

Chargement en cours...

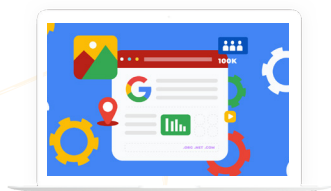
**Suivez le guide pour améliorer
la performance de votre site Web**

Bien comprendre les Core Web Vitals de Google



Sommaire

- 03 **Introduction**
- 05 **Méthodologie**
- 06 **TTFB (Time to First Byte)**
- 09 **LCP (Largest Contentful Paint)**
- 11 **CLS (Cumulative Layout Shift)**
- 13 **TBT (Total Blocking Time)**
- 15 **Max Potential FID (First Input Delay)**
- 18 **A propos de Contentsquare**



En 2021, [Google met à jour son algorithme de recherche](#). Objectif : faire remonter dans certains résultats de recherche les sites présentant les meilleurs Core Web Vitals. Et si on en parle, c'est parce que cela aura un impact direct sur le référencement de votre site...

— Core Web Vitals : qu'est-ce que c'est ?

Les [Core Web Vitals](#), ou Signaux Web Essentiels, mesurent le temps de chargement, l'interactivité et la stabilité visuelle au moyen des trois indicateurs suivants :

- 1- Le LCP (Largest Contentful Paint) est le temps nécessaire au chargement du plus grand élément de contenu d'une page.
- 2- Le FID (First Input Delay) correspond au délai entre le moment où un utilisateur interagit pour la première fois avec une page et le moment où le navigateur répond à cette interaction, peu importe l'élément avec lequel cette personne a interagi.
- 3- Le CLS (Cumulative Layout Shift) mesure la stabilité de la page en surveillant les décalages significatifs des éléments sur la page pouvant frustrer l'utilisateur ou l'induire en erreur.

NB : le FID n'est pas mesuré dans notre rapport car il nécessite l'interaction d'un vrai utilisateur avec une page. À sa place, nous mesurons le Max Potential FID, c'est-à-dire la pire valeur possible du FID dans ce contexte.

En intégrant l'expérience sur le site, cette mise à jour permettra à Google de proposer aux personnes effectuant des recherches un contenu pertinent et des sites proposant des expériences exceptionnelles. Selon une récente [étude de Contentsquare, CommerceNEXT et BizRate Insights](#), la durée des temps de chargement figure au deuxième rang

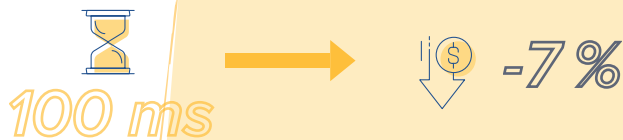
(juste derrière les pop-ups) des plus grandes frustrations lors d'achats en ligne.

Aujourd'hui, l'utilisateur exige des réponses rapides : si votre site souffre de longs temps de chargement ou de pages instables, l'utilisateur, frustré, s'en ira. En comparant les performances de votre site par rapport aux benchmarks de votre industrie, vous saurez identifier les zones à améliorer – ce qui évitera à Google de pénaliser votre site.

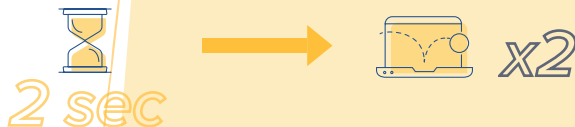
Voici les indicateurs analysés dans 11 secteurs :

- 1- TTFB (Time to First Byte, Premier Octet)
- 2- LCP (Largest Contentful Paint)
- 3- CLS (Cumulative Layout Shift)
- 4- TBT (Total Blocking Time)
- 5- Max Potential FID (First Input Delay)

— Pourquoi le temps de chargement de votre site est-il un indicateur crucial ?



