

Référencement Google : le mobile sera bientôt l'étalon unique

En septembre 2020, l'indexation « orientée mobile » [deviendra](#) la règle générale sur Google.

L'algorithme de [référencement](#) parcourra en priorité les versions mobiles des sites Internet.

En toile de fond, l'évolution des usages du moteur, marquée par une forte croissance des requêtes effectuées sur smartphone.

Google avait amorcé la démarche [fin 2016](#). Depuis lors, les sites sont régulièrement examinés pour déterminer s'ils remplissent les critères de l'indexation orientée mobile.

Si c'est le cas, Google procède à la transition. À partir de là, son robot explore et indexe principalement les pages avec l'agent pour smartphone.

Les sites web dits « adaptatifs » (*responsive design*) sont compatibles sans modifications. Il en va de même pour ceux utilisant le format AMP HTML – que pousse Google – pour toutes leurs pages.

Du changement est recommandé pour les sites dits « m point ». C'est-à-dire ceux pour lesquels chaque page a une URL différenciée présentant aux internautes du contenu optimisé pour les mobiles.

Même chose pour les sites à diffusion dynamique. En d'autres termes, ceux qui ne présentent qu'une URL par page, mais un contenu différent en fonction de l'appareil de l'utilisateur.

En décembre 2018, Google avait [déclaré](#) recourir à l'indexation « orientée mobile » pour plus de la moitié des sites apparaissant dans ses pages de résultats au niveau mondial.

Il affirme désormais que la transition est effective pour 70 % des sites affichés dans les pages de résultats.

L'indexation « orientée mobile » s'applique déjà par défaut à tous les « nouveaux » domaines (non encore référencés). Ce depuis le 1^{er} juillet 2019.

Photo d'illustration via Visualhunt