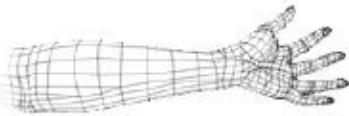
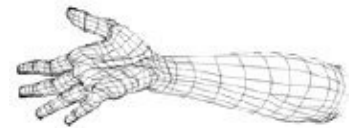


numéro nonante-cinq (#95)

le vendredi 21 novembre 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [La page des moteurs](#)
Colloque sur les moteurs de recherche
- [Mesurer la visibilité](#)
Le spam sur Google
- [Humour et Internet](#)
Délit de surf
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
Pourquoi recourir à un spécialiste en optimisation?
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

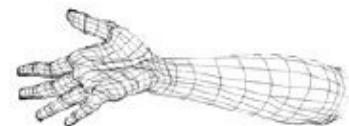
[Ecrire à Moteurzine](#)



[Pages Jaunes, concepteur de sites](#)

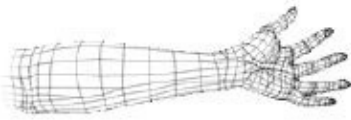


Espace publicitaire

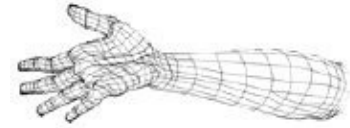




- votre publicité lue par 25.000 personnes ! -



Éditorial



Un MoteurZine court, court, mais court...

Bonjour à toutes et à tous,

Il faut savoir équilibrer chaque numéro, c'est ce que je conseille à tous ceux qui me demandent comment bien faire une newsletter... aujourd'hui, je n'applique pas vraiment ce conseil. Le numéro précédent était très riche en contenu, celui-ci est plus léger. Souhaitons donc un prompt rétablissement à nos chroniqueurs malades.

Je suis un éternel insatisfait, je suis toujours à me plaindre. Ce sont soit les outils de recherche qui ne fonctionnent pas comme il faut, soit les référenceurs qui évoluent en solo et ne s'impliquent nullement dans la mise en place d'un corps de métier, soit les sociétés qui lisent et profitent des informations de MoteurZine, tout en communiquant ici ou là sur leur excellente année financière, mais oublient de participer à la pérennité de ce bulletin, etc, etc.

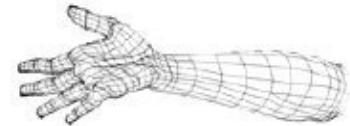
Et, voilà la bonne nouvelle de cet édito, j'ai une nouvelle raison de raler et c'est contre l'attitude ***iste du gouvernement français. Je développe différents sites à travers ma société sur lequel je met de la publicité sous une forme ou une autre. Le gouvernement français à travers son département de la concurrence, de la consommation et de la repression des fraudes n'a rien trouvé de mieux que de me convoquer pour que je vienne me justifier... et oui, j'essaye de monter une société en France et d'en vivre ! Je suis trop bête, j'aurais du créer une société aux Etats-Unis, comme beaucoup de sociétés Internet !!!!

Bonne lecture...

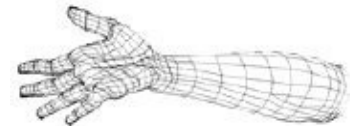
par CHRIS HÉDÉ



Rechercher sur Enfin



La page des moteurs



Colloque sur les moteurs de recherche

Si il ne fallait pas rater un événement cette année, ce n'est pas le rachat par Microsoft de Google, mais plutôt un colloque sur les moteurs de recherche.

Et pas n'importe quel moteur de recherche, l'avant garde française, la « *french touch* ».

Exalead, Antidot, DeepIndex, Mapstan, Indexa, Sinéqua, et bien d'autres comme Mirago (le plus frenchie des anglais), et tous ont apporté leur vision de l'état actuel du secteur, et leur vision de l'avenir.

La géolocalisation, la cartographie, la thématisation et bien d'autres sujets, sujets où visiblement nos amis outre-atlantiques ont parfois du mal à comprendre notre analyse française, notre créativité, alors que le modèle économique de Google, Yahoo, etc... semble si pertinent.

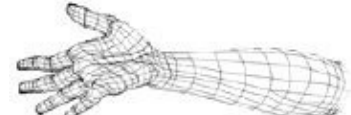
Cela me fait souvent penser à l'époque gallo-romaine de Goscinny. Le Jules César américain aurait-il un problème ? Au vue de la technologie des « *frenchies* », les gaulois ont encore de très beau jours à venir et ont largement, tous, mérité leur place dans le paysage si merveilleux des outils de recherche américains.

