

Comment les entreprises du Cac40 utilisent Wikipedia pour influencer sur les résultats Google les concernant

Wikipédia qui apparaissant presque toujours sur la première page d'une recherche Google, les entreprises du Cac40 usent de cet exposition garantie pour influencer sur leur référencement et les informations les concernant.

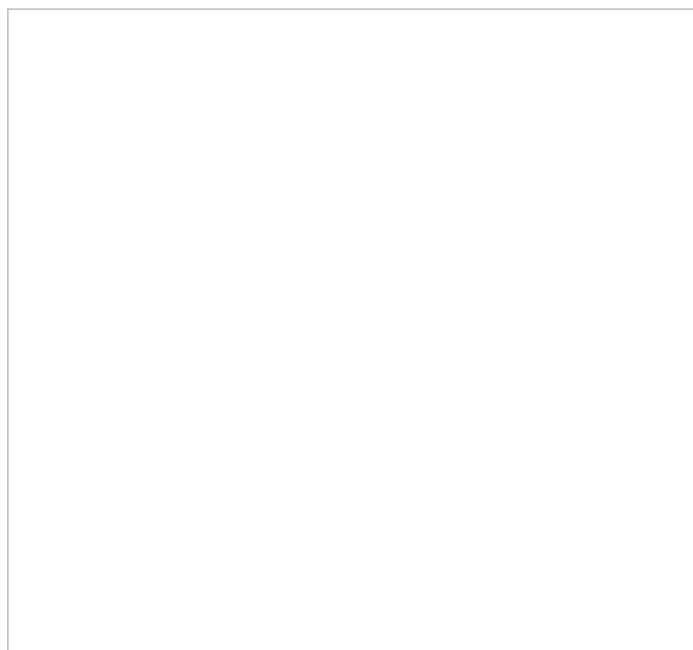
Avec François Jeanne-
Beylot

Une [récente étude menée par le site Intelligent Positioning](#) a analysé la place de **Wikipédia** dans les résultats de Google pour un millier de recherches sur des noms communs en anglais :

- dans 99 % des cas l'encyclopédie est en première page des résultats de Google
- dans les résultats 1 à 5 pour 96% des requêtes
- en première position dans 56% des recherches

Sur le même principe, je me suis intéressé à analyser comment les pages Wikipédia sur les marques du CAC40 ressortaient dans Google lorsqu'on effectuait une recherche sur le nom de la marque. Voici les résultats de mon étude :

- **Le site du groupe arrive presque toujours en première position pour une recherche sur son nom** Quelques sites marchands ou commerciaux de la marque se placent parfois devant le site de présentation du groupe (Carrefour, Bouygues). Bref le premier résultat revient toujours à la marque et à sa communication institutionnelle.
- **dans 95 % des cas l'article sur la marque dans l'encyclopédie est en première page des résultats de Google pour une requête sur la marque.** Seules deux entreprises du CAC40 voient la page de Wikipédia qui leur est consacrée en deuxième voire en troisième page des résultats de Google : Le **Crédit Agricole** a réussi l'exploit de référencer toutes ses agences régionales devant "sa" page Wikipédia, la repoussant au 37^{ème} résultat ! **Safran** bénéficie quant à elle de l'homonimie avec l'épice ... Si présentation encyclopédique du safran sort en 4^{ème} position celle dédiée à l'entreprise aéronautique éponyme n'arrive qu'en 19^{ème} position, en bas de la deuxième page de résultats.



après les sites de la marque, pour une recherche sur le nom de l'entreprise. Pour 18%, soit 7 des 40 entreprises du CAC (Alcatel-Lucent, Bouygues, Crédit Agricole, Legrand Renault, Saint Gobain et Valourec), la page Wikipédia qui leur est consacrée sort en troisième position après les sites de la marque. Le deuxième résultat est alors un site de presse (Le Monde, Les Echos) ou boursier (le plus souvent Boursorama).

Deux exceptions toutefois : les **Caves Legrand** ont réussi l'exploit de référencer leur site entre celui du groupe Legrand et "sa" page Wikipédia, tout comme les **Autos Ladoux**, qui s'intercalent entre Renault et la présentation encyclopédique de la Régie automobile. **Carrefour** voit la page qui décrit l'entreprise dans Wikipédia en quatrième position derrière les sites de la marque, un site de recrutement et un site de loisirs. Safran bénéficie encore des nombreuses pages consacrées à l'épice puisque onze d'entre elles séparent le site de l'entreprise de sa fiche dans l'encyclopédie.

