

## Google a-t-il le droit de pénaliser des sites qui "vendent des liens" ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

<b>Domaine :</b>	Recherche	<b>Référencement</b>
<b>Niveau :</b>	<b>Pour tous</b>	Avancé

*Google a souvent annoncé qu'il n'aimait pas la pratique du "Paid Linking" ou vente de liens au prorata du PageRank des pages qui les contiennent. En effet, le moteur de recherche estime que ces systèmes corrompent son paramètre de popularité (PageRank) et appelle à la dénonciation de telles pratiques. Mais a-t-il le droit de pénaliser un site qui vend ou qui achète de tels liens ? Que dit la justice à ce sujet ? Réponse...*

De nombreuses personnes pratiquent depuis longtemps la vente de l'insertion de liens externes dans leur blog ou site populaire. Cette pratique permet au site visé par le lien concerné d'augmenter sa popularité auprès du moteur Google. Mais Google n'aime pas ces liens payants, car il estime qu'ils manipulent son algorithme de pertinence. Une nouvelle attaque contre le "paid linking" vient d'avoir lieu sur le site officiel AdSense en français, contre les blogueurs qui monnaient leur popularité en vendant des liens insérés dans leurs billets (<http://actu.abondance.com/2009/10/google-naime-pas-les-billets-de-blogs.html>)... Mais Google a-t-il le droit de pénaliser ces sites et blogs ?

### 1. Qu'est ce que le PageRank ?

Logiquement, ce n'est pas à un avocat de répondre à cette question. Des milliers d'informaticiens rompus et chevronnés connaissent parfaitement la réponse depuis des années, notamment grâce à des sites comme Abondance.

La version française de Wikipédia nous précise que le principe de base de PageRank "est d'attribuer à chaque page une valeur (ou score) proportionnelle au nombre de fois que passerait par cette page un utilisateur parcourant le graphe du Web en cliquant aléatoirement, sur un des liens apparaissant sur chaque page. Ainsi, une page a un PageRank d'autant plus important qu'est grande la somme des PageRanks des pages qui pointent vers elle (y compris s'il y a des liens internes)" (source : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Page\\_rank#Fonctionnement](http://fr.wikipedia.org/wiki/Page_rank#Fonctionnement)).

Mais, au-delà des aspects techniques, PageRank c'est surtout un brevet (donc un droit de propriété industrielle) dont ... Google est licencié. La réponse sous un angle juridique à la question "qu'est ce que le PageRank ?" nous apportera donc une réponse à la question "Google a-t-il le droit de pénaliser ces sites et blogs qui, selon lui, manipulent l'algorithme de calcul de ce paramètre ?".

Le premier brevet portant sur la technologie PageRank a été enregistré le 9 janvier 1998 par l'Université Stanford [<http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html>] a octroyé la licence exclusive de cette technologie à Google en 1998, jusqu'au 4 septembre 2011.

La revendication principale de ce brevet porte précisément sur :  
"A computer implemented method of scoring a plurality of linked documents, comprising: obtaining a plurality of documents, at least some of the documents being linked documents, at least some of the documents being linking documents, and at least some of the documents being both linked documents and linking documents, each of the linked documents being pointed to by a link in one or more of the linking documents; assigning a score to each of the linked documents based on scores of the one or more linking documents and processing the linked documents according to their scores."

Conformément au contrat de licence de brevet, Google a la possibilité d'améliorer cette technologie et d'en communiquer les tenants et aboutissants à l'Université de Stanford (et également au Gouvernement américain d'ailleurs). En pratique, cela induit que l'Université de Stanford a renoncé aux recherches et a confié ce soin à Google. Cela étant, l'inventeur du brevet de l'Université de Stanford est un certain ... Lawrence Page, co-fondateur de Google...

Bien que ce soit juridiquement faux, l'on peut quand même dire que ce brevet "est" à Google. En tout état de cause, Google a juridiquement le droit de se fonder sur la licence pour le protéger et se défendre contre les atteintes et manipulations faites sur la technologie par des tiers non autorisés.

De nombreuses corrections et améliorations ont été apportées à cet algorithme, certaines étant décrites dans un brevet déposé le 17 avril 2007, d'autres ne restant connues que de Google. Il convient d'ailleurs de rappeler qu'il est de coutume de ne breveter que des éléments dont la diffusion n'est pas critique. Le secret est souvent la meilleure protection (la formule du Coca-Cola n'est, par exemple, pas brevetée).

C'est donc sur cette technologie que se base aujourd'hui le PageRank que tentent de manipuler les propriétaires de sites et blogs populaires. Cette technologie n'est donc pas libre de droit, elle n'appartient pas à tout le monde. **Google a donc le droit de défendre l'utilisation de cette technologie.**

## 2. Les conditions d'utilisation

Une fois que l'on sait que Google a le droit de donner son opinion sur la manière d'utiliser la technologie, il convient de déterminer quelle est son opinion sur la chose.

