

Google Panda : mais que se passe-t-il en France depuis quelques semaines ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Le filtre Google Panda a été annoncé en Europe, et donc en France, par Matt Cutts pour les environs du mois de juillet. Pourtant, depuis le mois de mars, de nombreux sites semblent avoir perdu, dans l'Hexagone, beaucoup de visibilité dans les pages de résultats de Google. S'agit-il de tests pré-Panda ou de filtres déjà mis en place pour préparer l'arrivée du "grand frère" ? Voici de nouveaux chiffres inédits qui explicitent ces pertes de trafic/visibilité et quelques tentatives de compréhension du phénomène...

Le filtre Google Panda est officiellement déployé sur les portails de langue anglaise depuis plusieurs semaines et tarde à venir en France. Pourtant, on constate déjà des modifications importantes des résultats de recherche et certains sites ont été chahutés par Google depuis plusieurs semaines. Seraient-ce les prémices d'un cataclysme à venir en France ?

Quelques informations officielles, pour débiter cet article. Matt Cutts, le porte-parole de Google, a participé fin mai à une session de chat sur Youtube, apportant quelques informations sur Panda. On a donc la certitude que Panda est complètement déployé sur les requêtes de langue anglaise, et que son déploiement à l'international (et donc en France) pourrait avoir lieu d'ici un ou deux mois (<http://actu.abondance.com/2011/05/google-panda-en-france-dans-les-deux.html>).

Officiellement, il n'y a donc toujours pas de Panda en France, et pourtant il y a bien quelque chose qui se passe dans les résultats de recherche Google. L'état des lieux que nous vous proposons apour but d'essayer de comprendre et d'anticiper le "tremblement de SERP" qui pourrait avoir lieu d'ici le mois de juillet.

Premières données sur des modifications de visibilité en France

Nous avons effectué, chez Brioude Internet Référencement, une petite analyse sur les données que nous possédions actuellement sur les résultats de recherche dans Google France. Tous les jours, nos outils scrutent les résultats et récupèrent plusieurs milliers de mots clés et d'URL. Il nous a donc paru intéressant de comparer ces données entre les mois de mars et de mai 2011.

Notre étude a permis de caractériser les hausses ou chutes de visibilités sur les données suivantes, concernant des positions en 1^{ère} page de résultat Google : fréquence de frappe globale des mots clés, nombre d'expressions clé et nombre d'URL positionnées.

A partir de ces critères, nous avons trouvé plusieurs milliers de sites qui ont fortement perdu en visibilité au cours des derniers mois. Nous parlons bien ici de positionnement dans Google et non pas de trafic sur le site (un mot clé peut ou non générer un trafic important sur le site en question sleon qu'il est souvent demandé ou non par les internautes).

Voici une liste non exhaustive, présentant un certain nombre de sites connus qui ont (peut-être) été déjà victimes de Panda ou d'un système "pré-Panda" qui aurait été mis en place par Google en France depuis le mois de mars :

La fréquence globale est la somme de toutes les fréquences de frappe (ou volumes de recherche) des expressions clé positionnées en première page de résultat Google. Ces fréquences sont obtenues par l'outil de suggestion de mots clés Google Adwords. Le nombre d'URL positionné correspond au nombre de pages du site positionnées en première page de résultats Google, et le nombre d'expressions est le nombre d'expressions positionnées en première page de résultat Google pour ce site.

