

Stratégies digitales 2025

SEO, RP digitale, impacts éditoriaux...

Juin 2025



MÉTHODOLOGIE



Les conditions de réalisation de l'enquête et informations complémentaires

ÉCHANTILLON & MODE DE RECUEIL

Enquête réalisée par FLASHS & Abondance du **17 mars au 30 avril 2025** par questionnaire autoadministré en ligne auprès d'un panel de **377 acteurs SEO** âgé(e)s de 18 ans et plus.

Enquête réalisée par  x 

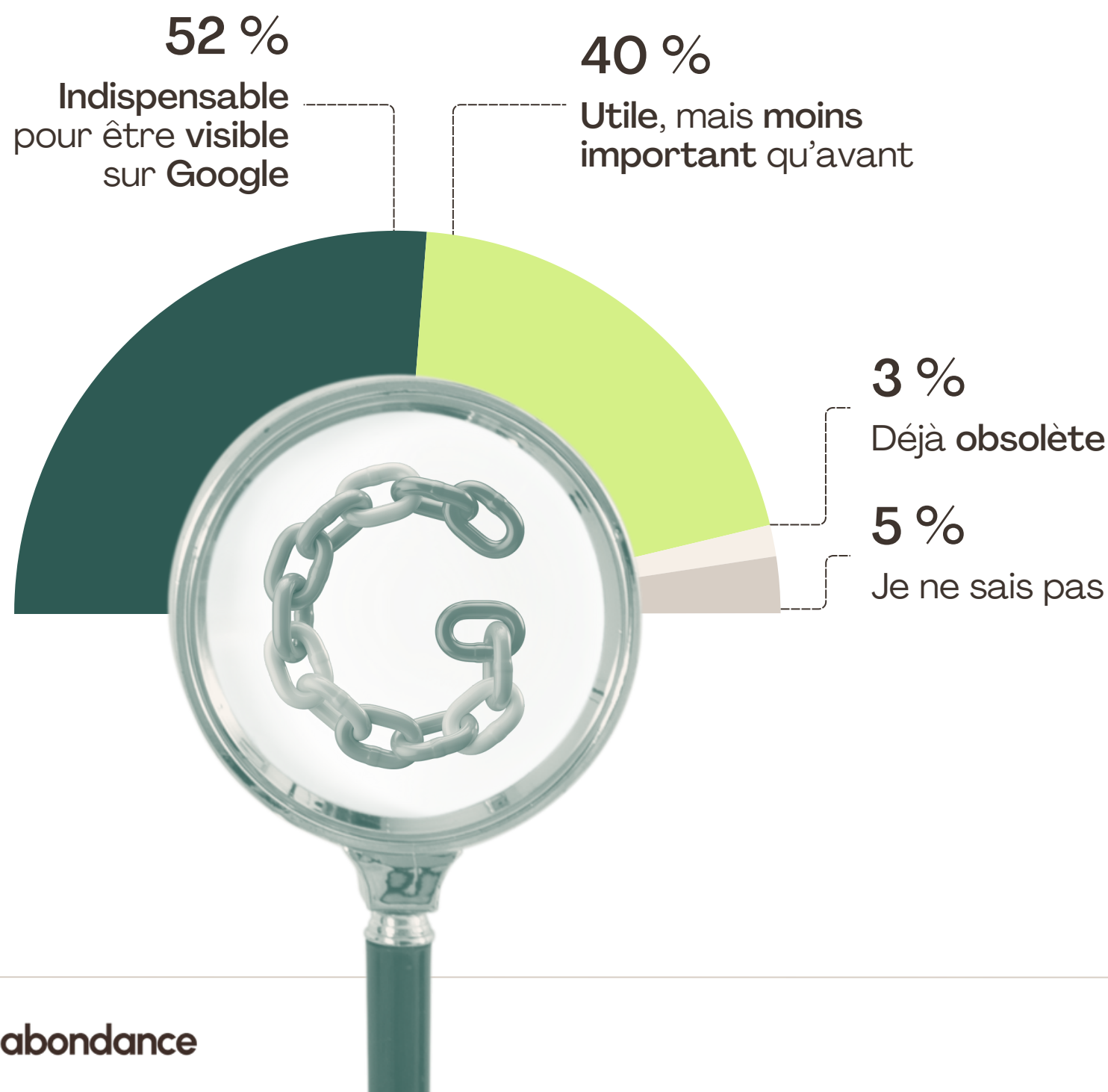
MARGES D'ERREUR

Taille de l'échantillon	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
200	3.1	4.2	5.7	6.5	6.9	7.1
300	2.5	3.5	4.6	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5
1000	1.2	1.6	2.2	2.5	2.7	2.7
1 500	1.1	1.5	2.0	2.3	2.4	2.5
2 000	1.0	1.3	1.8	2.0	2.2	2.2

Perception actuelle du Netlinking

► Quelle est votre perception actuelle du Netlinking ?

Base : À toutes et tous



► Selon vous, quelle affirmation correspond le mieux à la réalité du Netlinking aujourd'hui ?

Base : À toutes et tous

Il faut mixer plusieurs approches
(achat, RP, linkbaiting, mentions)



