



LA GESTION DE TRAFIC DES SITES EN LIGNE

Thème : Les chiffres clefs du référencement.

1/ Les chiffres clefs du référencement

1.1 Quel est l'impact du référencement sur le trafic d'un site web ?

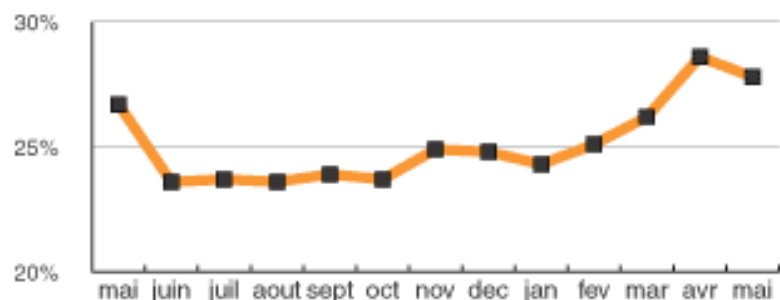
Il y a encore quatre ans, Internet n'était pas considéré comme un outil d'information et de communication de masse. En l'occurrence cet outil était principalement utilisé par les catégories socioprofessionnelles supérieures. Le coût d'achat d'un ordinateur personnel, d'un modem et d'une connexion était un frein à la démocratisation de cet outil. En 2004, ces coûts ont très largement baissés en France. De plus, le confort d'utilisation d'Internet est supérieur au passé grâce aux accès haut débit. Cet outil est aujourd'hui accessible à tous.

En comparaison avec les premiers moteurs de recherche, les outils actuels deviennent réellement performants. Ces outils de recherche permettent à l'utilisateur de trouver avec facilité les sites qu'il cherche. Cependant il existe de nombreuses méthodes pour accéder à un site web. C'est pourquoi il est important de se demander : **quel est l'impact du référencement sur le trafic d'un site web ?**

Grâce aux études nombreuses qui existent sur Internet, il est relativement aisé de trouver les informations permettant de connaître les procédés utilisés par les Internautes pour accéder à un site.

Plus d'un quart des internautes utilisent des moteurs de recherches pour accéder à un site ! [cf. Figure 1 : Trafic généré par les outils de recherche].

Figure 1 : Trafic généré par les outils de recherche



Source : Le baromètre ad'oc édition n°26 - Mai 2004

En effet, l'édition n°26 du baromètre ad'oc chiffre à 28.2 % le nombre d'internautes ayant utilisé un outil de recherche pour accéder à un site web en Mai 2004.

Le trafic généré par les outils de recherche est en nette progression depuis le début de l'année 2004 ce qui montre que **le référencement aura un impact de plus en plus important dans la gestion de trafic sur un site web**. Cette évolution¹ tend à prouver que les sociétés qui portent un intérêt prioritaire au référencement de leur site seront récompensées de leur effort !

1.2 Quel est le classement des outils de recherches ?

Google, Yahoo, Voila sont trois exemples d'outils de recherche. Ces outils se distinguent par leur présentation, leur rapidité, leur base de données et leur algorithme de recherche. De nombreux outils de recherche qui se distingues également par leurs attributs, viennent s'ajouter aux trois exemples précédents. Parmi ces choix nombreux, les Internautes ont-ils des préférences ou **utilisent ils indifféremment les différents outils de recherche ?**

¹ Les méthodes de chiffrage utilisées par ad'oc pour réaliser ce graphique n'étant pas clairement établies, la recherche d'autres sources d'informations a été effectuée. Les études complémentaires utilisées dans la partie « La place du référencement dans la gestion de trafic sur un site web » de ce document confirment les chiffres diffusés par ad'oc.

