

Le Web est-il « Google dépendant » ?

Description

Fin janvier 2009, une défaillance du moteur de recherche Google a provoqué, par la chute du trafic mondial sur Internet qu'elle a occasionnée, l'extrême dépendance des internautes à Google, la plupart des utilisateurs du moteur de recherche ayant abandonné leur navigation plutôt que de se reporter sur des moteurs de recherche concurrents.

Le 31 janvier 2009, les internautes effectuant une recherche sur Google voyaient s'afficher, entre 14 h 30 et 15 h 25 GMT, un message d'avertissement pour chaque lien référencé dans les pages de résultats : « ce site pourrait endommager votre ordinateur ». A l'exception des liens sponsorisés affichés par Google, tous les autres sites de la planète étaient considérés comme dangereux, l'Internet mondial devenait soudain source d'inquiétude. Par chance, il ne s'agissait que d'une erreur commise par le moteur de recherche et non un effondrement soudain de la planète numérique. En effet, Google, pour éviter d'afficher dans ses pages de résultats des liens conduisant vers des sites infectés, travaille avec StopBadware, une société de sécurité sur Internet fournissant au moteur de recherche une liste des sites considérés comme dangereux. A l'occasion d'une mise à jour de cette liste, une manipulation d'un employé de Google aurait conduit à cocher l'adresse Internet « / » (« slash ») comme site malveillant. Or, toutes les adresses Internet commençant par « http:// », chaque site a automatiquement fait l'objet d'un message d'alerte.

Sans conséquence, l'incident a toutefois révélé l'extrême dépendance d'Internet au moteur de recherche Google, qui est parvenu à s'imposer comme l'intermédiaire principal entre les internautes et les milliards de sites du Web. En effet, face à la multiplicité des sites de l'Internet, Google offre à l'internaute une sélection de sites en fonction de la requête qui lui a été adressée. Facilitateur de navigation, Google permet à l'internaute de découvrir de manière pertinente la richesse d'Internet et lui évite de se noyer dans l'immensité de l'offre, au point d'être, tre inexploitable. Mais le « réflexe Google » est à ce point développé chez les internautes que le moteur de recherche est devenu, pour nombre d'entre eux, par défaut, leur page d'accès au Web et leur principal moyen de découvrir un site et d'y accéder. En conséquence, les sites Web dépendent de plus en plus de Google pour le trafic qu'il leur amène. Un « bug » sur Google, et c'est le Web mondial qui en subit les conséquences. En effet, Google truste à lui seul près de 70 % des recherches mondiales, le moteur de recherche étant en position dominante en Amérique du Nord et en Europe, à l'inverse des marchés chinois et japonais où Baidu et Yahoo! Japan sont parvenus respectivement à s'imposer. En France, 92 % des recherches sur Internet passent par Google.

Afin d'évaluer les conséquences sur le trafic Internet d'un dysfonctionnement sur Google ; à la

suite de la panne du 31 janvier 2009, le cabinet de conseil AT Internet a réalisé une étude portant sur les 54 689 sites Web qu'il « audite ». A l'évidence, Google est plus qu'un moteur de recherche : c'est une marque associée chez les internautes à leur usage d'Internet. Ainsi, la défaillance du moteur de recherche n'a pas entraîné de report massif vers les offres concurrentes, les moteurs de recherche de Yahoo! ou de Microsoft. Par ailleurs, face au message d'alerte apparaissant sur les pages de résultats de Google, la grande majorité des internautes n'ont pas cliqué sur les liens affichés : le trafic généré par Google a ainsi chuté de 90 % sur les sites « audités » par AT Internet, et 70 % de ces visites perdues en provenance de Google n'ont pas donné lieu à un report d'audience vers d'autres sites, les internautes abandonnant tout simplement leur session Internet. Durant l'heure où le moteur de recherche a été défaillant, le trafic global d'Internet a décroché de 20 %. Finalement, le Web survit sans Google, même si le trafic chute, à hauteur de l'importance qu'a le moteur de recherche dans l'économie générale du réseau. En revanche, les internautes semblent, eux, très « Google dépendants », ce qui donne à penser que le moteur de recherche est désormais plus qu'un service efficace, sur un marché où seule compte la performance. Pour les internautes, Google est d'abord une marque, associée de surcroît à l'ensemble des services du groupe, qui s'impose ainsi dans l'univers de référence des usagers du Web. Cette stratégie protège en partie Google de ses concurrents potentiels, qui ne récupèrent qu'une faible partie de son trafic en cas de bug.

Sources :

- « Google affole les internautes en désignant tous les sites comme dangereux », AFP, tv5.org, 31 janvier 2009.
- « Un « bug » chez Google seème la panique sur Internet », Marie-Cécile Renault *Le Figaro*, 2 février 2009.
- « Pour en finir avec la « Google dépendance » », Mathieu Llorens, directeur général d'AT Internet, *01 Informatique*, 19 février 2009.

Categorie

1. Ailleurs
2. Repères & tendances

date créée

20 mars 2009

Auteur

alexandrejoux