67%

Obtenir des liens naturellement grâce à un contenu qualitatif est plus viable



25%

L'achat de liens reste la méthode la plus sûre et efficace



6%

Je ne sais pas



2%

Selon les années d'expérience

Moins de 3 ans	57 %
Entre 4 et 10 ans	68 %
Plus de 10 ans	72 %

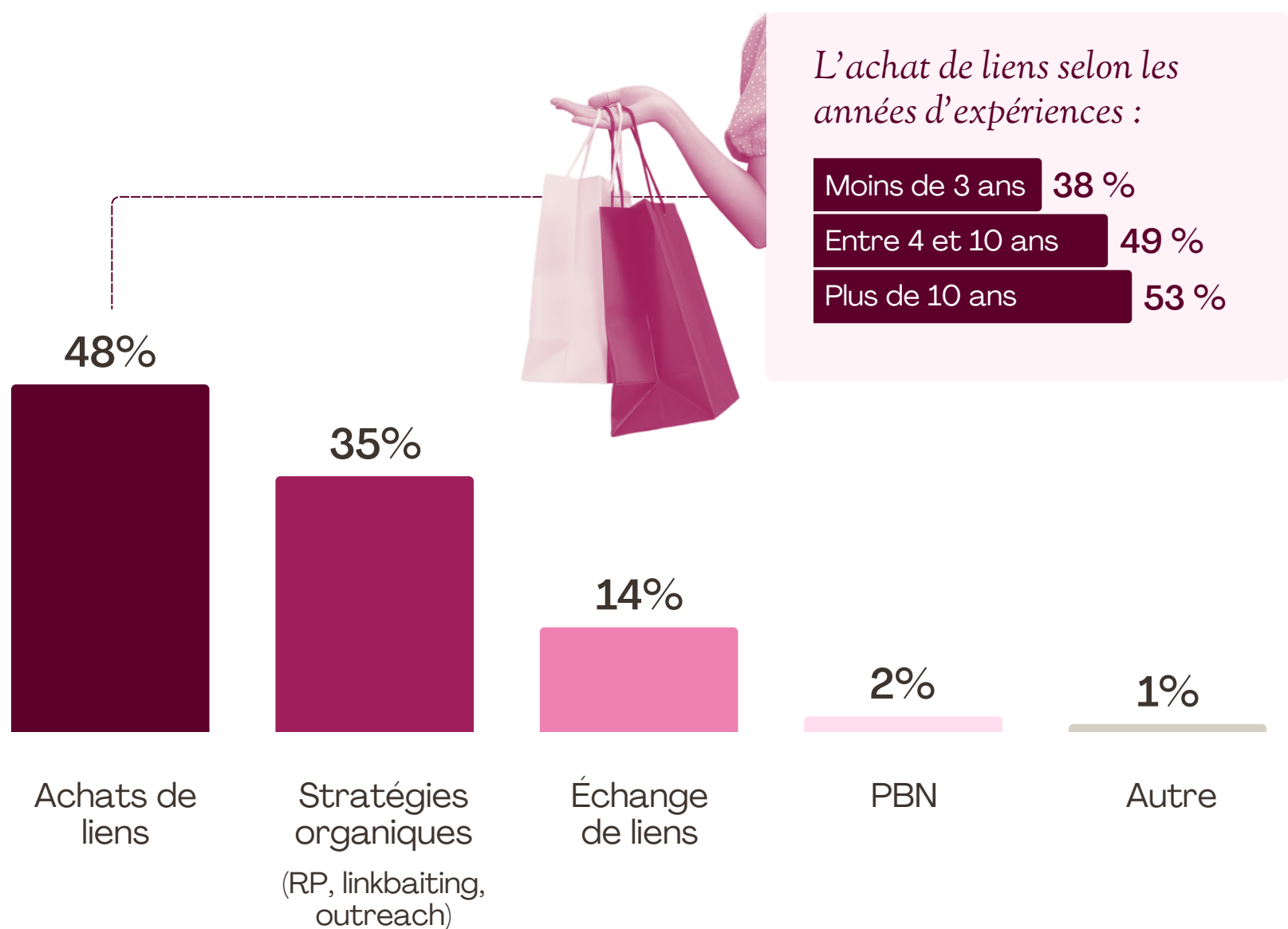
Selon les années d'expérience

Moins de 3 ans	33 %
Entre 4 et 10 ans	25 %
Plus de 10 ans	20 %

Achat VS organique

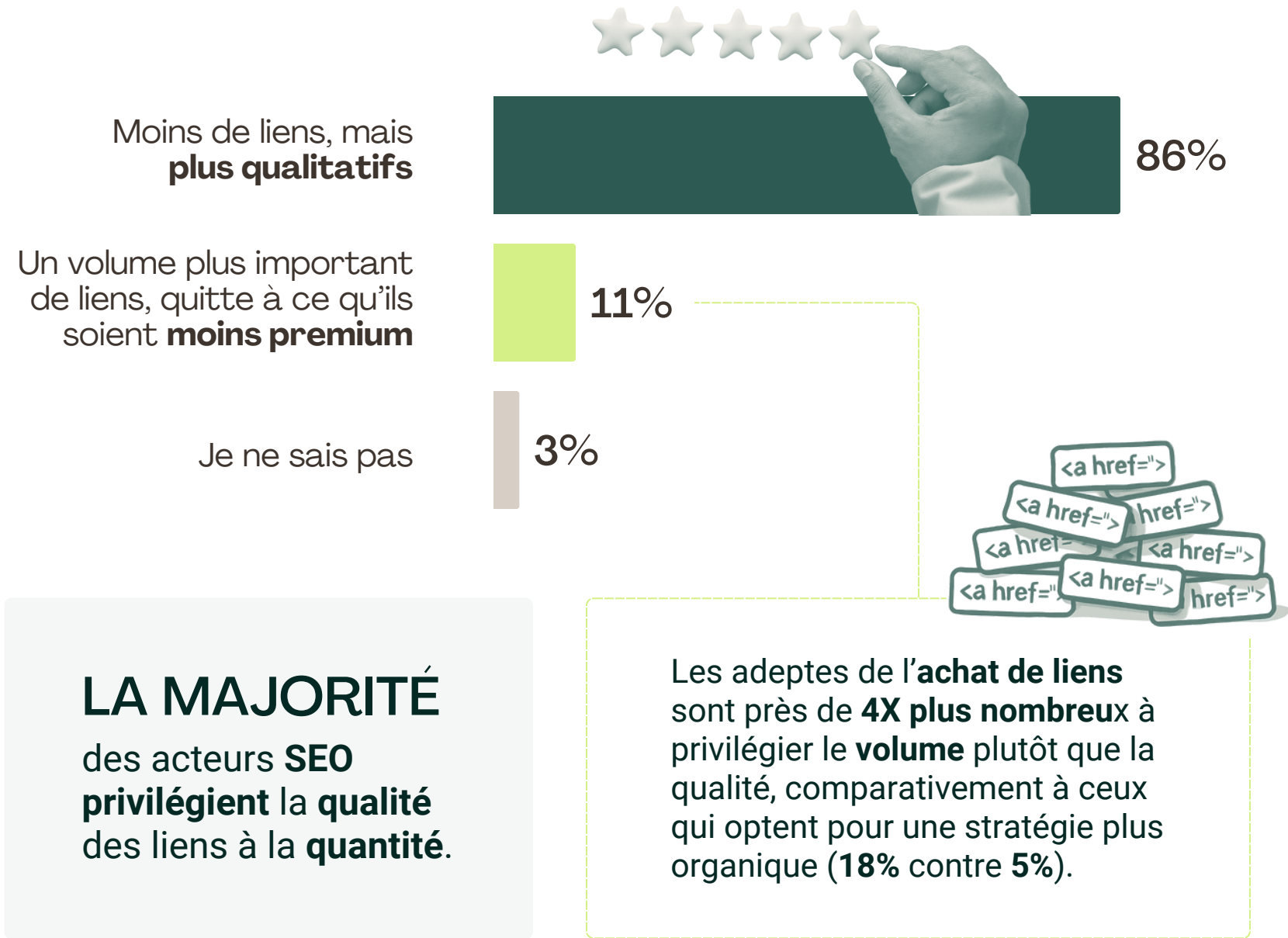
► Quelle est votre approche principale pour obtenir des backlinks ?