1.2.1 Le classement des outils de recherche dans le monde

Dans le monde, l'outil de recherche le plus utilisé est **Google avec plus de la moitié des parts de marché !** [cf. Tableau 1 : Classement des moteurs de recherche dans le monde] Yahoo est également fortement utilisé avec plus de 20 % de parts de marché. **Les autres outils de recherche possèdent tous moins de 10 % de parts de marché.** Le classement des outils de recherche

Tableau 1 : Classement des moteurs de recherche dans le monde

Le classement des sept premiers moteurs de recherche dans le monde	
Moteur	Part de marché
Google	55.2 %
Yahoo	21.7 %
MSN Search	9.6 %
AOL Search	3.8 %
Terra Lycos	2.6 %
AltaVista	2.2 %
Askjeeves	1.5 %

Source : « Dossier Google » par Florence Santrot édité dans le journal du Net – 2004

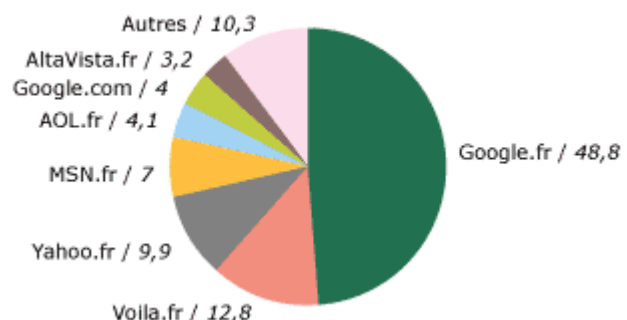
effectué ci-contre ne s'applique pas forcément en France. En effet, le classement des outils de recherche vari d'un pays à l'autre. L'implantation majoritaire de certains fournisseurs d'accès à Internet dans un pays influe sur ce classement. Les outils de recherche utilisés sur les portails des FAI semblent bénéficier de leur notoriété. Par exemple le FAI Wanadoo utilise le moteur de recherche Voila en France. Grâce à l'influence de Wanadoo, Voila est second dans le classement des moteurs de recherche en France.

1.2.2 Le classement des outils de recherche en France

En France comme dans le monde, c'est Google qui se hisse en tête du classement des outils de recherche.

Figure 2 : Parts de marché des outils de recherche en France - Juin 2004

Avec 56.2 %* des parts de marché calculées sur un panel de sites français, **Google apparaît comme le moteur de recherche le plus fréquemment utilisé.** Loin derrière, Voila.fr, Yahoo.fr et MSN.fr réunis possèdent 29.7 % des parts de marché. Cumulés, les trois principaux concurrents directs de Google ne possèdent pas autant de parts de marché que celui-ci. Quant aux « outsider » tels que Free.fr, Tiscali.fr, Lycos.fr et Club Internet, chacun possède moins de 3 % de parts de marché.

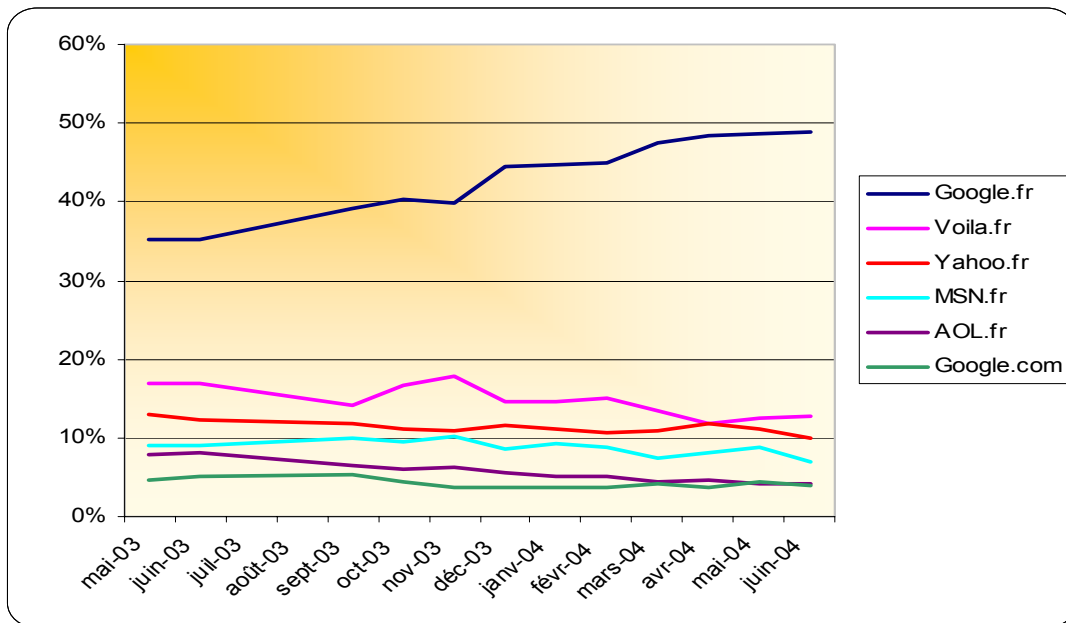


Source : Le baromètre ad'oc édition n°27 - Juin 2004

*Google : 56.2% répartis en Google.fr : 48.8 %, Google.com : 4 %, Google.be : 2.1 %, Google.ca : 1.3 %

