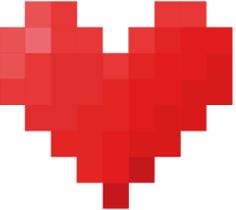


w e  s p e e d

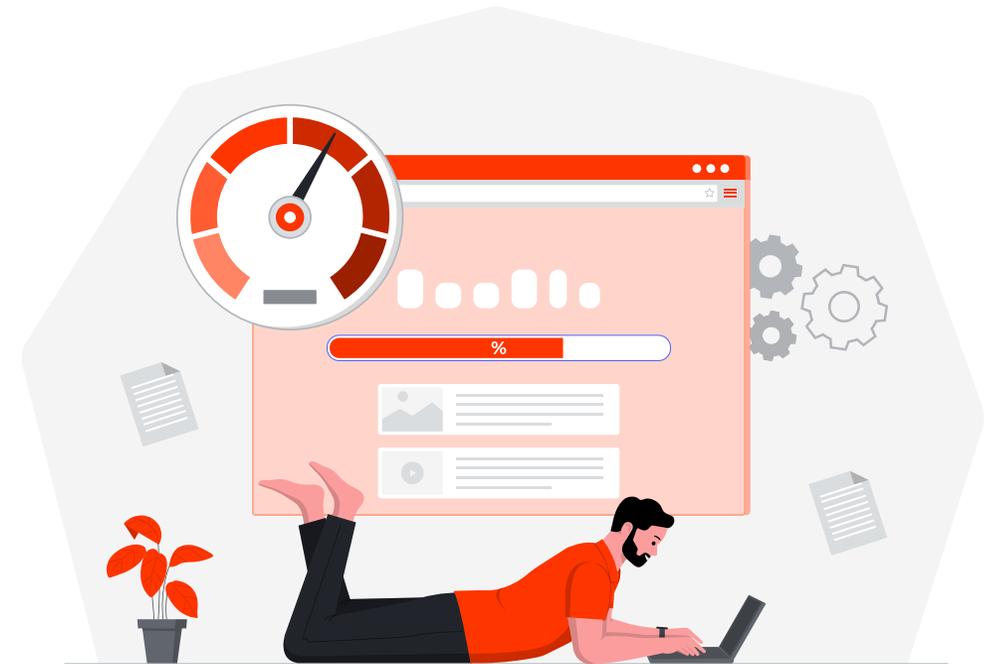
10 mai 2023, Paris

Quel est le véritable impact des problèmes de web performance sur le SEO ?

Philippe YONNET

Ceo Groupe Neper

Philippe.yonnet@neper.fr



Philippe Yonnet

Qui suis-je ?



Consultant SEO ou Manager SEO in house depuis plus de 20 ans, plus de 200 entreprises accompagnées

- ❑ 2007-2010 : Directeur SEO de l'agence Aposition devenue Iprospect
- ❑ 2010-2012 : International SEO Manager W3Inc et Twenga (Londres / NY)
- ❑ 2012-2019 : Fondateur et DG de l'agence Search Foresight (aujourd'hui Peak Ace)
- ❑ 2020 : Fondateur et CEO de l'agence SEO Neper

- ❑ Premier président de l'association SEO Camp (4 mandats : 2008, 2009, 2012, 2013)
- ❑ Fondateur de la conférence internationale Search Y

- ❑ Juge aux European Search Awards et Global Search Awards
- ❑ Organisateur des SEO awards by SEO Camp

Abonnez-vous à la newsletter de Neper

- ❓ Chaque semaine, les articles du Blogarithme Népérien, notre blog
 - ❓ <https://www.neper.fr/category/blog/>
 - ❓ Articles de fond sur le digital marketing
 - ❓ Commentaires sur les événements marquants de la semaine
 - ❓ Pas une simple curation : des tips, des conseils

❓ Mais aussi

- ❓ Nos prochains événements
- ❓ Nos prochaines formations
- ❓ L'actu du groupe Neper



Newsletter du 01 mars 2022, Groupe Neper - N°57

Nouveaux articles

10 extensions SEO Chrome gratuites



L'agence Neper vous présente une sélection de 10 extensions Chrome gratuites pour vous aider au quotidien dans votre SEO. Le chrome web store permet d'ajouter une fonctionnalité à votre navigateur, appelée extension.

Lire l'article

La mise à jour "Page Experience" est en cours sur Desktop



Google l'avait annoncé : la mise à jour Page Experience, qui avait déjà été déployée sur sa version mobile entre juin et août dernier, devait être aussi portée sur sa version desktop en février 2022.

Lire l'article

Créer un site pour une marketplace : attention à l'arborescence



Les e-commerçants qui créent des sites de type "place de marché" nous interrogent souvent pour avoir des conseils sur la construction de l'arborescence de ces sites.

Lire l'article

Abonnez-vous à notre chaine Youtube

<https://www.youtube.com/channel/UCS3h6v2Ki4634Mgnltbz5mA>

- ❓ Les replays de nos événements
- ❓ Des actus en videos
- ❓ Des tutoriaux

Where search marketing **meets science**
nep(er)

nep(er) Groupe Neper
42 abonnés

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS CHAÎNES À PROPOS

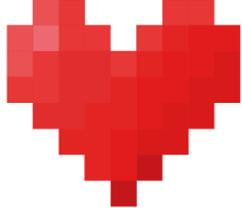
Search Y

y Search Y
51 vidéos
Search Y, l'événement Search Marketing. Le rendez-vous de tous les passionnés du Search.

Vidéos en ligne ▶ TOUT REGARDER

- MATIN NEPERIEN**
EXPLOITER LA DATA PRODUITS ET SERVICES POUR BOOSTER VOTRE BUSINESS
inlead 50:37
15 vues • il y a 2 mois
- MATIN NEPERIEN**
SEO ET CYCLE DE VIE
38:42
67 vues • il y a 2 mois
- MATIN NEPERIEN**
ACTUALITÉ SEARCH MARKETING ET SEO
DEC 23:46
4 vues • il y a 2 mois
- nep(er)**
OPTIMISATION DE CONTENUS SEO, GAGNEZ EN VISIBILITÉ
1:19:40
25 vues • il y a 2 mois
- Actualité**
Est-ce la fin des pages au format AMP ?
1:43
32 vues • il y a 3 mois
- Actualité**
Chrome : La fin du support des cookies tiers encore régulée
1:56
23 vues • il y a 3 mois



w e  s p e e d

**Les questions auxquelles nous
allons essayer de répondre**

w e  s p e e d

nep(er)

Les questions auxquelles on va essayer de répondre

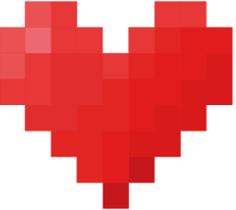
Et petit sondage dans la salle pour avoir votre avis avant de commencer

❓ La Web Performance est-elle utilisée comme signal par Google dans le cœur de son algorithme de classement ?

❓ Signal = non savant donné à Google pour un « ranking factor », un critère de classement

❓ Ce signal a-t-il une influence importante sur les classements ?

❓ Est-ce que la Web Performance est importante pour avoir un bon référencement ?

w e  s p e e d

**La Web Performance est-elle
utilisée comme un signal dans
l'algorithme de classement ?**



C'est officiellement le cas depuis ... 13 ans

2009 : Pagespeed

2010 : la web performance devient un critère de classement

<https://developers.google.com/search/blog/2010/04/using-site-speed-in-web-search-ranking>

Impact sur les classements : **indétectable**

Site performance

This page shows you performance statistics of your site. You can use this information to improve the speed of your site and create a faster experience for your users. [Learn more](#)

Performance overview

On average, pages in your site take **2.5 seconds to load** (updated on Nov 26, 2009). This is **faster than 57% of sites**. The chart below shows how your site's average page load time has changed over the last few months. For your reference, it also shows the 20th percentile value across all sites, separating slow and fast load times.