Base : À toutes et tous



► Pour un même budget, que privilégiez-vous ?

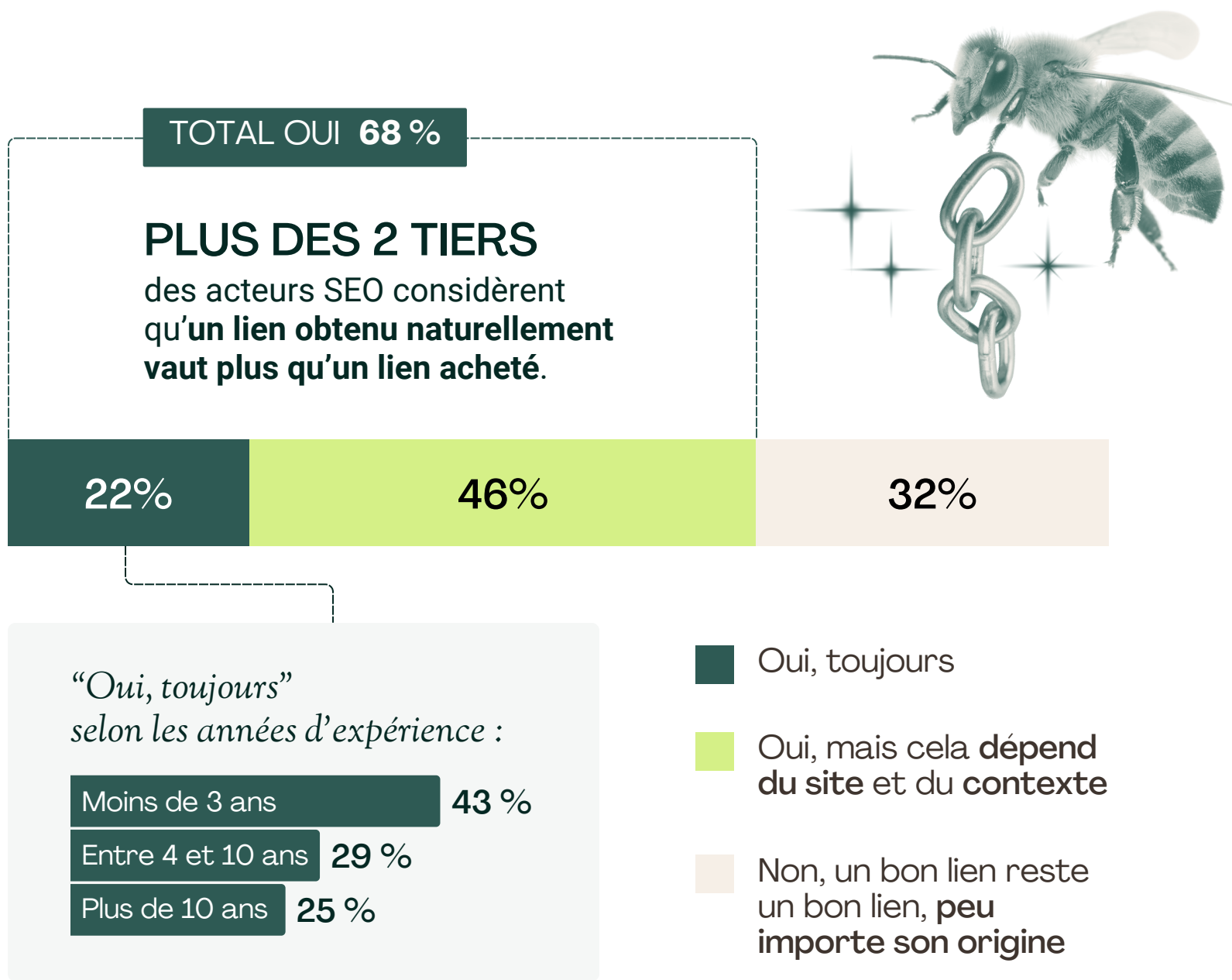
Base : À toutes et tous



La préférence au naturel

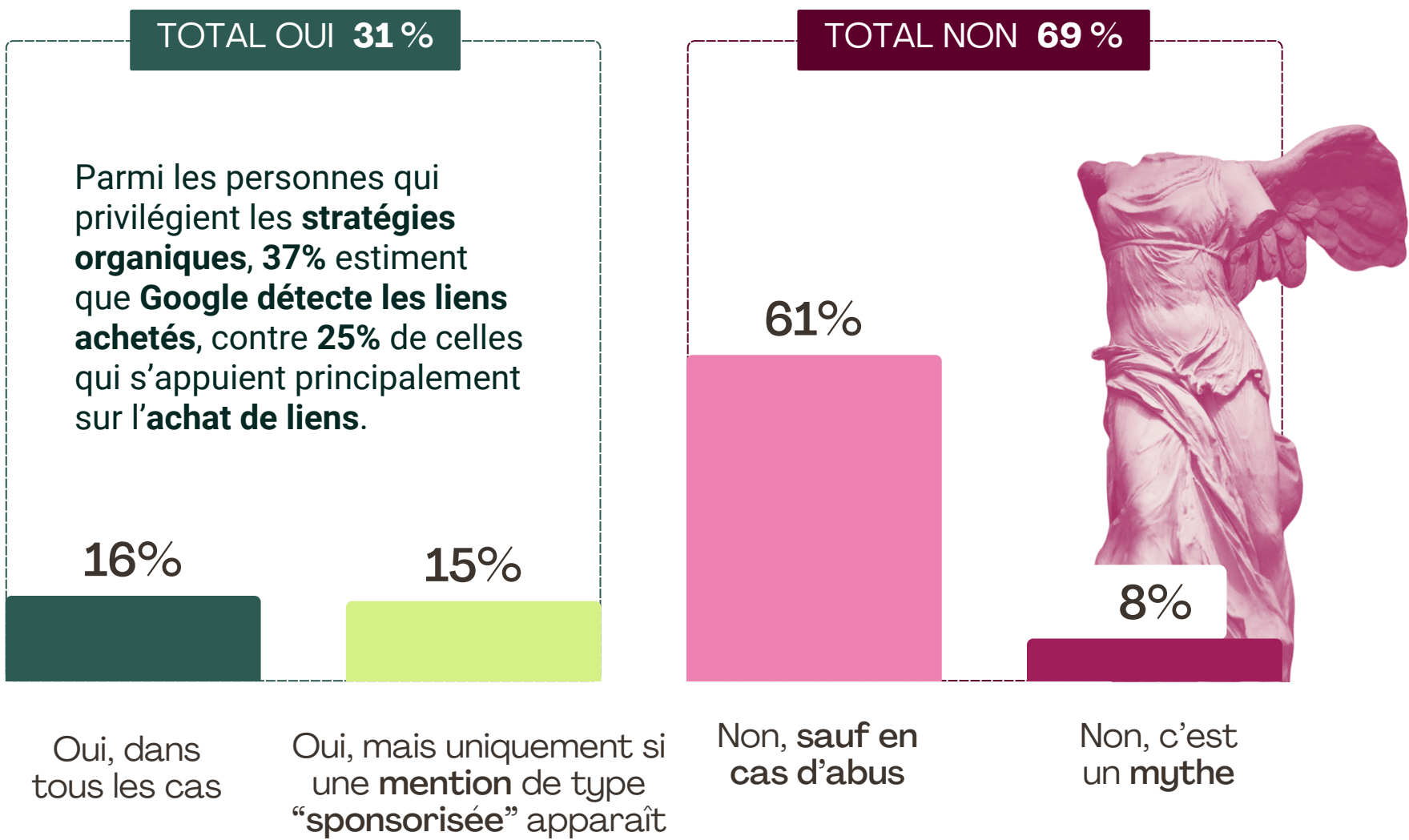
► Selon vous, un lien obtenu naturellement a-t-il plus de valeur qu'un lien acheté ?

Base : À toutes et tous