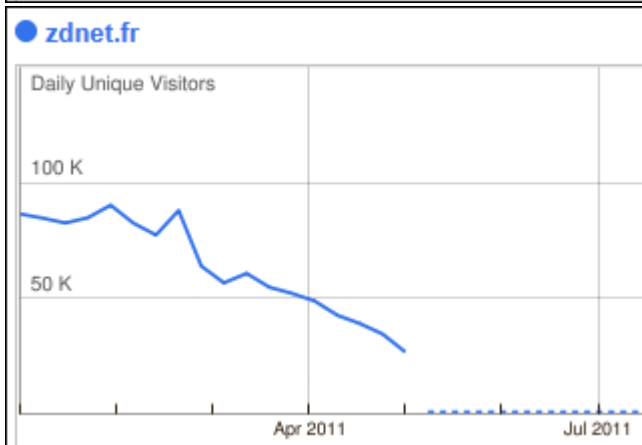
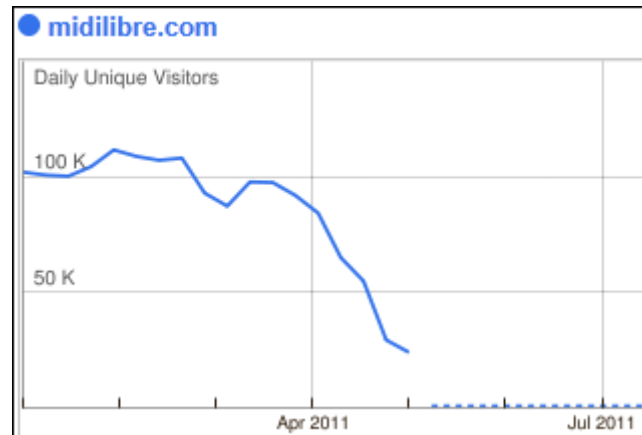
Domaine	Volume de recherche		évolution	Nombre URL		évolution	Nombre expressions		évolution
	mai 2011	mars 2011		mai 2011	mars 2011		mai 2011	mars 2011	
www.lesaffaires.com	479413	126461246	-100%	94	176	-47%	95	209	-55%
www.orange-business.com	727985	51597364	-99%	336	472	-29%	413	591	-30%
www.orange-wifi.com	949545	51223288	-98%	18	17	6%	42	50	-16%
www.midilibre.com	143602	6983480	-98%	418	1066	-61%	416	1218	-66%
www.sfrbusinesssteam.fr	161019	6399807	-97%	72	109	-34%	95	196	-52%
www.lacoste-parfums.com	112678	4375139	-97%	12	11	9%	20	40	-50%
www.francetelecom.com	1769191	52558584	-97%	56	57	-2%	109	101	8%
www.zdnet.fr	78140510	2272219783	-97%	2834	4435	-36%	4680	6877	-32%
www.mozilla.com	304267	7486969	-96%	60	159	-62%	73	169	-57%
www.lvmh.com	192909	4684799	-96%	11	8	38%	10	9	11%
www.entreprises.bnpparibas.fr	194800	4721875	-96%	71	85	-16%	113	171	-34%
www.europe1.fr	7810570	167076618	-95%	538	775	-31%	561	905	-38%
www.gallimard-jeunesse.fr	315914	6372864	-95%	58	47	23%	67	69	-3%
www.armani.com	210072	4217455	-95%	11	12	-8%	34	73	-53%
www.silicon.fr	137304	2498764	-95%	143	335	-57%	155	379	-59%
www.michelin.com	66830	1094289	-94%	35	64	-45%	33	46	-28%
www.tf1.fr	160497384	2235636788	-93%	4323	4017	8%	5766	5881	-2%
www.credit-agricole.com	141796	1814788	-92%	78	135	-42%	164	244	-33%
www.lemondenumerique.com	363310	4605369	-92%	365	436	-16%	409	508	-19%
www.bmw-occasion.fr	308713	3857098	-92%	31	34	-9%	94	94	0%
www.visapremier.fr	158677	1941410	-92%	16	16	0%	36	38	-5%
www.wikio.fr	411410746	4826027813	-91%	9183	10918	-16%	12814	16025	-20%
www.peugeot.com	1024325	10380371	-90%	66	93	-29%	87	119	-27%
www.lyoncapitale.fr	114553	1058232	-89%	90	143	-37%	88	154	-43%
www.journalmetro.com	134723	1226065	-89%	24	103	-77%	27	101	-73%
www.mercedes.fr	431907	3540094	-88%	23	30	-23%	132	102	29%
www.ouestfrance-emploi.com	1071091	8619990	-88%	380	491	-23%	467	684	-32%
www.universfreebox.com	1986843	15965155	-88%	459	523	-12%	396	476	-17%
www.mac4ever.com	2956355	23123191	-87%	228	255	-11%	228	262	-13%
www.lavoixdunord.fr	1364686	10601742	-87%	829	1438	-42%	796	1487	-46%
www.abondance.com	3560673	27318974	-87%	212	277	-23%	441	561	-21%
www.mysql.fr	261854	1857327	-86%	30	32	-6%	24	31	-23%
www.lci.fr	6218046	43330938	-86%	130	527	-75%	200	873	-77%
www.dell.fr	429101	2816151	-85%	115	152	-24%	107	230	-53%
www.kodak.com	637753	4127955	-85%	83	133	-38%	74	85	-13%
www.commentcamarche.net	894077972	5736242462	-84%	69127	78143	-12%	144508	167935	-14%
www.packardbell.com	426012	2669695	-84%	12	39	-69%	30	45	-33%
www.apple.com	419863515	2566367171	-84%	4576	4834	-5%	5011	5077	-1%
www.20minutes.fr	34789253	211346430	-84%	2414	3210	-25%	3029	4298	-30%
www.jouclub.com	585738	3403727	-83%	42	114	-63%	238	446	-47%
www.creditmutuel.com	186007	1032080	-82%	40	83	-52%	59	93	-37%