Je vous invite aussi à lire l'excellente lettre RRd'Olivier Andrieu, qui, ce mois-ci nous gratifie d'une nouvelle série sur la bonne construction de pages Web. Cette série vous explique comment construire une page web bien adaptée aux moteur de recherche, série que j'avais également prévu pour Moteurzine cette semaine, elle sera donc décalée d'une semaine ou deux (vous pouvez déjà trouver un extrait dans [le guide du webmaster](#)).

par Gilbert WAYENBORGH de **DeepIndex**



Mesurer la visibilité



Le spam sur Google

Aujourd'hui nous souhaitons, à travers cette chronique, apporter un éclairage sur le spam massif sur Google. En effet nous avons tous pu observer ces pages sans aucun contenu qui sont apparues depuis peu dans Google.

Rappel des faits

Depuis quelques mois sont apparus des sites dans Google frappés du sceau "spammeur" par la communauté du référencement. Face aux vives critiques des professionnels, Frank Poisson (Directeur de Google France) apporta une réponse lors de la conférence Imi Kiti le 25 septembre 2003. A cette occasion Mr Poisson nous informe que les techniciens de Google étaient entrain de s'occuper du problème. Force est de constater que 2 mois et 2 Google dance plus tard, le problème s'est amplifié! Les solutions ne venant pas de Google, certains ont pris les devants. Ainsi est né Google Filter! (Résultat Google – 25 domaines..).

Que peut-on y faire ?

Nous nous sommes donc posés la question de la difficulté d'identification d'une action de spam massif. Pour tenter d'identifier ces derniers nous avons réalisé un relevé des leaders

grâce à seeUrank sur 700 mots clés sur Google France (web).

Avant tout, un petit rappel sur le relevé des leaders. Ce dernier permet sur un groupe de mots clés réduit d'identifier les sites les mieux positionnés sur Internet. L'utilisation que nous avons eu du relevé des leaders est donc ici détournée (plus d'info). En effet il s'agit de 700 mots clés parmi les plus tapés du Web (source des mots clés : article Lycos voyeur). L'objectif est de faire ressortir les sites ayant un positionnement sur des mots clés variés, donc potentiellement "spammeur".

Tableau des leaders

Nous avons ici sélectionné 14 sites parmi les mieux positionnés sur Google sur nos 700 mots clés. Le tableau ci-dessous donne pour chaque site son ratio sachant que la base 100 correspond au site numéro 1. De plus pour chaque site nous précisons si des liens sponsorisés sont présents, le nombre de pages indexées et enfin le nombre de backlinks.

Ratio	Site	Type	Lien sponsorisé	Page indexée	Backlink
100	http://www.amazon.com	site marchand	non	3,770,000	191,000
87	http://www.franao.com	Ferme de liens	oui	50,700	1,280
66	http://fr.kelkoo.com	site marchand	non	117,000	37,600
40	http://telecharger.01net.com	Logitheque	non	78,500	8,590
36	http://www.imdb.com	BDD personnalités	non	422,000	41,200
31	http://www.ciao.fr	Avis consommateur	oui	378,000	2,210
26	http://www.yalho.com	Annuaire	non	31,600	637
25	http://www.tysami.com	Annuaire, portable, sexe	non	16,000	138
19	http://www.aufeminin.com	Information	non	92,700	2,420
19	http://www.amazon.fr	site marchand	non	1,320,000	894
15	http://search.kelkoo.fr	site marchand	non	114,000	209
14	http://www.monsieurprix.com	site marchand	non	124,000	209,000
12	http://www.commercialement.net	Ferme de liens	oui	19,500	1,360
11	http://www.nitro-achats.com	Ferme de liens	oui	24,800	958

Interprétation et analyse des résultats

Il se dégage de cette analyse 3 grandes catégories. Les sites marchands, les fermes de liens, les annuaires.

Les sites marchands

Il est tout à fait normal de retrouver ces derniers dans cette étude. En effet de nombreux mots analysés portent sur des produits, noms de chanteurs, marques, jeux vidéos. Les sites marchands présents ici vendent ces produits. On peut donc considérer ce positionnement comme logique vu le grand nombre de pages présentes dans Google (prés de cinq millions et demi de pages en tout).

