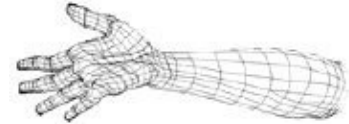


numéro nonante-sept (#97)

le vendredi 12 décembre 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [La page des moteurs](#)
Méfiez vous de l'eau qui dort...
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
Enquête sur les idées reçues dans le métier des outils de recherche (2)
- [Mesurer la visibilité](#)
Le fichier robots.txt
- [Humour et Internet](#)
Une bonne raison pour se lever
- [Référencement de A à Z](#)
Quel outil fournit sa technologie, sa base à quel autre outil ?
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
Google, le petit poisson rouge
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

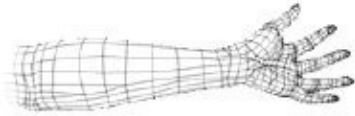
[Les archives de Moteurzine](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)

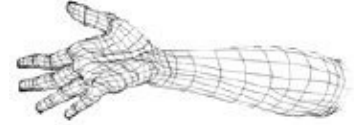


[Concepteur de sites internet](#)

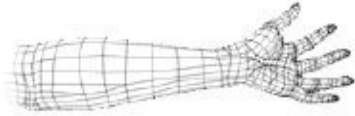
• Conclusion



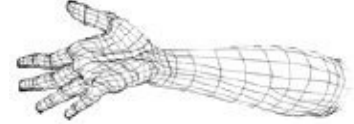
Espace publicitaire



– votre publicité lue par 25.000 personnes ! –



Éditorial



MoteurZine ... mise à jour et passage à la version 5

par CHRIS HEDE

Enfin et Moteurzine d'un côté, Développement et Référencement d'un autre.



Christophe HEDE

e-mail
site

Bonjour à toutes et à tous,

Avant tout, quelques petits messages personnels...

– Merci à l'association le Pole Artistique pour sa bannière... elle est superbe ! Si l'un d'entre vous se sent le courage de réaliser un superbe sky... il est le bienvenu. J'ai essayé et quand j'ai vu que même mon chien qui ne pense qu'à dormir toute la journée était plié de rire devant mes compétences d'infographiste... j'ai abandonné.

– En vérifiant la base d'Enfin, j'ai encore découvert des annuaires qui ont mis la clé sous la porte... pire, des domaines redirigeant vers des sites pornos. C'est lassant. Voici donc un appel aux webmasters d'annuaires ou de moteurs, si vous vous occupez d'un outil de recherche avec son domaine, sa base et tout... si vous n'avez plus le temps ou la motivation de le gérer, contactez moi, j'en prendrai soin le temps de retrouver un repreneur motivé !

Fin des messages perso et voici un « petit coup de gueule », pour ne pas changer...

Franchement, je ne comprends pas cette mauvaise habitude d'utiliser régulièrement des mots, des expressions américaines dans le milieu du référencement.

Quand ce sont des employés de filiales américaines qui les emploient, ça peut se comprendre. Mais quand ce sont des sociétés de référencement francophones qui les utilisent régulièrement, pas du tout.

Alors, voici un petit lexique pour aider à décrypter ce parlé qui n'est pas de chez nous :

seo = référenceur / référencement

search = recherche

search engine = outil de recherche / moteur de recherche
directory = annuaire
etc...

Selon moi, il existe deux grands groupes de référenceurs en francophonie :

– Les franco-américains :

Ce sont des référenceurs qui ont de gros clients présents en Europe / dans le monde. Là, il faut parler "international" pour convaincre et montrer son savoir faire et puis, ça fait bien. Pour obtenir un client, il faut connaître tous les marchés, et donc, le référenceur se doit de baigner dans la culture planétaire, dans la culture américaine.

– Les régionalistes :

Ces référenceurs ont une clientèle exerçant sur un marché local / regional. Parler "international" avec ces sociétés ferme toutes les portes. Ces sociétés préfèrent avoir comme interlocuteur une personne qui se consacre pleinement au marché national. Il est vrai que ces sociétés ont une structure plus petite que les multinationales... mais bon, les sociétés de référencement ont rarement aussi de grosses structures.

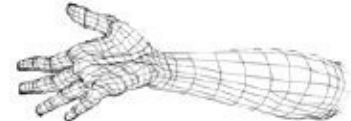
Et quel est le pourcentage de ces PME / TPE ???? Gros... très gros !