► Selon vous, Google détecte-t-il réellement les liens achetés ?

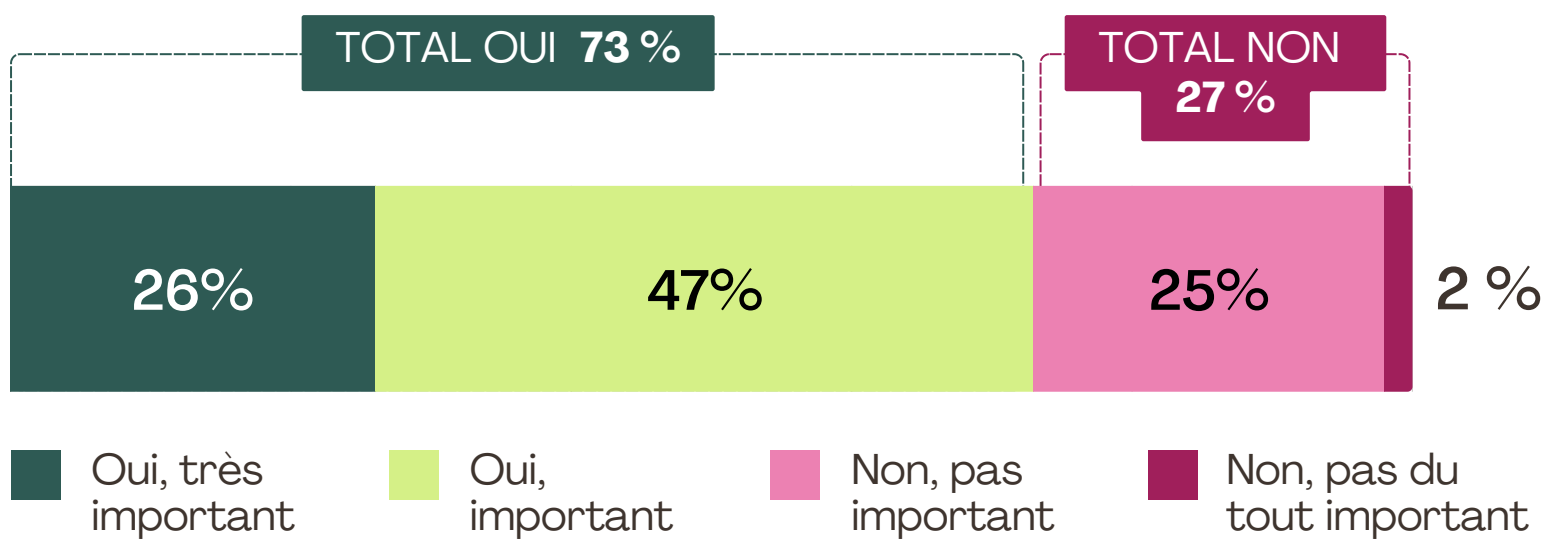
Base : À toutes et tous



Ce que les SEO valorisent : rareté et récurrence

► Jugez-vous important d'obtenir des liens impossibles à acheter, considérés comme rares (par exemple : site gouvernemental, média public...) ?