Example pages

These are some example pages from your site and the time that they take to load in a browser (in seconds).

URL	Load time
/search.php	0.6

Page Speed suggestions

These are some example pages from your site and some suggestions on how to optimize them, based on the [Page Speed](#) tool.

URL	Suggestions
/	<ul style="list-style-type: none">Details: Save up to 232 KB, 8 requests, 1 DNS lookupsEnable gzip compressionCombine external JavaScriptMinimize DNS lookups
/	<ul style="list-style-type: none">Details: Save up to 226 KB, 8 requests, 3 DNS lookups

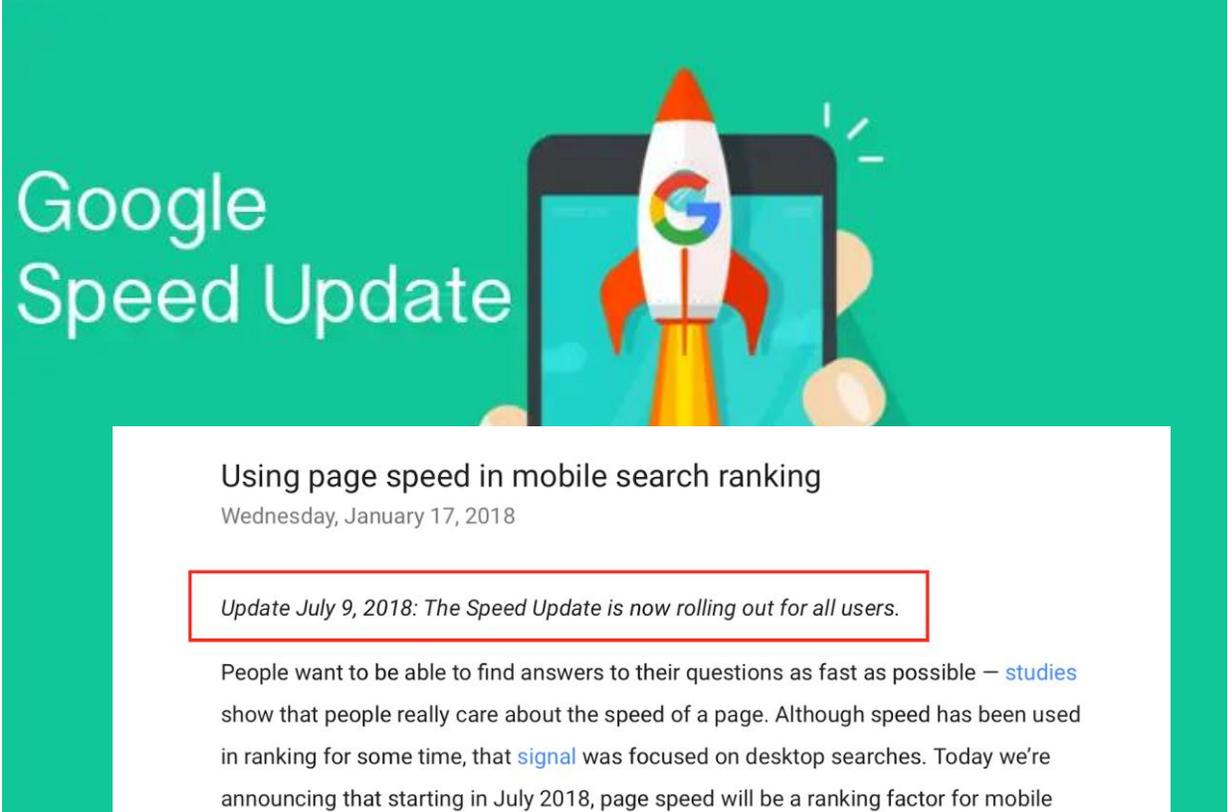
La mobile speed update...

9 juillet 2018

❓ Signal pris en compte sur la version mobile, avec plus de poids en théorie que sur le desktop

❓ <https://developers.google.com/search/blog/2018/01/using-page-speed-in-mobile-search?hl=fr>

❓ Impact sur les classements : **indélectable**

The graphic features a teal background. On the left, the text 'Google Speed Update' is written in white. To the right, a stylized illustration shows a white rocket with a red nose cone and orange flames, launching from a smartphone screen. The Google 'G' logo is on the rocket's body. The text 'Using page speed in mobile search ranking' is centered below the illustration, followed by the date 'Wednesday, January 17, 2018'. A red-bordered box contains the update text: 'Update July 9, 2018: The Speed Update is now rolling out for all users.' Below this, a paragraph explains that page speed will be a ranking factor for mobile searches starting in July 2018.

Google
Speed Update

Using page speed in mobile search ranking
Wednesday, January 17, 2018

Update July 9, 2018: The Speed Update is now rolling out for all users.

People want to be able to find answers to their questions as fast as possible — [studies](#) show that people really care about the speed of a page. Although speed has been used in ranking for some time, that [signal](#) was focused on desktop searches. Today we're announcing that starting in July 2018, page speed will be a ranking factor for mobile searches.

Les signaux de Page Expérience pris en compte dans la Page Experience Update

Mai 2020

❓ La SX et la webperf deviennent un « ranking factor »
❓ <https://developers.google.com/search/blog/2020/05/evaluating-page-experience>

❓ “Today, we're building on this work and providing an early look at an upcoming Search ranking change that incorporates these page experience metrics. We will introduce a new signal that combines Core Web Vitals with our existing signals for page experience to provide a holistic picture of the quality of a user's experience on a web page.”

❓ Core Web Vitals update : tous les ans en mai



Google Webmasters

@googlewmc



We're announcing that page experience ranking signals for Google Search will launch in May 2021. This will combine Core Web Vitals and previous UX-related signals.

Learn more:



Timing for bringing page experience to Google Search
Official news on crawling and indexing sites for the Google index

webmasters.googleblog.com

5:00 PM · Nov 10, 2020



♡ 493

💬 280 people are Tweeting about this

La Web Performance est-elle utilisée comme un signal dans l'algorithme de classement ?



❓ La réponse est clairement : OUI

❓ Google ne mentirait pas sur ce sujet

- ❓ Ne cédez pas aux thèses des SEO complotistes
 - ❓ Par contre... Google peut chercher à influencer notre comportement !

Ok, c'est plié, merci beaucoup !

Des questions ?



Et si on s'arrête là, on arrive aux mêmes conclusions que beaucoup de propriétaires de sites

Puisque c'est un critère SEO, alors c'est important de travailler la web performance pour avoir un bon référencement
Euh, non, ça dépend

Google me dit que c'est important, alors je fais passer en priorité dans ma roadmap
Sérieusement ?



J'ai des Core Web Vitals pourris, si je les améliore je vais passer devant mes concurrents
Ca dépend, et il y'a peut être d'autres choses à faire avant non ?

J'ai perdu des positions, et dans le même temps ma Web Perf s'est dégradée. Je pense que c'est lié
Corrélation ou causation ?