Cependant, on peut s'interroger quant à certaines pratiques beaucoup plus "choquantes". Prenons l'exemple de Kelkoo:

Sous prétexte de rapprocher l'internaute du produit final, des index sont créés pour renvoyer vers le moteur de recherche interne. Et bien sûr grâce aux techniques d'Url rewriting nous obtenons de jolies pages de la forme: `ss_motcle.html`

La technique utilisé est toute simple: des pages index sont créées sur les "recherches les plus courantes" par catégorie. Par exemple, les recherches les plus courantes de livre (http://search.kelkoo.fr/b/a/ssq_100801_0_100.html). Vous y apprendrez que les internautes recherchent couramment un livre sur les sujets: "**montres swatch**", "**Kamasutra Gay**", "**photo erotique**". Pour information le positionnement dans Google et respectivement de 1, 2 et... 3.

Enfin pour finir l'analyse de kelkoo, il faut savoir que la recherche est réalisée sur un mot OU l'autre. Ainsi notre recherche sur photo erotique (2eme et 3eme position sur Google quand même) nous renvoie vers une page d'appareils photos... A vous de réaliser les photos ensuite .

Les pages satellites

Le principe est très simple. Il y a peu de temps a été inventé le lien sponsorisé ou des sites payent pour chaque visiteur provenant d'un lien placé sur un autre site. Les webmasters de site ont la possibilité d'afficher ces liens sponsorisés sur leur site, touchant au passage un pourcentage.

Les pages satellites sont une utilisation quasi unique de ce système. La logique ? Pourquoi créer un contenu novateur quand des milliers de pages créées quasi automatiquement et optimisées sur un mot clé spécifique donnent un bon positionnement dans Google. L'objectif est simple, être visible sur le plus grand nombre possible de mots, de la façon la plus importante et automatique possible de manière à favoriser les retombées grâce aux clics sur les liens sponsorisés.

Il s'agit en soi d'une logique commerciale respectable. N'est-ce pas le but de tout site commercial de gagner de l'argent ? Ne s'agit-il pas d'une brèche utilisée fort avantageusement ?

Les annuaires

Est-il normal qu'un annuaire utilise son moteur de recherche interne pour être mieux positionné ? Beaucoup répondront non. En effet, un annuaire possède déjà une arborescence. Cependant certains annuaires utilisent le principe de l'url rewriting pour créer de fausses pages statiques correspondant à des recherches.

Prenons l'exemple de Yalho. Analysons les pages indexées grâce à la commande site de [google ici](#)

Que pouvons-nous observer ? Des pages de la forme `www.yalho.com/mot-cle.html` en grand nombre. De plus on peut voir que le titre est optimisé pour le mot clé, ainsi que le code

html de la page.

Conclusion ?

Tout d'abord notre objectif initial a été atteint nous avons facilement mis en avant des sites positionnés de façon "importante". Maintenant où se situe la limite entre spam et pas spam ? Quand kelkoo crée une page optimisée sur photo érotique qui renvoie vers des appareils photo ? Quand un annuaire crée des pages optimisées renvoyant vers une recherche interne sur photo érotique ? Quand Franao renvoie uniquement les liens sponsorisés ?

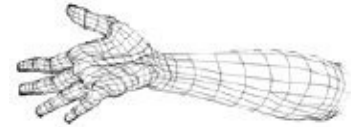
Où se situe le spam de façon massive ? Où commence-t-il ? Nous ne parlons pas du site qui crée une dizaine de pages ne respectant pas quelques règles établies par les moteurs de recherches. Il s'agit ici potentiellement de milliers (voir millions) de pages optimisées de façon automatique !

Il serait peut-être temps que Google communique de façon claire sur le sujet. Est-ce autorisé ? Qu'a-t-on le droit de vraiment faire ? En l'occurrence il ne s'agit pas tant d'une solution technique. Nous avons vu qu'il était simple d'identifier ces sites.

par Damien GUIGUE de Yooda



Humour et Internet



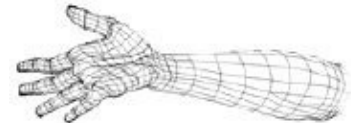
Délit de surf



par Frédéric LEPAGE de Les BD qui bougent



Optimisation et indexation commerciale



Pourquoi recourir à un spécialiste en optimisation?

À cette simple question correspond une simple réponse: Pour développer ou accroître ce

canal de revenus d'entreprise d'une manière rigoureuse, fiable et prévisible, à partir des méthodes évolutives et diversifiées assurant la rentabilité financière des gens d'affaires opérant un site Web pour gagner leur vie et payer les salaires des travailleurs.

