

Osmose Radio – Emission Da vici Code du 17/06/2014 – Les Factures électroniques et leur valeur juridique avec la signature électronique

Osmose Radio – Emission Da vici Code du 03/06/2014 – être vu sur Internet #2

Le 13/05/2014, lors d'une précédente émission, nous présentions les techniques pour être vu sur Internet et plus particulièrement le sujet du référencement naturel.

Ce mois-ci, nous allons découvrir un autre moyen d'être vu sur Internet : Les liens sponsorisés.

Le Dossier du mois de juin 2014 – L'utilisation juridique des documents numériques à l'ère de la dématérialisation à outrance

Le Dossier du mois de juin 2014 – L'utilisation juridique des documents numériques à l'ère de la dématérialisation à outrance

A l'heure de la dématérialisation à outrance (remplacement

dans une entreprise ou une organisation de ses supports d'informations matériels, souvent en papier, par des fichiers informatiques et des ordinateurs, jusqu'à la création de « bureau sans papier » ou « zéro papier » quand la substitution est complète), il est temps de se poser des questions sur la valeur juridique des documents informatiques en cas de contestation ou de litige.

Alerte vigilance Simplocker – L'ère des malwares 2.0 sur les mobiles a sonné : Simplocker un cryptolocker sur Android

Alerte vigilance – Simplocker un cryptolocker sur Android

Les experts savaient depuis un moment que les cybercriminels tenteraient de s'attaquer à la flotte mobile, une cible très en vogue dans un monde où le nombre d'utilisateurs frôle les 7 milliards en 2014

Suppression de données sur

Google, découvrez la procédure à suivre...

Suppression de données sur Google, découvrez la procédure à suivre...

Rappelez-vous le mois dernier, la Cour de Justice de l'Union Européenne avait tranché sur le fait que Google devait désormais désindexer des contenus. La procédure peut enfin démarrer. Découvrez la procédure à suivre :

Suppression de données sur Google, découvrez la procédure à suivre...

Le mois dernier, je vous informais au travers de cet article : « Supprimer ses données sur Google ? Le droit à l'oubli a de la mémoire » que la Cour de Justice de l'Union Européenne avait tranché sur le fait que Google devait désormais désindexer des contenus à la demande d'individus concernés.

Un nombre incalculable de résultats de recherche apparaissent dans le célèbre moteur de recherche Google, mais il n'était malheureusement pas possible de demander la suppression de certains résultats jusqu'alors.

Suite à une décision de la Cour de Justice de l'Union Européenne en faveur du droit à l'oubli, vous aurez désormais la possibilité de demander la suppression de certains résultats sous condition.

Pour mettre en oeuvre le dispositif, Google propose un formulaire en ligne à destination des Européens, permettant d'indiquer les liens jugés obsolètes, hors de propos ou inappropriés. Une décision importante qui lève de nombreuses questions : quels seront les critères utilisés pour savoir si

le lien sera effectivement supprimé ou non ? Sous combien de temps le lien sera-t-il supprimé ? Bien que cette décision soit en faveur des internautes, elle donne également un grand pouvoir de décision au géant de Mountain View.

Attention, 24h après la mise en route de ce service, plus de 12 000 formulaires ont été complétés et envoyés à Google. « Nous évaluerons chaque demande individuelle et tenterons de trouver un juste équilibre entre la protection de la vie privée des individus et le droit du public à accéder à ces informations et à les diffuser. » Explique Google

Accès au formulaire

Vous devrez renseigner

- votre Nom,
- le Nom complet associé aux résultats de recherche à supprimer,
- votre relation avec la personne que vous représentez, si ce n'est vous-même,
- votre adresse e-mail de contact,
- les liens associés à votre nom et que vous souhaitez voir supprimés

Vous aurez besoin d'une copie d'une pièce d'identité avec photo en cours de validité pour remplir ce formulaire.

Pendant que des millions de sociétés se cassent la tête à apparaître le mieux possible dans les résultats de recherches sur Google, d'autres se battent pour y disparaître...

A mon avis, il devrait y avoir rapidement plusieurs millions de demandes d'effacement de données dans les index de Google. Le géant du Net va t-il embaucher ? quel profil va se charger de traiter ces demandes ? En combien de temps ces demandes seront traitées ?

Et enfin, peut-on laisser Google décider du sort de nos données et être seul à juger de la pertinence de nos demandes ?

De nombreuses questions vont rester longtemps en suspens...

**Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire
(notre source d'encouragements et de progrès)**

Références :

05/06/2014 : <http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-peut-on-faire-confiance-a-google-pour-decider-du-sort-de-nos-donnees-39802029.htm>

02/06/2014 : <http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-entre-casse-tete-pour-google-et-inquietudes-39801819.htm>

02/06/2014 : <http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-google-a-deja-recu-pres-de-12-000-demandes-39801777.htm>

30/05/2014 : <http://www.weblife.fr/breves/google-suppression-de-resultats>

Osmose Radio – Emission Da vici Code du 03/06/2014 – Etre vu sur Internet suite...

Osmose Radio – Emission Da vici Code du 03/06/2014 – etre vu sur Internet #2

Le 13/05/2014, lors d'une précédente émission, nous présentions les techniques pour être vu sur Internet et plus particulièrement le sujet du référencement naturel.

Ce mois ci, nous allons découvrir un autre moyen d'être vu sur Internet : Les liens sponsorisés.

Alerte HeartBleed Acte II – Nom de code Cupid

Alerte HeartBleed Acte II – Nom de code Cupid

Cupid, nouvel exploit qui utilise la Heartbleed, ébranle les connexions Wi-Fi.

Pour l'instant, à l'état de preuve de concept, cette faille n'est sans doute que le premier écho du coup de tonnerre qui a

fait trembler le Net en avril dernier.