www.anah.fr	190159	1020172	-81%	43	72	-40%	75	130	-42%
www.canalsat.fr	880658	4629058	-81%	24	26	-8%	55	74	-26%
www.lesechos.fr	18039989	91043989	-80%	2186	3421	-36%	4030	6085	-34%
www.vertbaudet.com	1361882	6854375	-80%	247	283	-13%	515	634	-19%
www.groupe-auchan.com	2020783	9232068	-78%	14	17	-18%	12	14	-14%
www.mediapart.fr	675761	3037948	-78%	340	347	-2%	382	410	-7%
www.la-croix.com	963282	4094230	-76%	409	1028	-60%	470	1277	-63%
www.letelegramme.com	5785293	24528257	-76%	1093	1953	-44%	1073	2032	-47%

Grosse mise à jour sur les portails d'actualité

Nous avons été frappés par le nombre de sites d'actualité reconnus ayant été impacté par une mise à jour des résultats de recherche. Ce sont pourtant *a priori* des sites qui proposent des informations pertinentes, et donc qui devraient être à l'abri d'une quelconque mise à jour Panda.

Ces résultats sont corroborés par des chutes de trafic données par des outils tels que Google Trends for Websites :



Comme on peut le voir sur ces 4 exemples (et pour autant qu'on puisse se fier aux données Google), il existe une chute importantes des visites sur les sites, qui est probablement liée à la visibilité dans les résultats de recherche. On note que toutes les chutes n'ont pas lieu en même temps, ce qui peut correspondre à une mise en œuvre de Panda progressive au fil des mois.

(NDLR : les courbes de Google Trends semblent en cause, peut-on réellement leur accorder une confiance totale ? Voir : <http://actu.abondance.com/2011/06/google-panda-est-il-vraiment-deja.html>)

Pourquoi ces sites d'actualité ont-ils été touchés ?

Nous en avons visité quelques uns, pour essayer de comprendre. A priori pas de textes cachés et autres techniques de triche prohibées par Google. Les articles étaient de bonne facture, et devraient être bien pris en compte par Google.

Le seul point pouvant être concerné par Panda était la duplication d'articles sur le web ou plutôt la reprise d'articles par d'autres sources d'informations. Ce n'est pas du plagiat (les sources originales des articles sont citées) mais plutôt un manque d'originalité qui semble être sanctionné par Google. Qu'un site d'actualité soit sanctionné car il réutilise le contenu d'autres sites, on peut le comprendre, mais qu'un site soit sanctionné car il laisse d'autres sites utiliser son contenu, c'est plutôt surprenant. Aucun des sites que nous avons étudiés n'utilisaient les balises "Original-source" préconisées par Google, ce qui peut être un début d'explication.