Base : À toutes et tous



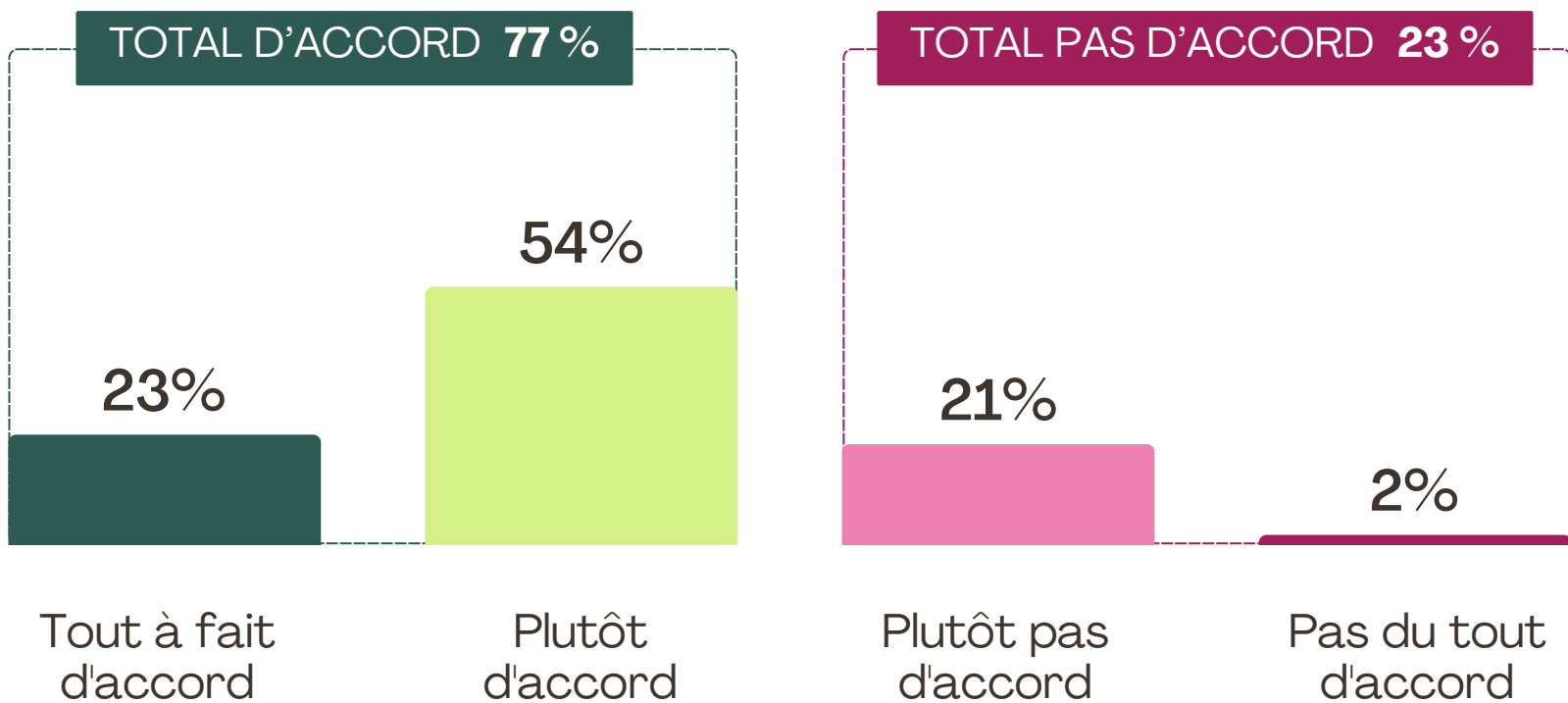
PLUS DE 7 ACTEURS SEO / 10 jugent important d'obtenir des liens non achetables.



► À quel point êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante :

Base : À toutes et tous

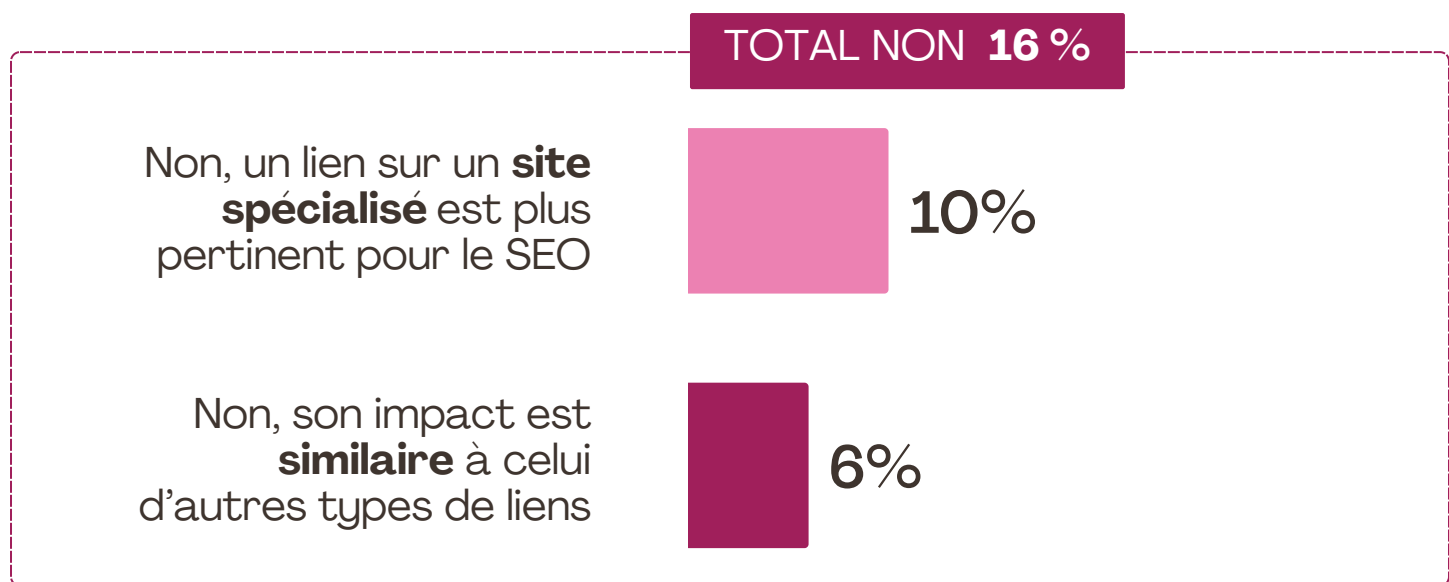
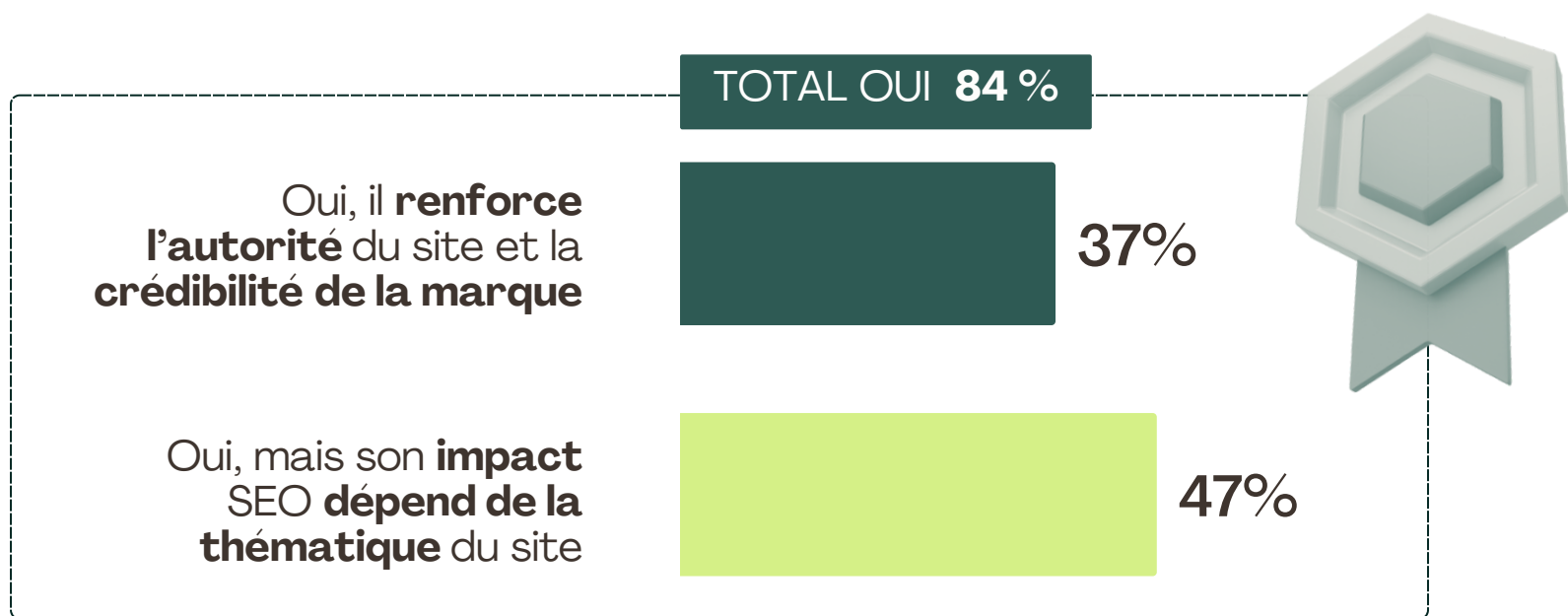
“Obtenir plusieurs liens sur un même média à différents moments de l'année est bénéfique, car cela renforce l'autorité et la crédibilité du site.”



