

# Référencement naturel : ce qui a changé en 2010

Juin 2014

Avènement du HTML5, montée en puissance de Bing et de la recherche sociale, lancement de « Google Instant » : les lignes bougent sur le front du référencement naturel cette année. Si plusieurs de ces nouveautés n'ont pour l'heure qu'un impact modéré sur les techniques de SEO, elles devraient prendre davantage d'ampleur dans les mois à venir. Et pousser les experts en référencement à s'adapter. Le point sur ce qui a changé en 2010.



- HTML 5 : nouveau critère technique pour le référencement naturel ?
  - Les nouveautés introduites par le HTML5
  - Référencement et HTML5 : quels contenus web impactés ?
  - Navigateurs web : où en est le support du HTML5 ?
  - HTML5 : et les moteurs de recherche ?
- Bing : nouvel acteur majeur du référencement naturel ?
  - Un volume de recherches qui atteindra 30%
  - Bing et la recherche sociale, avec Facebook
- Google Instant : un impact sur les techniques de référencement ?
- En savoir plus

## HTML 5 : nouveau critère technique pour le référencement naturel ?

### Les nouveautés introduites par le HTML5

Le HTML5 est le successeur du HTML.4.0.1. Sa prise en charge par différents navigateurs web a connu une accélération cette année. Les spécifications du HTML5, qui ne sont pas encore achevées, ont été réalisées par le World Wide Web Consortium (W3C), un organisme international chargé du développement des standards du web. Le HTML5 introduit un certain nombre de nouveautés : en termes d'organisation et de structure du code (description des types de données), et sur le plan des interfaces de programmation. La première version propulse ainsi 8 nouvelles APIs qui permettent d'améliorer sensiblement l'interactivité des pages et l'expérience utilisateurs (ex : dessin 2D (canvas), API permettant de jouer des vidéos/sons/musiques, une API

glisser-déposer, une API de géolocalisation, etc.)

## **Référencement et HTML5 : quels contenus web impactés ?**

HTML5 introduit plusieurs balises permettant de décrire plusieurs types de données et d'optimiser les connexions entre elles. Leur utilisation devrait affecter le référencement de différents contenus, principalement sur deux plans : Les contenus texte : Le HTML5 introduit de nouvelles balises permettant de changer la structuration sémantique des pages web. Comme : - La balise <aside> destinée aux contenus indirectement liés à l'article lui-même ? ajout d'un encart publicitaire par exemple. - La balise <article> qui définit des sous-parties dans une page - La balise ins qui indique les parties d'une page web qui ont été mises à jour. Le nouvel élément <header> affecte l'optimisation du référencement des différents niveaux de textes (titre, sous-titres, sommaires) et la hiérarchie entre ces niveaux. Son but : permettre aux moteurs de recherche et à leurs robots de mieux indexer les contenus. Une balise spécifique pour le maillage de liens internes fait également son apparition (<nav>), qui informe les moteurs de recherche sur la structuration du site web. Les contenus multimédias : via l'introduction d'une balise <video> qui permet de lire des vidéos directement dans la page Web, sans recourir à une technologie tierces (comme Flash, que le HTML5 concurrence). Même chose pour la balise <audio> concernant la lecture des fichiers sons.

## **Navigateurs web : où en est le support du HTML5 ?**

Selon un comparatif réalisé par le W3C, la dernière version d'Internet Explorer 9 (IE9) présente le score de conformité le plus avancé, et dépasse notamment Chrome 7, Firefox 4, Opera 10.60 et Safari 5. Selon l'organisme, Microsoft aurait mené un réel travail de conformité sur différents aspects du standard, parmi lesquels la vidéo et Canvas (avec un score de 100% dans 5 des 7 domaines testés par le W3C). Le support du HTML5 par les navigateurs les plus récents est donc de plus en plus avancé. Les développeurs et experts en référencement doivent donc se préparer à cette évolution... Même si pour l'heure, les navigateurs les plus anciens, encore massivement utilisés, ne peuvent lire correctement le HTML 5 et le CSS 3.

## **HTML5 : et les moteurs de recherche ?**

Autre question centrale pour savoir si le HTML5 est devenu un critère à prendre en compte pour le référencement naturel : le support du langage par les moteurs de recherche. Si l'on en croit un post publié récemment par un expert de Google sur le forum Google Webmaster Central, le support HTML5 par le moteur de recherche n'est pas encore à l'ordre du jour : « Les nouveaux éléments introduits par le HTML5 ne sont encore massivement adoptés (et correctement utilisés), si bien que le HTML5 n'est pas encore, selon nous, un moyen de mieux appréhender la compréhension les contenus. Au fur et à mesure que le HTML5 gagnera en popularité, ses éléments apporteront de la valeur à notre système d'indexation, et notre position évoluera. » Bing (voir également plus bas), a récemment fait l'actualité en lançant une version de son moteur de recherche optimisée pour IE9, qui intègre plusieurs éléments de HTML5 dans son interface. Une évolution qui préfigure une prise en compte figure du HTML5 par son moteur d'indexation ? En tous cas, cette évolution ne passe pas inaperçue pour les référenceurs, dans la mesure où Bing triplera bientôt son audience, à la faveur de son alliance avec Yahoo !