À en juger des performances de la quasi-totalité des sites Web, l'optimisation est une science inconnue! La fable laissant croire que quiconque touche un clavier peut tout faire, laisse présager que tout graphiste ou programmeur informatique connaît les plus de deux cents techniques d'optimisation en cours!

LA SECTE DES TTP

Si cette première réponse n'est pas suffisante, car l'on peut croire posséder à l'interne toutes les ressources nécessaires pour ce faire, c'est que l'entreprise ayant son site Internet est sous l'emprise de la secte des TTP, les Technos Tous Puissants.

Cette secte, qui est née avec la science éternelle infuse, décide par proclamation pouvoir faire tout ça tout seul. Oui. On voit ce que donne le 100% des sites que nous analysons à la demande de leurs propriétaires, en fonction de leur visibilité dans les engins de recherche. Ces sites obtiennent entre 0.001% et 0.1% de positions dans les moteurs qu'ils sont sensé maîtriser!

Le pourcentage de positions obtenues s'établit à partir du nombre de pages retournées par les engins de recherche d'un marché – généralement géographique, selon l'ensemble des mots clés du site.

LES STATISTIQUES DE L'ÉCHEC

Par exemple, un site qui possède 64 mots clés – et ils sont très rares, qui est actif dans un territoire desservi par 12 engins de recherche, se verra potentiellement listé dans 2304 pages de résultats affichés. Ces pages ne sont que les trois premières – les meilleures, de chacun des moteurs dans ce marché, pour chacun des mots clés, souvent génériques ou non validés par ces demandes explicites.

Pour obtenir le pointage de 0.08 %, un site ne figure qu'à 2 reprises dans l'ensemble des 2304 pages rapportées. Habituellement pour le même mot clé, très déconnecté de la demande réelle, que nous vérifions auprès des 360 millions de requêtes inscrites dans les bases de données regroupant toutes les requêtes de la planète. Pas terrible?

Rien n'est plus triste que d'annoncer cette nouvelle, tant l'illusion de la performance Internet laisse croire que si l'on obtient quelques demandes par mois pour ses produits et ses services, c'est que tout va bien? Qu'en serait-il avec un accroissement de visibilité – donc de positions, de l'ordre de 400% ou de 7000% ?

QUAND LE CIEL SE FAIT ATTENDRE

Selon une proportion de conversion de visiteurs en clients normale, il faut souvent plus de 10 000 visiteurs pour obtenir UN client. Si la visibilité d'un site des de 0.001%, combien de jours, semaines ou mois un site Internet doit-il attendre avant de rentabiliser son existence!

Dis autrement, pour toute entreprise qui fait des ventes en ligne, s'il faut qu'elle patiente par

tranche de 10 000 visiteurs pour faire des ventes, son coût d'acquisition de son client monte en flèche, alors que la rentabilité générale de l'entreprise fait le chemin inverse.

Mais ça, ce n'est pas le boulot du webmestre, c'est le boulot de l'optimisateur... s'il y en a un!

En fait, une optimisation est le résultat de suivis quotidiens quant aux variations des algorithmes des engins de recherche et une très patiente mise à jour d'un site, continuellement évaluée et contre vérifiée en termes de résultats.

Puisque seulement 16% des sites sont en fait retenus par les engins et répertoires, selon l'étude récente du *Georgia Institute of Technology* l'on s'aperçoit que la marche à franchir est encore très haute...

LE BEAU PROBLÈME

Quand l'optimisation scientifique accompagne la démarche de rentabilité d'un site, la fourchette de visibilité oscille entre 7 et 15%... selon l'industrie et l'effort budgétaire de l'entreprise. À ce rythme, c'est le beau problème de soutenir la croissance qui est à régler.

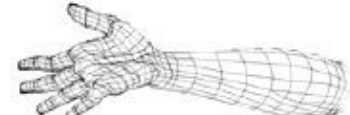
Bref, une entreprise qui ne se fierait qu'à un seul type de joueur Internet pour s'assurer sa rentabilité équivaut à n'avoir que des gardiens de buts dans son équipe de soccer! Le résultat du score final est toujours le même.

Au plaisir

par Pierre FRIGON de l'**Agence Hyperclics Marketing**



Espace publicitaire



Pages Jaunes, concepteur de sites



Référencement et promotion de sites

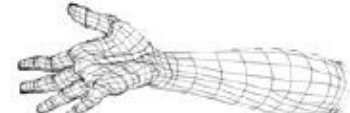


E-mail marketing multilingue

Vous ICI ???