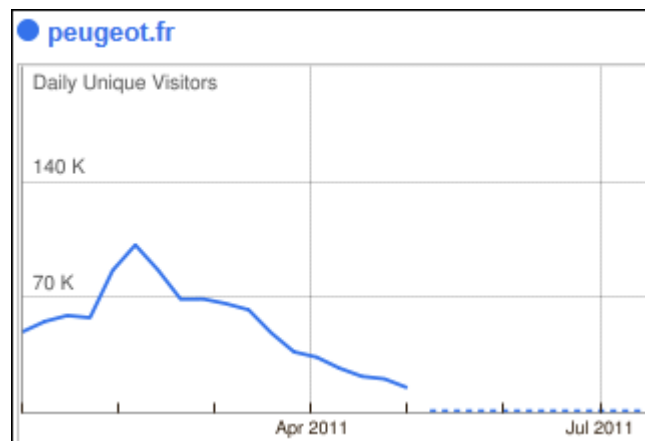
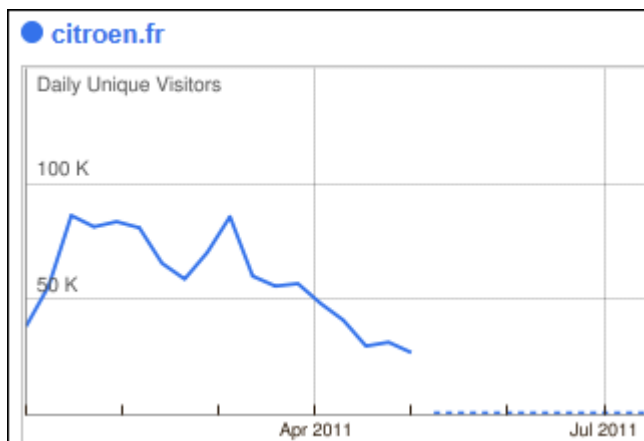
Dans une vidéo publiée le 31 mai, Dani Horowitz de DaniWeb explique que malgré plusieurs interventions de nettoyage et d'amélioration de son site, elle n'est pas encore parvenue à récupérer son niveau initial dans Google (voir <http://videos.webprnews.com/2011/05/31/daniweb-speaks-out-on-recovering-from-google-panda/>). Elle pense que son site a été impacté car ses articles étaient republiés sur d'autres sites, et que ces derniers ont été sanctionnés par Google. Dés lors, le "voisinage douteux" lui a porté préjudice, notamment à cause du linking.

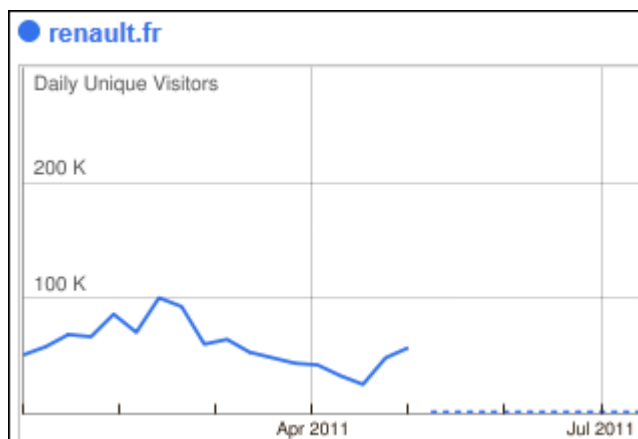
Il semble donc que l'originalité et l'exclusivité du contenu soient des critères importants pour Google. Par ailleurs, le fait que son contenu soit réutilisé sur d'autres sites n'est pas forcément bon pour le référencement !

Haro sur les sites vitrines

Une autre tendance intéressante de notre étude, est un déclassement appliqué à plusieurs sites vitrines réalisés par des grandes marques (prêt à porter, parfums, constructeurs automobiles...). Ce sont assez souvent des sites qui présentent un contenu multimédia/Flash et une absence de contenu informatif qui ne semble pas être du goût de Google.