## **Bing : nouvel acteur majeur du référencement naturel ?**

## Un volume de recherches qui atteindra 30%

D'ici quelques mois, Bing générera plus de 30% des résultats sur les recherches par mots-clés : un effet mécanique qui résulte de l'alliance entre Yahoo ! - Microsoft, et fera donc du moteur de recherche le principal concurrent de Google (Yahoo intégrant Bing pour les recherches effectuées dans son portail). Les éditeurs de site web doivent donc anticiper l'augmentation du volume de recherches sur Bing. Notamment pour améliorer le référencement naturel de leur site sur le moteur de recherche : à plus forte raison s'ils monétisent leurs espaces via la future régie publicitaire Yahoo. Bing a publié récemment sur sa Tool Box un ensemble de conseils destinés à optimiser le référencement naturel des sites sur son moteur. Ils concernent notamment : - L'utilisation des balises <Titles>, la description du contenu via les méta-tags, l'optimisation de la balise <Header>, le maillage des liens internes aux contenus. - Le format d'URL - La disposition/répartition du contenu - Les liens entrants et sortants Voir notre article : Bien référencer son site sur Bing

## Bing et la recherche sociale, avec Facebook

Dans le cadre d'un rapprochement récent avec Facebook, Bing va peu à peu intégrer la recommandation sociale dans l'affichage des résultats du moteur de recherche. Et mêler les avis émis par les membres du réseau social aux résultats générés par les requêtes. Cette fonctionnalité est assimilée à un « critère de pertinence » supplémentaire des résultats. Lorsqu'un utilisateur Facebook sera connecté à son compte, Bing sera en mesure d'associer les résultats de la recherche aux recommandations des amis sur Facebook, puisées dans l'historique du mur, et si celles-ci sont pertinentes. L'utilisateur pourra ainsi voir les liens vers des pages qui ont suscité l'intérêt de ses amis et affichés en fonction de la requête cible. Quelles conséquences concernant le référencement des pages web sur Bing ? La visibilité tout d'abord : si cette fonctionnalité inaugure une nouvelle ère de la recherche sur internet, elle devrait compliquer la tâche des référenceurs : en rendant moins prévisible les paramètres de recherche permettant à leurs clients d'améliorer leur Page Rank en fonction de certains mots-clés tapés, l'affichage des résultats étant « perso-dépendants », puisque lié aux comptes Facebook.

## Google Instant : un impact sur les techniques de référencement ?

Finissons ce tour d'horizon avec Google qui vient récemment de lancer « Google Instant », un service de recherche instantanée qui permet l'affichage dynamique des résultats au fil de la frappe, combiné à un outil de prédiction des requêtes. Il permet notamment d'accélérer la recherche de résultats sur internet. Outre l'impact sur la visibilité des liens sponsorisés, ce nouveau service de Google -s'il gagne en popularité- devrait impacter à termes les techniques d'optimisation du référencement des contenus. Cet impact serait lié à un changement des comportements des utilisateurs utilisant le système d'auto-complétion des requêtes couplé à l'affichage instantanée des résultats. Selon Avichal Garg, ancien chargé du développement des fonctionnalités de recherche qualitative chez Google : "l'impact sera énorme, le comportement des internautes va changer, et les techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche devront faire avec." Parmi les métamorphoses citées par le spécialiste : la faculté de "scanner" les pages web d'un coup d'oeil, la construction de schémas de requête stéréotypées, ou encore

la capacité d'affiner progressivement les termes de ses requêtes.

## En savoir plus

[HMTL5 : Qu'est-ce qui change Bien référencer son site sur Bing Google Instant va-t-il changer les règles du jeu du webmarketing ? Alliance Microsoft - Yahoo ! Ce qui va changer pour les pros](#)

Ce document intitulé « [Référencement naturel : ce qui a changé en 2010](#) » issu de **CommentCaMarche** ([www.commentcamarche.net](http://www.commentcamarche.net)) est mis à disposition sous les termes de la licence [Creative Commons](#). Vous pouvez copier, modifier des copies de cette page, dans les conditions fixées par la licence, tant que cette note apparaît clairement.