

Tiercé de tête inchangé sur les moteurs de recherche

Une étude de Hitwise à fin juillet 2005 vient confirmer le classement des moteurs de recherche. Rappelons que, pour l'internaute, ces derniers sont le principal accès à l'information.

Les moteurs de recherche

Google reste largement en tête des moteurs de recherche, avec 39,34% de part de marché, soit plus d'un tiers des internautes et près du double du second, **Yahoo**, qui détient 18,16%. **MSN**, le portail Internet de Microsoft, occupe la troisième place, avec 15,32% de part de marché. Sauf révolution technologique (peu probable) ou incitation financière tirée du trésor de guerre de Microsoft (pourquoi pas ?), Microsoft peut envisager de grignoter la seconde place de Yahoo, mais il lui sera difficile de déloger Google. Suivent les challengers, **AskJeeves** avec 2,09% de part de marché et **AOL** avec 0,96%. **Et les métamoteurs?** En revanche, figurent au classement d'autres 'moteurs' méconnus dans nos contrées, qui sont en réalité des métamoteurs. C'est-à-dire des sites de recherche qui se contentent en réalité d'interroger des moteurs de recherche connus, comme ceux qui figurent ci-dessus, et de restituer leurs résultats sous une autre forme. En n'affichant pas les liens sponsorisés ou publicitaires, par exemple. On retrouve donc dans le bas du classement les métamoteurs américains **MyWebSearch** (0,81%), **Dogpile** (0,77%) et **MySearch** (0,64%). **La recherche d'images** Dans le classement effectué par Hitwise, figurent deux sites de recherche que l'on attendait pas ici : **Google Image Search**, qui avec 3,95% de part de marché vient se placer en quatrième position après MSN ; et **Yahoo! Image Search** qui s'intercale en sixième position avec 1,52%, entre AskJeeves et AOL. Cette place inattendue vient confirmer l'intérêt des internautes, donc des moteurs pour les solutions en ligne de recherche, mais aussi de traitement, des images. Et leur volonté de développer des services sur la vidéo, prochaine étape. **Temps de fréquentation** Autre critère important pour comparer la pertinence d'un moteur de recherche, le temps de fréquentation. La durée d'une session de recherche s'allongera si le moteur propose un contenu pertinent. A ce titre, les deux moteurs d'images sont nettement devant: 14 mn 06 pour Yahoo! Image, 13 mn 39 pour Google Image. Le moteur de recherche Google suit avec une session moyenne de 12 mn 10, suivi de Yahoo 10 mn 59 et MSN 6 mn 31. **Pôles d'intérêt** Enfin, les pôles d'intérêts des moteurs de recherche restent classiques. S'ils peuvent varier très légèrement dans leur répartition d'un moteur à l'autre, leur classement reste à peu près identique. Nous avons donc choisi de n'évoquer que les résultats attribués à Google. Le *Shopping* est en tête (10,68%), suivi des *Loisirs* (9,58%), *Business et Finances* (6,54%), *Education* (6,24%), *Vie Quotidienne* (5,98%), *Information et Médias* (4,58%) et *Voyage* 4%. A noter que le *sex* et la *pornographie*, qui représentent environ 25% des requêtes sur les moteurs de recherche, ne figurent pas dans ce classement !