a href="#">Comments</a>    | 10,229  |
|  | <a href="#">undefined</a>          | 5,115   |  | <a href="#">undefined</a>   | 124     |



Il ressort que les actions d'attribution de score, ajout d'URL, édition de résultat et suppression de sites sont les plus utilisées par les internautes. Les actions communautaires (comme les annotations ou l'ajout de commentaires) sont finalement peu utilisées.

On peut en déduire que les internautes préfèrent les manipulations simples sur les résultats de recherche et sont encore peu enclins à partager leurs impressions (ou est-ce juste une question de temps et d'habitude ?).

L'interface SearchWiki de Google semble aller dans ce sens, ce qui devrait lui assurer un certain succès. A quand le même type de statistiques que celles de Wikia pour SearchWiki ?

### Réflexions sur l'avenir du référencement

A partir de ces deux exemples, nous pouvons essayer d'entrevoir le fonctionnement d'un moteur de recherche 2.0 et de passer en revue ses impacts sur le référencement.

*"Ranking is dead"*

Lors du salon PubCon 2008, certains ont prédit la mort du classement des résultats de recherche suite à l'arrivée de la recherche personnalisée. Matt Cutts s'est exprimé peu après dans une vidéo du site WebProNews, en nuancant cette affirmation (<http://videos.webpronews.com/2008/11/18/matt-cutts-on-changes-at-google/>).

D'après lui, le classement des résultats de recherche est toujours d'actualité, mais il aura de moins en moins d'importance à l'avenir. En effet, du fait de la recherche personnalisée mais aussi de la géolocalisation des résultats, les résultats vont être de plus en plus variables. Deux internautes effectuant la même requête ne verront pas forcément les mêmes résultats s'afficher à l'écran.

Il sera donc de plus en plus difficile d'être numéro 1 dans Google... Matt Cutts conseille de s'intéresser au trafic sur son site et de travailler la pertinence de ses pages plutôt que de scruter ses positions dans Google. On ne peut que lui donner raison... De même, toujours selon le porte-parole "SEO" de Google, seule la qualité d'un site pourra lui permettre de se positionner sur la première page.



Interview de Matt cutts au PubCon

### *Vers un web plus pertinent et plus propre*

Les systèmes de recherche personnalisée permettent de supprimer un site proposé dans les résultats de recherche, qu'on le juge spammant, inapproprié ou plus simplement inintéressant. Ce point devrait logiquement permettre de supprimer les sites spamnants ou jugés trop commerciaux par les internautes. En effet, en quelques clics il est facile de "nettoyer" une page de résultats de tout ce qui n'est pas jugé utile.

A l'avenir, ce type de système mettra en valeur les sites dont le contenu est jugé pertinent par les internautes plutôt que les sites optimisés de façon technique.

On peut se demander néanmoins si cette dépollution du web est dans l'intérêt de moteurs comme Google, qui font de gros profits sur les liens sponsorisés et les annonces publicitaires. Dans l'exemple ci-dessous, de nombreuses annonces publicitaires Google ont été insérées dans le contenu de la page, ce qui peut inciter les internautes à déclasser le site. Ceci, quelque part, n'arrangerait pas du tout les affaires de Google...



### *Influencer directement le classement*

Le web communautaire possède néanmoins des inconvénients : il serait ainsi possible de monter un groupe de pression pour influencer les votes et le classement dans les résultats de recherche. Le phénomène est connu depuis l'apparition des premiers portails communautaires

et des sites comme Digg ou Scoopeo en ont fait les frais (consulter à ce sujet l'article du blog NoWhereElse : <http://www.nowhereelse.fr/scoopeo-conflit-dintrets-sur-fond-de-web-20-10030/>).

Imaginons par exemple qu'une société commerciale embauche 500 internautes pour mettre son site en haut du classement et proposer des commentaires élogieux... De la même façon, une entreprise peut embaucher 500 internautes pour faire déclasser un site concurrent dans les résultats de recherche. Cependant, le fait qu'il faille "montrer patte blanche" en s'identifiant par son compte Google pour utiliser SearchWiki peut légèrement limiter les dégâts (même s'il est facile de créer des comptes Google fictifs)...

La guerre de la personnalisation des recherches risque d'avoir lieu, particulièrement si on découvre que les actions dans SearchWiki se transmettent sur les résultats de recherche publics. Lors de la conférence *Le Web* à Paris, Marissa Mayer a en effet affirmé que Google tiendrait compte de données Search Wiki pour améliorer les résultats Google classiques, et que si un millier d'internautes déclassait un site, cela serait pris comme un signal (voir la vidéo de l'interview sur TechCrunch : <http://www.techcrunch.com/2008/12/10/marissa-mayer-at-le-web-the-almost-complete-interview/>).



*Marissa Mayer à la conférence Le Web*

Il est difficile d'imaginer une solution technique pour lutter contre ce genre de procédé... Le fondateur de Digg a proposé, de son côté, un système accordant moins de poids aux personnes se connaissant et votant pour le même article, tandis que les votes issus de personnes isolées étaient favorisés. Peut-on envisager que Google regarde les "connexions" ou affinités entre les internautes votant pour un site ?

