

# Les moteurs de recherche intelligents vont révolutionner le Net

Par *admin*

Créé le 20/04/2005 - 23:00

## Edito : Les moteurs de recherche intelligents vont révolutionner le Net

*Mercredi, 20/04/2005 - 22:00* [0 commentaire](#)

- [Diminuer la police](#)
- [Augmenter la police](#)
- [Imprimer](#)
- [Version PDF](#)

•

- [Tweeter](#)

•

•

0 avis :



[zoom](#)

Le numéro un de la recherche en ligne Google se met à la recherche locale en ligne. Son service Google Local, en version bêta, est disponible depuis début avril 2005 sur la page Internet de [Google](#), aux Etats-Unis et au Canada. Il couple la recherche locale d'une entreprise, d'un commerce ou d'un lieu public à sa technologie récemment lancée en version test Google Maps.

Concrètement, l'internaute saisit les coordonnées du lieu recherché (son nom et sa ville). Google Local lui propose les adresses correspondant à sa recherche et pour chaque réponse trouvée il dispose d'un plan d'accès. Sur celui-ci, l'internaute peut zoomer et considérer les alentours de l'adresse recherchée en quelques clics. Le plan affiche les noms des rues et quelques points d'intérêt se trouvant à proximité.

Google Local propose aussi de retrouver un itinéraire pour se rendre d'un site à un autre : l'option "Driving directions" livre en fait une simple liste des directions à prendre pour se rendre à bon port. Concrètement, vous cherchez une pizzeria à San Francisco ? Allez sur Google Maps, le service de localisation et de calcul d'itinéraire du moteur de recherche. Une carte des Etats-Unis s'affiche. Vous cliquez sur « Local search ».

Un double champ de saisie apparaît. Le premier pour le service recherché, le second pour la ville. Une nouvelle carte apparaît, à l'échelle de la ville en question, ponctuée de repères correspondant à l'objet de votre recherche. Vous pouvez alors visualiser les pizzerias de San Francisco. Une liste à droite de la carte vous permet de resserrer encore la carte sur tel ou tel établissement.

Mais la grande innovation est ailleurs. Elle réside dans la possibilité, depuis lundi 4 avril 2005, de basculer de la simple carte à l'image satellite correspondante. Les repères permettant de localiser l'objet de votre recherche et la trajectoire d'un itinéraire restent affichés, mais cette fois sur la photo d'une région, d'une ville ou d'un quartier vu du ciel. Ce système permet en un clin d'oeil d'évaluer les distances d'un lieu à un autre et d'effectuer une recherche combinant les critères thématiques et géographiques.

Mais Google évolue également dans ses fonctions plus traditionnelles de moteur de recherche. Conscient des nouvelles attentes des internautes, Il ne se contente plus de fournir une longue liste de liens mais essaye autant que possible de répondre directement à leurs questions en indiquant sa source d'information. Cette fonction, baptisée Q&A (pour Question and Answer, soit question et réponse), est encore limitée mais son succès est tel qu'on voit bien qu'elle représente une tendance appelée à un développement fulgurant.

Les grands rivaux de Google ne s'y sont pas trompés, à commencer par Microsoft qui propose un service équivalent sur son récent moteur MSN Search. « La logique de notre moteur est plutôt de trouver les réponses que d'afficher des résultats », explique Sabrina Bucquoy, chef de produit MSN Search. La possibilité de poser la question en langage naturel s'inscrit, selon Microsoft, dans cette logique. « Une requête compliquée sur deux n'aboutit pas et le temps moyen d'une recherche atteint onze minutes. Il est donc impératif pour nous d'apparaître comme un outil de qualité et non comme un simple indexeur de pages Web. » D'ici à la fin du mois d'avril, les internautes français pourront eux aussi obtenir des réponses à leurs questions encyclopédiques, en les formulant à leur guise.