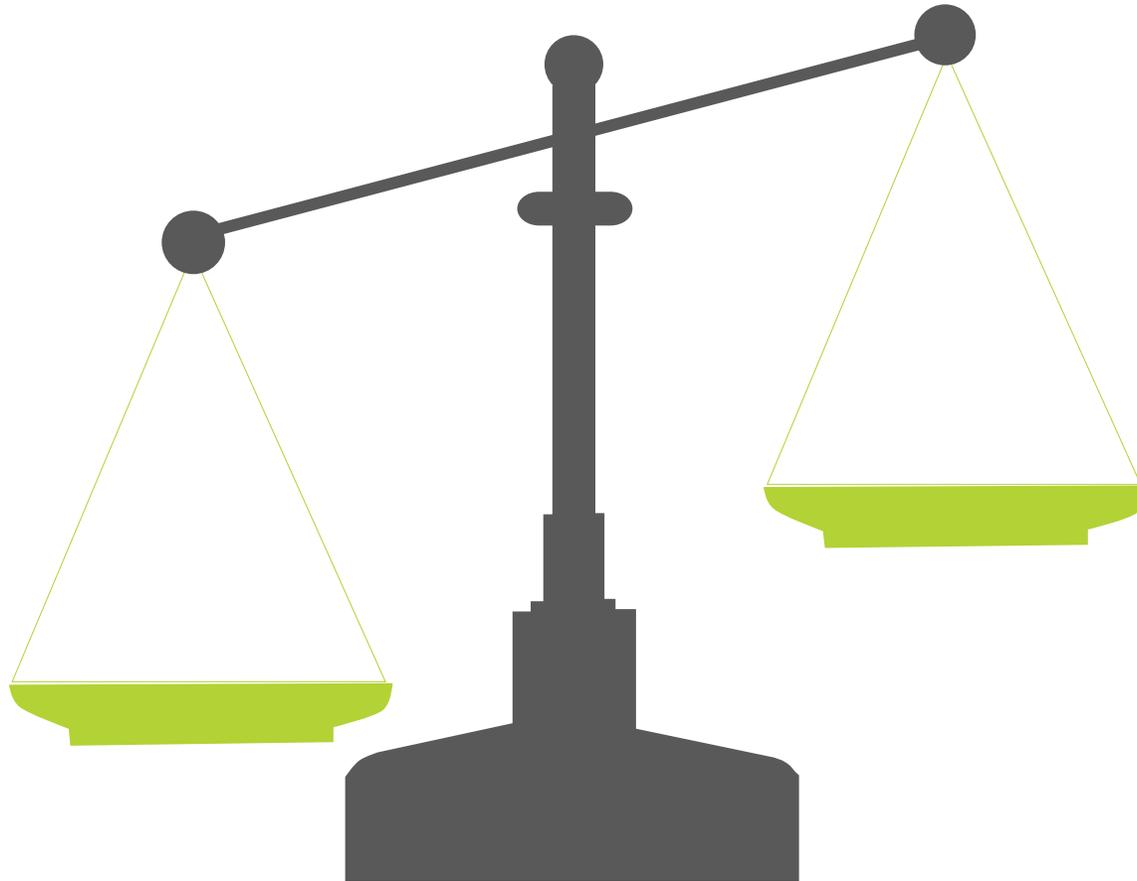
Sauf que...

On a pas oublié un truc ?

Ah mais non, c'est vrai !

Il reste une question : c'est un critère important à prendre en compte ou non ?

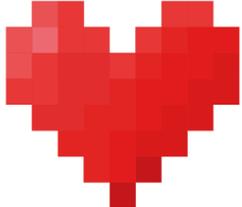
❓ Quel est le poids relatif de ce signal par rapport aux autres dans l'algorithme de classement ?



Ok, on continue à creuser ?





w e  s p e e d

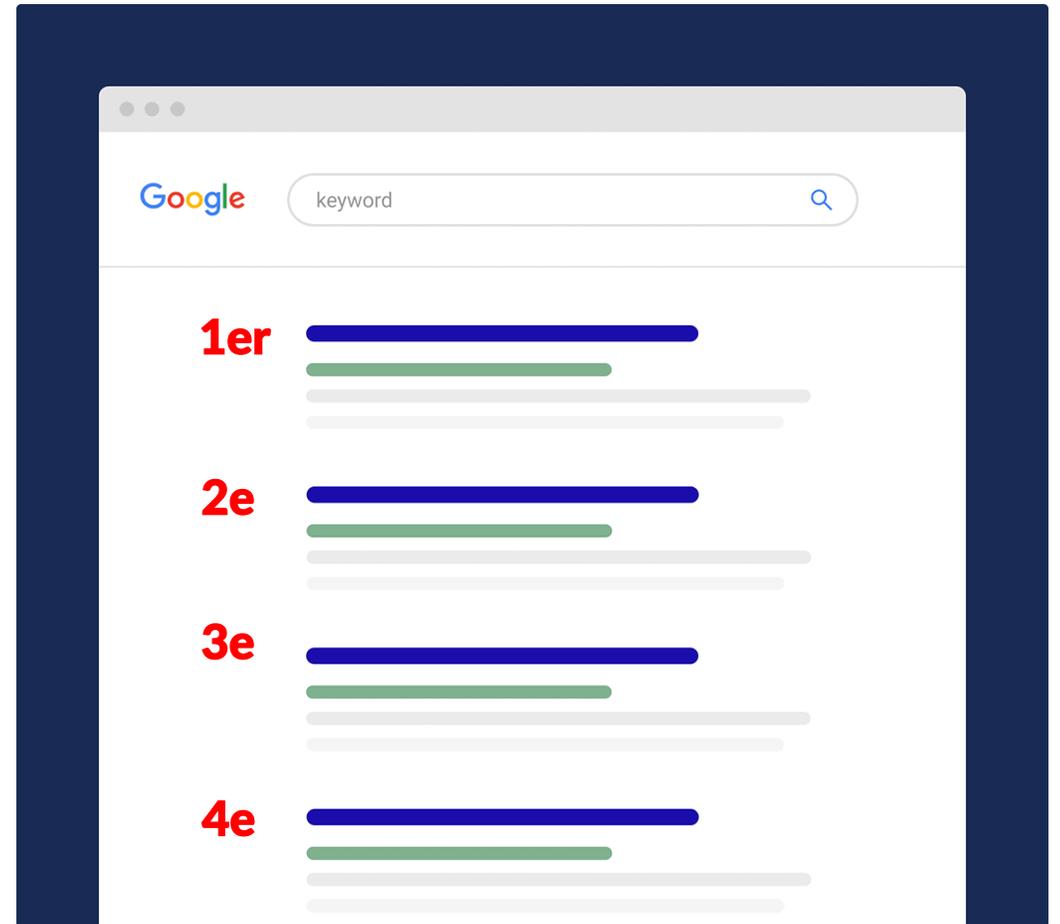
**Quel poids à ce critère dans
l'algorithme de classement ?**