Alors, si vous êtes une société ou le webmaster d'un site qui n'est pas du tout international, si vous voulez éviter ces référenceurs à l'américaine, faites votre choix parmi nos chroniqueurs dont beaucoup sont des professionnels du référencement et qui s'occuperont de vous très très bien !

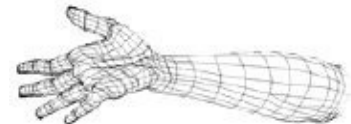
Bonne lecture...



Rechercher sur Enfin



La page des moteurs



Méfiez vous de l'eau qui dort...

par Gilbert Wayenborgh

Science, Politique, Défis, Aventure, Art, Impossible, Communication,
Dialogue, Humour, Expertise.

[e-mail](#)
[site](#)

Endormi depuis quelques mois, le secteur des moteurs de recherche pourrait bien se réveiller brutalement. Alors que les sociétés de référencement se regroupent, alors que les moteurs américains fusionnent à coup de dollars, les petits outils, bien de chez nous, pourraient se réveiller et sonner le glas au monopole américain.

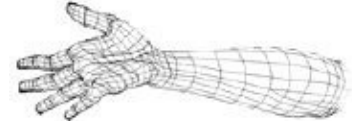
Certains d'entre nous ont pu voir la production gauloise, dernièrement à Lyon, et il va sans dire que tous les outils gaulois semblent avoir la "niac". Passons sur les fantaisies de Voila qui ne verront probablement jamais le jour, car elles sont déjà dépassées technologiquement parlant avant même d'être sorties de leur laboratoire (DeepIndex avait déjà produit un système similaire il y a près d'un an). Les systèmes proposés par les concurrents directs ont bien plus d'avenir que Voila qu'il s'agisse de cartographie, d'outils complémentaires tel que le Google-filter, ou encore la géolocalisation façon Mirago, ou DeepIndex, et de l'association de contenu version Indexa.

Tous ces outils, et bien d'autres encore, pourraient bien grignoter des parts de marchés importantes aux outils internationaux. En effet, il ne subsiste que des succursales commerciales des outils de recherche internationaux en France et leurs parts commencent sérieusement à baisser. L'utilisateur change, il est exigeant et a besoin de plus d'un avis pour se satisfaire du Big Brother.

A bon entendeur ;–)



Les entreprises et les outils
de recherche



Enquête sur les idées reçues dans le métier des outils de recherche (2)



Jean-Claude
BÉNARD

[e-mail](#)
[site](#)

par Jean-Claude Benard
Directeur commercial de [QuadraMultiMedia](#)
et créateur de [Slovar](#) – Partenaire Officiel de
[Esporting](#) et [Overture](#).

Nous vous avons promis lors de notre précédente chronique d'interroger des chefs ou responsables d'entreprises appartenant aux autres industries que la notre pour leur soumettre des propos ou idées reçues qui ont la vie dure dans notre métier et connaître leur vision et réponse.

Notre premier témoin se nomme Michel PARADON.

Michel PARADON est le directeur communication et marketing de Raining Data à qui nous avons consacré il y a quelques mois un reportage. Pour mémoire, Raining Data est un éditeur américain de SGBD et d'outils de développement d'applications qui a basculé la totalité de son action de communication sur le Web.



Michel PARADON est devenu un véritable aficionado des outils de recherches et se tient de façon permanente au courant de l'actualité de ce domaine.

« **Souscrire aux AdWords de GOOGLE est simple et efficace** »

Michel PARADON :

« Google AdWords est une régie publicitaire automatisée pour un moteur de recherche grand public et non-commercial.

Ce qui surprend le plus lors de la découverte de la régie publicitaire AdWords de Google, c'est l'absence complète d'intervenant humain dans les processus marketing gérés par la campagne Google.

Nous avons mesuré très vite les dérives et la frustration qu'engendraient cette limitation.

Par exemple, aucune vérification des mots clés que nous avons proposé pour notre campagne n'a été faite par un éditeur.

Nous aurions très bien pu utiliser les marques déposées de nos concurrents comme mots clés de nos campagnes. Le risque majeur est donc celui de la contrefaçon. De récentes affaires en ont d'ailleurs faite la démonstration.

Ensuite, nous avons du tâtonner pour découvrir les subtilités du fonctionnement du logiciel de gestion des campagnes. L'aide en ligne est en effet bien trop succincte.

Nous avons compris que la logique de gestion des campagnes AdWords reposait côté régie exclusivement sur taux de clic minimum ou CTR, minimum.

Il représente le ratio du nombre de clics sur un lien sponsorisé sur le nombre d'impressions de l'annonce dans les pages de résultats ou les pages de contenu des partenaires commerciaux du moteur.