La France nome un chef de la protection des données personnelles pour les administrations – CDO Chief Data Officer



La France nome un chef de la protection des données personnelles pour les administrations

La ministre de la fonction publique – de la décentralisation et de la réforme de l'Etat –, Marylise Lebranchu, a annoncé la création en France du poste d'administrateur général des données, également baptisé CDO ou « chief data officer » par les anglophones.

La France nome un chef de la protection des données personnelles pour les administrations

La ministre de la fonction publique – de la décentralisation et de la réforme de l'Etat –, Marylise Lebranchu, a annoncé la création en France du poste d'administrateur général des données, également baptisé CDO ou « chief data officer » par les anglophones.

Encore peu nombreux dans le monde à occuper cette fonction en entreprise, ce CDO a pour mission de coordonner l'utilisation des données, dans un contexte de transformation numérique où

de plus en plus de données sont générées – mais souvent trop rarement exploitées.

La France est le premier pays européen à créer la fonction d'administrateur des données ou CDO. Ce poste est confié à Henri Verdier, patron d'Etalab. Il aura pour mission de développer la culture de la donnée dans les administrations et de favoriser la circulation des données.

L'administration française disposera donc de ce profil. Et cette fonction s'inscrit dans le cadre de la politique du gouvernement en faveur de l'open data ou partage de données publiques. Un domaine dans lequel la France se veut une référence en Europe.

Marylise Lebranchu compte sur ce « chief data officer » pour accélérer l'ouverture des données et contribuer « à élaborer une pratique interministérielle d'utilisation des données ». Ce poste a été confié au patron d'Etalab, Henri Verdier, qui coordonne la stratégie open data en France.

Mais pour agir réellement sur la culture des administrations française, cet administrateur devra être doté de pouvoirs. A ce titre, la ministre de la fonction publique précise ainsi qu'Henri Verdier sera « autorisé à connaître les données détenues par l'administration de l'État et ses opérateurs ».

Plus largement, le premier CDO français aura pour mission d'organiser, en respectant la vie privée, « une meilleure circulation des données dans l'économie comme au sein de l'administration », de « veiller à la production ou à l'acquisition de données essentielles », de lancer des expérimentations et de développer une culture (ainsi que des outils et méthodes) de la donnée au sein des administrations.

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire

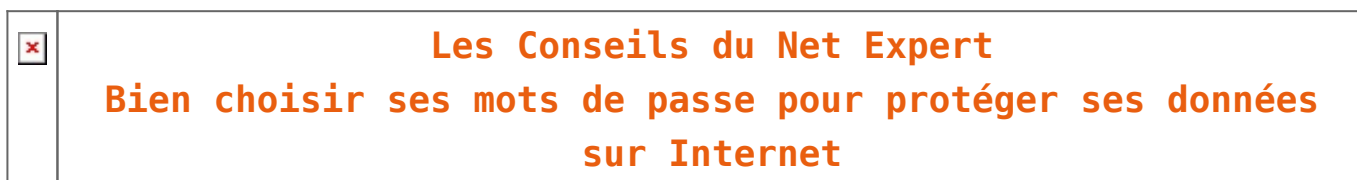
(notre source d'encouragements et de progrès)

Références :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Chief_Data_Officer

<http://www.zdnet.fr/actualites/la-france-se-dote-d-un-chief-data-officer-39801427.htm>

Les Conseils du Net Expert – Bien choisir ses mots de passe pour protéger ses données sur Internet



Bien choisir ses mots de passe pour protéger ses données sur Internet

Entre les affaires de piratage de données personnelles de serveurs informatiques et les attaques dévoilant au grand jour

les mots de passe les plus utilisés (c.f. liste des mots de passe récupérée lors du piratage de certains serveurs de la multinationale Adobe en Octobre 2013), il devient urgent de reconsidérer la manière dont nous choisissons nos mots de passe.

La liste des mots de passe les plus utilisés sur Internet

Octobre 2013, Adobe confirmait avoir subi une cyberattaque d'envergure, ayant entraîné le vol du code source de ses applications Photoshop, Adobe Acrobat, ColdFusion, et la compromission de 38 millions de comptes utilisateurs.

Jeremi Gosney, un chercheur en sécurité, a réussi à casser les mots de passe des comptes utilisateurs volés à d'Adobe. IL révèle une liste aberrante des 100 mots de passe les plus utilisés.

Selon la liste, près de 1,9 million de comptes ont utilisé « 123456 » comme mots de passe, plus de 440 000 ont opté pour « 123456789 ». Le top 5 est complété par les mots de passe « password », « adobe123 » et « 12345678 ».

Il devient donc urgent que les utilisateurs, responsable de leur mot de passe, modifient leur manière de le choisir.



Cinq paramètres pour bien choisir ses mots de passe

Vous pouvez remarquer dans le tableau ci-dessus la manière la

plus répandue de choisir un mot de passe. Il devient à mon avis urgent d'abandonner cette habitude d'utiliser une succession de chiffres ou de lettres ou bien un prénom, une date de naissance ou un mot connu le tout le plus facile à retenir). Il est de toute évidence primordial que les mots de passe doivent aujourd'hui non seulement être :

- faciles à retenir
- le plus long possible
- le plus complexe possible
- changé souvent
- différent pour chaque service

Ceci dit, si vous avez aussi la main sur le système chargé de gérer les accès, je recommande non seulement une action de blocage temporaire ou permanent d'un compte lorsqu'un nombre de tentatives maximum (généralement 10) est dépassé, ou bien bloquer les tentatives pendant un certain nombre de minutes au delà d'un certain nombre d'échecs successifs.

