

COMMUNIQUÉ

### Les Journées Newsletter

Comment produire une lettre attractive et lisible ? Comment optimiser la mise en place et la gestion de sa newsletter ? Quelles sont les contraintes juridiques ? Trois séminaires Benchmark Group du 20 au 22 novembre

## Lorsque l'éthique s'empare du référencement

*Le référencement éthique, voilà une expression qui commence à devenir à la mode dans l'univers des référenceurs et qui attire nombre d'annonceurs.*

**29 Septembre 2006** La déconvenue de BMW en Allemagne a remué le monde du *Search Engine* et continue encore de faire jaser. Pour rappel, le site du constructeur allemand avait disparu de l'index du moteur Google suite à un *blacklisting* pour usage de pratiques déloyales. Dès lors, le monde des référenceurs s'est scindé en deux : les *White Hat*, ceux qui ont décidé de se plier aux règles des moteurs et les *Black Hat*, qui ont choisi de continuer à ruser avec ces derniers.

 [En savoir plus](#)

▶ [Agence Virtuelle](#)

▶ [Stéphane Perino](#)

▶ [Activis](#)

Séminaire Benchmark

▶ [Comment optimiser son site pour le référencement](#)

Les sites

■ [Google Guidelines](#)

■ [Yahoo Guidelines](#)

■ [MSN Guidelines](#)

L'Agence Virtuelle fait partie de cette première catégorie de référenceurs. "De la même façon que sur l'autoroute, nous ne dépassons pas les limites de vitesses et nous ne doublons pas par la droite. Nous ne faisons sur les moteurs uniquement que ce qui est déontologique", explique Stéphane Perino, fondateur de l'agence.

"Doublon par la droite" signifie utiliser les critères des moteurs de recherche pour sur-optimiser un site Web. Simon Vissol, chef de projet référencement chez Activis, condamne également les techniques abusives, citant quelques techniques assez connues pour tromper les moteurs.

"La pratique la plus courante est le spamdexing, qui consiste à répéter les mots clés dans une page, ou bien à cacher un texte de mots-clés. Les pages satellites ont eu également leurs heures de gloire", souligne ce dernier. "Autre abus : le *cloacking*, utilisé dans une moindre proportion", ajoute-t-il. Malgré les risques encourus - dont celui de la disparition du site des index des moteurs - et le durcissement des sanctions, certains professionnels continuent de recourir à ces astuces.

Le référencement éthique consiste à utiliser des méthodes reconnues par les moteurs de recherche. "L'éthique est pour nous un argument, mais c'est avant tout un respect de l'internaute et de l'annonceur", décrit Stéphane Perino. En effet, amener les gens sur un faux site ou encore sur une page intermédiaire revient à tromper l'utilisateur final, en plus du moteur. "Notre travail est destiné à apporter à l'internaute ce qu'il cherche, en arrivant directement sur la page souhaitée", renchérit Simon Vissol.

Et, pour ce faire, il suffit aux agences de suivre les *guidelines*. Ces modes d'emploi, sensiblement les mêmes, sont disponibles sur chaque moteur. "Ce sont les moteurs qui décident de ce qui est éthique. Nous devons être très prudents dans le travail, sinon c'est le client qui pâtit directement des erreurs", continue le représentant d'Activis.

### Il n'existe pas de charte dans le secteur du référencement

L'effort ne doit pas seulement être mené par les sociétés de référencement. "Le client doit être à l'écoute de son prestataire. Il est autant responsable que l'agence dans le déroulement de la prestation : lorsque la société de référencement émet un besoin, comme par exemple mettre en ligne des éléments techniques, il faut savoir s'imposer afin que le client fasse la démarche de l'intégrer rapidement", remarque Stéphane Perino.

Il reste difficile pour le client de savoir qui respecte les règles. L'Agence Virtuelle a mis en place la norme ISO 9001 sur l'ensemble de ses prestations, dont le référencement. En clair, une société externe est venue pour réaliser un audit des prestations, qui doivent suivre des procédures bien définies. Cet audit est complété par la suite des contrôles annuels.

Pour l'instant, il n'existe pas de charte dans le secteur du référencement. "Fut un moment, un organisme français avait édité une charte, mais cette idée a été plus ou moins abandonnée", regrette Simon Vissol.

"Le référencement éthique devrait être naturel, tout le monde devrait travailler dans cette voie pour le bien du secteur Internet", indique le dirigeant de l'Agence Virtuelle.

Restent aux moteurs de bien récompenser les efforts en s'engageant plus fermement dans ce chemin. "Il est décevant de voir que Google avale encore des pages satellites et qu'il n'ait pas mis en place d'outils automatiques pour ce genre de fraude", souligne Simon Vissol. "Nous avons la sensation que Google investit dans beaucoup de secteurs variés, mais pas assez dans son cœur de métier", conclut-il.

[Emmeline RATIER, JDN Solutions](#)

» **En bref sur le sujet**

- ▶ [Yahoo s'installe sur les ordinateurs HP](#) (29/09/2006)
- ▶ [Google affecté par une panne serveur DNS de Comcast](#) (28/09/2006)
- ▶ [Google blackliste les sites de presse belges qui s'opposaient à Google News](#) (27/09/2006)
- ▶ [FAST Personal Search : le poste de travail au crible](#) (19/09/2006)
- ▶ [Google NetPAC : un nouveau comité d'action politique](#) (19/09/2006)

Copyright 2006 Benchmark Group - 4, rue Diderot 92156 Suresnes Cedex, FRANCE

[Lancer l'impression](#)