Enfin, les informations



Vous êtes le responsable d'un moteur ou d'un annuaire ? Vous travaillez dans le référencement ? Communiquez et insérez gratuitement votre actualité ici.

AUJOURD'HUI

ou le monde impitoyable du référencement et des outils de recherche

19/11/2003 : "AOL acquiert le moteur de recherche Singingfish"

« America Online a annoncé l'acquisition de Singingfish, une filiale de Thomson qui

a élaboré un moteur de recherches de fichiers audio et vidéo sur internet.

Les modalités financières de l'opération n'ont pas été divulguées. (...) »

18/11/2003 : "Annuaire.org : mise à jour graphique de l'annuaire"

Annuaire.org vient de mettre à jour la charte graphique de son site. Cette nouvelle charte se veut simple dans sa forme tout en restant belle. Annuaire.org est un annuaire généraliste ouvert depuis 1997.

18/11/2003 : "MSN NewsBot – service de news"

« Après Google et Yahoo, Microsoft lance le service de news – MSN Newsbot – en version beta dans 4 pays d'Europe : France, Italie, Espagne et Grande Bretagne. Ce service propose une compilation de nouvelles les plus consultées parmi les 4 000 sources en ligne.

Les possesseurs d'un MSN Passport Net peuvent personnaliser cette liste par centre d'intérêt. L'extension de ce service est prévue pour d'autres pays dans un deuxième temps. »

17/11/2003 : "Rumeurs de rachat d AOL par T-Online"

« Après avoir retiré la marque AOL du nom de son groupe, TimeWarner pourrait-il se débarrasser de son ancienne prestigieuse filiale ? Selon le grand quotidien bavarois "Süddeutsche Zeitung", le fournisseur d'accès allemand T-Online, filiale à 73.9% de Deutsche Telekom, pourrait prendre le contrôle de 70% d'AOL pour plus d'un milliard de dollars.

Bien qu'une réunion réunissant les états-majors de TimeWarner et T-Online ait eu lieu la semaine dernière, les deux groupes nient catégoriquement l'information du journal bavarois. "Il n'y a rien à ce sujet", a ainsi déclaré le président du directoire de Deutsche Telekom Kai-Uwe Ricke à Reuters après une réunion d'analystes. (...) »

17/11/2003 : "La croissance économique de Google pourrait ralentir"

« Google a révolutionné la recherche d'information sur internet et sa possible introduction en Bourse s'annonce déjà comme la plus excitante que la Silicon Valley ait connue depuis l'éclatement de la bulle spéculative autour de l'internet.

La mise sur le marché du capital de Google pourrait intervenir au cours du premier semestre 2004, selon des sources bien placées.

Mais la croissance jusque-là explosive du moteur de recherche pourrait bientôt ralentir, affirment des analystes spécialisés dans la publicité en ligne. (...) »

14/11/2003 : "Comment tout savoir sur tout le monde"

« (...) Cette pratique un peu surréaliste de l'auto-googling a déjà un nom aux Etats-Unis : le « vanity google ». Elle consiste donc, dans un face-à-face ubuesque, à vous pister vous-même sur le Net. A s'assurer qu'aucun ami mal intentionné n'a osé publier en ligne les photos légendées de vos vacances communes. A vérifier que vos éventuels mémoires, thèses, articles, courriers de lecteur ou autres écrits publiés ne sont pas repris ou déformés par des sites douteux. Mais aussi, avouons-le, à prendre la mesure de votre impalpable gloire virtuelle. Imaginez la déception de l'internaute dont le nom n'évoque pour Google que cette réponse désespérante : « zéro résultat ». (...) »

13/11/2003 : "L'Europe peine à lancer son .eu"

« Le lancement des noms de domaines portant le suffixe « .eu » a pris un important retard. La Commission espère cependant un décollage à la mi-2004.

L'Europe voulait offrir rapidement aux internautes et aux entreprises un suffixe « .eu » pour leurs adresses de site web et de courrier électronique. Mais après trois ans de palabres et six mois depuis l'attribution d'un marché public au consortium Eurid, emmené par une organisation belgo-italo-suédoise qui doit assurer la gestion du nouveau suffixe, tout reste bloqué. Si en mai dernier, la Commission espérait encore

lancer le suffixe européen avant la fin 2003, certains se demandent aujourd'hui s'il sera en service avant 2005, au plus tôt. » (...)