Or le CTR tombe rapidement à ce niveau quand le nombre d'impressions d'un mot clé est élevé et que votre annonce n'est pas visitée. Google déclenche l'inactivation de l'annonce lorsque 1000 impressions sont atteints et que le CTR est inférieur au CTR minimum. Il vous faut alors réactiver la totalité de votre campagne. Au bout de 3 réactivations, Google vous

impose un droit de réactivation de 5 €.

La question principale est donc de rédiger les annonces pour que le public de Google ait envie de les visiter. Or le problème avec ce moteur est son positionnement grand public et alternatif, pour lequel la diversité et les motivations non-commerciales sont telles que bon nombre d'internautes verront apparaître une annonce sans avoir envie de la visiter, celle-ci répondant à leur requête mais présentant un lien commercial, dans une zone déportée des résultats de recherche.

Compte tenu de la vitesse à laquelle le nombre d'impressions atteint 1000 pour certains mots clés, il est nécessaire de passer beaucoup de temps lors de l'optimisation de la campagne, pour ne pas risquer l'inactivation.

Nous avons en fait décidé de réduire de manière drastique le nombre de mots clés associés à notre campagne afin de ne pas risquer d'inactiver notre campagne à cause d'un mot clé dont le CTR passerait sous la barre des 0,5%, en dehors des phases d'administration.

Même si le déplacement des liens AdWords de la partie latérale en tête des résultats au début 2004, comme Google l'a annoncé pourrait améliorer le taux de visites des annonces, notamment de la part du grand public, les internautes dont les motivations sont non-commerciales ne cliqueront pas plus sur les annonces qu'auparavant.

A n'en pas douter, une bonne partie du temps passé à comprendre le fonctionnement de la régie AdWords, de son positionnement et de ses subtilités auraient pu être utilisé à d'autres tâches, avec l'aide d'un éditeur humain du côté régie.

Merci Michel de votre réponse

Raining Data

78/80 avenue du Général de Gaulle

93170 Bagnole

<http://kiosque.rainingdata.fr/>

<http://www.rainingdata.com/fr/>

Téléphone : 01 49 72 49 72

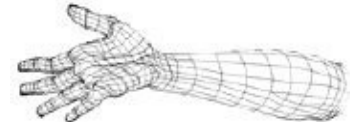
Télécopie : 01 49 72 49 70

Email : fr.partners@rainingdata.com

Notre prochaine interview : Patrick SIBELLAS le PDG de RII Diffusion éditeur de solutions logicielles pour les bibliothèques et médiathèques.



Mesurer la visibilité



Le fichier robots.txt

par Damien Guigue

Responsable technique chez Aldeis editrice de Yooda.com et de seeUrank (logiciel de suivi de référencement).



Damien
GUIGUE

Etre présent dans les index des moteurs de recherche tel est l'objectif de tout site. Mais parfois il est préférable de ne pas se faire indexer par un moteur sur une page ou un répertoire donné. Vous pouvez utiliser la balise méta robots pour remplir cette tâche. Cependant, pour interdire une partie de son site à un robot particulier, utiliser le fichier robots.txt se révélera souvent plus simple et plus rapide. Nous allons étudier l'utilisation de ce fichier sur le web et ces différentes fonctions durant quelques numéros de Moteurzine.

Méthodologie

L'ensemble des informations fournies lors de cette série d'articles a été réalisé à partir d'une base de données portant sur l'analyse de 195 000 robots.txt de domaine. Cette base de données a été réalisée en Décembre 2003 grâce à la technologie d'extraction d'information Maway2. Nous avons à l'aide d'un agent intelligent vérifié la présence du fichier robots.txt sur l'ensemble de ces sites.

De plus sachant qu'une erreur fréquente est l'oubli du " s " de robotS.txt, nous avons donc testé la présence du fichier robot.txt ceci afin d'évaluer l'ampleur de l'erreur sur le Web!

Analyse globale

Sur les 195 223 sites analysés 15,68% possèdent un robots.txt. La répartition entre domaine racine (http://www.) et sous domaine est sensiblement la même. Respectivement 15,46% et 16,74%.

robots.txt mal orthographié ?

A noter que 0,75% des sites ont un robot.txt. Ce qui est strictement inutile rappelons le. Cependant on peut observer que 66,03% des sites possédant un robot.txt ont aussi le robots.txt (donc le bon). Il est vrai que dans le doute, il vaut mieux mettre les 2 ;) Pour les autres, ceux qui n'ont que le mauvais, ne vous inquiétez pas nous nous engageons à les prévenir.