w e  s p e e d

nep(e)r

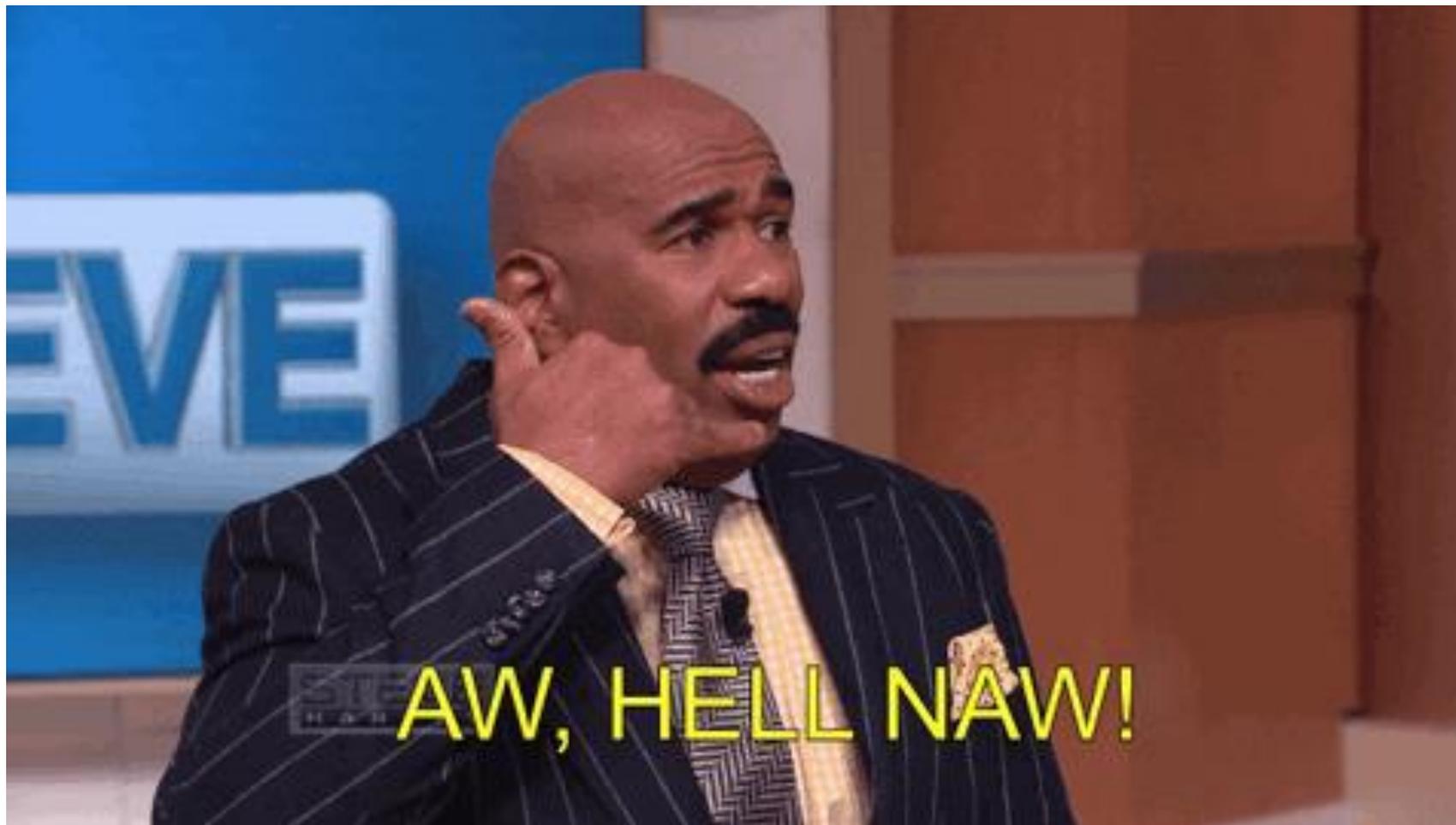
Rappel : l'objectif de l'algorithme de classement est de classer les résultats par ordre inverse de pertinence !

- ❓ Au final, qu'est-ce que cela veut dire pour les signaux de web performance ?
- ❓ Est-ce qu'une page lente est moins pertinente qu'une page rapide ?



La réponse est : NON

Rien à voir



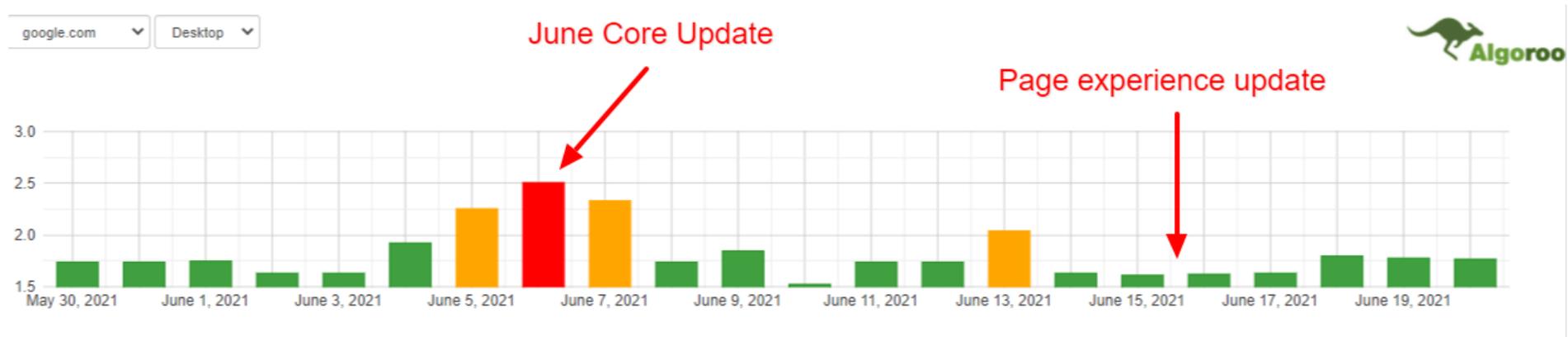
Pourquoi ?

- ❓ C'est un signal qui est totalement indépendant de la requête
- ❓ Oui, comme le Pagerank
 - ❓ Sauf que le Pagerank mesure l'importance d'une page sur le web
 - ❓ Et le Pagerank est, contrairement à la légende urbaine parfois propagée par les SEOs eux-mêmes, un signal qui a peu de poids relativement à d'autres
- ❓ Le signal « web performance » a en fait un poids très faible



Ne vous fiez pas aux études produites les outils sur les « ranking factors » : elles sont remplies de biais statistiques énormes, leurs conclusions sont toujours non scientifiques.

Faible poids => faible impact sur les classements



- ❓ Pagespeed update, avril 2010 : **pas d'impact détecté**
- ❓ Mobile speed update, juillet 2018 : **pas d'impact détecté**
- ❓ Page experience update, été 2021 : **pas d'impact détecté**

La vraie hiérarchie des signaux dans le cœur de l'algorithme

Poids très important



Pertinence et utilité du contenu en tant que réponse

Est-ce que le résultat est une bonne réponse à la recherche de l'internaute ?

Poids beaucoup plus faible



Importance et confiance

Signaux indépendants des requêtes. Entre deux réponses similaires d'un point de vue contenu, laquelle sera choisie par un internaute ?

Qualité, fiabilité, importance

Poids très très faible
"Tie breakers"



Expérience de recherche

*Autres critères comme usage de protocole sécurisés, compatibilité mobile, absence d'instersitiels intrusifs, et... **web performance***



Pertinence



Search Experience

Attention : indétectable ne veut pas dire inexistant

Absence de preuve n'est pas la preuve de l'absence

- Statistiquement, un signal faible n'aura pas d'impact mesurable, c'est ce que cela veut dire ici



Est-ce que cela veut dire que ce signal ne compte pas ?

Non. Il a poids faible, mais pas nul

❓ Toutes choses étant égales par ailleurs, il sert à départager deux résultats ex aequo

❓ Notion de « tie-breaker signal »

❓ John Mueller a indiqué que c'était d'ailleurs un plus qu'un tie breaker



johnmu • il y a 2 a

It is a ranking factor, and it's more than a tie-breaker, but it also doesn't replace relevance.

Depending on the sites you work on, you might notice it more, or you might notice it less. As an SEO, a part of your role is to take all of the possible optimizations and figure out which ones are worth spending time on. Any SEO tool will spit out 10s or 100s of "recommendations", most of those are going to be irrelevant to your site's visibility in search. Finding the items that make sense to work on takes experience.