Entre lien et mention, l'essentiel c'est d'être vu ?

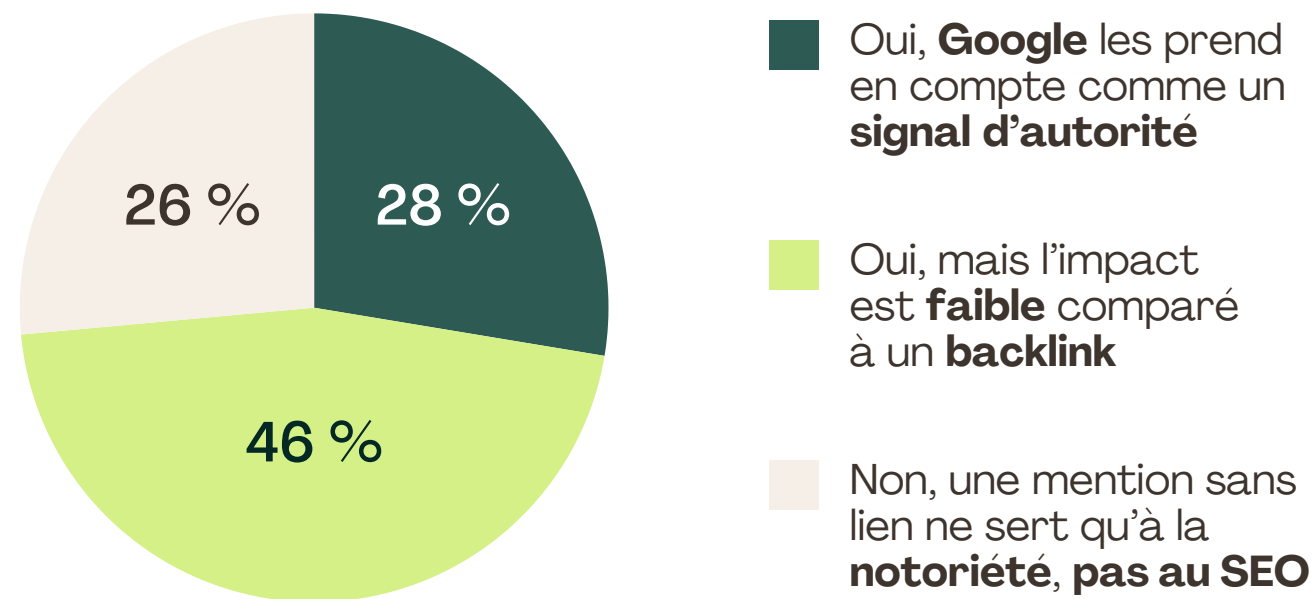
► Pensez-vous qu'un lien obtenu sur un média grand public (ex. : BFM, Le Figaro) est un atout pour le SEO et l'image de marque ?

Base : À toutes et tous



► Selon vous, une mention de marque sans lien peut-elle contribuer au référencement naturel d'un site ?