Pour revenir au 2/3 des sites ayant les deux formes, on retrouve cette double présence sur des sites très connus : www.lesechos.fr, www.inra.fr ou encore www.ibm.com. Mais aussi, encore plus surprenant et déroutant pour des outils de recherche (www.toile.qc.ca, www.webcrawler.com, www.indexa.fr , www.toile.com , www.metacrawler.com).

Analyse par Pays

Afin d'avoir une vision plus "nationale" de l'utilisation du robots.txt nous avons réalisé une étude détaillée sur les extensions. Le tableau ci-dessous reprend 20 des 40 extensions significatives (plus de 100 occurrences) détectées lors de notre étude.

Extension	Nombre testé	% robots.txt	% robot.txt (Mal orthographié)
-----------	--------------	--------------	--------------------------------

gov	414	41,85	2,68
us	414	40,68	0,48
edu	1434	35,45	2,24
de	2 701	29,66	5,93
uk	1 870	26,58	1,50
jp	470	19,19	2,14
se	223	18,02	0,00
ca	5 481	17,31	0,62
org	13 449	16,78	0,62
com	106 818	16,48	0,65
biz	661	16,21	0,46
es	314	15,97	0,00
it	850	15,90	0,83
info	744	15,77	2,02
ch	5412	15,17	1,50
net	12 552	14,03	0,75
be	4 029	11,25	0,47
fr	28 027	10,70	0,59
lu	580	9,83	0,34
tv	210	4,76	0,48

Tout comme dans pas mal de classement les français sont derrière : les sites gouvernementaux (gov), américain (us) et éducatif (edu) sont le haut du panier avec plus de 1 site sur 3 pourvu d'un robots.txt. Les sites allemand (de) et britannique (uk) ont aussi un taux d'utilisation supérieur à 25% donc largement supérieur à la moyenne. On peut supposer un plus grand professionnalisme pour les webmasters de ces pays là.

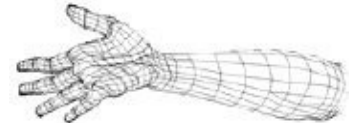
Enfin on peut observer que la palme de l'erreur revient aux sites allemands. Avec presque 6% de robot.txt, ils arrivent largement en tête dans la catégorie " erreur orthographique ". L'explication est linguistique : en allemand, point de S pour les pluriels.

La prochaine fois ?

Nous continuerons par une analyse textuelle de ces 30 000 fichiers robots.txt afin de voir ensemble les usages de ce fichier ainsi que les erreurs couramment commises dans son écriture. Nous apprendrons à l'écrire et surtout comment l'utiliser. En attendant, je vous invite à venir tester votre robots.txt avec notre outil gratuit de vérification de syntaxe de robots.txt.



Humour et Internet



Une bonne raison pour se lever

par Frédéric Lepage

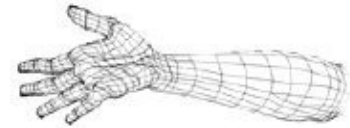
« Un crayon, un ordinateur et des idées... Plein d'idées ! »



Frédéric LEPAGE



Référencement de A à Z



Quel outil fournit sa technologie, sa base à quel autre outil ?

par Marie Pourreyron
Consultante indépendante en référencement et promotion de site internet et gérante d'Altitude Référencement.



Marie POURREYRON

[e-mail](#)
[site](#)

Nous connaissons désormais la procédure pour s'inscrire à un annuaire et à un moteur de recherche.

Devant la multitude d'annuaires, de moteurs et de portails, il nous a semblé nécessaire de faire un point sur qui fournit quoi à qui?

Nous allons résumer ces différents accords pour la France à l'aide d'un tableau :

Site	Annuaire	Moteur
Altavista.fr	Dmoz	interne
Alltheweb	non	Alltheweb
Aol.fr	interne	Exalead
Club-Internet.fr	non	Google
Free.fr	Google Directory // Dmoz	Google
Google.fr	Google Directory // Dmoz	interne
Hotbot.fr	non	Inktomi
Lycos.fr	interne	Alltheweb

<u>Msn.fr</u>	La Mine	Inktomi
<u>Netscape.fr</u>	AOL.fr	Exalead
<u>Nomade.fr</u>	interne	Alltheweb
<u>Open Directory (Dmoz)</u>	interne	non
<u>Voila.fr</u>	interne	interne
<u>Wanadoo.fr</u>	Voila	Voila
<u>Yahoo.fr</u>	interne	Google

Ainsi, pour être référencé dans le répertoire de Google, il suffit d'être inscrit dans DMOZ. D'ailleurs si vous êtes référencé dans DMOZ, vous apparaîtrez aussi dans le répertoire d'Altavista.

