

# Yahoo Search intègre les blogs et la photothèque Flickr

Tous contre Google ! Après la nouvelle version de MSN Search, qui n'a pas vraiment convaincu (lire notre article), Yahoo! met à jour son moteur de recherche avec une nouvelle mouture qui propose en plus de la recherche classique, les blogs et les photos postées sur Flickr, le service d'hébergement et de partage de photos de Yahoo!.

Yahoo surfe donc ici sur la vague du Web 2.0, expression fourre-tout qui illustre la « prise de commande » des internautes sur les contenus et les pages Web. *Nous sommes passés d'une ère passive à une ère participative. C'est un des fondements de l'Internet 2.0. Aujourd'hui un internaute souhaite non seulement se forger sa propre opinion en consultant différentes sources, mais aussi participer à l'édition de contenus écrits, photos et vidéos* », explique Antoine Duarte, Directeur Général de Yahoo! en France. « La rubrique actualités de Yahoo! Search s'enrichit d'une sélection d'articles et de photos de 'journalistes citoyens' (sic) en réponse à une recherche d'horizontalité des internautes. Cette nouveauté n'est qu'une première étape dans le développement de services de recherche 2.0 qui seront lancés en France dans les prochains mois », souligne de son côté Olivier Parriche, Directeur de Yahoo! Search en France. Dès aujourd'hui, les utilisateurs de Yahoo! Search qui lanceront une recherche dans la rubrique « actualité » du moteur, accéderont donc à des résultats en provenance des médias traditionnels, mais également à des articles issus de blogs sélectionnés. L'index d'actualités de Yahoo! Search est également enrichi de photos postées par des internautes sur le célèbre service Flickr. Les sources des articles sont affichées dans la partie « résultats » du moteur de recherche, permettant à l'internaute d'identifier la provenance des contenus indexés. Cette approche ressemble d'assez près à Wikio.fr, le nouveau moteur de recherche d'actualités développé notamment par Pierre Chappaz. Là aussi, l'accent est mis sur les blogs et sur les contributions des internautes (lire notre article). Mais Yahoo et les autres ont encore du pain sur la planche pour rattraper l'ogre Google. Selon Comcast, la part de marché du moteur de recherche chéri des investisseurs est passée d'une année sur l'autre en février de 36,3 à 42,3%. Derrière, et malgré leurs efforts et déclarations d'intention, le second Yahoo est passé de 31,1 à 27,6% de parts de marché, et MSN, filiale Internet de Microsoft, qui mise pourtant sur l'effet d'annonce de son moteur de recherche tout neuf et exclusif, a reculé de 16,3 à 13,5%. Le seul qui s'affiche en progression, toute relative, c'est Ask.com, récemment racheté par le groupe de médias en ligne InterActiveCorp, dont la part de marché passe de 5,3 à 6%.