The other thing to keep in mind with core web vitals is that it's more than a random ranking factor, it's also something that affects your site's usability after it ranks (when people actually visit). If you get more traffic (from other SEO efforts) and your conversion rate is low, that traffic is not going to be as useful as when you have a higher conversion rate (assuming UX/speed affects your conversion rate, which it usually does). CWV is a great way of recognizing and quantifying common user annoyances.

👍 21 🗑️ Répondre 📤 Partager ...



Oui mais pourquoi Google en a fait des caisses ?

Google aime bien utiliser des nudges pour changer les comportements



Google cherche à nous influencer ?

Nous influencer : c'est sûr. Nous mentir, non => il faut bien décoder leur discours

- ❓ Google veut vous inciter à passer aux protocoles sécurisés ?
 - ❓ 2014: SSL/TLS est un critère de classement
- ❓ Google veut que vous travailliez vos versions mobiles ?
 - ❓ 2015 : être mobile friendly est un critère de classement sur Google mobile
- ❓ Vos sites mobiles sont trop lents ? Et vous devez basculer sur l'AMP ?
 - ❓ 2018 : la web performance sur mobile est un critère de classement
- ❓ Vous ne faites pas assez attention à la « Page Experience »
 - ❓ 2021 : les signaux page Performance deviennent un critère de classement

Mais comme les propriétaires de sites ont surinterprété leur nudge, ils rétropédalent

❓ Problème constaté par Google :

❓ trop de propriétaires de sites dépensent une énergie folle sur les CWV et la Page Expérience, au lieu de se focaliser sur des choses qui ont plus d'impact, comme la pertinence et l'utilité de leur contenu

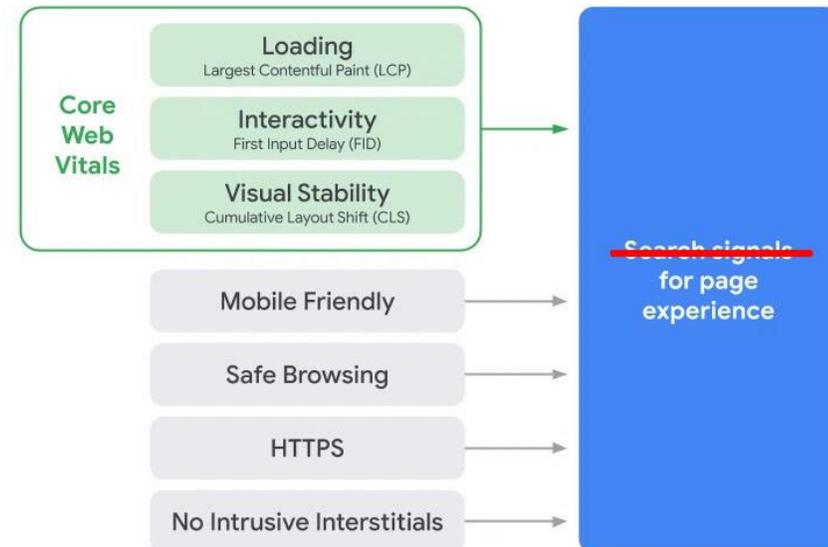
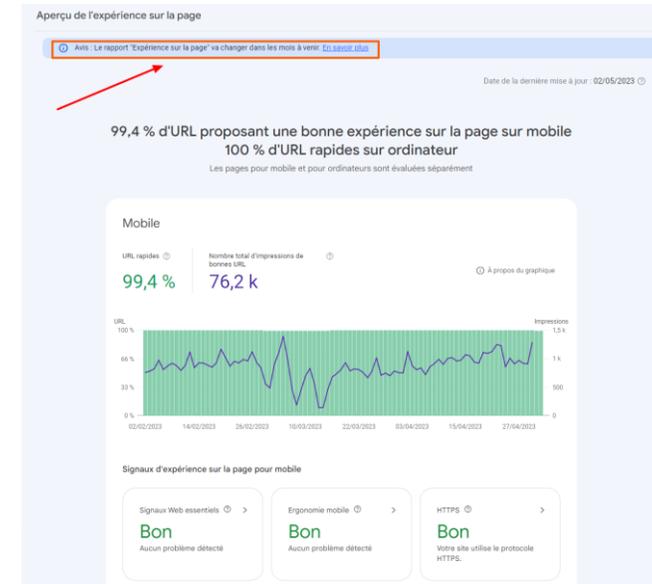
❓ **Réponse :** la Page Experience n'est plus un système, et n'est plus un signal, mais un « concept » => 19 avril 2023

❓ <https://www.neper.fr/2023/05/03/fin-du-concept-de-page-experience-un-non-evenement-a-ne-pas-surinterpriter/>

❓ Raté au niveau clarté => le concept de page experience désigne maintenant aussi la qualité et l'utilité du contenu

❓ Au passage d'autres nudges ont disparu de la liste des « systèmes » de l'algorithme Ne sont donc plus des « systems » les nudges suivants :

- Page experience system
- Mobile-friendly ranking system
- Page speed system
- Secure sites system



Au final, quel est le poids du signal web performance dans le cœur de l'algorithme de classement ?

Faible, mais pas nul

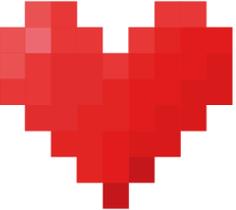
Un petit peu plus qu'un simple tie breaker

**Suffisamment faible
pour avoir un impact indétectable statistiquement**

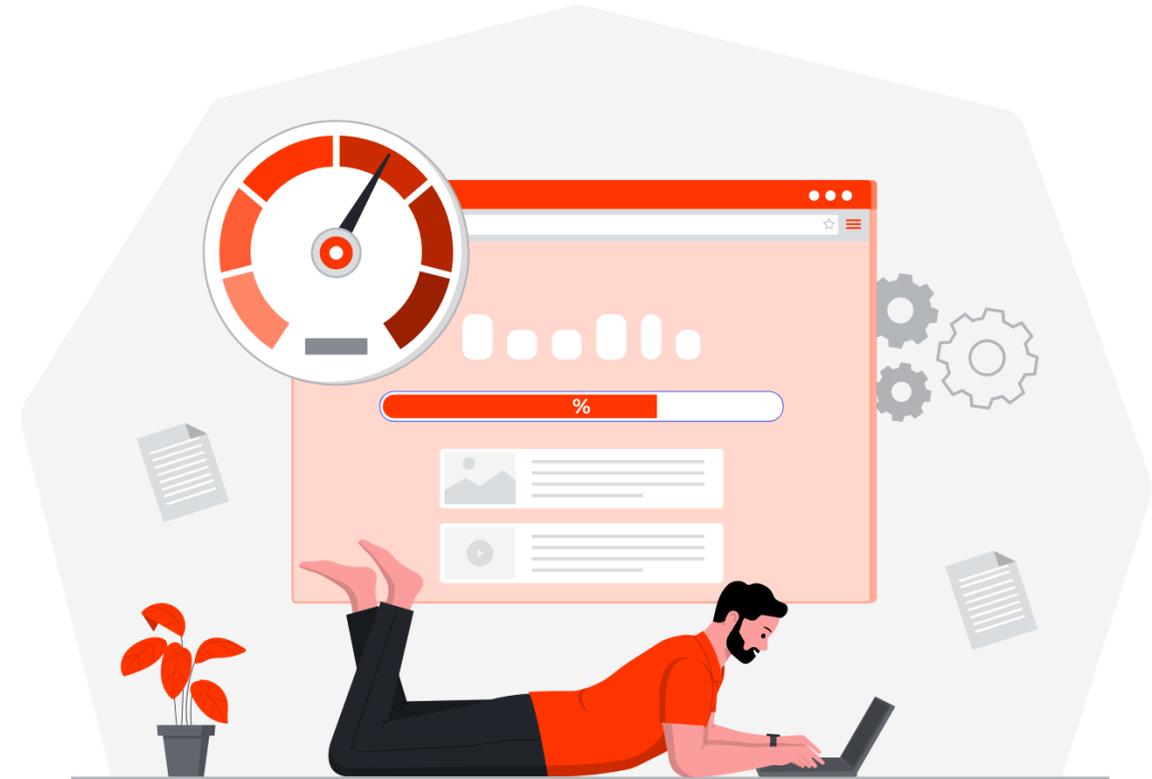
Au final, on s'en fiche et on passe à autre chose ?