Pour ceux qui le désirent, je peux soit sous forme d'audit, soit sous forme de formation vous apprendre les bases des usages recommandés de l'informatique comprenant tout un chapitre sur les choix des mots de passe.

Vous trouverez ci-dessous, des informations essentielles pour comprendre et revoir votre politique de choix des mots de passe car il faut bien retenir quelque chose :

Au plus le mot de passe sera long (nombre de symboles) et complexe (mixité des types de symboles), au plus il sera difficile et long pour le retrouver !

Le tableau ci-dessous donne le nombre **maximum** d'essais

nécessaires pour trouver des mots de passe de longueurs variables.

Type	1 caractère	3 caractères	6 caractères	9 caractères
lettres minuscules	26	17 576	308 915 776	$5,4 \times 10^{12}$
lettres minuscules et chiffres	36	46 656	2 176 782 336	$1,0 \times 10^{14}$
minuscules, majuscules et chiffres	62	238 328	$5,6 \times 10^{10}$	$1,3 \times 10^{16}$

Ci-dessous, une estimation de temps pour retrouver votre mot de passe avec de puissants ordinateurs :

123456 (le plus utilisé dans le monde) : instantané

654321 : instantané

toto : instantané

toto84 : 0.544195584 seconds

toto84# : 3 minutes

toto84#26 :6 jours

toto84#26% : 344 jours

toto84#26% : 344 jours

totototo84#26% : 6 millions d'années

Des outils pour nous aider

Que ça soit des outils de génération automatique de mots de passe (qui pourra être considéré comme quasi-incassable mais sera impossible à retenir et donc obligatoire à stocker

quelque part pour être capable de le retrouver) ou des coffre fort à mots de passe, certains éditeurs mettent en oeuvre leur imagination débordante pour nous aider à résoudre ce casse tête des très nombreux mots de passe que nous devons retenir pour chacun des sites internet sur lesquels nous disposons d'un compte personnel.

Il ne faut pas l'oublier, disposer d'un seul mot de passe pour plusieurs sites Internet peut vite devenir dangereux. En effet, si un système informatique (orange, sfr, ebay, sony...) se fait pirater, il est fort probable que si vous aviez un compte sur ce site Internet, votre mot de passe soit volé. Une fois volé et décodé, votre mot de passe rentre dans la longue liste des mots de passe connus et automatiquement tentés par les robots des pirates sur d'autres sites Internet. Si votre mot de passe est utilisé sur d'autres sites Internet dont ceux qui se feront pirater, les malfrats auront donc plus facilement accès à votre compte.

Enfin, il ne faut pas trop aller vers l'opposé (ne plus aller sur Internet, ou fuir la technologie). Utiliser des mots de passe trop compliqués peuvent vite vous rendre la vie bien compliquée. Si vous finissez pas les oublier ou par les noter sur un post-it sur votre écran ne répondra peut-être pas aux besoins d'utilisation que nous oblige de vivre l'ère numérique que nous traversons.

Outils à ne pas manquer :

Dashlane : Gestionnaire de mots de passe et portefeuille numérique pour ordinateur et smartphone mis au point par une jeune entreprise française, qui a pour but de simplifier la manière dont nous jonglons avec nos nombreux éléments d'identité numérique. Au lieu d'avoir à taper à chaque fois nos noms-prénoms-adresses ou lorsque l'on fait un achat sur Internet ou que l'on s'inscrit à un service, il suffit

de renseigner une seule fois au départ le logiciel et ensuite à chaque fois qu'on en a besoin Dashlane remplit automatiquement les champs demandés. Il peut également stocker vos numéros de cartes bancaires toujours pour éviter d'avoir à les taper à chaque fois si vous êtes un cyberacheteur compulsif. Il garde un historique des achats que vous effectuez en ligne. Le système conserve en mémoire tous les mots de passe ce qui permet de se connecter plus vite à ses services habituels.

<https://www.dashlane.com/fr>

<http://www.franceinfo.fr/emission/Unknown%20token%20emission-type-url/noeud-diffusion-temporaire-pour-le-nid-source-721447-05-05-2014-11-47>

KeePass : Ce logiciel facilite la gestion des mots de passes en les enregistrant dans une base de données.

<http://keepass.info>

Password Keeper : Le logiciel Password Keeper Expert est à la fois une base de stockage et un puissant gestionnaire de mots de passe.

<http://www.password-keeper.net>

1Password : Gestionnaire de mot de passe qui vous offre un moyen simple et facile de gérer votre mot de passe.

<https://agilebits.com/>

Du côté des développeurs

Les administrateurs de sites Internet, de serveurs Web ou de serveurs informatiques en tout genre doivent aussi être sensibilisés et à mon avis responsabilisés par les conséquences que peuvent engendrer l'utilisation de systèmes de sécurité. La future mise en place d'un CDO (Chief DataOfficer), prévue par la commission européenne chargée de

faire respecter en Europe les règles fondamentales de protection des données personnelles, a pour but, au sein d'une structure qui collectera des données personnelles, de rendre responsable jusqu'au niveau pénal, une personne chargée de veiller que cette protection respecte toute une série de paramètres, dont tout un volet consacré à la sécurité d'accès aux données.

Ainsi, les développeur en interne, les administrateurs des systèmes informatiques et les éditeurs de logiciels devront renforcer leurs méthodes de contrôle d'accès jusqu'à, sans aller jusqu'à imposer les mots de passe aux utilisateurs, les obliger tout au moins d'utiliser des mots de passe plus difficiles à retrouver par la simple utilisation de dictionnaires ou par tables de hashages.

