

Yahoo lance son nouveau moteur de recherche pour mobile

Depuis quelques années, les géants du Web entrent en force dans le téléphone mobile. Yahoo, Google et Microsoft multiplient les accords avec les fabricants et les opérateurs pour porter leurs services Web (recherche, e-mail, *instant messaging*) dans les combinés.

Sur ce terrain, Yahoo marque des points et entend bien battre Google dans deux domaines : la publicité et les moteurs de recherche.

Dans la recherche, Yahoo a installé son moteur dans les mobiles de Nokia, Motorola, RIM, Samsung, HTC et LG. Pour conforter son avance, le groupe annonce aujourd'hui le lancement européen de la nouvelle version de son moteur intégré à sa suite **Yahoo Go for Mobile 2.0**.

Annoncé lors du dernier 3GSM World Congress de Barcelone en février dernier, **oneSearch**, se veut plus précis, plus local que l'ennemi juré Google. « *Les résultats ne ressemblent pas à une longue liste de sites Web. Ils sont groupés, thematisés afin de répondre vraiment à l'attente de l'utilisateur* », explique le géant américain.

Et de préciser : oneSearch reconnaît l'intention d'une requête et propose des résultats en français exploitables depuis les écrans des téléphones portables dotés d'un navigateur et d'un accès à Internet.

« *Ce que les consommateurs attendent d'une recherche sur mobile est totalement différent d'une recherche sur PC* », déclare Christophe Parcot, directeur général de Yahoo! France et vice président Europe du Sud. « *Yahoo! oneSearch a été spécialement pensé pour le mobile. L'application tient compte de ce que des consommateurs recherchent lorsqu'ils sont en déplacement et apporte des réponses pertinentes dès le premier écran de navigation. Yahoo! oneSearch propose de meilleurs résultats en une seule recherche, plutôt qu'un flot de liens vers des sites web habituellement destinés à la consultation depuis un ordinateur* ».

Par ailleurs, oneSearch intégrera prochainement des solutions publicitaires (Yahoo Mobile Web Service) permettant aux annonceurs de cibler les mobinautes sur leur téléphone portable via les principaux réseaux d'opérateurs mobiles. Il suffira au mobinaute de cliquer sur une publicité pour accéder directement au site Web de l'annonceur ou sur une page d'accueil, qui lui permettra d'obtenir toutes les informations nécessaires sur l'offre de l'annonceur et d'entrer en contact avec lui.

Là encore, il s'agit de battre Google sur son terrain de jeu favori. Encore marginal, le marché de la pub mobile est théoriquement promis à un bel avenir si l'on considère la croissance exponentielle de la pub sur Internet.

Reste une question : les services Web sur mobile parviendront-ils à atteindre un trafic de masse ? Car aujourd'hui, malgré la multiplication des lancements, l'usage de ces services reste en dessous des attentes.