Pas si vite, c'est pas si simple



w e  s p e e d

**Au final, quelle importance a
la web performance
sur le référencement ?**



La web performance reste un sujet important



Il faut la travailler d'abord pour l'expérience utilisateur

Ce qui est fait pour l'UX sert aussi (un peu) le SEO



Et... une très mauvaise web performance pose des problèmes de SX (search Experience)

Et une mauvaise SX a un impact négatif dans plusieurs dispositifs de l'algorithme de classement

- ❓ L'expérience de recherche influence les filtres mesurant la qualité d'une page web en réponse
- ❓ L'impact est indirect, mais c'est un impact supplémentaire en plus de la présence comme signal dans le cœur de l'algorithme de classement
- ❓ Remarque : encore une fois, le signal est très très faible
 - ❓ Aucune mention dans le guide des quality raters

Aucune mention de la web performance dans les 176 pages du guide des quality raters !!!

General Guidelines

December 15, 2022

General Guidelines Overview	5
Introduction to Search Quality Rating	6
0.0 The Search Experience	6
0.1 The Purpose of Search Quality Rating	6
0.2 Raters Must Represent People in their Rating Locale	7
0.3 Browser Requirements	7
0.4 Ad Blocking Extensions	7
0.5 Internet Safety Information	7
0.6 The Role of Examples in these Guidelines	8
Part 1: Page Quality Rating Guideline	9
1.0 Introduction to Page Quality Rating	9
2.0 Understanding Webpages and Websites	9
2.1 Important Definitions	9
2.2 Understanding the Purpose of a Webpage	10
2.3 Your Money or Your Life (YMYL) Topics	11
2.4 Understanding Webpage Content	13
2.4.1 Identifying the Main Content (MC)	13
2.4.2 Identifying the Supplementary Content (SC)	14
2.4.3 Identifying Advertisements/Monetization (Ads)	14
2.4.4 Summary of the Parts of the Page	14
2.5 Understanding the Website	15
2.5.1 Finding the Homepage	15
2.5.2 Finding Who is Responsible for the Website and Who Created the Content on the Page	16
2.5.3 Finding About Us, Contact Information, and Customer Service Information	18
3.0 Overall Page Quality Rating	19
3.1 Page Quality Rating Considerations	19
3.2 Quality of the Main Content	21
3.3 Reputation of the Website and Content Creators	22
3.3.1 Reputation of the Website	22
3.3.2 Customer Reviews as Reputation Information	23
3.3.3 How to Search for Reputation Information about a Website	23
3.3.4 Reputation of the Content Creators	25
3.3.5 What to Do When You Find No Reputation Information	25
3.4 Experience, Expertise, Authoritativeness, and Trust (E-E-A-T)	26
3.4.1 YMYL Topics: Experience or Expertise?	28
4.0 Lowest Quality Pages	29
4.1 Types of Lowest Quality Pages	31
4.2 Harmful to Self or Other Individuals	32
4.3 Harmful to Specified Groups	33
4.4 Harmfully Misleading Information	34
4.5 Untrustworthy Webpages or Websites	35
4.5.1 Inadequate Information about the Website or Content Creator for the Purpose of the Page	35

Attention : l'impact peut être fort sur l'explorabilité

- ❓ Page trop lente à télécharger
 - ❓ Indicateurs TTFB (plutôt TTLB) à surveiller
- ❓ Rendition du contenu trop difficile



Impact sur l'explorabilité : le temps de téléchargement

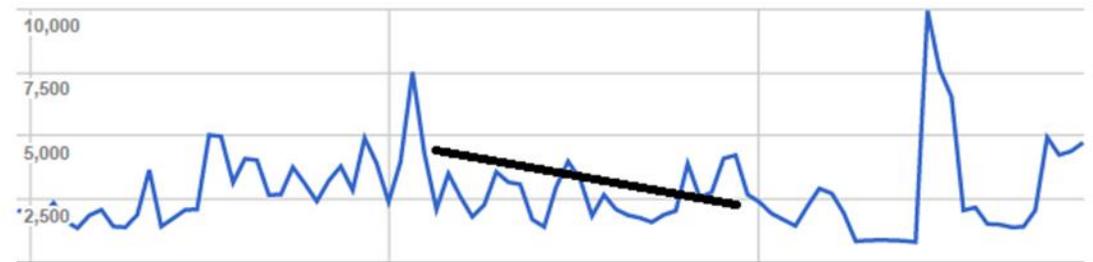
❓ Quand le temps de téléchargement dépasse un certain niveau (autour de la seconde), le comportement de crawl change

- ❓ Baisse du rythme de recrawl
- ❓ Arrêt du crawl

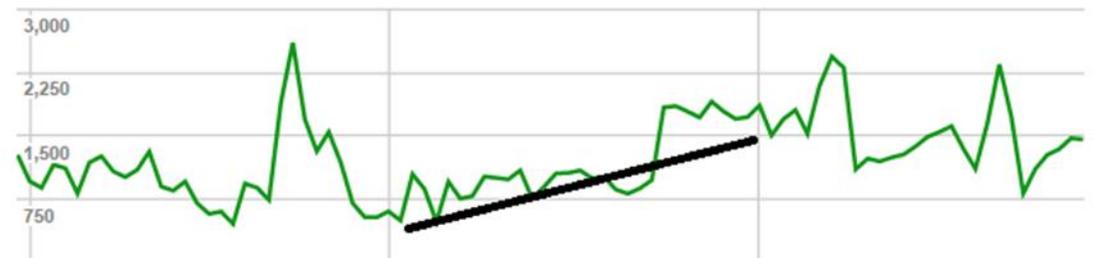
❓ Le rapport donne un temps moyen pour télécharger toutes les ressources (images, js, css, html...)

- ❓ Mais ce n'est pas un temps de rendition : juste le délai pour télécharger le contenu du fichier, pas l'exécuter

Pages crawled per day



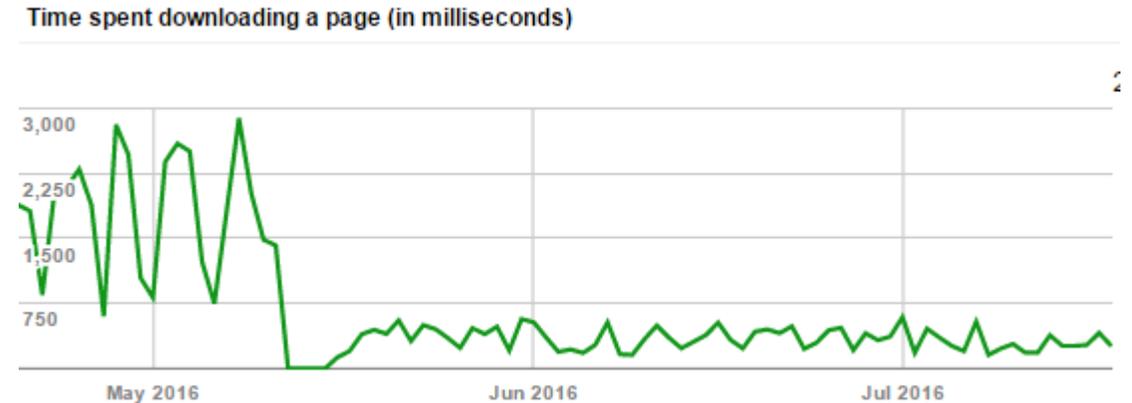
Time spent downloading a page (in milliseconds)