12/11/2003 : "Interview du Directeur Général d'Espoting Media en France, Alain Sanjaume"

« Dans ce numéro de MoteurZine, vous allez découvrir un interview de Alain SANJAUME, le Directeur Général d'Espoting Media en France. Il répond en toute franchise à 7 questions vérité ! »

11/11/2003 : "Les ventes publicitaires Internet grimpent de 14%"

« Les ventes publicitaires des sociétés Internet ont grimpé de 14% à 1,66G\$ au second trimestre, par rapport à la même période il y a un an. (...) Les engins de recherche de mots-clés, tels Google et Yahoo! (YHOO), demeurent la force dominante de l'industrie publicitaire globale, ayant représenté 31% du total des revenus au second trimestre de 2003. »

10/11/2003 : "Quand femme rime avec voyage"

Un annuaire dédié aux femmes et voyages vient de s'ouvrir au public. Sa charte graphique de qualité et ses catégories intuitives rendent la navigation sur cet outil tout simple.

LES ARCHIVES

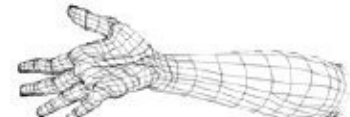
ou il y a un an, l'actualité du moment

14/11/2002 : "Altavista compte rebondir vers le haut avec ce nouveau site"

AltaVista a annoncé revenir sur le front dans "la guerre" des outils de recherche avec un nouveau site, un nouveau moteur capable de faire tomber Google de son piedestal !



Les outils de recherche
francophones



19 novembre 2003

Annuaire des rencontres

Annuaire referençant tous les sites de rencontres et de dialogues serieux et coquin.

18 novembre 2003

Top Faq

Annuaire des FAQs. Toutes les Faqs sont écrites par des internautes dans un but d'entraide et de partage de connaissances.

16 novembre 2003

Annubis

Vous cherchez quelque chose, Annubis vous trouve les adresses. Une navigation facilitée par des liens en images.

Annuaire des recettes

Annuaire sur les recettes de cuisine.

14 novembre 2003

Annuaire du référencement

Plus de 500 sites sélectionnés traitant du référencement et de problématiques connexes.

13 novembre 2003

A3formation

Moteur de recherche de la formation professionnelle.

12 novembre 2003

Feminin shopping

Annuaire des sites pour les femmes pour se faciliter la vie au quotidien.

10 novembre 2003

Webmalin

Annuaire généraliste qui se veut fun, pratique, sélectif et qui vous propose le meilleur du Web.

Absolute–Reggae

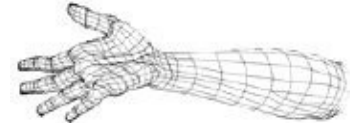
Un annuaire de sites des artistes majeurs du reggae, et d'autres acteurs de la scène reggae: labels, boutiques ...



Annuaire du Jura




Annuaire pour tous les sites ayant un rapport avec le Jura français.



Auto Promotion

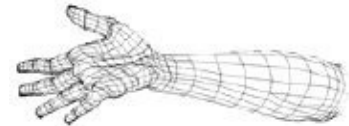


<p>Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?</p>	
<p>par Caroline de <u>Crea–Interactive</u> (234x60)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (170x85)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (61x60)</p>	

	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (468x60)	



Conclusion



ATTENTION

La liste des abonnés n'est pas disponible. Nous ne la donnons ni ne la revendons à personne. En revanche, vous pouvez sponsoriser notre lettre d'information : contactez-nous pour discuter des modalités.

Abonnement
gratuit à
« Moteurzine »

Désinscription
de
« Moteurzine »

les crédits

Chronique sur « Google »

Olivier Duffez de
WebRankInfo

Chronique sur les moteurs

Gilbert Wayenborgh de
DeepIndex

Chronique sur les entreprises

Jean-Claude Benard de
Quadramultimédia

Chronique sur la visibilité	<u>Damien Guigue</u> de <u>Yooda</u>
Chronique sur le référencement marketing	Gautier Girard de <u>Cerise</u> <u>Rouge</u>
Humour et Internet	<u>Frédéric Lepage</u> de <u>Les</u> <u>BD qui bougent</u>
Chronique sur le référencement	Marie Pourreyron d' <u>Altitude</u> <u>Référencement</u>
Chronique sur l'aspect commercial	<u>Pierre Frigon</u> de l' <u>Agence Hyperclics</u> <u>Marketing</u>
Infodesign	<u>Max</u> , le talentueux !
Le reste (mise en page, édito, actualités, les nouveautés et ...)	<u>CHRis Hédé</u> de <u>MoteurZine / Enfin</u>

© 1999 à 2003 par IDF.net