

Du rifici sur le référencement

Les conditions d'indexation des sites Web sur le moteur de recherche Google stipulent que certaines pratiques visant à multiplier l'indexation de pages dans les bases de données du moteur peuvent entraîner la radiation de ces sites sur ses listes.

A partir de cette règle d'or, Google a rayé de ses bases les sites de quelques-uns des plus importants 'référéncieurs' français, et en particulier NetBooster, référencieur historique et leader européen. Or il n'est pas seul, puisque figurent parmi les 'victimes' de Google les sociétés Ability Référencement, Absolute Référencement et CVFM, ainsi que plusieurs entreprises américaines. Que leur reproche-t-on ? D'employer la technique de référencement en 'flux XML' incitant les robots d'indexation des moteurs à suivre le contenu des bases de données de sites dynamiques sous la forme de pages de texte, reconnues par les moteurs. La technique est efficace lorsqu'un site Web est composé de données dynamiques stockées en bases de données, et appelée par l'internaute par des requêtes internes, comme sur un site d'e-commerce. Le flux XML permet d'extraire chaque fiche d'une base de données afin de la faire indexer par le moteur. En contrepartie, ces sites Web multiplient le volume des pages indexées sur les moteurs, et obtiennent donc une visibilité en profondeur de leurs catalogues. Et c'est bien ce que Google reproche à ces techniques et à leurs auteurs. La multiplication des pages indexées, selon Google, tendrait à polluer ses bases et à détourner l'attention des internautes dans les réponses fournies par le moteur. Mais l'affaire se corse: certains moteurs de recherche reconnaissent ces techniques et les acceptent, et l'indexation de flux XML fait figure de technique d'avenir pour le référencement des sites Web. Et Google lui-même accepte ces pratiques, mais uniquement dans le cadre de contrats signés avec de gros clients, et uniquement aux Etats-Unis! L'affaire pourrait se retrouver devant la justice, l'action soudaine de Google n'a fait l'objet d'aucune procédure préalable, et l'absence d'indexation d'un site de référencieur est un comble en soi ! En revanche, les sites de leurs clients ne sont pas visés. Mais la menace est bien réelle? **NetBooster ne cache pas son ire!**

NetBooster répond à la sanction de Google. Nous publions un extrait de la réponse du référencieur :

« Désindexation » par Google : NetBooster veut mettre un terme à l'hypocrisie ! L'industrie de la recherche est en émoi depuis une prétendue «sanction» du leader européen du référencement désindexé par Google. NetBooster met les choses au point. (?) Métier incontesté rendu nécessaire par le volume de l'Internet et la complexité des moteurs de recherche, le référencement est depuis quelques mois au centre de débats liés à la politique de certains d'entre eux. Point d'orgue de cette situation : la désindexation il y a quelques jours par Google des sites institutionnels de NetBooster, sans conséquence sur les sites de ses clients. Face à une prétendue « sanction » du leader du référencement par le poids lourd des moteurs de recherche, NetBooster tient à rétablir la réalité et à combattre une hypocrisie qui nuit à tous les acteurs concernés. Si ses sites institutionnels sont désindexés, c'est peut-être parce que le numéro un des référencieurs fait trop bien son travail : – Depuis six ans, NetBooster favorise le positionnement de ses clients sur les moteurs de recherche à la grande satisfaction des directeurs marketing des entreprises ; – Ce travail est effectué avec des mots-clés pertinents, caractérisant bien l'activité des sites concernés ; – Le bon positionnement obtenu se fait au bénéfice des internautes, qui trouvent ainsi plus facilement l'information

recherchée. Le référencement alimente donc un « cercle vertueux » : il aide l'internaute dans ses recherches, les entreprises dans leur visibilité et les moteurs dans l'assainissement de leurs bases. Il est d'autant plus indispensable que les sites Internet sont conçus pour les internautes, et non pour les moteurs. Dès lors une « grande hypocrisie : les bons résultats obtenus par un référenceur pour ses clients peuvent-ils lui valoir l'exclusion ? *«Tant que les moteurs de recherche n'adopteront pas de façon généralisée un modèle économique d'inscriptions, comme le font déjà la plupart d'entre eux en « feed XML », et comme Google lui-même a commencé à le faire pour quelques sites d'importance aux USA, leurs résultats resteront anarchiques et les relations entre moteurs et agences seront opaques»* explique **Jean-Pierre Eskenazi, président de NetBooster**. *«Il est grand temps que l'hypocrisie soit levée, et que les protagonistes de ce métier bâtissent ensemble une industrie véritablement au service des internautes. »*