Sans revenir sur l'utilisation indispensable aujourd'hui du hashage des mots de passe au moins en sha256, (sha1 et MD5 étant à ce jour facilement cassable), une des méthodes qui à mon sens peut rendre encore plus difficile la tâche de conversion vers des tables de hashage est l'utilisation de grains de sel. Il s'agit d'un mot, qui de manière transparente pour l'utilisateur, sera systématiquement ajouté au mot de passe initial, avant hashage.

Le résultat sera que dans les bases de données, un mot de passe de taille déraisonnable sera stocké, et probablement impossible à retrouver par les technologies de dizaines de prochaines années (hashage en sha256 d'un mot de passe par exemple de 500 caractères si le grain de sel fait par exemple 490 caractères et le mot de passe 10 caractères minimum).

**Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire
(notre source d'encouragements et de progrès)**

Références :

23/01/2014

<http://www.programme-tv.net/news/buzz/47672-quels-sont-mots-de-passe-plus-utilises-internet>

05/11/2013

<http://www.developpez.com/actu/63730/Piratage-d-Adobe-la-liste-aberrante-des-mots-de-passe-des-utilisateurs-plus-de-1-9-million-de-comptes-utilisent-123456-comme-mot-de-passe>

http://assiste.com.free.fr/p/abc/a/attaque_des_mots_de_passe.html

<http://www.openwall.com/john/>

<https://howsecureismypassword.net/>

**Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire
(notre source d'encouragements et de progrès)**

Supprimer ses données sur

Google ? Le droit à l'oubli a de la mémoire

Supprimer ses données sur Google ? Le droit à l'oubli a de la mémoire

La Cour de Justice de l'Union Européenne a tranché. Google doit désindexer des contenus à la demande d'individus concernés.

Le droit à l'oubli a de la mémoire

La Cour de Justice de l'Union Européenne a tranché. Google doit désindexer des contenus à la demande d'individus concernés. Mais le droit à l'oubli doit s'appliquer au cas par cas, notamment pour des informations ayant trait à la vie publique.

Un particulier espagnol, nommé Mario Costeja González, avait saisi la CJUE (Cour de Justice de l'Union Européenne) en 2009 afin d'exiger de Google désindexe de son moteur des contenus le concernant. Il s'agissait d'informations publiées par un quotidien concernant une saisie immobilière l'ayant frappé pour recouvrement de dette.

Après avoir réglé sa dette, l'homme considérait alors que cette mention devait disparaître des arcanes du Web. Il saisi alors la CNIL espagnole afin que ces contenus soient effacés des archives du journal mais aussi de Google. Ce qu'on appelle le droit à l'oubli.

L'Agence Espagnole de Protection des Données (AEPD), l'équivalent de notre CNIL mais en Espagne, ordonne alors de Google d'exécuter ces demandes. Mais le moteur refuse et entame une procédure devant la justice espagnole qui elle même se retourne vers la CJUE pour trancher.

Et l'avis de la CJUE est sans appel et risque de bouleverser les indexations d'informations concernant les individus :

Google doit proposer aux internautes la possibilité de désindexer des résultats de recherche les concernant.

Pour les observateurs, cette décision de la CJUE constitue une surprise. En effet, elle va à l'encontre de l'avis de l'avocat général qui avait considéré que Google n'était pas responsable des données personnelles indexées dans son moteur, annulant de fait les demandes de droit à l'oubli.

Rappelons que le droit à l'oubli numérique est défini de la manière suivante par la Commission européenne dans son projet de règlement :

« Toute personne devrait avoir le droit de faire rectifier des données à caractère personnel la concernant, et disposer d'un « droit à l'oubli numérique » lorsque la conservation de ces données n'est pas conforme au présent règlement. En particulier, les personnes concernées devraient avoir le droit d'obtenir que leurs données soient effacées et ne soient plus traitées, lorsque ces données ne sont plus nécessaires au regard des finalités pour lesquelles elles ont été recueillies

ou traitées, lorsque les personnes concernées ont retiré leur consentement au traitement ou lorsqu'elles s'opposent au traitement de données à caractère personnel les concernant ou encore, lorsque le traitement de leurs données à caractère personnel n'est pas conforme au présent règlement. »

Affaire à suivre...

**Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire
(notre source d'encouragements et de progrès)**

Références :

16/05/2014 Droit à l'oubli dans Google : le début des excès ?

14/05/2014 Droit à l'oubli : Google « déçu » de l'arrêt de la justice européenne

13/05/2014 Europe : Google doit proposer un droit à l'oubli aux internautes

20/06/2013 L'UE soutient la Cnil et l'Espagne lance à son tour une procédure contre Google

Le Dossier du mois mai 2014 – Etre vu sur Internet, Référencement naturel Liens sponsorisés...

 LE DOSSIER DU MOIS DE MAI 2014 ETRE VU SUR INTERNET <ul style="list-style-type: none">• Référencement naturel• Liens sponsorisés...

1. A qui s'adresse cet article ?

Je tiens à m'excuser auprès des grand spécialistes ou des professionnels du domaine de la communication et du Web-Marketing, mais ils n'apprendront probablement pas grand chose dans cet article car je l'ai avant tout destiné aux personnes qui souhaitent découvrir les bases de la visibilité sur Internet.

En effet, cet article s'adresse au plus grand nombre d'entre vous, pour la plupart de simples utilisateurs. Son but est de vous apporter des informations compréhensibles par le plus grand nombre.

[Vous pouvez réagir à cet article en laissant un commentaire ci-dessous](#)

2. Pour être trouvé, il faut d'abord pouvoir chercher

Je vous fais grâce de l'évolution de l'informatique avec le premier modem sorti en 1958 des laboratoires Bell et la mise en application en 1983 du protocole TCP/IP et du mot Internet. Mais retenez surtout que le mot Internet signifie Interconnexion de réseaux et que c'est un langage permettant à des ordinateurs de communiquer entre eux dans le monde entier, sans tenir compte de la langue, du pays concerné et des symboles utilisés tels que es caractères accentués, les caractères cyrilliques, les sinogrammes etc.