Nous avons à maintes reprises, dans nos articles, tenté de préciser que l'utilisation du moteur de recherche de Google s'apparente, en droit, en un contrat soit unilatéral (cela prend le terme "d'engagement" alors), soit bilatéral (quand un Internaute l'utilise, en fait il y a un accord avec Google, formalisé par des Conditions Générales d'Utilisation).

L'article 5.4 des Conditions Générales d'Utilisation précise succinctement : "5.4 Vous acceptez de n'entreprendre aucune activité de nature à entraver ou à perturber les Services (ou les serveurs et les réseaux raccordés aux Services)". Le fait que cette phrase soit si courte permet en réalité à Google de définir, unilatéralement, la nature de l'entrave ou de la perturbation des Services.

A ce titre, Google précise sur son site, dans la section de conseils pour les webmasters, les pratiques qu'il considère comme prohibées :

*"Le classement de votre site dans les résultats de recherche Google est en partie basé sur l'analyse des sites qui comportent des liens vers vos pages. La quantité, la qualité et la pertinence de ces liens sont prises en compte pour l'évaluation de votre site. Les sites proposant des liens vers vos pages peuvent fournir des informations sur l'objet de votre site, et peuvent indiquer sa qualité et sa popularité. Toutefois, certains webmasters participent à des systèmes d'échange de liens et conçoivent des pages partenaires utilisées exclusivement à des fins de "cross-linking", sans tenir compte de la qualité des liens, des sources et de l'impact à long terme que cela aura sur leur site. Cette pratique constitue une infraction aux conseils aux webmasters et peut avoir des conséquences négatives sur le classement de votre site dans les résultats de recherche. Exemples de systèmes de liens :*

- liens conçus pour influencer le classement PageRank ;
- liens vers les polluposteurs (web spammers) ou les "voisinages douteux" sur le Web ;
- liens réciproques excessifs ou échanges de liens excessifs (du type "Établissez un lien vers mon site et j'établirai un lien vers le vôtre") ;
- achat ou vente de liens qui améliorent le classement PageRank."

(source : <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66356&hl=fr>).

Ce paragraphe consiste en fait, par extension, une partie du contrat qui lie les webmasters à Google. En réalité, les conseils aux webmasters pourraient être interprétés par un juge comme une partie des obligations auxquelles sont soumis les webmasters.

D'ailleurs, une autre page précise :

### **"Pourquoi dois-je signaler les liens payants à Google ?**

(...). Certains SEO et webmasters pratiquent l'achat et la vente de liens qui améliorent le classement PageRank, sans tenir compte de leur qualité, de leurs sources et des répercussions

à long terme qu'une telle pratique peut avoir sur leur site. L'achat ou la vente de liens dans le but d'améliorer le classement PageRank constitue une infraction aux consignes Google destinées aux webmasters et peut avoir des répercussions négatives sur le classement d'un site dans les résultats de recherche.

Les liens payants ne constituent pas tous une infraction à nos consignes. L'achat et la vente de liens à des fins publicitaires constituent une pratique commerciale régulière sur le Web, excepté lorsqu'il s'agit de manipuler les résultats de recherche. Les liens achetés à des fins publicitaires doivent être identifiés comme tels. Différentes solutions permettent ce type d'identification, notamment les suivantes :

- ajout d'un attribut rel="nofollow" à la balise <a> ;
- redirection des liens, à l'aide d'un fichier robots.txt, vers une page intermédiaire à laquelle les moteurs de recherche n'ont pas accès.

Google s'efforce de ne pas prendre en compte les liens ayant pour but de manipuler les résultats des moteurs de recherche, tels que ceux utilisés dans des échanges excessifs et ceux achetés uniquement afin d'améliorer le classement PageRank. Si vous repérez un site qui achète ou vend des liens permettant d'améliorer le classement PageRank, contactez-nous. Ces informations nous permettront d'améliorer notre algorithme de détection de tels liens".

(source :

<https://www.google.com/webmasters/tools/paidlinks?hl=fr%2F%2Fwww.google.com%2Fwebmasters%2Ftools%2Fpaidlinks&pli=1>)

Cette page confirme en réalité l'interprétation que ces "conseils aux webmasters" sont de nature contractuelle.

En conséquence, **Google a le droit de pénaliser les personnes qui pratiquent la vente de l'insertion de liens externes dans leur blog ou site populaire, voire ceux qui les achètent**, en se fondant principalement sur l'article 5.4 des Conditions Générales d'Utilisation et son extension aux conseils de webmaster.

En revanche, la délation poussée et documentée nous paraît sûrement immorale mais malheureusement pas interdite par la loi... Espérons que Google saura se montrer digne et revenir sur de telles méthodes d'un autre temps !

**Alexandre Diehl**

Avocat à la Cour, cabinet Lawint (<http://www.lawint.com/>)

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

<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2009/12/google-t-il-le-droit-de-penaliser-des.html>