Le Web est-il « Google de?pendant » ?

Description

Fin janvier 2009, une défaillance du moteur de recherche Google a révélé, par la chute du trafic mondial sur Internet qu'elle a occasionné, 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 re?fe?rence? dans les pages de re?sultats : « ce site pourrait endommager votre ordinateur ». A l'exception des liens sponsorise?s affiche?s par Google, tous les autres sites de la plane?te e?taient conside?re?s comme dangereux, l'Internet mondial devenait soudain source d'inquie?tude. Par chance, il ne s'agissait que d'une erreur commise par le moteur de recherche et non d'un effondrement soudain de la plane?te nume?rique. En effet, Google, pour e?viter d'afficher dans ses pages de re?sultats des liens conduisant vers des sites infecte?s, travaille avec StopBadware, une socie?te? de se?curite? sur Internet fournissant au moteur de recherche une liste des sites conside?re?s comme dangereux. A l'occasion d'une mise a? jour de cette liste, une manipulation d'un employe? de Google aurait conduit a? cocher l'adresse Internet « / » (« slash ») comme site malveillant. Or, toutes les adresses Internet commenc?ant par « http:// », chaque site a automatiquement fait l'objet d'un message d'alerte.

Sans conse?quence, l'incident a toutefois re?ve?le? l'extre?me de?pendance d'Internet au moteur de recherche Google, qui est parvenu a? s'imposer comme l'interme?diaire principal entre les internautes et les milliards de sites du Web. En effet, face a? la multiplicate? des sites de l'Internet, Google offre a? l'internaute une se?lection de sites en fonction de la reque?te qui lui a e?te? adresse?e. Facilitateur de navigation, Google permet a? l'internaute de de?couvrir de manie?re pertinente la richesse d'Internet et lui e?vite de se noyer dans l'immensite? de l'offre, au point d'e?tre inexplorable. Mais le « re?flexe Google » s'est a? ce point de?veloppe? chez les internautes que le moteur de recherche est devenu, pour nombre d'entre eux, par de?faut, leur page d'acce?s au Web et leur principal moyen de de?couvrir un site et d'y acce?der. En conse?quence, les sites Web de?pendent de plus en plus de Google pour le trafic qu'il leur ame?ne. Un « bug » sur Google, et c'est le Web mondial qui en subit les conse?quences. En effet, Google truste a? lui seul pre?s de 70 % des recherches mondiales, le moteur de recherche e?tant en position dominante en Ame?rique du Nord et en Europe, a? l'inverse des marche?s chinois et japonais ou? Baidu et Yahoo! Japan sont parvenus respectivement a? s'imposer. En France, 92 % des recherches sur Internet passent par Google.

Afin d'e?valuer les conse?quences sur le trafic Internet d'un dysfonctionnement sur Google ; a? la suite de la panne du 31 janvier 2009, le cabinet de conseil AT Internet a re?alise? une e?tude 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 se mêle 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