Depuis plus d'une vingtaine d'année, en France, nous avons commencé à utiliser Internet principalement pour rechercher des informations.

Pour ceux qui étaient nés, les premiers sites Internet dans les années 90 étaient surtout des sites d'information. Sont ensuite rapidement apparu les sites d'actualité, de sorties, de loisirs, sans oublier les sites olé olé (ayant tant fait succès sur le minitel). C'étaient des sites avec quelques graphiques et gifs animés. Les débuts d'Internet étaient surtout réservés pour ceux qui faisaient l'effort de se connecter avec leur modem à voie aiguë et d'une lenteur en décalage avec le soi-disant temps gagné grâce à l'informatique.

Par contre, la lenteur était vite oubliée dès qu'on profitait des avantages de l'e-mail (tout nouveau), ou de la messagerie instantanée (vous vous rappelez de Messenger, l'ancêtre de Windows Live lui même l'ancêtre de Skype qui est encore utilisé aujourd'hui). Ces services faisant le pied de nez aux services postaux.

1999 était aussi l'année de l'apparition du peer to peer dans le monde et son très célèbre logiciel Napster, permettant l'échange pas toujours très légal de musiques et de films entre ordinateurs.

Et ces années ont aussi vu la création de l'annuaire mondial des sites Internet « dmoz.org » dans lequel tout bon

professionnel du Web y inscrivait les sites Internet qu'il réalisait.

dmoz.org était aussi utilisé par l'annuaire Google à ses débuts, et il venait y piocher une grande partie de ses données.

Juste une parenthèse : Google créé en 1998 n'est pas le premier annuaire. Le logiciel Archie créé 1993, qui été conçu pour faciliter la recherche documentaire, a servi de base pour de nombreux annuaires Internet dont le très connu Yahoo en 1994. D'autres annuaires et moteurs de recherche peut-être moins connus comme Excite ou Lycos on vu le jour en 1995. Et, en 1996 sont nés Altavista et le premier annuaire Français appelé « Nomade » bien avant Voila, le très connu outil de recherche de France Télécom qui a été lancé en 1998.

C'est en 2000 (à peine deux ans après sa création) que Google, élu meilleur moteur de recherche de l'année (*par Searchenginewatch.com*), devient le moteur de recherche le plus utilisé dans le monde.

Depuis, Google est devenu dans de nombreux endroits du globe, le moteur de recherche le plus utilisé dans le monde.

Selon ComScore (*qui est une société d'étude Marketing Américaine*), en France en mai 2013, 94% des requêtes effectuées sur des moteurs de recherche passent par Google.

Bing (créé en 2009) et Yahoo représentent chacun 2% de parts de marché dans l'Hexagone (*figure1*).



En France en mai 2013, 94 pour cent des requêtes effectuées sur des moteurs de recherche passent par Google

Le résultat est bien différent sil l'on tient compte des requêtes au niveau mondial. Par exemple, en décembre 2012, ce ne sont que les deux tiers des requêtes sur les moteurs de recherche qui sont captés par Google (*Baidu, le Google Chinois, leader de la recherche en chine, représente 8,2% de parts de marché, devant Yahoo*) (*figure2*).



Part de marché des moteurs de recherche dans le monde en décembre 2012

Selon encore Comscore, aux Etats-Unis, seulement 66,5% des requêtes effectuées sont passées par Google en avril 2013 (*contre 67,1% un mois plus tôt*), Bing, le moteur de recherche de Microsoft est utilisé dans le cadre de 17,3% des requêtes.



Part de marché des moteurs de recherche aux états unis en avril 2013

Et enfin, en Chine, Google arrive seulement en quatrième position des moteurs de recherche utilisés avec seulement 4% des requêtes.



On a maintenant une meilleure idée de l'outil à utiliser pour être vu sur Internet en fonction du pays ciblé.

D'ailleurs, lors d'un précédent article, nous avons parlé de l'habitude maintenant ancrée que nous avons pour rechercher quoi que ce soit sur Internet. On a pris tout simplement l'habitude de passer par Google.

3. Alors, comment cherchons-nous ?

Google captant en France plus de 90% des recherches, je parlerais surtout de lui.

De nombreuses études le montrent et notamment, le site searchenginewatch.com. Il a mesuré fin 2011 la manière dont les internautes recherchent sur Google.fr. Selon les études, c'est entre 70 et 85% des clics qui sont réalisés sur les liens naturels (ceux qui font partie de la liste à fond blanc au centre de la page de résultats) et 15% à 30% des clics sont enregistrés sur les liens sponsorisés (ceux avec la mention annonce ou avec le fond de couleurs rose ou jaune pâle selon la définition de votre navigateur).

Sur le site Webrankinfo, qui est un bon indicateur en matière d'information sur le référencement, 77% des clics réalisés sur les liens naturels de la première page de résultats de Google ont été faits sur les 3 premiers résultats de la liste, dont 53% pour le premier.

Pour information, vous trouverez souvent dans le monde du référencement les termes SEM (Search Engine Marketing – Marketing sur les moteurs de recherche) qui est une discipline qui regroupe le SEO (Search Engine Optimisation – Optimisation pour les moteurs de recherche) et le SEA (Search Engine Advertising qui est la publicité sur les moteurs de recherche).

