

# Réseaux sociaux: Google signe avec Twitter face à Microsoft – Facebook

Le marché de la recherche sur Internet bouge à nouveau. Google affirme qu'il vient de signer un accord afin d'implémenter sur Google la base du moteur de recherche du service de *micro-blogging*, [Twitter](#).

De son côté, Microsoft explique faire de même avec **Facebook**, sur Bing, afin de permettre d'obtenir des résultats de recherche en temps réel, sur une requête en rapport avec un fait d'actualité, par exemple.

Interrogé par l'agence de presse AP, Microsoft n'a pas donné plus de précisions sur les différents aspects du contrat mais a seulement expliqué qu'il s'agit d'un **accord non-exclusif**.

Pourtant des bruits de couloirs faisaient état d'un éventuel partenariat entre [Bing](#) et **Wolfram Alpha** afin d'intégrer au sein du moteur une technologie de **recherche sémantique plus poussée**. Pour ce faire, la société Wolfram Alpha avait, à ce titre, annoncé il y a peu l'ouverture de son API. En vain.

De son côté, Twitter s'attache donc les services de Google et Microsoft. Deux poids lourds qui confortent le bon état de santé de la société. Selon une [étude](#) de **l'institut Pew** auprès de 2.253 adultes américains entre août et septembre 2009, **1 9 % des utilisateurs du Net sont aussi des « twiterrers »**. Une hausse importante du nombre d'utilisateurs puisqu'en décembre dernier, ces utilisateurs ne représentaient que 11% des internautes.

Reste qu'il peut apparaître compliqué de démêler une utilisation véritable et entretenue sur [Twitter](#) de la simple inscription. **Selon la Harvard Business School**, il serait plutôt malaisé de considérer le site américain comme un indicateur de l'opinion publique, ou comme un [site de fidélité](#) pour certains de ses membres. Si le site revendique une certaine popularité, l'étude Harvard relate les messages d'un groupe de 300.000 utilisateurs choisis au hasard en mai dernier. Résultat, **seule une minorité de 10% des utilisateurs est à l'origine de 90% du contenu**. Et plus de la moitié des utilisateurs publient des messages à intervalles supérieurs à 74 jours. Statiquement et par utilisateur, cela revient à dire qu' **un internaute ne posterait qu'un seul message sur la durée de vie de son compte d'utilisateur**.

Les poids lourds tournent donc leurs regards vers les services de réseaux sociaux, déjà Microsoft avait fait le choix de multiplier les innovations de son moteur de recherche Bing en annonçant notamment étudier une **nouvelle fonctionnalité particulièrement participative et baptisée Bing & Ping**. Une solution visant à diffuser le contenu d'un résultat de recherche sur différentes plates-formes.

L'avenir est-il au croisement des plate-formes 2.0 ? Un 2.0 <sup>2</sup> en somme.