Une augmentation du temps de chargement d'une page web de **100 millisecondes** peut provoquer une **chute de 7 %** du **taux de conversion**.*



Un temps de chargement de **deux secondes** peut plus que **doubler le taux de rebond d'un site**.*

*Source : Akamai

Méthodologie

Nous avons analysé les homepages de **2 000 sites** leaders dans **11 industries**, de manière quotidienne entre le **9 janvier** et le **26 janvier**, à l'aide d'outils de test desktop et mobile dans 4 pays : États-Unis, Royaume-Uni, France et Hong Kong. Pour chaque indicateur de performance évalué sur la page, nous avons récupéré la valeur du 80e percentile sur cette période. Chaque secteur ou région est ensuite représenté par sa valeur médiane dans le présent rapport. Grâce à cette méthode, nous avons compilé la liste des benchmarks de performance de chargement des pages.



2 000

sites web



4

pays :

États-Unis, Royaume-Uni,
France, Chine (Hong Kong)



11

industries*



4

KPI de chargement
de site

** automobile, B2B, cosmétiques, énergie, grande distribution, high-tech, luxe, maison & jardin, retail fashion, services financiers, voyage*

TTFB (TIME TO FIRST BYTE), OU PREMIER OCTET



Qu'est-ce que le TTFB ou Premier Octet ?

Le TTFB (Time to First Byte ou temps de chargement du premier octet) indique le temps écoulé entre l'envoi d'une requête de page web et la réception des premières données par le navigateur (code HTML de la page web associée).

494 ms

TTFB médian sur sites desktop,
tous secteurs confondus

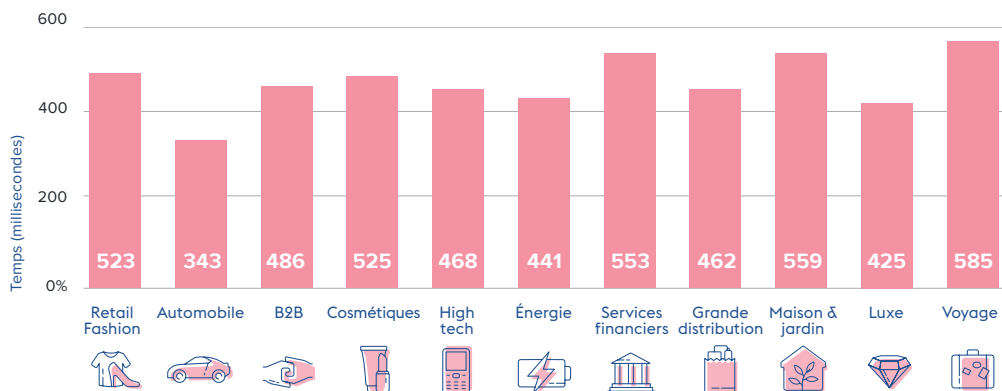
1049 ms

TTFB médian sur sites mobiles,
tous secteurs confondus

Nos données montrent qu'aucun secteur ne respecte la recommandation* de *Google PageSpeed Insights*, à savoir des temps de réponse des serveurs inférieurs à 200 ms.

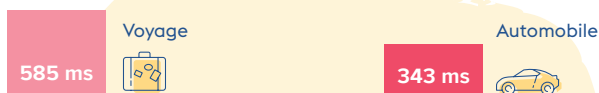
Avec **343 ms**, l'industrie automobile affiche le plus faible TTFB sur sites desktop. Si les **200 ms** recommandés par Google constituent un objectif souhaitable, notons que les sites web respectant ce délai sont très rares (la plupart se trouvant autour de **350-450 ms**).