Peu de monde connaît le moteur Alltheweb pourtant il est utilisé par Lycos et Nomade donc vous avez certainement du l'utiliser à un moment ou un autre.

Enfin, s'il vous est arrivé de sortir momentanément de l'index de Google, vous aurez disparu de la même manière de Yahoo qui utilise le répertoire Yahoo ET le moteur Google.

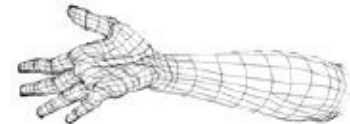
Si un référenceur vous propose de vous référencer dans Voilà et Wanadoo vous pourrez comprendre que c'est finalement la même chose, de même pour AOL et Netscape qui sont des "clones" l'un de l'autre.

J'espère que ce tableau vous aidera à y voir plus clair!

La prochaine fois nous ajouterons les liens sponsorisés pour mieux comprendre quels liens s'affichent chez qui.



Optimisation et indexation commerciale



Google, le petit poisson rouge

par Pierre Frigon

Auteur et l'éditeur des Histoires à succès de l'internet : L'encyclopédie Mondiale du Commerce Électronique Interactif et Personnalisé.



Pierre FRIGON

e-mail
site

Avec le désastre de "Florida" dans les annales des pires tentatives d'améliorations de résultats de recherche sur le Web de la part du chef de file des engins de recherche, Google démontre à ceux qui en doutait que l'intelligence des ordinateurs – et leur responsabilité, est aussi avancée que celle d'un poisson rouge.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE PORTE BIEN SON NOM

À moins que l'abaissement prononcé de la qualité des résultats retournés, malgré l'argument

affirmant le contraire par Google et ses protagonistes, soit une ruse un peu grosse pour augmenter ses ventes de son service payant AdWords et AdSense... et une prémisse à son entrée en bourse bientôt. Est-ce possible? Peut on croire aussi à de l'Intégrité Artificielle?

Déjà, les analystes évaluent à 7% la croissance du marché des PPC sur Google pour les jours suivant l'aberration.

Après tout, le terme "Florida" a été utilisé dès le départ pour caractériser la fraude factuelle et, ipso facto apparente que Google appliquait à son activité, tel la manipulation des résultats du vote américain dans les dernières élections présidentielles, où l'état de la Floride – là où le frère du président Bush occupait le poste de Gouverneur, a fait pencher la balance pour l'obtention du poste de l'humain le plus puissant du monde. La prochaine Google Dance s'appellera t-elle Enron?

LES OEILLÈRES DE GOOGLE

Suite à deux correspondance avec un des adorateurs du poisson rouge, Jeremy qui publie le Google Guide, et tenant compte des déclarations officielles de Google sur leurs efforts d'amélioration des services, il est apparu que la courte vue de que ces deux protagonistes partagent peut être associée à une réalité entièrement virtuelle.

Jeremy affirme que Google est de loin le meilleur engin de recherche du monde et que Florida n'a fait que des heureux, tant la qualité rehaussée des résultat était universelle... Cette qualification qualitative n'a pu validée par aucun analyste objectif de la valeur des résultats affichés avant Florida. L'après Florida démontre de pires résultats.

LA VÉRITÉ NUE DES HABITS DE L'EMPEREUR

Lors d'analyses précises dans certains champs d'activités de nos clientèles, nous avons constaté le parfait contraire de ce qui était affirmé, puisque les positions de sites faisant autorité s'étaient fait remplacées avec les pires sites exploitant minimalement les mêmes mots clés.

Par exemple, le site en première position sur Google – tout comme sur AOL, Netscape, et Yahoo, pour un mot clé très convoité possédait les principales caractéristiques suivantes:

- a) Il utilisait Microsoft FrontPage 5.0, datant du siècle dernier.
- b) Son visuel était très "vieillot" et ce site possédait 3 pages d'introductions qu'il fallait successivement cliquer pour arriver à un certain contenu.
- c) Il n'avait pas été mis à jour depuis très longtemps.
- d) Il ne possédait aucun METAS nulle part, sinon le titre banal du nom de l'entreprise sur toutes les pages.
- e) Il n'affichait aucune description individuelle de ses pages
- f) Il utilisait 3 fois le mot clé recherché, dans tout le site (de près de 15 pages)

g) L'analyse de la qualité de sa programmation HTML (Automatisée par Microsoft FrontPage) était lamentable, tel que seulement FrontPage peut le faire.

h) Ce site n'était pas affiché dans aucun autre moteur de recherche, n'étant pas affilié à Google

i) Ce site était en première position!