Alors, si les outils de recherche font tout, pour que les résultats soient les plus pertinents possibles et correspondant à ce qui est réellement recherché, et si les internautes cliquent principalement sur les premiers résultats que l'outil de recherche leur retourne (ce qui est encore plus vrai sur les SmartPhones compte tenu du petit écran et de la lenteur pour avoir des réponses), vous comprendrez que la sanction est terrible pour ceux qui ne sont pas présents dans

ces réponses et tout l'enjeu que peut représenter la course aux premières places.

Alors, en effet, si vous ne pas faire partie des premières réponses dans ces résultats de recherche, vous n'existez tout simplement pas ou plus.

4. La recherche d'informations est aujourd'hui devenue un commerce

D'abord organisé comme une immense encyclopédie, Internet est vite devenu avant les années 2000 un lieu où on communique, on échange et on y fait de plus en plus de business.

Selon le cabinet d'analyse Xerfi-Precepta, le taux de croissance de l'e-commerce, est passé de 53 % en 2005 à 22 % en 2011 et devrait redescendre à 13 % en 2015.

Ca continue à baisser petit à petit mais en 2013, malgré la dégradation du contexte économique, les ventes sur Internet ont continué de progresser. Au total les Français ont réalisé plus de 600 millions de transactions en ligne sur l'année pour un montant de 51,1 milliards d'euros. Le montant total des ventes s'affiche en hausse de 13,5% sur un an.

On ne peut que constater que même si la crise à touché le commerce électronique, il conserve toujours une croissance à deux chiffres.

On comprend mieux l'intérêt qu'ont les sociétés pour continuer à se développer sur Internet et vouloir y être vu.

5. Être vu OK, mais comment ?

On a vu que les utilisateurs d'Internet avaient l'habitude de rechercher sur Internet en passant par des moteurs de recherche et même principalement un seul outil en France et que la première réponse allait récolter la très grande majorité des clics.

Eh bien, il est donc évident d'être présent dans Google pour se faire connaître et de mieux comprendre comment il fonctionne pour en tirer le meilleur parti de par sa position.

Nous avons ainsi deux principales manières d'être présent sur Internet et donc sur Google (notez que ces explications peuvent aussi être valables pour d'autres moteurs de recherches).

La première c'est en utilisant des techniques de Référencement naturel (appelé aussi référencement organique, en rapport avec l'architecture organique dont nous ne parlerons pas) (*L'architecture organique est une philosophie architecturale qui s'intéresse à l'harmonie entre l'habitat humain et le monde « naturel » au moyen d'une approche conceptuelle à l'écoute de son site et intégrée à lui, faisant du bâtiment et de son mobilier une composition unifiée et intriquée à son environnement.*)

La seconde c'est en utilisant les fonctions de liens sponsorisés proposées par des publicités s'affichant sur les résultats de Google ou sur des sites Internet de partenaires (j'imagine que vous êtes déjà tombé sur des Publicités sur Internet, et sur des publicités qui correspondent à votre recherche ou des recherches antérieures ? c'est aussi de cette visibilité que nous allons parler)

Petite remarque :

Il va sans dire que pour être vu sur Internet, vous devez disposer d'au moins une page Web, et pour favoriser le développement commercial de votre activité, d'un site commercial complet est encore mieux.

Si vous ne l'avez pas déjà remarqué, vous y ferez maintenant attention, mais lorsque vous recherchez sur Google par exemple « immobilier Avignon » apparaissent plusieurs formes de résultats :

On a des résultats avec la mention « Annonce » dans les 3 premières réponses maxi et dans un bandeau vertical à droite une dizaine. Ces zones peuvent aussi avoir un fond rose ou bleu très pale. Ce sont des liens sponsorisés expliqués plus loin. (La mention « Annonce » est une nouvelle manière de différencier les résultats vers des liens sponsorisés depuis 11/2013. Avant ces annonces apparaissaient sur un fond bleu ou rose pale).

On a aussi des résultats qui n'ont pas la mention « Annonce » en dessous les premiers. Ce sont des liens présents grâce au référencement naturel. Ce que nous allons détailler en premier.

Eventuellement, on peut aussi, en fonction du type de recherche faite (géographique ou non), avoir des résultats avec des noms et des numéros de téléphones et une pastille numérotée. Ce sont des liens présents grâce au référencement naturel et le MSO (qui est Map Search Optimization). Une correspondance entre les résultats et une carte indique la position géographique des résultats avec des pastilles rouges numérotées.



Exemples de résultats de recherche Google – Référencement naturel et liens sponsorisés

5.1. Le référencement naturel

La première manière d'être vu sur Internet dont je vais vous parler est le référencement naturel,

Il est important de retenir que deux phases se distinguent : l'inscription dans les outils de recherche et l'amélioration du positionnement.

L'inscription est le service minimal qu'un professionnel de l'Internet devrait faire lors de la création du site Internet de son client. Si le travail est bien fait, si on recherche son nom ou le nom de sa structure professionnelle, le lien vers votre site Internet doit faire partie des premières réponses.

Cependant, ceci ne sert pas à grand-chose. En effet, si quelqu'un ne vous connaît pas, il ne recherchera ni votre nom, ni le nom de votre structure, ni l'adresse de votre site Internet. Il cherchera un produit, un service ou un renseignement spécifique. C'est pour justement apparaître dans les premières réponses des résultats pour ce type de recherche que le travail du référenceur ou de la personne chargée du référencement de votre site Internet à tout son intérêt.

La position de votre site Internet dans les réponses de Google dépend à ce jour de plus de 400 critères, dont leurs identifications et leurs incidences sont tenues autant secrètes que la formule du coca cola. En plus, cette formule change régulièrement. Elle change tellement au point qu'un très bon positionnement aujourd'hui ne le sera peut-être plus demain.