— Time to First Byte sur desktop par industrie



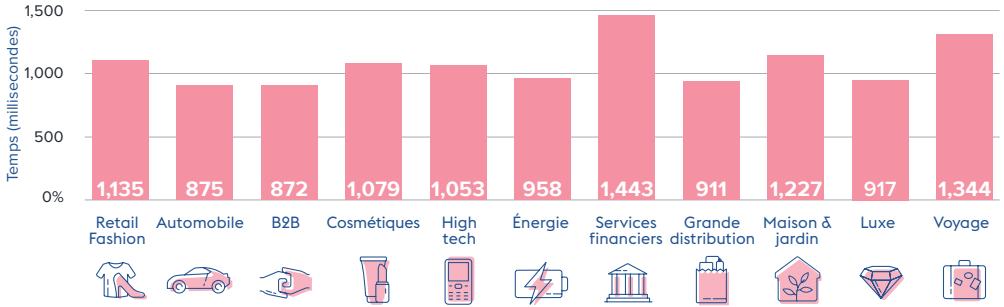
494 ms constitue la valeur médiane de toutes les industries confondues : élevée, elle devrait constituer une source d'inquiétude pour les marques. Il est tout de même important de préciser que **les sites dont le contenu est généré dynamiquement, c'est-à-dire différent pour chaque visiteur (par opposition à du contenu statique, donc le même pour tous), offriront naturellement une moins bonne réactivité** – c'est pourquoi un TTFB desktop de **200-350 ms** reste acceptable. Toutefois, un TTFB supérieur à **400 ms** pourra vous coûter cher en visiteurs et donc en conversions : dans ce cas, nous vous conseillons de rechercher les causes du ralentissement de votre serveur. Les trois secteurs aux TTFB les plus élevés sur desktop et où les marges d'amélioration sont les plus grandes sont : le voyage (585 ms), la maison & jardin (559 ms), les services financiers (553 ms).

— TTFB maximal sur desktop — TTFB minimal sur desktop



Le secteur du voyage affiche le plus fort TTFB desktop et mobile, probablement en raison d'un contenu majoritairement dynamique : en effet, de nombreux sites proposent non seulement des photos et des vidéos inspirantes, donc lourdes en données, mais également des informations sur les prix et les disponibilités directement extraites de sites de compagnies aériennes, de loueurs de voitures et d'hôteliers. Même constat pour le secteur maison & jardin, qui affiche un TTFB élevé – ce secteur gagnerait pourtant à réduire cette valeur pour enrichir l'expérience en ligne et, ainsi, fidéliser ses clients.

— Time to First Byte sur mobile, toutes industries confondues



Sans grande surprise, on constate une disparité flagrante du TTFB entre desktop et mobile – l'expérience mobile souffrant d'une plus forte latence. Tous secteurs confondus, le TTFB mobile médian était de **1 049 ms**, soit **+112 %** de plus que le TTFB desktop médian ! Cette tendance doit interpeller les marques, à l'heure où de plus en plus d'utilisateurs utilisent leur smartphone pour découvrir, rechercher et essayer de nouveaux produits/services en ligne.



Pourquoi mon site affiche-t-il un TTFB lent ?

Certains facteurs peuvent ralentir votre TTFB :

- Le serveur est éloigné du lieu où se trouve de votre visiteur
- Le site est soumis à des règles complexes de pare-feu
- Les temps de recherche DNS sont longs
- La version sécurisée (HTTPS) exige de nombreuses validations de certificat (par ex. certificat EV)
- La connexion internet est lente du côté du visiteur



“Même si un TTFB lent peut être dû à un certificat SSL, il est souvent indispensable de garantir une gestion du cache serveur au plus près de l'utilisateur. Ne croyez pas cependant que le CDN est une solution miracle : la gestion d'une politique de cache n'a d'égale que la gestion d'une politique d'invalidation de cache !”

Boris Schapira, Customer Success Manager - Product



LCP (LARGEST CONTENTFUL PAINT)

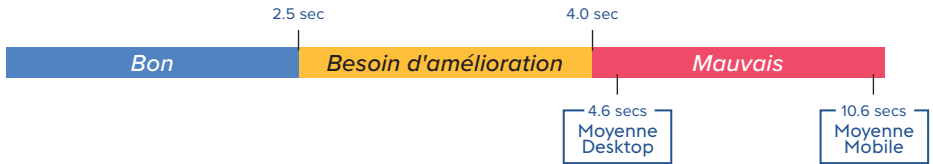


Qu'est-ce que le LCP ?

