

Recherche : Google Hummingbird s'adapte aux requêtes complexes

Google, qui célèbre son [15e anniversaire](#), a annoncé la mise à jour de son algorithme, une mise à jour permettant de traiter des requêtes plus complexes et plus longues, affirme le moteur de recherche. Ce changement apporté à ce service clef de Google est le plus important depuis 2009.

Lancé discrètement il y a près d'un mois, l'algorithme nommé **Hummingbird** (colibri) traite déjà 90% des recherches effectuées sur Google, a déclaré jeudi 26 septembre à la presse **Amit Singhal**, vice-président en charge du développement de Google Search.

Une nouvelle approche de la recherche

Après des années de travaux et d'intégration de fonctionnalités destinées à faciliter la recherche – saisie semi-automatique, reconnaissance vocale, recherche universelle, recherche contextuelle et sémantique –, Google a repensé son approche du « Search ».

Les amateurs du moteur de recherche le plus utilisé dans le monde posent désormais davantage de questions sophistiquées et sont plus nombreux à privilégier la recherche vocale depuis un smartphone.

Google a donc décidé de s'éloigner de sa stratégie initiale, centrée sur les mots-clés et les opérateurs booléens classiques (et, ou, +, -), pour se concentrer davantage sur la signification et les relations entre les phrases d'une requête.

« SEO et PageRank ne sont pas morts »

L'algorithme de calcul détermine les résultats à afficher dans les pages de résultats du moteur de recherche (SERP) ainsi que leur positionnement dans ces pages.

Après Panda, dont l'un des objectifs consistait à sanctionner les fermes de contenu, et Penguin, doté d'un filtre de nettoyage de liens retour (*backlinks*), Hummingbird va-t-il bouleverser les politiques de référencement et optimisation (SEO) des entreprises ?

D'après **Danny Sullivan**, fondateur de Search Engine Land, Hummingbird ne devrait pas, à l'inverse de ses prédécesseurs, affecter certains types d'activités sur le Web. « *SEO et PageRank ne sont pas morts* », a-t-il indiqué dans [un billet](#).

Google, de son côté, a rappelé que le classement (*ranking*) et l'indexation sont liés dans un moteur de recherche, tout en soulignant que Hummingbird est davantage axé sur l'indexation que ne l'était Caffeine, lancé en août 2009.

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr - 10 questions sur Google](#)