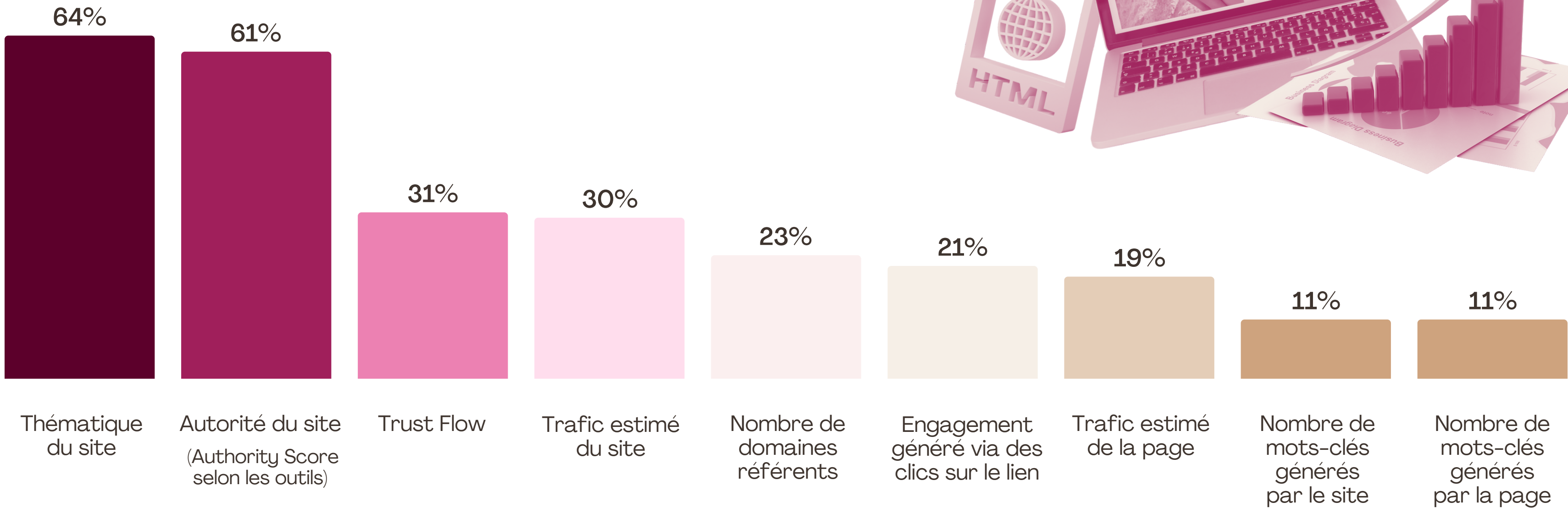
Base : À toutes et tous



Les critères qui comptent

► Quels sont vos critères principaux pour juger la qualité d'un lien ?

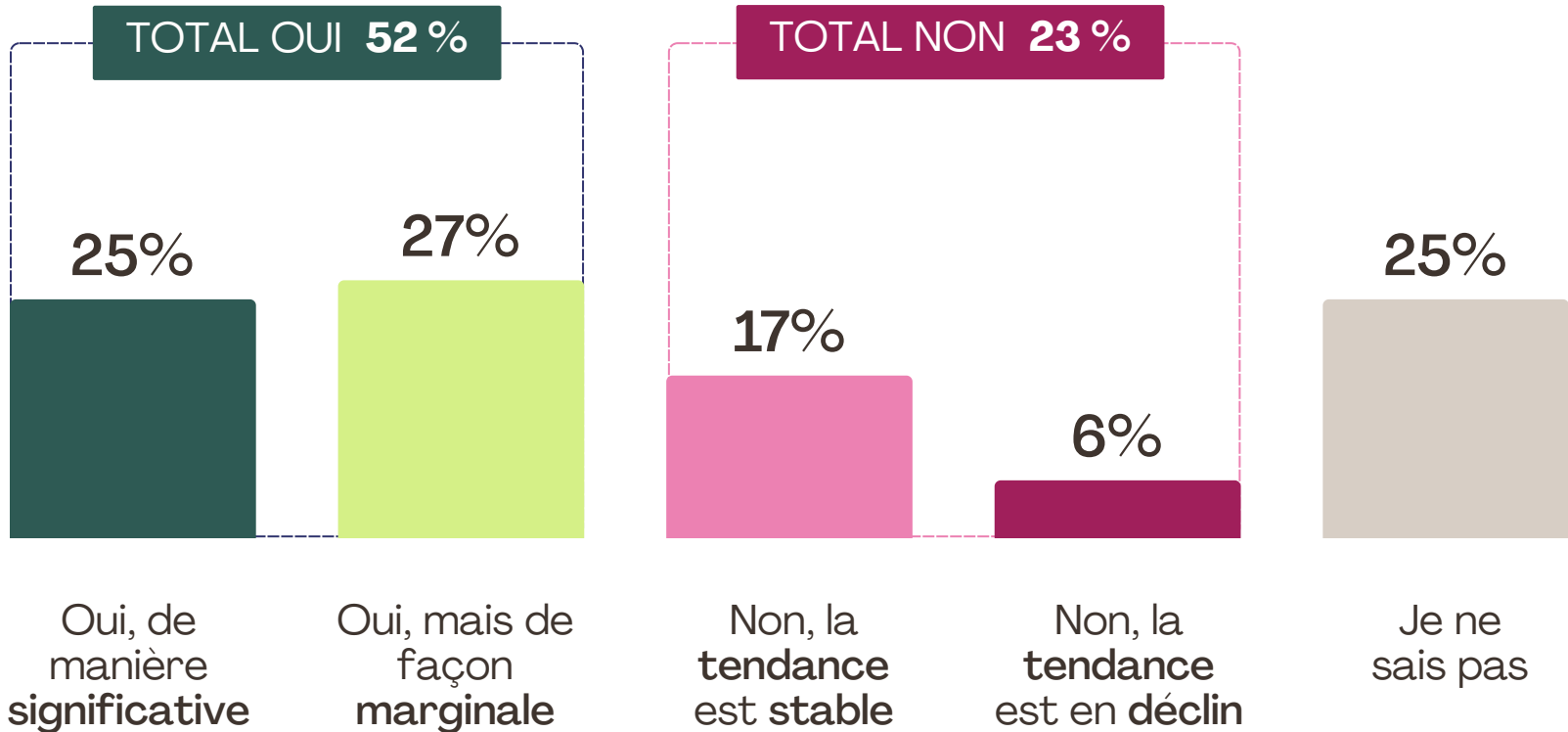
Base : À toutes et tous
Plusieurs réponses possibles



RP digitale : croissance perçue, offre méconnue

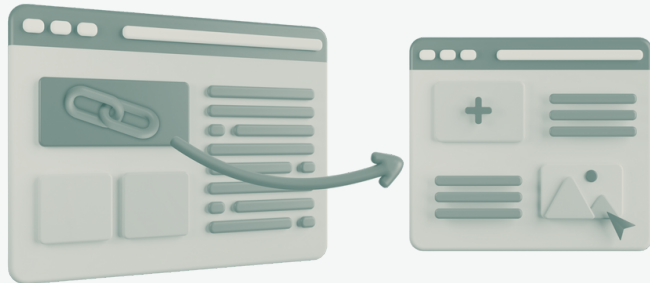
► Selon vous, la tendance mondiale de la RP digitale visant à obtenir des liens organiques est-elle en croissance ?