Depuis le début de l'année 2003, l'avance de Google tend à se renforcer [cf. Figure 3 : Evolution des parts de marché des outils de recherche en France]. Nous observons sur cette figure que l'évolution de Google.fr est nette de Mai 2003 à Juin 2004. **La fréquence d'utilisation des outils de recherche continue sa progression et la domination de Google sur le marché Français est plus que jamais solide !**

Figure 3 : Evolution des parts de marché des outils de recherche en France

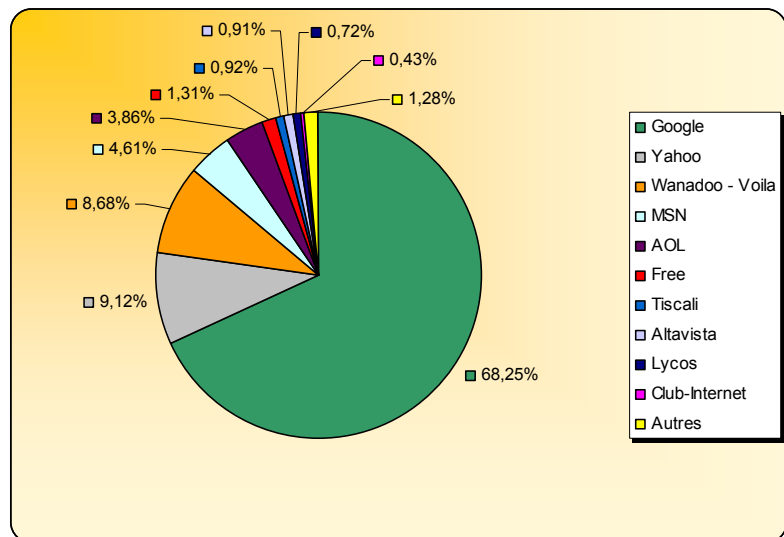


Source : Le baromètre ad'oc édition n°16 à n°27

Afin de confirmer les chiffres utilisés dans cette partie, j'ai fait appel à une seconde source d'information : le « *Panorama du web Français* » par e-stat et @position daté de Mars 2004. Le « *Panorama du web Français* » est réalisé à partir d'une base de données de 57 052 sites et 45 746 365 visites **sans distinction du pays d'origine des visites**. Il existe deux mois d'écart entre le chiffrage de ce document et le graphique Parts de marché des outils de recherche en France - Juin 2004.

L'interprétation que l'on peut faire de cette seconde source d'information est quasi similaire à la précédente. En effet, Google démontre sa supériorité en terme de parts de marché. Si nous prenons en considération que Google, Yahoo, Wanadoo/Voila et MSN réunis, possèdent entre 89.1 et 90.66 % des parts de marché*, une société a tout intérêt à **privilégier ces quatre outils de recherche lors du référencement** de son site en France !

Figure 4 : Parts de marché des outils de recherche en France - Mars 2004



*89.1 % selon ad'oc contre 90.66 % selon e-stat/@position

Source : Etude « *Panorama du web Français* »¹ par e-stat et @position - Mars 2004

Les différentes sources d'informations utilisées dans ce document démontrent que certains outils de recherche sont plus fréquemment utilisés. Google est l'outil de recherche qui remporte le plus de parts de marché. Google.fr remporte le plus franc succès auprès des Internautes français.

