

# Mon Web 2.0 : Yahoo apporte du neuf aux moteurs de recherche

Avec Mon Web 2.0, espace personnalisé et gratuit du portail, Yahoo propose désormais une nouvelle approche du moteur de recherche en plaçant sur la page de résultat un encart qui affiche des résultats issus des informations stockées par l'internaute et sa communauté 'sociale'.

Avec cette approche, Yahoo a réussi le mariage de deux concepts désormais classiques de l'Internet : le moteur de recherche et le comportement 'social' de l'internaute et ses réseaux. C'est une mini révolution qui s'annonce pour les moteurs de recherche, dont la technologie a peu évolué depuis l'arrivée de Google. Certes, les éditeurs cherchent à améliorer régulièrement la pertinence de leurs résultats en évitant les dérives de pollution plus ou moins publicitaire. Mais quelque soit le moteur de recherche, l'internaute rencontre ces problèmes de pertinence. En intégrant une dimension '*social search*' aux résultats proposés par son moteur de recherche, Yahoo implique l'internaute et ses réseaux qui vont constituer un filtre qui permettra d'améliorer sensiblement la pertinence des résultats. Comment ? La fonction '*social search*' de Mon Web 2.0 est une retranscription grand public de Delicious, un service de partage communautaire acquis par Yahoo. L'internaute sauvegarde les pages Web visités qui présentent un intérêt pour lui et les complètent par des tags qui vont apporter une composante sémantique. Cette base sauvegardée sur le portail va constituer le support d'un partage unidirectionnel qui permet à l'internaute de bénéficier des recherches déclarées et qualifiées par le communauté, sans pour autant se faire connaître, s'il le souhaite. Les indexations de la communauté sont accessibles sur la page de résultats selon trois niveaux : personnel (uniquement les pages indexées par l'internaute lui-même), les groupes fermés auxquels il adhère, et l'ensemble du public. Enfin, les résultats sauvegardés par la communauté peuvent être affichés sous forme de '**nuages de tags**', les mots clés indexés par les internautes représentés sur une page avec des mots dont la typographie (taille proportionnelle) diffère selon leur importance sémantique, un module RSS qui amplifie la qualité d'une recherche? « *C'est le premier jalon de notre stratégie 'social web'* », nous confie Olivier Parriche, directeur du Moteur de recherche Yahoo. « *Nous rentrons dans l'ère du partage en adoptant l'angle du Web sémantique.* » Le service Mon Web 2.0 n'est pas encore accessible à tous. Il est accessible via une identification, mais l'inscription est gratuite. « *Mon Web n'est pas encore un produit grand public. Nous devons encore l'améliorer et sensibiliser nos clients à des concepts sur lesquels la majorité reste éloignée, comme la notion de tag.* » Quant au modèle économique ? « *Il ne change pas. Nous sommes à l'équilibre. La page de résultats propose d'abord les liens commerciaux, puis le 'social search', et enfin les liens algorithmiques, la publicité reste donc présente. Notre objectif n'est pas d'augmenter nos revenus mais d'augmenter la pertinence des résultats et de créer de nouveaux usages.* » Prochaine étape de l'évolution de Yahoo Search, le portage en France de Yahoo! Answers, le service de question en langage naturelle qui s'appuie sur la communauté pour partager les connaissances, sur le modèle de l'encyclopédie Wikipedia. Yahoo nous réserver encore quelques surprises? Mon Web 2.0 est accessible à cette adresse : <https://fr.myweb2.search.yahoo.com>.