Base : À toutes et tous



PLUS DE LA MOITIÉ
des acteurs **SEO** pensent que la **RP***
digitale est en **croissance**.

**relations presse*



► Connaissez-vous une ou plusieurs entreprises recommandables en France spécialisées dans la RP digitale pour obtenir des liens organiques ?

Base : À toutes et tous



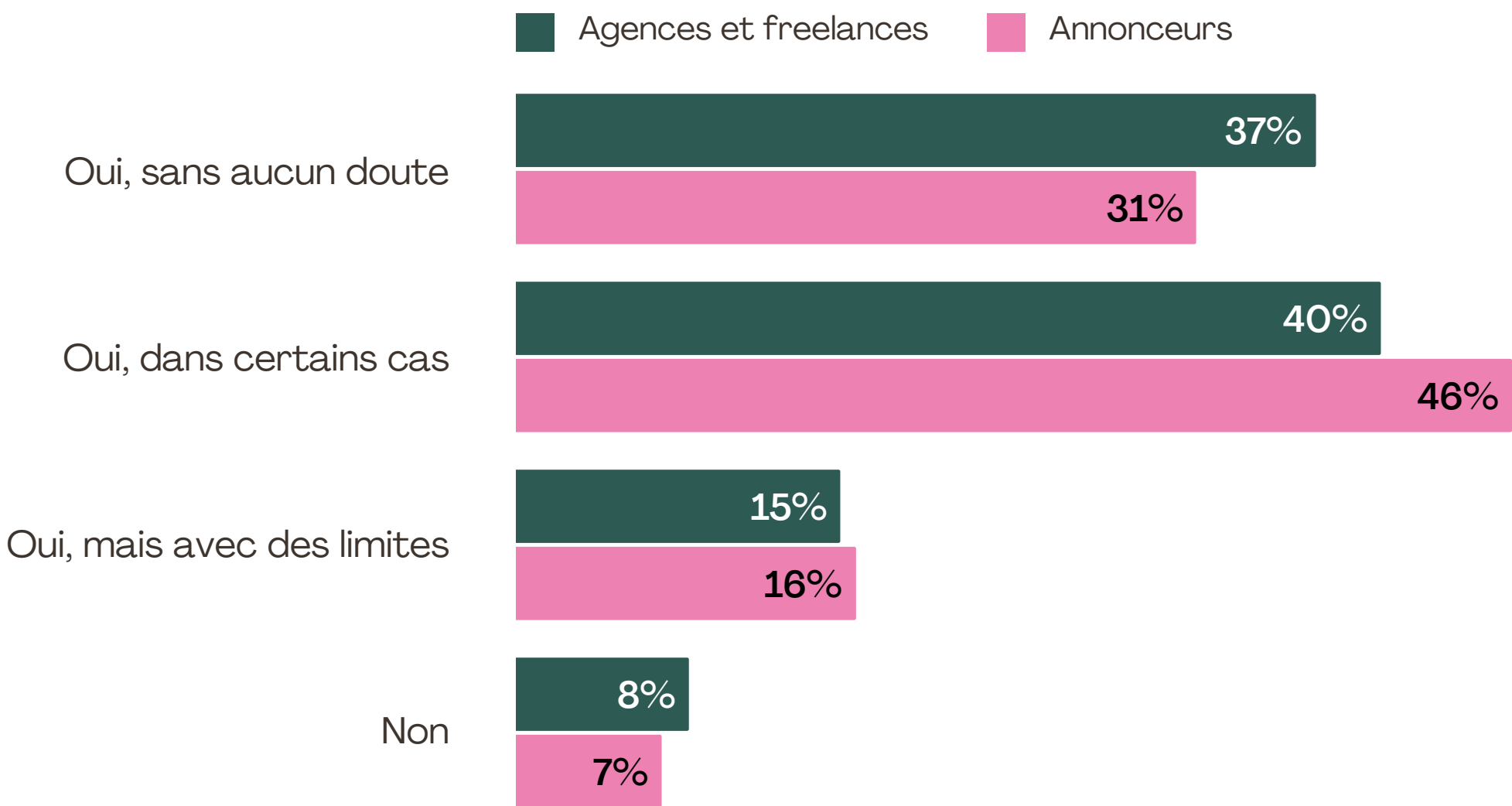
Se démarquer grâce à la RP digitale

► Dans vos prestations pour vos clients, pensez-vous qu'une stratégie de RP digitale puisse aider à démarquer votre proposition ?

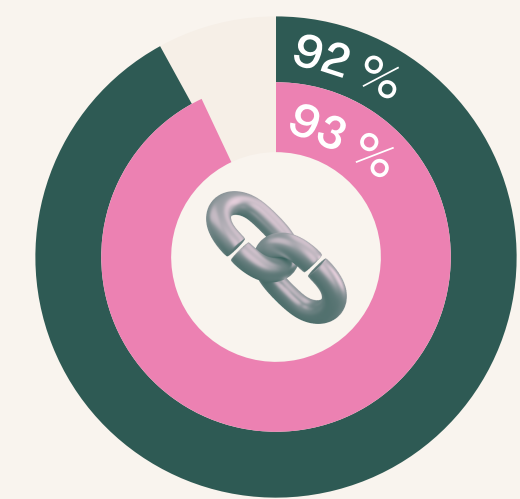
Base : Aux agences et freelances (Effectif : 287)

► Lors d'une proposition d'un prestataire SEO par exemple, pensez-vous qu'une stratégie de RP digitale puisse aider à démarquer sa proposition ?

Base : Aux annonceurs (Effectif : 90)



LA MAJORITÉ
des acteurs SEO pensent qu'une **stratégie de RP digitale** représente un **levier efficace** pour se **distinguer** lors d'un **appel d'offre**.



■ Agences et freelances
■ Annonces

UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR



Institut de sondage spécialisé dans la création de contenus statistiques à fort impact médiatique. En s'appuyant sur les sciences humaines et sociales, il décrypte les évolutions d'usage, les perceptions et les nouveaux enjeux à travers des études ancrées dans l'actualité.



Abondance est le premier média français consacré à l'actualité du SEO et des moteurs de recherche. Depuis sa création, il s'attache à promouvoir un internet plus fiable et durable, fondé sur des pratiques responsables. Référence reconnue dans son domaine, Abondance informe et fédère une communauté professionnelle autour de la confiance, du partage et de l'expertise.