



ACCUEIL [+ ACTUALITÉS](#) [+ DÉPARTEMENTS](#) [+ PETITES ANNONCES](#) [+ ANNONCES LÉGALES](#) [+ COMMUNAUTÉ](#) [+ SERVICES](#) LIENS

Rechercher

Vous êtes ici : [Accueil](#) > Article : Les maisons de champagne K.-O sur...

REIMS

Les maisons de champagne K.-O sur Internet

Réagir

Envoyer

Imprimer

Sur Internet, les maisons de champagne sont presque toutes invisibles sur la première page des moteurs de recherche.

CHAMPAGNE et nouvelles technologies ne font pas bon ménage. Les sites des maisons de champagne sont quasiment invisibles sur la toile ! L'internaute qui ne connaît pas de noms de marques de champagne et qui voudrait en acheter a peu de chance de tomber sur un grand cru.

La course au référencement sur le web démarre, les maisons de champagne et le « reste du monde » s'affrontent de façon bien inégale. A vos marques. Prêt ? Partez !

Qui en pôle position ?

Faux départ ! Sur la première page de Google, si on tape « Prix champagne », « Champagne vin » ou « magnum de Champagne », le moteur de recherche ne trouve aucun nom de marque. Il redirige l'acheteur potentiel vers des sites de négociants en vin ou de cavistes. Les maisons de champagne sont éliminées d'office.

Seconde course !

En entrant « bouteille de champagne » sur son ordinateur, une seule maison apparaît : Varnier-Fannièr.

Mais le webmestre du site de la marque n'a pas vraiment de quoi se réjouir puisque huit autres entrées le précèdent. Le site du tourisme en Champagne-Ardenne se classe troisième et la pole position revient à l'enseigne « Vinatis ».

Les sites des détaillants envoient les maisons de champagne dans les brancards.

Troisième épreuve. En tapant les mots clefs « champagne », « champagne vente », « acheter champagne » et « vente de champagne » ; seulement deux maisons apparaissent pour chaque entrée.

Ces différentes marques se classent entre la quatrième et la onzième place.

Rien de bien alléchant, c'est presque la médaille en chocolat. Heureusement, il y a les organismes interprofessionnels qui sauvent la mise en se plaçant en bonne position.

Les négociants intouchables

Ultime épreuve. En utilisant les mots clefs « achat champagne », « Champagne demi-sec », « Champagne brut » et « champagne rosé », pour chaque mot, l'internaute peut trouver trois marques différentes classées entre la première et la dixième place. Chapeau bas à la Veuve-Clicquot qui gagne le grand prix du « Champagne demi-sec ». Mais au triathlon du « champagne rosé », cette dernière ne fait pas mieux que septième !

Les sites des négociants arrivent toujours en premier et se disputent la tête du classement. Certains utilisent les noms des grandes marques pour attirer le client sur leur site.

Différentes techniques permettent d'améliorer le référencement sur Internet, mais les grandes marques de champagne ne semblent pas s'y intéresser. Pourtant, les ventes ne sont pas au meilleur de leur forme...

Jean-Christophe LE BLÉVEC

- Relevé effectué au cours du mois de septembre

2009.

viticulture



Agrandir la photo

Pas évident de tomber rapidement sur des maisons de champagne en tapant pourtant quelques mots élémentaires du type « Champagne » ou « Vin ».

Haut de page

Article paru le : **5 octobre 2009**

Envoyer cet article à un(e) ami(e)

Imprimer cet article

[> Articles sur le même thème](#)

[> Articles sur la même localité](#)

Les commentaires (0 commentaires)

[» Tous les commentaires](#)

Réagir à cet article

Login (Email) :

Mot de passe :

[Mot de passe oublié?](#)

Votre commentaire :

Veuillez vous connecter pour pouvoir poster un commentaire !