Le LCP (Largest Contentful Paint ou temps de chargement du plus grand élément de contenu de la page) évalue les performances de chargement, en mesurant le temps requis pour que le plus grand élément de contenu s'affiche à l'écran. Indicateur clé de l'UX, le LCP calcule le moment où un utilisateur perçoit que la page s'est chargée (ce qui l'encourage généralement à rester et à interagir).

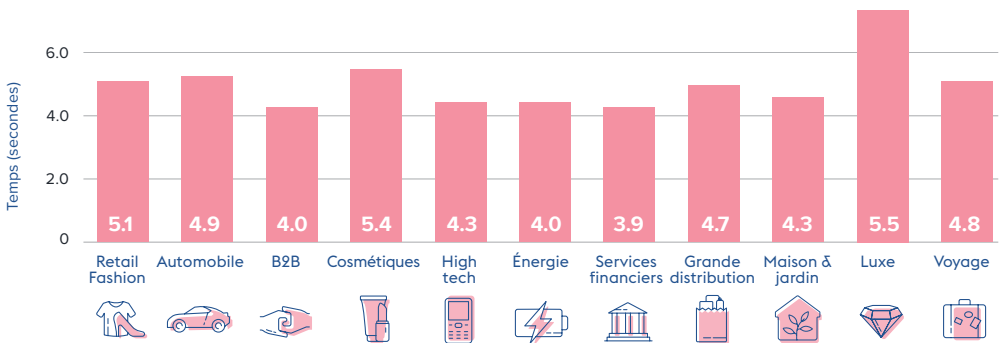
— LCP médian toutes industries confondues

Recommandations selon web.dev de Google



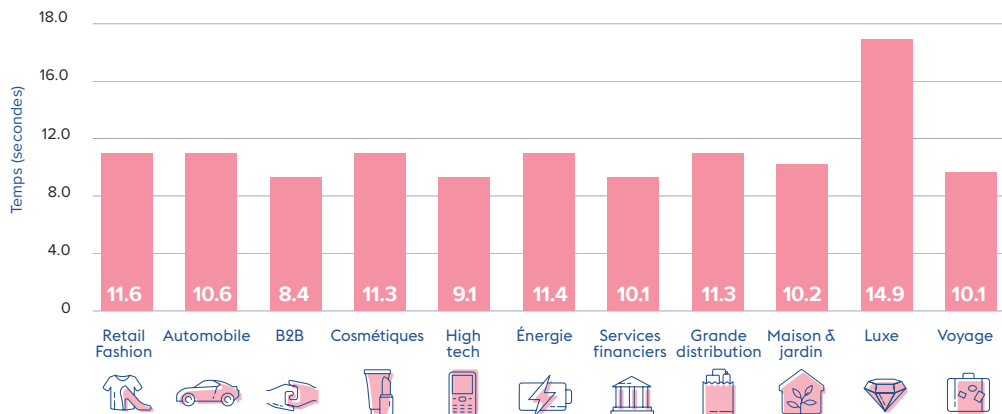
Nos données prouvent que les marques ont encore beaucoup de travail à faire pour atteindre un LCP recommandé (**2,5 s** ou moins) avec un LCP médian de **4,6 s** sur desktop (soit le double du temps conseillé) et de **10,6 s** sur mobile.

— LCP desktop par industrie (en seconde)



Les services financiers (**3,9 s**), le B2B (**4 s**) et l'énergie (**4 s**) affichent les LCP les plus courts. Leurs sites offrent du contenu souvent moins dynamique, plutôt textuel – ce qui peut accélérer les temps de chargement du LCP.