Ces chutes de visibilité sont également liées à des chutes de trafic, comme on peut le voir avec ces exemples de courbes Google Trends, correspondant à des constructeurs automobiles bien connus. Comme précédemment, ces chutes de trafic n'ont pas lieu toutes en même temps, certaines remontent au mois de mars.





Dans un article publié le 6 mai (voir <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2011/05/more-guidance-on-building-high-quality.html>), Amit Singhal (responsable du département Search Quality chez Google) rappelait que la mise à jour Panda avait pour but d'améliorer la qualité des résultats proposés aux internautes : "*Nos algorithmes de qualité des sites ont pour objectif d'aider les gens à trouver des sites de haute qualité, en réduisant le classement des sites ayant un contenu de faible qualité*".

Parmi les critères d'évaluation des pages, on pouvait lire "*Est-ce que cet article est écrit par un expert ou un passionné qui connaît bien le sujet ?*", "*Est-ce que cet article apporte une description complète du sujet ?*", "*Est-ce que cet article contient une analyse pertinente ou une information intéressante qui va au-delà des évidences ?*"...

Tous les sites n'ont pas vocation à présenter des articles très fouillés, mais entre l'article encyclopédique et la page en Flash, il y a un juste milieu qu'il faut parvenir à trouver. Apporter des informations pertinentes et originales plutôt qu'un joli contenu visuel est une action à mettre en œuvre si l'on veut perdurer dans la première page de Google.

Le site vitrine semble donc être dans la ligne de mire de Google, mais il ne faut pas généraliser : il est possible de trouver encore des sites en Flash sur la première page de résultats Google, ce qui prouve soit que Panda n'est pas encore totalement déployé, soit qu'il existe d'autres critères de classement.

Préparer l'après-Panda

Panda a déferlé aux Etats Unis et au Royaume Uni et a mis à mal le classement de nombreux sites web, parmi lesquels on trouvait de nombreux sites d'information qualifiés. Même s'il est apparemment assez laborieux de remonter après une sanction Panda, ce n'est pas impossible.

Par exemple, de nombreux webmasters ont constaté que le site JC Penney était remonté dans le classement Google, et Matt Cutts a confirmé que la sanction avait été manuellement levée car les responsables du site avaient mis en œuvre plusieurs actions et démontré leur bonne foi (voir <http://searchenginewatch.com/article/2073559/JCPenneys-Google-Penalty-Up-So-Are-Profits>). (NDLR : *mais la sanction de JC Penney était dûe à du paid linking et il n'est pas sûr que Panda soit derrière cette pénalité...*)

Il existe d'autres exemples de sites qui sont en train de remonter après une sanction Panda. Comment ont-ils fait ? Apparemment, un bon nettoyage SEO du site est la base : supprimer les doublons (pour cela, utiliser des balises canonical ou des redirections), bloquer les pages non pertinentes (comme les pages de type Tag cloud), améliorer le temps de réponse, supprimer les publicités...

Une autre action est de se prémunir contre le Scraping (vol de contenu) qui peut avoir un impact négatif. Être un site de référence n'est pas de tout repos ! Il faut s'assurer que ses liens entrant proviennent de sites de qualité et pas seulement de sites copieur. Pour cela, il

faut penser à travailler son linking, comme l'affirme Dani Holowitz (voir <http://www.webprnews.com/google-panda-update-recovery-2011-05>).

Une fois que ces actions (qui peuvent être assez complexes à mettre en œuvre) sont réalisées, il est important de faire une demande de réévaluation à Google, de façon à ce que la sanction soit levée. L'algorithme Panda semble en effet plutôt rigoureux et des évaluateurs humains sont disponibles (enfin, quand ils ont le temps) pour lever les sanctions infligées à un site.

Guillaume Thavaud, cellule de veille de la société *Brioude-Internet Référencement* (<http://www.brioude-internet.fr>).

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://blog-abonnes.abondance.com/2011/06/google-panda-mais-que-se-passe-t-il-en.html>