

# Google met le focus sur les données dans les résultats de recherche

Google veut donner une place plus importante aux données dans les résultats de recherche.

## Phase pilote

A cet effet, la firme de Mountain View annonce avoir collaboré avec des organisations de presse, telles que ProPublica, pour faire ressortir leurs données dans les résultats de recherche et les faire apparaître dans un format facile à lire dans celui-ci.

Scott Klein, rédacteur en chef adjoint de ProPublica, estime que « *si nous pouvons rendre disponibles les données, qui ont nécessité un dur travail pour être collectées et préparées, aux personnes au moment même où elles font des recherches sur une décision importante, et les aident ainsi à prendre la meilleure décision possible, c'est une évidence pour nous. Et le code est trivial à ajouter.* »

ProPublica a pu effectuer des tests avec ses bases de données interactives comme le Non-profits Explorer.

Il s'agit de mettre le focus sur les données structurées grâce à un balisage adapté dans les pages html.

## Les métadonnées pour faciliter le classement

Google annonce ainsi la prise en charge du schéma de balisage des ensembles de données dans les résultats de recherche Google.

Les ensembles de données sont plus faciles à trouver avec des informations telles que leur nom, leur description, leur créateur et les formats de distribution fournis sous forme de données structurées. L'approche de Google en matière de découverte de « datasets » (« ensembles de données ») utilise schema.org et d'autres standards de métadonnées qui peuvent être ajoutés aux pages qui décrivent les ensembles de données.

Cela permet aux internautes de mieux visualiser les données représentées sur une page Web directement dans les résultats de recherche de Google.

## Un problème épineux jusqu'à présent

Quant aux organisations de presse, elles gardent toujours le contrôle de la manière dont leurs tableaux sont présentés aux lecteurs.

Jusqu'à présent, les ensembles de données étaient problématiques pour Google. Dans son [billet de blog](#), Google explique en effet que « *le journalisme de données prend de nombreuses formes, et il n'est pas toujours évident que ce document ou cette histoire contiennent des données potentiellement utiles* ». De

ce fait, les données passaient souvent sous le radar des résultats de recherche car « *il n'est pas toujours facile pour Google Search de détecter et de comprendre les tables de données pour faire ressortir les résultats les plus pertinents* ».

Pour Google, il était urgent de mieux supporter les données dans ses résultats de recherche. Une étude du Google News Lab a révélé qu'un peu plus de la moitié de toutes les salles de rédaction disposent désormais d'un journaliste dédié aux données.

*(Photo via VisualHunt)*