— LCP mobile par industrie (en seconde)



Si tous les sites ont déploré un LCP plus lent sur mobile, c'est le secteur du luxe qui propose un temps de chargement record de **14,9 s**. Le retail fashion (**11,6 s**), l'énergie (**11,4 s**), les cosmétiques et la grande distribution (**11,3 s** chacun) affichent les temps de chargement médians mobiles les plus longs : leurs sites web proposent souvent des homepages avec de nombreuses images et vidéos, ce qui allonge considérablement les temps de chargement du LCP. Médias, images, arrière-plans attrayants et vidéos sont aussi très courants dans le secteur du luxe : s'ils contribuent largement à souligner la qualité des produits, ils allongent considérablement les LCP desktop et mobile.



“Tendance du webdesign depuis quelques années, les images et vidéos en plein écran peuvent pénaliser votre LCP. Ne les rejetez pas en bloc toutefois : c'est un équilibre à trouver, ce que vous perdrez en performance, vous le récupérez en image de marque ! Pour trouver le design le plus adapté, servez-vous d'A/B tests et de focus groups auprès d'utilisateurs.”

Boris Schapira, Customer Success Manager - Product



CLS (CUMULATIVE LAYOUT SHIFT)



Qu'est-ce que le CLS ?

Imaginez : vous parcourez un site web, et vous vous apprêtez à cliquer sur un CTA, un lien, une image... quand tout à coup, les éléments de la page se décalent, ce qui vous pousse à cliquer par erreur sur un autre élément. Vous venez de subir ce qu'on appelle un décalage de mise en page. Pour évaluer la stabilité de votre page, le CLS (Cumulative Layout Shift ou décalage cumulatif de la mise en page) multiplie la fraction de l'impact (partie de l'écran qui s'est subitement décalée) par la fraction de la distance (distance sur laquelle l'élément s'est déplacé vers le bas de la page). Ce calcul est effectué pour chaque décalage sur une page donnée.

— CLS médian toutes industries confondues
Recommandations selon [web.dev](#) de Google

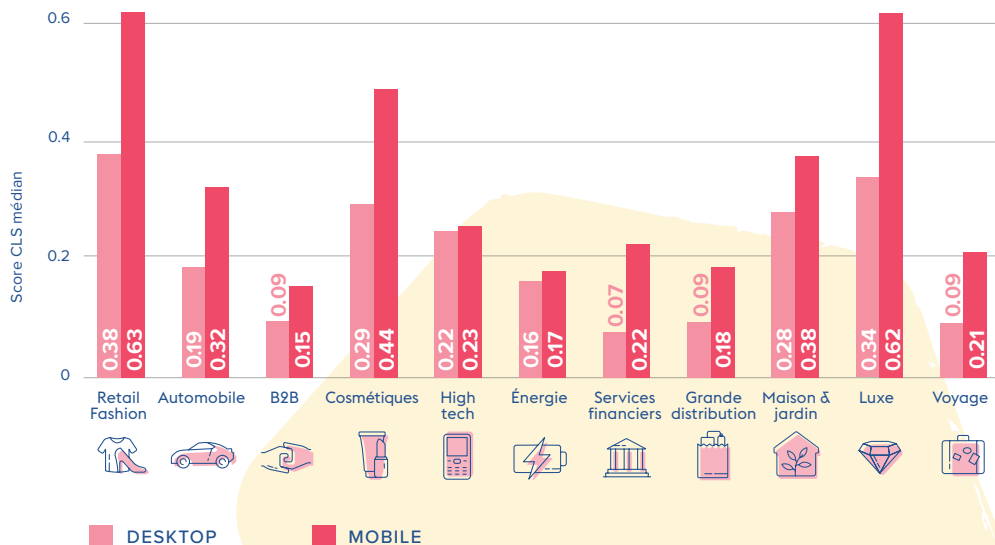


Tous secteurs confondus, le CLS desktop médian est de 0,19 – un score “à améliorer”, selon Google. Côté mobile, le CLS médian passe à **0,29**, ce qui (toujours selon la firme de Mountain View) trahit une expérience médiocre pour les utilisateurs de smartphones. Afin d'offrir aux utilisateurs la meilleure expérience qui soit, **Google recommande aux marques d'atteindre un CLS égal ou inférieur à 0,1 pour 75 % de leur audience.**

Là encore, le retail fashion et le luxe sont les plus mauvais élèves, avec un CLS desktop de **0,38** et **0,34** respectivement. Avec un CLS desktop dans la moyenne préconisée par Google, les services financiers (**0,07**), le B2B, le voyage et la grande distribution (**0,09** chacun) offrent à leurs clients une expérience exempte de décalages de mise en page.