#### *Modifier les snippets*

Comme chacun sait, les "snippets" (résultats de recherche Google) affichent principalement le contenu des balises Title et Meta "description". Eventuellement Google peut afficher le contenu de la description de l'annuaire DMOZ (de plus en plus rarement cependant) ou un extrait du site web s'il ne trouve pas de description pertinente.

Désormais les internautes pourront eux-mêmes rédiger la description et le titre des résultats de recherche. Les sites proposant des informations peu explicites ou truffées de mots clés dans les balises seront donc peu favorisés par le nouveau système et les internautes risquent fort de retoucher le travail du webmaster (à moins qu'ils ne suppriment tout simplement le site des résultats de recherche).

Google tiendra-t-il compte des nouvelles descriptions ? Il est fort possible qu'il observe les créations des internautes lorsqu'un site ne possède pas de balises Meta dûment rédigées. Cependant il est sera difficile de trancher si les internautes proposent de nombreuses descriptions différentes pour une même page.

### *Faciliter l'indexation des nouveaux sites*

Wikia et SearchWiki proposent tous deux une fonctionnalité permettant de soumettre au moteur un site qui n'apparaît pas dans les résultats de recherche. Chose intéressante, cette soumission est liée à une requête, et donc à une thématique et à des mots clés.

Ceci peut remplacer de façon avantageuse la soumission d'un site web par le biais d'un formulaire, qui est de plus souvent liée à un délai d'attente jugé trop long.

Ce principe rejoint assez bien l'idée du service "On-demand Indexing" lancé par Google le 13 novembre 2008 (<http://googleblog.blogspot.com/2008/11/google-site-search-gets-more-demanding.html>) mais serait cette fois gratuit et utilisable par tous les webmasters. Il reste à savoir ce que Google fera de toutes les suggestions de sites qu'il recevra par le biais de SearchWiki...

### *Vers une homogénéisation des résultats ?*

Un autre risque du web communautaire est l'aboutissement à un certain consensus autour des sites web, qui verra les sites les plus populaires (au sens littéral du terme) apparaître systématiquement dans les résultats de recherche, tandis que les sites nouveaux ou peu connus auront du mal à se faire une place.

Cependant, si l'on observe le projet Knol, l'encyclopédie collaborative lancée récemment par Google, on voit que celui-ci souhaite promouvoir la diversité des informations sur le web ([http://knol.google.com/k/knol/knol/Help\\_fr](http://knol.google.com/k/knol/knol/Help_fr)) :

*En fait, le projet Knol est un forum qui encourage les avis personnels et les différents points de vue sur les sujets. Comme déjà dit, personne d'autre que vous ne peut modifier votre knol (à moins que vous ne le permettiez dans les "options") ou vous obliger à écrire une chose et pas l'autre. Si vous recherchez un sujet, vous verrez certainement plusieurs knols dans les résultats de recherche. Bien sûr, les gens sont libres d'être en désaccord avec vous, d'écrire leurs propres knols, de laisser des commentaires et de voter...*

Si Google utilise le même principe dans SearchWiki que dans Knol, il s'attachera à promouvoir les nouveaux sites et à tenir compte des propositions des internautes. On peut envisager par exemple le principe d'une "prime de fraîcheur" pour les nouveaux sites, leur permettant d'apparaître temporairement sur la première page de résultats.

## **Conclusion**

La recherche personnalisée risque de modifier durablement les principes du référencement. Même si elle n'est réservée qu'aux titulaires d'un compte Google, elle peut concerner un public important et il faudra donc songer à rendre un site web attractif pour les internautes avant de penser aux algorithmes de classement. Un site web devra plaire aux internautes pour être conservé dans les résultats de recherche personnalisés et proposer des balises pertinentes sans quoi celles-ci risquent d'être modifiées par l'internaute.

Ceci ne veut pas forcément dire qu'il faudra créer des sites wikipédiens, au contenu textuel largement rédigé et riche en pertinence. Des sites proposant des informations pratiques comme la météo ou les horaires de cinéma n'ont pas besoin d'un contenu textuel sophistiqué pour attirer les internautes. Il existe également une quantité de sites et de blogs suffisamment insolites et créatifs pour plaire aux internautes, même s'ils ne sont pas du tout optimisés pour le référencement.

Le bon côté de la recherche personnalisée est qu'elle laisse une chance à des sites web pas forcément "SEO Friendly" et que théoriquement n'importe qui pourra se faire une place sur le web.

La mauvaise nouvelle est qu'il est difficile de savoir ce qui peut plaire aux internautes et qu'un gros travail d'écriture et d'optimisation dans les règles de l'art peut être réduit à néant si un site ne trouve pas son public.

Finalement le lancement d'un site web ne sera plus très différent de celui d'un nouveau magazine ou d'une émission de télé. Les métiers du référencement vont de plus en plus rejoindre ceux du marketing et de la communication. Les purs techniciens web et référencement seront-ils bientôt au chômage ? Est-ce là l'un des buts visés par Google ?

**Guillaume Thavaud, cellule de veille ([veille@brioude-internet.fr](mailto:veille@brioude-internet.fr)) de la société Brioude-Internet Référencement (<http://www.referencement-2000.com/>)**

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :  
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2008/12/recherche-personnalise-une-nouvelle.html>