

Conclusion générale

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Que faut-il tirer comme conclusion de ce "benchmark" effectué durant les mois de février et mars 2004, juste après la sortie du nouveau moteur de recherche de Yahoo! ? Voici quelques réflexions qui nous ont effleuré l'esprit durant tous ces tests :

- L'objectif premier de Yahoo!, en lançant ce nouvel outil de recherche, était certainement de poser une première pierre, sans réelle révolution notable, dans le marché du "search", avec un outil ayant pour ambition de faire "au moins aussi bien que Google".

- Il est évident (mais pouvait-il en être autrement ?), que Yahoo! a regardé le moteur de recherche de Google sous tous ses angles avant d'écrire son cahier des charges. YST est proche de son concurrent sur la plupart des aspects (fonctions de recherche, préférences, recherche avancée, syntaxe, "look" des pages, etc.). Jamais réellement plus mauvais, jamais réellement meilleur. Toujours proche.

- Il nous semble évident que Yahoo! a "réussi son coup" en proposant dès le départ, un outil très proche de Google, certes, mais surtout légèrement plus pertinent, ce qui n'était déjà pas une mince affaire. YST a certainement profité de la baisse de qualité des résultats de Google, constatée par beaucoup depuis quelques mois, pour dépasser, de peu certes, le leader actuel en termes de pertinence. De plus, lorsque quelques bugs de jeunesse auront été corrigés, Yahoo! pourrait avoir à sa disposition une première pierre qui lui permettra de bâtir un véritable mur technologique dans les mois qui viennent.

- Un point les différencie cependant : YST est intégré à un portail, alors que Google est un moteur de recherche "pur". Cela n'a peut-être l'air de rien, mais nous semble pourtant très important pour l'internaute. Aller sur un "arbre de Noël" (non, non, le terme n'est pas péjoratif à nos oreilles) comme le portail de Yahoo! pour prendre en compte uniquement une fonction "recherche d'information" n'est pas la même démarche que d'aller sur Google. On aurait aimé un nom de domaine simple comme yst.com ou yst.net (pas la peine de chercher, il sont déjà pris ;-)) pour aller rapidement sur le site rechercher une information. Parce que, franchement, "fr.search.yahoo.com", comme url mnémotechnique, on fait mieux... Ce rôle pourrait alors être dévolu à AltaVista ou AllTheWeb à l'avenir...

Bref, il nous semble évident que le YST d'aujourd'hui ne semble être que les prémices de ce à quoi va ressembler le monde des moteurs de recherche dans les mois qui viennent. Quelque chose nous dit que Yahoo! devrait frapper un grand coup à moyenne échéance, peut-être encore en 2004, avec une deuxième étape destinée à marquer les esprits. Une réelle rupture technologique. Un nouveau moteur ? De nouvelles fonctionnalités ? Une personnalisation plus marquée des résultats en fonction des besoins et attentes des internautes ? Difficile de le dire encore, mais notre conviction est forte sur ce point.

Comme, de plus, Google ne l'entendra certainement pas de cette oreille et que Microsoft pourrait arriver plus tôt que prévu sur le marché, on peut imaginer à quel point le landerneau des outils de recherche va résonner en 2004 d'innovations et d'originalité.

Quant à l'internaute, c'est certainement lui qui sortira vainqueur de cette "spirale de l'excellence". Et ça, c'est vraiment la bonne nouvelle...

Merci pour votre lecture... Et au mois prochain pour une lettre plus... traditionnelle (à moins que, d'ici là, Microsoft ne sorte son propre moteur ;-))

Pour toute suggestion : oa@abondance.com