Notons enfin que, si aucun secteur ne respecte les recommandations de Google* sur mobile, le B2B (**0,15**) et l'énergie (**0,17**) affichent les meilleurs temps, tandis que le luxe, le retail fashion et les cosmétiques ferment la marche une fois de plus, avec les moins bons temps de chargement.

— Comparaison des CLS mobile et desktop par industrie



TBT (TOTAL BLOCKING TIME)

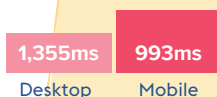


Qu'est-ce que le TBT ?

Le TBT (Total Blocking Time ou temps de blocage total) évalue le temps total durant lequel une page ne réagit pas à une action utilisateur (clic, touche du clavier, etc.) après que la page a commencé à présenter du contenu. Ce temps est basé sur les “tâches longues”, c'est-à-dire la façon dont une tâche monopolise un navigateur web (>**50 millisecondes**) et empêche l'exécution d'autres tâches critiques.

Le TBT est une somme calculée en ajoutant la portion bloquante de toutes ces tâches longues entre le FCP (First Contentful Paint) et le TTI (Time To Interactive), c'est-à-dire le temps nécessaire à une page pour devenir interactive (de façon homogène). On parle de “tâche longue” lorsqu'un morceau de code bloque le thread principal pendant au moins **50 millisecondes**.

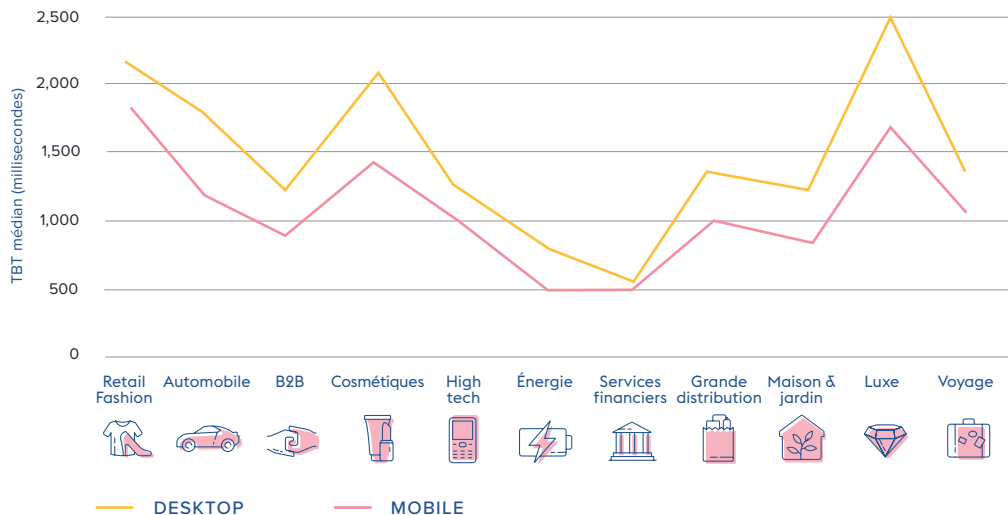
— TBT médian tous secteurs



Certains sites analysés présentent un TBT médian de **1 355 ms** sur desktop et de **993 ms** sur mobile. Très supérieures aux recommandations, ces valeurs TBT peuvent être largement améliorées par les marques. Les sites présentant un TBT entre **300** et **600 ms** sont invités à améliorer leurs scores, alors que *Google recommande* un TBT situé entre **0** et **300 ms**. **Tout TBT supérieur à 600 ms est considéré comme contribuant à une mauvaise expérience utilisateur.**

Une fois n'est pas coutume, Le TBT mobile présente un bien meilleur score que sur desktop : en effet, de nombreux sites n'incluent pas certains modules JavaScript pour devices mobiles. Par exemple, les carrousels produits – courants sur les sites desktop – sont absents des sites mobiles, ce qui a pour bénéfice de réduire les TBT sur smartphone.