Le site rapporté en deuxième position était encore pire. Il affichait, entre ses textes et ses titres, une recette de spamming classique des années '90. Ses mots clés massivement répétés étaient écrits en petits caractères et de la même couleur que l'arrière plan! ? En deuxième position?

OUI, AFFIRMER UN NON EST QUELQUES FOIS TOUJOURS POSITIF

Bref, Google inversait parfaitement ses critères antérieurs de qualité – et d'affichage, pour faire valoir les sites infiniment plus professionnels de ses annonceurs payant cher son PPC.

En conclusion, l'on peut encore déduire que toute organisation ou personne détenant un pouvoir centralisé peut, du jour au lendemain, trahir à son avantage les qualités qui l'ont amené à jouir de ce pouvoir. Ici, la politique et l'économie prennent la relève des religions d'antan.

Plus l'affirmation de rectitude est proclamée, plus suspect doit être le regard critique.

LA RESPONSABILITÉ INDIVIDUELLE D'UN POISSON ROUGE

Dans les faits, ceux qui comptent sur les engins de recherche pour assurer la croissance économique de leur entreprise, doivent s'attendre à être manipulés. Tout comme jouer à la bourse ou au casino, les règles en vigueur ne sont que les balises affichées des restrictions à enfreindre. Car, où mieux trouver les recommandations de fraude d'un système que dans ses tables de loi?

Voilà où la croissance économique du eCommerce mondial se dirige. Vers la manipulation à outrance des règles du jeu ou vers l'abrutissement d'une direction économique planétaire, mue par l'intelligence hypnotisante d'un petit poisson rouge.

À vous de choisir.

Au plaisir

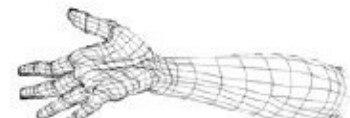


Concepteur de sites internet

Espace publicitaire

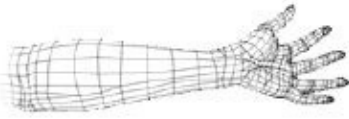


Hébergement professionnel

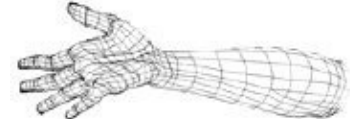


Hebergement professionnel
sur Frontier

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

09/12/2003 : "Apocalx propose de nouvelles fonctionnalités"

Apocalx vient de rajouter de nouvelles fonctionnalités au niveau de son moteur. La première, ce sont les recherches connexes généralistes en fonction de la requête émise par l'internaute, la seconde, ce sont les requêtes correspondant le plus à chaque site dans la page des résultats.

De nouvelles fonctionnalités, de nouveaux projets sont en préparation chez Apocalx, visitez donc régulièrement ce site !

09/12/2003 : "DeepIndex propose une recherche avancée"

En complément à ses résultats, DeepIndex propose des liens sponsorisés sur la droite des résultats et surtout, des exemples de requêtes complémentaires pour la recherche avancée.

« Ceci est la première partie de notre évolution vers un système de recherche évolué », déclare Gilbert Wayenborgh, Directeur de projet DeepIndex. « Nous prévoyons dans les mois à venir une première intégration de géolocalisation, avant de faire évoluer complètement notre algorithme de recherche » (prévu d'ici la fin du 1er semestre 2004).

09/12/2003 : "Google demande à la justice de définir les limites des mots-clés dans ses AdWords"

« Le feuilleton de la polémique du programme AdWords de Google continue : après les plaintes déposées par les portails Bourse des Vols et le groupe LVMH pour détournement de marque en France, c'est au tour d'une société américaine – American Blind & Wallpaper Factory – d'accuser Google de violation des droits sur les marques à travers son programme de liens promotionnels. (...) »

08/12/2003 : "50 000 messages et 4 000 membres sur WebRankInfo !"