Yahoo! ne veut pas être en reste et répond lui aussi directement aux internautes à travers ses « raccourcis de recherche ». Disponibles en version française, ils concernent plusieurs sujets : météo, actualités, traduction, cotations boursières, conversion de devises, etc. En haut de la page de réponse, l'internaute obtient immédiatement la réponse à sa requête : les dernières actualités concernant le référendum sur la Constitution européenne ou le graphique du cours de l'action Renault. Mais Yahoo! va encore plus loin en s'associant avec l'encyclopédie libre Wikipedia. Cette dernière intègre déjà le moteur français de Yahoo! pour les requêtes concernant les pays. Ainsi, en écrivant « Chine » l'internaute obtient une fiche synthétique du pays extraite de Wikipédia (résumé rapide, population, capitale, superficie, langue officielle), en même temps que le lien renvoyant vers l'encyclopédie elle-même.

On voit bien les enjeux techno-industriels considérables qui se profilent derrière ce saut qualitatif que sont en train d'effectuer nos moteurs de recherche. Demain, nous pourrions poser à ces moteurs des questions complexes, intégrant plusieurs critères, et avoir la réponse directement et immédiatement. Il sera alors possible d'obtenir une réponse directe à une question du genre « Quelle est l'évolution du nombre de cancers du sein chez les femmes de plus de 60 ans en Ile-de-France entre 1970 et 2005 ? »

Mais cette réponse comportera bien sûr plusieurs niveaux de complétude et, si nous voulons un véritable dossier sur une question pointue, intégrant les éléments d'informations les plus récents, il nous faudra payer pour cette « valeur ajoutée informationnelle ».

Mais cette révolution dans les moteurs de recherche ne s'arrêtera pas là et concernera également les modes d'interrogations. Grâce aux extraordinaires progrès de la reconnaissance et de la commande vocale, il sera également possible d'interroger vocalement nos moteurs de recherche et d'obtenir une réponse

orale, ce qui sera un mode de consultation bien plus intuitif et naturel, surtout pour les personnes âgées. En outre, Il sera alors possible de s'affranchir de l'ordinateur et d'utiliser un simple téléphone, ou son mobile, pour demander à son moteur favori « Combien y-a-t-il de chambres d'hôtes catégorie 2 épis libres ce soir dans un rayon de 30 Km autour du Lac d'Annecy ». Notre moteur nous répondra alors « Seules trois chambres correspondent à votre demande, je vous envoie le descriptif audio-vidéo de ces trois chambres, pour réserver l'une d'entre elles, dites à tout moment : appel. »

On imagine bien sûr la multitude de services personnalisés qui pourront être associés à de tels systèmes de recherche : audioguidage jusqu'à la chambre, audio signalement des curiosités et spectacles touristiques situées sur le trajet, information sur la météo locale, réservation et paiement à distance par mobile de la chambre, etc...

Face à de tels enjeux économiques et commerciaux, comment ne pas déplorer le fait que les trois principaux moteurs de recherche au niveau mondial, Google, Yahoo! et Microsoft, soient américains. L'Europe doit absolument se donner les moyens de développer ses propres moteurs de recherche intelligents car ceux-ci sont en train de devenir des moteurs essentiels de la compétitivité économique et de l'attractivité des territoires, notamment en matière touristique. La recherche européenne doit donc faire un effort exceptionnel au cours de ces prochaines années pour rester dans la course en matière de recherche intelligente et d'interfaces naturelles.

René Trégouët

Sénateur honoraire

Fondateur du Groupe de Prospective du Sénat

**Noter cet article :**

**Recommander cet article :**

- 
- [Tweeter](#)
- 
  
- **Nombre de consultations :** 31
- **Partager :**
  - [Facebook](#)
  - [Viadeo](#)
  - [Twitter](#)
  - [Wikio](#)

---

URL source: <https://www.rtf.fr/moteurs-recherche-intelligents-vont-revolutionner-net/article>