Total Blocking Time par industrie



Les services financiers et l'énergie affichent les meilleurs TBT desktop et mobile, bien qu'encore très éloignés des *recommandations de Google*. Le retail fashion, le luxe et les cosmétiques présentent, quant à eux, les moins bons TBT de tous les secteurs étudiés – dans la continuité des autres indicateurs de sites.



“Le temps de blocage total dépend souvent de l'utilisation – ou non – de JavaScript. Pour rendre vos pages plus conviviales, limitez votre utilisation de JavaScript !”

Damien Jubeau, Product Manager



MAX POTENTIAL FID (FIRST INPUT DELAY)



Qu'est-ce que le Max Potential FID ?

Le Max Potential FID (ou premier délai d'entrée - potentiel maximal) est le délai maximal théorique qu'un utilisateur peut rencontrer lors d'une interaction sur une page.

Alors que le FID est collecté à partir des interactions d'un véritable utilisateur interagissant avec une page, le Max Potential FID, lui, est calculable sans utilisateur. La valeur obtenue correspond au pire délai qu'un utilisateur peut rencontrer lors d'une interaction avec une page lorsque celle-ci est la moins réactive.

— Médian Max Potential FID

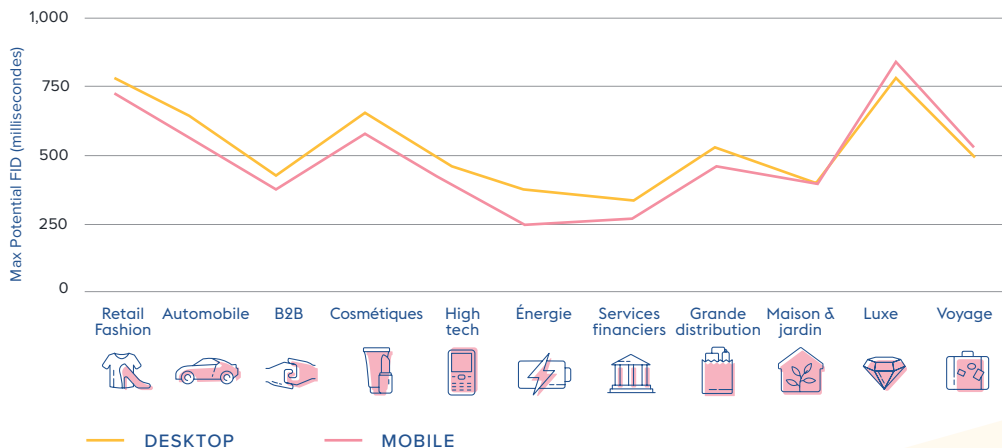
Recommandations selon web.dev de Google



Toutes industries confondues, le Max Potential FID est de **531 ms** sur desktop et de **447 ms** sur mobile. Là encore, l'énergie, les services financiers et le B2B se montrent à leur avantage (desktop et mobile), tandis que le luxe, le retail fashion et les cosmétiques conservent leur mauvais classement...

Les données relevées s'avèrent bien plus élevées que les [recommandations de Google](https://web.dev) (Max Potential FID compris entre **0** et **130 ms**). À noter toutefois, que Contentsquare n'a testé que les indicateurs d'interactivité sur les pages d'accueil des sites – généralement dépourvues d'éléments interactifs supplémentaires, comme des formulaires, des vidéos et des listes de produits filtrables. Aussi nous vous conseillons de vous pencher sur la rapidité d'interaction de vos pages listes : cela vous aidera à déterminer le moment où vos visiteurs peuvent utiliser les fonctions on-page (tri, filtre...), mais aussi l'impact des délais sur votre expérience de site.

