

Avec 'Question Réponse', Yahoo se met à la sauce 2.0

La muraille de Chine est-elle visible depuis la Lune? Voici le genre d'interrogations que les internautes peuvent désormais soumettre à la communauté des 500 millions d'utilisateurs du moteur de recherche Yahoo.

A l'instar de Google est de son service Google Answer ou Lycos avec Lycos IQ, le nouveau service que propose le groupe met l'accent sur la communauté en lui donnant la parole et en lui laissant la liberté de s'auto modérer grâce à un système de points. Comme le précise Christophe Parcot, vice-président Europe du Sud & directeur général de Yahoo! en France : « *Nous avons le sentiment d'être à un instant clé de la vie du moteur. Pour cela, nous mettons l'accent sur l'innovation, avec notamment le lancement d'un pôle européen de recherche et développement à Grenoble. Les équipes françaises vont avoir un rôle essentiel dans la conception de nouveaux services.* » Yahoo va donc s'appuyer sur les ressources du pôle de Grenoble qui est composé de **150 ingénieurs venus de l'acquisition de Kelkoo (le 26 mars 2004)**. Rappelons que Yahoo héberge également le portail officiel de la FIFA dont la maintenance des 9 versions du site fifaworldcup.com est justement assurée par 10 grenoblois. Pour Olivier Parriche, directeur de Yahoo! Search en France et qui se retrouve propulsé à la tête du nouveau pôle innovation européen sur les moteurs de recherche : « *il y a un grand tourbillon dans les moteurs de recherche, en s'orientant vers la recherche humaine et non plus purement algorithmique par mots clefs, Yahoo est en passe de prendre une ampleur encore plus importante* ». Concernant le rôle du nouveau pôle de R&D Olivier Parriche donne son point de vue : « *La création de cette nouvelle structure est une première en Europe. Elle illustre la volonté de Yahoo! d'intégrer les spécificités locales et de donner du poids à l'expertise européenne en matière de recherche. Elle nous permet aussi d'étudier et de tester la convergence de nos nouveaux services pour enrichir et améliorer la pertinence des résultats de recherche.* » D'aucuns diront que Yahoo n'innove pas vraiment avec ce nouveau service. Mais à terme, la combinaison des deux techniques de recherche (mots clefs et recherche humaine) et surtout la grande communauté dont dispose le groupe sont pour l'équipe du moteur de recherche les avantages principaux de Yahoo sur la concurrence. Qui plus est, Yahoo expérimente depuis plusieurs mois ce nouveau service. « *La recherche humaine porte sur les connaissances au sens large* », précise Olivier Parriche « *je pose une question en langage humain et j'obtiens la réponse au langage humain* » précise-le Monsieur innovation de la firme. Interrogé sur les différentes expérimentations de Yahoo en la matière il donne quelques précisions : « *la recherche humaine de Yahoo est née en décembre 2004 à Taiwan, elle a commencé en décembre 2005 aux USA et en janvier en Angleterre. En 15 mois Yahoo Answers Taiwan a connu une forte croissance en terme d'audience de 17% à 67%. Et ce que l'on a observé à Taiwan c'est que passé un seuil critique, le système s'auto alimente. Aux États-Unis, il y a eu 10 millions de réponses en 5 mois et un total de 7,5 millions d'utilisateurs. En part de marché Yahoo Questions/Réponses est déjà troisième* » Selon Patrick Hoffsetter, directeur des produits et services de Yahoo France, « *l'Hexagone est particulièrement bien disposé à ce type de services. Toutes les classes d'âges s'y retrouvent, et perçoivent généralement ce service comme un complément aux forums et blogs* ». Toujours dans cette mouvance du web 2.0, Yahoo Music va dorénavant bénéficier d'un nouveau service: Coming Next (Bientôt là). Un concept simple qui fait la promotion des artistes indépendants puis à chaque fin de mois l'un des artistes est sélectionné par les internautes et est récompensé par un

concert organisé par Yahoo! à l'Olympia. Un service original qui rejoint en quelque sorte l'e-label. Enfin, Yahoo a procédé au rafraîchissement de sa page principale plus interactive et personnalisable. Pour conclure, Christophe Parcot déclare : « *notre ambition est de devenir un grand média interactif français. De simplifier la vie des utilisateurs, donner la possibilité de partager et échanger, mais aussi de divertir.* » La complémentarité des services devrait entraîner un cercle vertueux et garantir à Yahoo une croissance forte. **Retrouvez Christophe Parcot dans un podcast Silicon.fr/VNUnet.fr**