L'impact du download time

Si le DT > 1 sec, Googlebot commence à ne plus télécharger ces pages

- ❓ Un DT correct pour une page web tourne autour de 250 ms
- ❓ Pendant qu'une page lente (1 sec de DT) se télécharge, 4 pages « normales » peuvent être téléchargées
 - ❓ Conséquence :
 - ❓ Les pages non explorées (non téléchargées) ne peuvent pas être indexées, rankées et rapporter du trafic
 - ❓ Les pages lentes risquent d'être explorées moins souvent
 - ❓ Aucune conséquence sur les classements mais grosse perte de trafic et d'opportunités
 - Pages non indexées
 - Pages indexées tardivement



Le « download time » vu par Googlebot

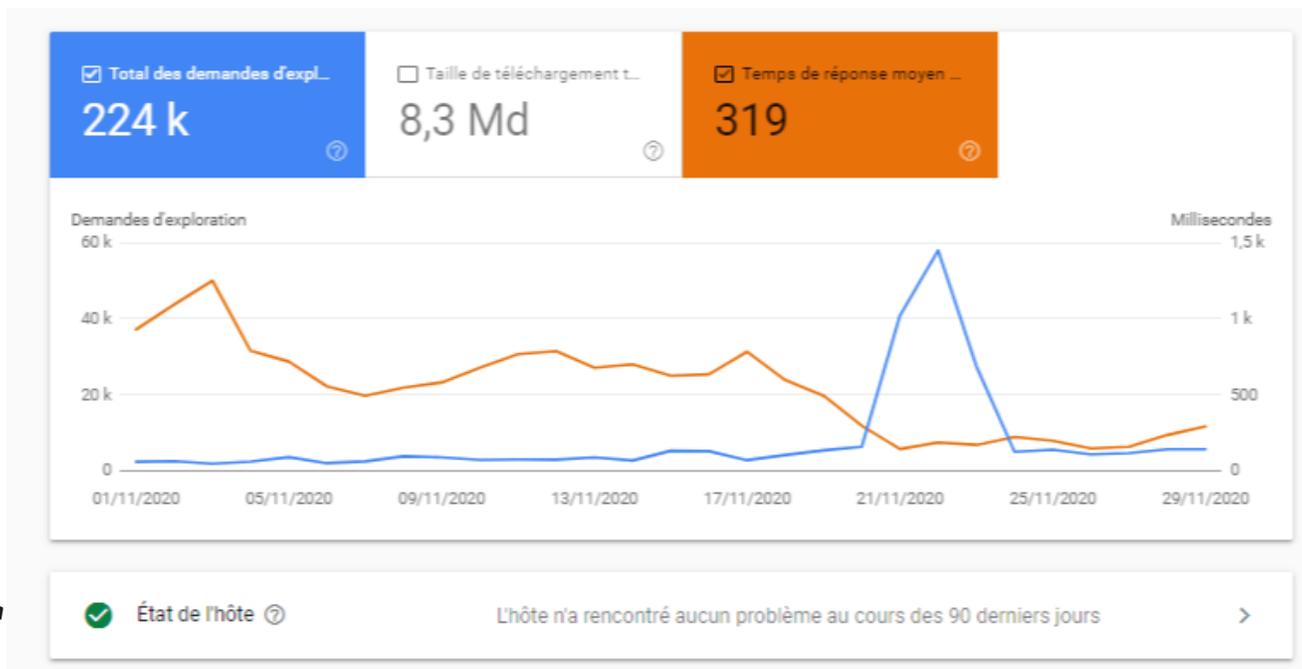
Infos communiquées dans la Google Search Console

- ❓ Le temps communiqué est un temps moyen observé par Googlebot
- ❓ Exiger un DT moyen < 500 ms n'a pas de sens
 - ❓ Ce n'est pas une reco de Google
 - ❓ Le problème se situe au niveau de chaque page, pas des pages considérées ensemble
- ❓ Si le temps moyen est proche de 800 ms, il y'a des chances que le DT de certaines pages soit $>> 1$ sec \Rightarrow oops !
- ❓ Comment identifier les pages lentes (Google ne communique pas les temps individuels)
 - ❓ Utiliser un crawler qui donne les temps de téléchargement par url : Screaming Frog, Botify, Oncrawl,

Nouveau rapport de la search console

Il est ventilé par type de ressources

- ❓ Même constat dans l'autre sens : si le temps de téléchargement baissé => pic de crawl
- ❓ On a maintenant la ventilation des ressources crawlées (mais pas les temps moyens par ressources)

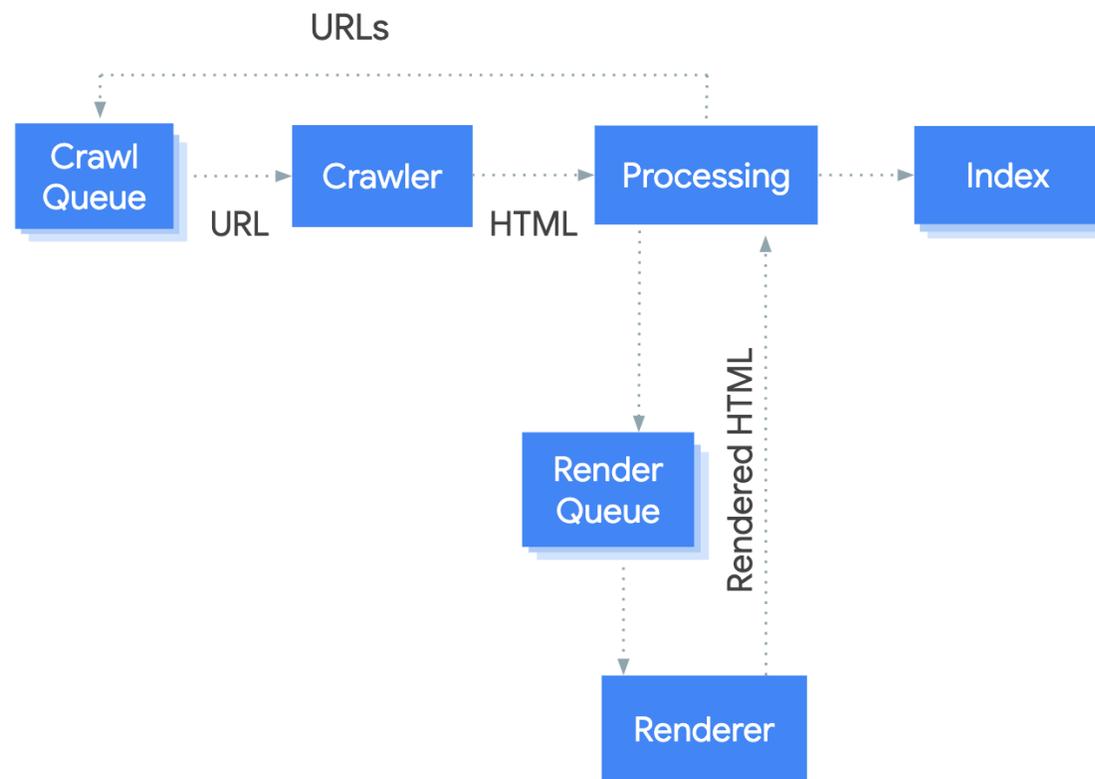


Par type de fichier		
HTML	41 %	▬
JSON	26 %	▬
Image	< 1 %	▬
JavaScript	< 1 %	▬
CSS	< 1 %	▬
Syndication	< 1 %	▬
Autre XML	< 1 %	▬
PDF	< 1 %	▬
Autre type de fichier	29 %	▬
Inconnu (demandes non abouties)	< 1 %	▬