« WebRankInfo a fêté, le jeudi 4 décembre, le 50 000ème message posté sur son forum de discussions sur Google et le référencement. Ce 50 000ème message a été posté pendant ImiTiki Bordeaux, un signe du dieu de la recherche ;-) Pour remercier les 4000 membres du forum, Olivier DUFFEZ, éditeur de WebRankInfo, a décidé d'offrir des licences du logiciel d'analyse de référencement WebRankExpert / AgentWebranking à deux membres (...) »

08/12/2003 : "Lancement de Frseek : un nouveau moteur de recherche francophone"

« Altiline, société bordelaise, spécialisée dans le développement et le marketing Internet vient de lancer un nouveau moteur de recherche indépendant et 100% français baptisé "Frseek" et disponible à l'adresse www.frseek.com. "Notre ambition est de fournir, à terme, la possibilité de faire des recherches dans tous les domaines et uniquement sur du contenu 100% francophone", explique-t-on chez Altiline. La mise au point du robot "frseekBot", réalisée en interne par Altiline, a nécessité un mois de travail aux développeurs de la société. Outre la recherche de

pages web, Frseek propose également un outil de recherche d'images et un portail "Actualité". (...) »

08/12/2003 : "L'IPEA devient la Search Marketing Association"

« Pour se rendre plus visible, l'organisation européenne du référencement de sites web adopte une nouvelle identité : The Search Marketing Association.

Décidément, l'association européenne du référencement, IPEA – Internet Positioning European Association – a bien du mal « à se placer ».

Après avoir élu en juillet 2003 un nouveau bureau exécutif pour deux ans, la direction de l'organisation a annoncé jeudi un changement de nom : L'IPEA est morte, vive The Search Marketing Association ! (...) »

05/12/2003 : "Les référenceurs s'organisent..."

Après l'IPEA, créée en 2000 ou dans ses eaux là, la SEMA7 vient d'apparaître. La SEMA7 rassemble des sociétés de référencement désirant organiser la profession de référenceur, estimant l'IPEA incapable de s'en occuper. Au niveau de la SEMA7, il est possible de retrouver des membres, voire des fondateurs de l'IPEA. Association avec un but honorable, il faut tout de même garder à l'esprit que la SEMA7 rassemble un très faible pourcentage des professionnels du référencement.

04/12/2003 : "Google profite de l'alliance Overture–Yahoo"

« Le rachat de Overture par Yahoo ne semble pas profiter à ce dernier. De nombreux concurrents voient d'un mauvais oeil ce rapprochement. Lycos, notamment, a porté plainte contre Overture, l'initiateur des liens sponsorisés, devant le tribunal de l'état du Massachsetts au motif que Overture n'a pas obtenu le consentement de Lycos lorsqu'il a intégré Yahoo. Certaines informations commerciales sensibles ont donc pu être transmises à son concurrent directes. Lycos demande des dommages Interets ainsi que 800 000 dollars de frais divers que Overture lui devrait au titre de contrats passés entre eux antérieurement. (...) »

04/12/2003 : "Google victime de son filtre bayésien anti spam ?"

« Le moteur de recherche Google, qui appartient aujourd'hui au paysage Internet, plus d'un internaute sur deux y déposant des requêtes, est d'abord victime de son succès !

Après être devenu un outil de recherche pour les hackers, en particulier avec la capacité de son robot à indexer de nombreux formats de fichiers présents sur les serveurs, et pour certains au contenu confidentiel non protégé, il est devenu un outil majeur pour les spammers.

Les pages de résultats de Google sont en effet aujourd'hui spammées par des pages web sans intérêt particulier, sauf d'afficher des liens commerciaux ou de renvoyer vers des sites qui pratiquent l'affiliation payante. Ainsi, à chaque clic, l'auteur du site qui pratique le spam se voit rémunéré, et le visiteur \x{2013} tout comme le moteur, mais seulement jusqu'à un certain point ! – trompés. (...) »

03/12/2003 : "Lien promotionnel pour cibler la communauté gay et lesbienne"

« Etineria inc présente Click4Gay, un système de positionnement de liens promotionnels au coût par clic entièrement dédié à la communauté dans le monde. Click4Gay possède aujourd'hui le plus important réseau d'affiliés de portails et d'annuaires gays sur le marché français. Il est le leader des liens promotionnels avec plus d'1,5 million de visiteurs uniques sur son réseau. En moins d'un mois, Click4Gay a déjà vendu plus de 8 000 mots clés à plus d'une cinquantaine d'annonceurs. (...) »

« Le réseau français de Click4Gay est ouvert depuis octobre 2003 et compte déjà parmi ses affiliés, les portails et annuaires les plus populaires comme Citegay.com, Gayvox.com, GayCrawler.com, Itsogay.com, Originegay.com, Gaysthouse.com,