Des changements dans l'algorithme de l'affichage des résultats de Google peuvent être mineurs (plusieurs fois par jours), ou majeurs comme il l'a été le cas avec les grosses mises à jour auxquelles Google a donné des noms tels que Panda, , Penguin et Hummingbird (qui veut dire colibri).

C'est avant tout l'expérimentation et l'analyse minutieuse de ses résultats qui nous permettent de décortiquer le

fonctionnement de l'algorithme et les critères nécessaires pour atteindre les meilleures positions.

Le nom de domaine d'un site Internet, le titre d'une page et la qualité de son contenu font partie des éléments de base d'un bon positionnement. Mais de très nombreux autres critères tels que l'ancienneté du site, les liens, la rapidité, le code informatique et la popularité du site peuvent l'être tout autant.

Les avantages du référencement naturels sont :

- Une présence dans Google gratuite
- Un clic vers votre site Internet ne coûte rien de plus.
- La présence dans l'annuaire, sans aucune action de votre part est quasiment définitive.

Inconvénients :

- Il existe un coût, parfois peu négligeable, pour le travail technique permettant d'adapter le site Internet aux exigences de l'annuaire ou moteur de recherche sur lequel vous souhaitez être non seulement présent mais bien positionné.
- Des sites Internet peuvent sans prévenir vous passer devant et vous faire descendre dans les résultats.

Je préciserai enfin pour ce moyen d'être vu sur Internet que le professionnel ou celui qui s'essaiera professionnel du Web ne devra négliger aucun paramètre pour qu'un site Web soit bien positionné dans un moteur de recherche.

Et en tant qu'Expert en la matière, vous ne serez j'imagine pas étonné si mon site LeNetExpert.fr apparaît bien avant Osmose Radio si vous recherchez sur Google « Expert Osmose Radio »

5.2. Les liens sponsorisés

L'autre manière d'être vu sur Internet dont je vous parlais aussi tout à l'heure est le positionnement dans Google par liens sponsorisés.

Comme je vous l'ai expliqué précédemment, l'affichage de liens sponsorisés dans Google se traduit par la présence d'annonces publicitaires systématiquement au dessus ou à droite des résultats naturels.

C'est justement cette position qui est intéressante. Car si Google affiche votre annonce sur Google.fr, elle sera forcément à ces endroits stratégiques.

Comme vous devez vous en douter, des milliers de professionnels utilisent en France les annonces publicitaires sur Google ; et le choix des annonces qui s'afficheront dépendra à la fois des mots clé tapés par l'internaute et ce que j'appelle « la rentabilité financière de l'annonce ».

Alors, les liens sponsorisés, comment ça marche ?

Il s'agit en fait de campagnes publicitaires programmées dans Google qui ne vous coûtent rien tant que personne ne clique sur votre annonce et qui ne vous coûteront que lorsqu'un internaute cliquera sur votre annonce et ira vers une page d'atterrissage que vous avez choisie ou créée sur votre site Internet pour rentabiliser votre clic (pour pouvoir par exemple commander et payer).

Pour créer une annonce vous devez définir un titre, un texte explicatif et pour faire simple le lien vers la page qui sera affichée si l'internaute clique sur votre annonce. Vous devez ensuite définir pour quels mots clé vous souhaitez que votre annonce puisse être affichée :

Par exemple : un titre : PizzaDomicile

le texte explicatif : Livraison Pizza à domicile gratuite sur Avignon

le lien : par exemple pizzadomicile.fr

Vous devez aussi choisir stratégiquement les mots clé pour lesquels vous souhaitez que votre annonce puisse s'afficher : Ca peut être si l'internaute tape exactement « livraison pizza avignon » ou bien tape les 3 mots dans n'importe quel ordre ou bien tape n'importe quoi qui contient les 3 mots...

et il faut aussi renseigner ce qui est le plus important pour Google : Le prix que vous êtes prêts à payer à Google pour un clic sur votre annonce.

Le coût d'un clic dépend du système d'enchères de mots clé géré en temps réel par Google.

Des mots tel que « rachat de crédit » ou « immobilier provence » coûteront au clic plusieurs euros tandis que « wagon de marchandise » peu recherché coûtera moins d'un centime au clic. La valeur est en perpétuel changement. Mais rassurez-vous, la fluctuation n'est seulement que de quelques cents et elle est fonction de l'intérêt que les autres annonceurs portent aux mots clé que vous avez choisi.

C'est vous définissez le budget mensuel consacré aux affichages de vos annonces. Ce budget qui peut être augmenté ou diminué sans limitation, constituera votre cagnotte dans laquelle Google viendra piocher chaque fois qu'il aura réalisé sa part du contrat en affichant une annonce vous concernant.

Vous pouvez créer autant d'annonces que vous voulez et vous pouvez aussi choisir une multitude de paramètres qui permettront ou non de rendre votre annonce potentiellement affichable (date de validité, tranche horaire d'affichage, emplacement géographique de l'internaute, type d'appareil utilisé (téléphone/tablette/ordinateur/système d'exploitation), lieu d'affichage de l'annonce (c'est-à-dire sur Google ou sur ses site partenaires).

Pour gérer vos annonces, Google a créé un outil qui s'appelle Google Adwords. Il permet non seulement d'estimer le coût des clics pour une campagne publicitaire mais aussi vous fait des propositions de mots clé ou vous donne des idées de mots à

utiliser ayant un rapport avec ceux que vous avez initialement choisi pour votre annonce.

Retenez surtout que c'est le mélange de la qualité de votre annonce mesurée en nombre de clics qu'elle attire et du coût par clic qui sera prélevé sur votre cagnotte qui fera que votre annonce potentiellement affichable sera plus ou moins mise en avant par Google.