— Max Potential FID sur mobile et desktop, par industrie



*Réduisez impérativement
les temps de
chargement des pages*

Cela paraît évident, mais ne gâchez pas votre travail de référencement naturel : en concentrant vos efforts sur les temps de chargement des pages au cours des prochains mois, vous aurez la garantie que votre site ne sera pas pénalisé par la mise à jour Core Web Vitals de Google. Alors que la concurrence digitale bat son plein, n'oubliez jamais qu'un délai de deux secondes suffit à ce qu'un utilisateur quitte votre site pour chercher ailleurs une expérience plus rapide.

Testez gratuitement la performance de votre site et obtenez votre rapport

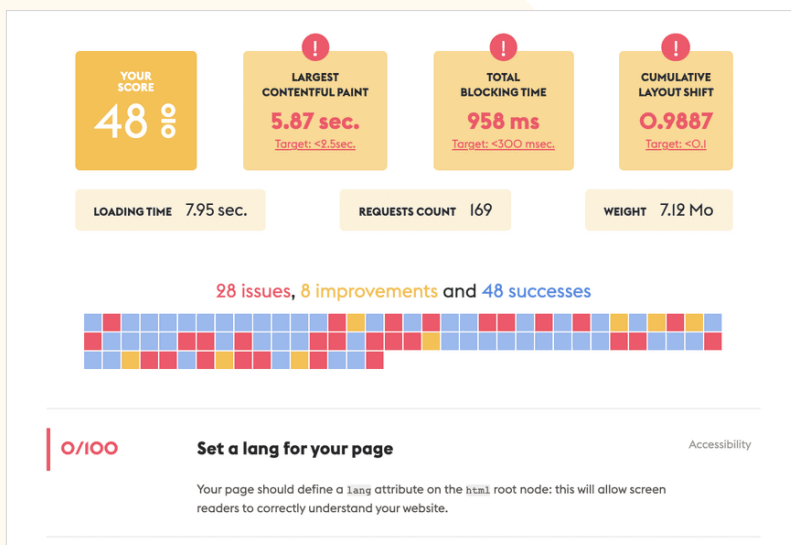
Vos pages répondent-elles aux Core Web Vitals de Google ? Pour le savoir, testez-les !

Soumettez la page de votre choix et constatez par vous-même :

- Performance globale
- Vitesse du site
- Temps de chargement
- Nombre d'erreurs

Obtenez également des conseils pour améliorer immédiatement vos performances, et bénéficiez de mesures prioritaires personnalisées.

TESTEZ LES PERFORMANCES DE VOTRE SITE WEB



Contentsquare permet aux marques de créer de meilleures expériences digitales sur leurs sites web, mobile et Apps.

Notre technologie collecte des milliards de mouvements de souris et d'interactions Mobile, afin d'analyser le parcours des utilisateurs, d'identifier les points de friction, de mesurer la performance des contenus (textes, images, vidéos), et de comparer l'impact des prix et la pertinence des produits. Contentsquare transforme ces données en recommandations, qui permettent aux entreprises de prioriser leurs décisions et d'augmenter leur conversion et leur chiffre d'affaires.

Fondée à Paris en 2012, Contentsquare possède également des bureaux à Londres, New York, San Francisco, Munich, Tel Aviv, Tokyo et Singapour. Contentsquare aide aujourd'hui plus de 750 marques dans 25 pays à proposer une meilleure expérience digitale à leurs clients. Contentsquare, nouvelle licorne française, fait partie du Next40 - l'indice rassemblant les start-ups françaises les plus prometteuses.

Pour en savoir plus, visitez contentsquare.com.

Suivez-nous sur les réseaux sociaux



LinkedIn



Twitter



Facebook



Instagram