Webographie

Le baromètre ad'oc :

Ad'oc est une agence dédiée au référencement et à la gestion de trafic depuis 1998. Cette agence publie mensuellement un baromètre "référencement et trafic" basé sur un large panel d'outils de recherche. Cette étude restitue l'expérience d'un panel de sites web d'entreprise, exclusivement français et faisant l'objet d'un référencement optimisé. Le baromètre ad'oc est un indicateur d'évaluation qui permet d'apprécier la performance d'un recrutement d'internautes en provenance des outils de recherche.

URL : <http://www.barometre.adoc.fr/>

La revue du référencement :

La revue du référencement est la propriété de la société anonyme @position créée en 1999. Cette société développe des prestations de « référencement et positionnement », « d'analyse et stratégie de référencement », de « conseil opérationnel », de « publicité et référencement événementiel », « d'audit sémantique, accessibilité, visibilité », « d'expertise métiers péri-référencement », « d'étude et mesure de visibilité ».

URL : <http://www.revue-referencement.com/>

Etudes :

- « Moteur de recherche ou Annuaire ? » menée par e-stat et @position - 2002
URL : <http://www.estat.com/content/fr/presse/20020410/moteurs.pdf>
- « Moteurs de recherches: 5 acteurs, 95 % des recherches ! » menée par e-stat et @position - Mai 2003
URL : http://www.revue-referencement.com/ZOOM/zoom_techno.htm
- « Panorama du web Français »² par e-stat et @position - Mars 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/chiffrescles/panorama_mars04.htm
- « L'utilisation des outils de recherche : Utilisation de Google en France » menée par Médiamétrie / estat & @position - Février 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/ETUDES/04_etude_google.htm
- « Yahoo et Wanadoo en détail sur 2003 » menée par @position - Janvier 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/ZOOM/yahoo_wanadoo_annee_2003.htm
- « Aol et Msn en détail sur 2003 » menée par @position - Janvier 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/ZOOM/aol_msn_annee_2003.htm
- « free, altavista, lycos et tiscali en détail sur 2003 » menée par @position - Janvier 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/ZOOM/free_altavista_lycos_tiscali_annee_2003.htm
- « En 2003, le référencement devient la première source de trafic » menée par @position - Janvier 2004
URL : http://www.revue-referencement.com/ZOOM/types_acces_annee_2003.htm

² Ce classement est basé sur 57 052 sites et 45 746 365 visites datées du 01-03-04 au 31-03-04, sans distinction du pays d'origine des visites.

UDA³ :

L'Union Des Annonceurs est une association Française qui a été fondée en 1916. Cette organisation est l'unique représentant des annonceurs⁴ en France. Elle regroupe environ 400 adhérent en 2004.

URL : <http://www.uda.fr/>

Etudes :

- « Les chiffres clés des annonceurs » par UDA – 2002
URL : http://www.uda.fr/ressources/pdf/chiffres_cles2003/2_UDAchiffres03.pdf
- « Mix média par taille d'annonceur / Nombre d'annonceurs par média » par UDA – 2002
URL : http://www.uda.fr/ressources/pdf/chiffres_cles2003/4_UDAchiffres03.pdf
- « Evolution de l'Internet en France » par UDA – 2002
URL : http://www.uda.fr/ressources/pdf/chiffres_cles2003/5_UDAchiffres03.pdf

Le Journal du Net :

Le journal du net est un site web propriété de Benchmark Group. Ce site diffuse l'actualité du secteur Internet dans le domaine des entreprises, de la réglementation, de la finance et des technologies.

URL : <http://www.journaldunet.com/>

Dossiers :

- « Dossier : Google » coordonné par Florence Santrot - Mai 2004
URL : <http://www.journaldunet.com/dossiers/google/>

ZDNet.fr :

ZDNet.fr est un site d'information sur l'informatique et les nouvelles technologies. Il est édité par CNET Networks France, la filiale française du groupe américain CNET Networks Inc. Le site ZDNet.fr propose des articles d'actualité, des livres blancs, des études de cas et des services destinés à faciliter les décisions en matière d'achat et d'utilisation de produits high-tech.

URL : <http://www.zdnet.fr/>

Actualités :

- « Publicité en ligne : forte croissance en France et aux Etats-Unis » par Christophe Guillemain - Mai 2004

URL : <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39154469,00.htm>

³ UDA : Union Des Annonceurs

⁴ Entreprises, collectivités et tout organisme susceptible d'utiliser des supports de communication