Lignes par page : 10 1-10 sur 10 < >

Mais le temps de rendition a aussi un impact sur l'explorabilité

- ❓ Si une partie de votre contenu est généré en JS côté client (CSR), alors il doit être découvert par le Web Rendering Service de Google (WRS)
- ❓ Si cela demande trop de ressources à Google, votre contenu sera oublié / ignoré
 - ❓ Pb des timeouts
 - ❓ Pb de la charge CPU
- ❓ Aujourd'hui, les temps de rendition nuisent aussi au référencement



Attention aux temps de rendition observés par Googlebot

Ce qui va causer un temps de rendition trop long pour Googlebot :

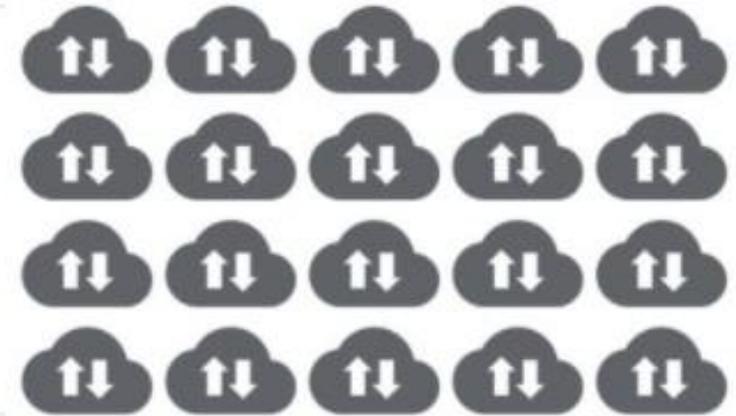
Le JS côté client (en CSR) demande 20x plus de ressources qu'un crawl normal !

Ne tirez pas sur la corde, notamment :

- ❓ Si votre code JS consomme trop de temps CPU
- ❓ Si vous générez trop de « time outs »
 - ❓ Vos ressources sont lentes à charger
 - ❓ Méfiez vous des scripts tiers, des trackers

Fetching

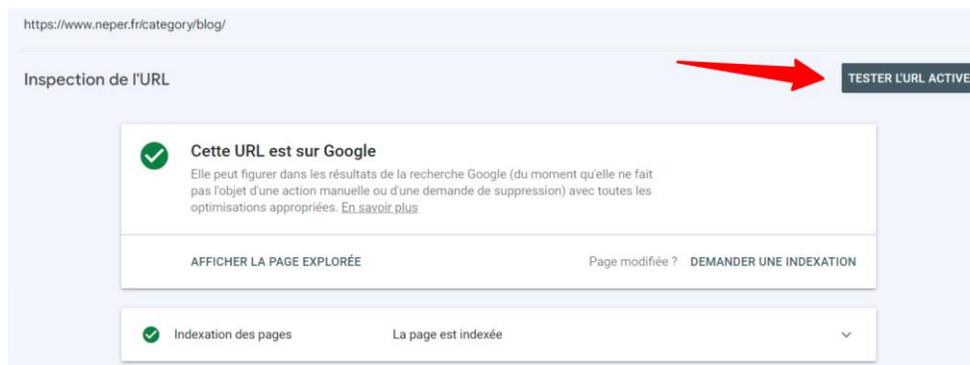
20x



Oui mais comment savoir ?

Effectuez un test d'exploration via la Google search console

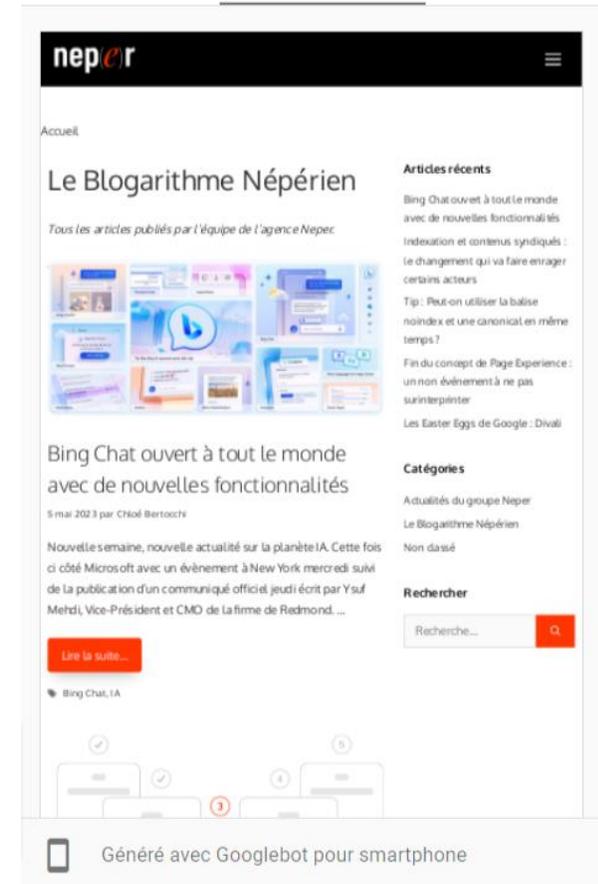
- ❓ Si vous voyez des choses bizarres dans les résultats
 - ❓ Snippet bizarre
 - ❓ Pages qui ne remontent pas sur certaines requêtes
 - ❓ Un modèle de pages qui ne s'indexe pas ou très partiellement
- ❓ Essayez d'inspecter les urls concernées à l'aide de l'outil ad hoc de la Google Search Console



Quelques points d'attention avant de conclure qu'il y'a un problème de time out



- ❓ Pensez à tout regarder : le code obtenu (onglet HTML), l'apparence de la page, (capture d'écran) et les erreurs (dans plus d'infos)
- ❓ Si vous voyez une rendition partielle pour Googlebot, vérifiez si vous ne bloquez pas des ressources utiles à cette rendition via le robots.txt
 - ❓ Images, json, js, css, xml....
- ❓ Vérifiez aussi que vous n'avez pas de cloaking, volontaire ou involontaire
 - ❓ Contenu présenté « spécialement pour Googlebot »
 - ❓ Jamais une bonne idée pour le SEO
 - ❓ C'est contraire aux guidelines (pardon, aux « essentials »)
- ❓ **Si c'est ok de ce côté-là, cela veut dire que Googlebot n'arrive pas à rendre tout le contenu dans le temps qu'il lui a été imparti, avec les ressources qui lui sont allouées**
 - ❓ **Et là, si le contenu oublié est utile au SEO, c'est ballot**



Conclusion

L'impact des Core Web Vitals sur le

- ❓ C'est toujours très important de travailler pour améliorer sa web performance
 - ❓ Pour la conversion, l'UX, la fidélisation ...
- ❓ Pour le SEO... l'impact est faible, et restera faible
 - ❓ Mais pas nul : surtout si vos mauvaises performances plombent votre explorabilité
 - ❓ Googlebot est un utilisateur plus patient que la moyenne, avec des temps de latence optimisés et un browser hyperrapide...
- ❓ Ne travaillez pas les sujets de Web Performance en vous justifiant en disant que cela va améliorer pour le SEO
 - ❓ C'est bon pour le SEO
 - ❓ Mais ce n'est pas un « game changer », juste un « tie breaker »

Merci !
***Et maintenant à vos
questions***