GayPlanet.com, GayPortail.com\{2026} »

03/12/2003 : "Algorithmes de Google : des changements qui suscitent la controverse"

« Pour de nombreux sites Internet, le 16 novembre dernier, date à laquelle Google procéda à des «améliorations» de ses algorithmes de recherche, fut une journée à marquer d'une pierre noire. En effet, malgré une optimisation poussée, souvent réalisée à grands frais par un spécialiste du positionnement, leur classement subi une chute drastique, passant de la première page à un positionnement médiocre. Cependant, certains autres virent leur position grimper des plusieurs pages. Mais que s'est-il passé pour qu'une telle situation se produise? (...) »

01/12/2003 : "Le retour d'ApocalX"

ApocalX est de retour et sous une forme qui va en surprendre plus d'un. En effet, ApocalX redevient le moteur de recherche : ApocalX Now. Cette fois-ci, au lieu d'utiliser une technologie propriétaire comme précédemment, ApocalX Now utilise l'API de Google. La mise en page est toute en couleur et pleine d'outils annexes. Les services sont nombreux comme la possibilité de géolocalisée la recherche, faire des requêtes directes sur des thèmes bien précis (comme le loto, l'horoscope, le programme tv, ...) et de plus ApocalX filtre des sites jugés non pertinents. ApocalX mérite de devenir la page par défaut de votre navigateur !

01/12/2003 : "DeepIndex a les pieds dans l'eau"

Pour la seconde fois de l'année 2003, DeepIndex et son "datacenter" se retrouvent les pieds et surtout les serveurs dans l'eau. Conséquence : il est envisagé des coupures des serveurs et des problèmes d'accès dans les 24 / 48 heures.

01/12/2003 : "Ouverture d'un moteur de recherche dédié à l'automobile"

Ouverture d'un nouvel outil de recherche dédié aux voitures. A travers ce moteur, il est possible de faire des recherches sur les automobiles, quelque soit le sujet. Un service d'annonces est aussi disponible. Cet annuaire vient en complément à l'outil thématique sur le sport ouvert il y a 1 mois !

LES ARCHIVES

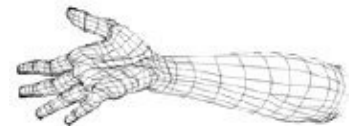
ou il y a un an, l'actualité du moment

03/12/2002 : "Est-ce rentable de payer pour être présent sur Yahoo! ?"

Avec les dernières modifications de sa page de résultats, Yahoo! a décidé de mettre en avant les résultats en provenance de Google au dépend de sa propre base et de ses liens payants. De plus en plus de professionnels du référencement se demandent aujourd'hui si c'est toujours aussi intéressant de payer pour être présent dans l'annuaire de Yahoo!. Il semble de plus en plus logique de privilégier le référencement chez Google.



Les outils de recherche
francophones



Voici la liste des derniers outils de recherche (annuaire, moteurs) en langue française qui ont été ajoutés sur [Enfin](#).

Décembre 2003 :

[Annuaire des sites imode gratuits et de qualités](#)

[L'annuaire des perchmans du cinéma et de la télé](#)

[Kids &Teens open directory project](#)

[Annuaire de groupes–artistes de métal, alternatif et hard–rock sur le net](#)

[Annuaire et Portail Graphique](#)

[Titan – Moteur de recherche français](#)

[MediSearch: Annuaire et moteur de recherche francophone, recherche rapide sur le Web](#)

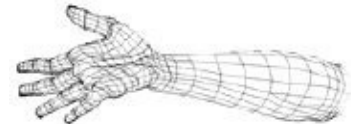
[Liens emplois annonces de recrutement](#)




[Recherche par discipline des cours particuliers](#)




[Moteur de recherche Voitoo](#)

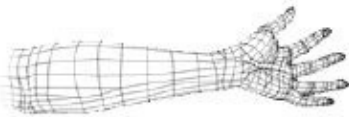


Auto Promotion

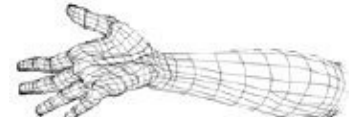


<p>Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?</p>	
<p>par Caroline de <u>Crea–Interactive</u> (234x60)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (170x85)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (61x60)</p>	
	

par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (468x60)	
	
par <u>Association Pole Artistique</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	<u>Gilbert Wayenborgh</u> de <u>DeepIndex</u>
Chronique sur les entreprises	<u>Jean-Claude Benard</u> de <u>Quadramultimédia</u>
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**