Pour résumer, être vu par les liens sponsorisés vous apporte comme avantages :

Un lieu d'affichage en page d'accueil garanti.

l'Affichage de l'annonce dès que les conditions vues plus haut sont remplies.

Le budget quotidien ou mensuel maximum est connu d'avance.

Nombre d'affichage estimé d'avance et essentiellement lié à la cagnotte et au CPC.

La qualité de votre annonce et sa capacité à générer des clics sera primordiale pour que le robot de Google l'affiche à la place de celles de vos concurrents.

Enfin, dernier avantage qui n'est pas des moindres : Avec une campagne ayant un fort taux de conversion et de la rentabilité, les gains deviennent mathématiques. Au plus votre cagnotte sera grande, au plus le retour le sera aussi.

Les Inconvénients :

A chaque clic, le compte est débité du coût du clic estimé par le robot.

Fin de la campagne ou fin de la cagnotte entraîne immédiatement la fin de la présence des annonces.

Budget obligatoire pour démarrer, par rapport au référencement naturel qui n'en nécessite pas forcément si vous faites tout vous-même.

Alors, j'ai une remarque :

Selon le site Internet Intuiti Inside, il y a en France, chaque mois 2,5 milliards de requêtes. Cela représente approximativement 82 millions de requêtes par jour.

Retenez simplement que le fait que votre annonce apparaisse ou pas sur la première page de résultats de Google et sa position parmi les autres annonces dépendra :

- du montant de votre cagnotte mensuelle ou quotidienne et de celle de vos concurrents
- du montant de l'enchère au clic que vous avez mise sur un mot clé ou sur une requête et de celles choisies par d'autres annonceurs concurrents,
- et surtout, du niveau de qualité de votre annonce.

Enfin, avant de mettre en pratique cela, ne perdez pas de vue que votre campagne doit avant tout être rentable et doit avoir un coût inférieur aux profits générés.



Pourcentage du Budget des annonces publicitaires par Internet captées par Google

5.6. Autres manières d'être vu sur Internet

1. Faites marcher le bouche à oreille !

Vous devez vous faire connaître et pour cela, la première chose à faire est d'en parler autour de vous. Tenez au courant vos proches de vos avancées à condition bien sur d'avoir un nom de site Internet facile à retenir.

A propos de bouche à oreille : il existe aussi sur les réseaux sociaux, c'est même d'ailleurs leur méthode de fonctionnement...

FaceBook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Instagram... chaque abonné est un prescripteur potentiel...

2. Les communiqués de presse

3. Contacter des bloggeurs influents

4. Augmentez votre trafic optimisant la programmation SEO de votre site

5. Mélangez-vous à de potentiels clients sur les forums
6. Partagez des vidéos sur Youtube
7. Démarrez un blog
8. Proposez des bons de réduction sur des sites spécialisés
9. Encouragez les recommandations de produits
10. Récupérez des adresses e-mail de vos clients
Les adresses e-mail de vos clients sont importantes pour de futures actions marketing. Récupérez-les en organisant des jeux concours ou en faisant des promotions.
11. Envoyez une newsletter
12. Rendez-vous dans des événements de réseautag
13. Créez un réseau industriel
14. Apparaissiez sur les listes de vos fournisseurs
15. Ayez des prix compétitifs (Google shopping)
16. Vendez sur d'autres places de marché (Amazon, Ebay)
17. Organisez une journée portes ouvertes ou mieux, une soirée !

Points juridiques sur lesquels il faut être vigilants :

- Les sociétés qui s'engagent contractuellement à vous faire apparaître en première page de Google
- Utilisation de marques ou de noms déposés pour améliorer son positionnement sur Internet
- Les propos diffamatoires (peut être développé dans un autre article)

5.7 Optimiser son positionnement sur Internet. Autre sujet d'article ?

Références

<http://www.searchenginehistory.com>

<http://www.01net.com/editorial/186972/petite-histoire-des-moteurs-de-recherche>

[http://www.prestashop.com/blog/fr/25-idees-simples-pour-realiser-votre-premiere-vente-en-](http://www.prestashop.com/blog/fr/25-idees-simples-pour-realiser-votre-premiere-vente-en-ligne/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-FR&utm_content=sale-online)

[ligne/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-FR&utm_content=sale-online](http://www.prestashop.com/blog/fr/25-idees-simples-pour-realiser-votre-premiere-vente-en-ligne/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter-FR&utm_content=sale-online)

[http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/12/02/le-moteur-de-recherche-baidu-ecrase-google-en-](http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/12/02/le-moteur-de-recherche-baidu-ecrase-google-en-chine_1447776_651865.html)

[chine_1447776_651865.html](http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/12/02/le-moteur-de-recherche-baidu-ecrase-google-en-chine_1447776_651865.html)

<http://www.marketing-chine.com/e-marketing/baidu-ecrase-google>

<http://www.meretmarine.com/fr/content/le-paquebot-costa-marina-en-vente>

<http://www.fevad.com/etudes-et-chiffres/bilan-du-e-commerce-2013-previsions-2014>

<http://www.olivier-corneloup.com/2013/11/14/nouvel-affichage-ads-une-mention-annonce-apparait-sur-fond-orange>

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/parts-de-marche-des-moteurs-de-recherche-en-france.shtml>

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/parts-de-marche-des-moteurs-recherche-dans-le-monde.shtml>

<http://searchenginewatch.com/article/2215868/53-of-Organic-Search-Clicks-Go-to-First-Link-Study>

<http://www.webrankinfo.com/dossiers/etudes/etude-clics-serp-2012-10>

<http://moteur2recherche.free.fr/historique.php>

<http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet>

<http://www.webrankinfo.com/dossiers/etudes/etude-clics-serp-2012-10>

**Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire
(notre source d'encouragements et de progrès)**