

Bing, plagiat de Google? Microsoft se dit insulté

La réplique n'est pas venu -pas encore? – de Steve Ballmer. Quelques heures après l'accusation portée par Google contre Bing, le moteur de recherche de Microsoft (accusé de plagiat), plusieurs hauts dirigeants de Microsoft sont montés au créneau, considérant le comparatif de recherche et les propos tenus par Google à ce propos comme « insultants » (cf. notre article: '[Google accuse Bing de copier ses résultats](#)')

Yusuf Mehdi, senior vice-president, division On line Services chez Microsoft Corp, écrit sur son blog que les commentaires diffusés par Google autour de ce comparatif étaient tout simplement « insultants ».

« *Nous ne copions pas les résultats fournis par aucun de nos concurrents. Point. barre* », affirme-t-il sur un ton d'agacement, dans un commentaire posté sur le blog communautaire de Bing, moteur de recherche de Microsoft.

Selon lui, Google a fabriqué ce mauvais coup, de toute pièce, « *pour manipuler les résultats de recherche produits par le moteur de recherche de Microsoft* ». La technique aurait consisté à utiliser la manip du « click fraud », c'est à dire des faux clics qui servent souvent à faire monter les scores sur les messages publicitaires.

« *Qu'est-ce que tout ce 'cloac' [cloaque (*)] sur les faux clics veut prouver?* », demande Mehdi Yusuf.

« *Quelque chose que tout le monde dans l'industrie connaît déjà!* »

« *C'est intéressant de voir le niveau de protestation et d'outrage feint de la part de Google* », poursuit-il

« *Nous avons les meilleurs talents dans le monde qui travaille sur la qualité de la recherche en ligne et de la part d'un concurrent , accuser l'une de ces personnes de se prêter à une telle activité est simplement insultant* », ajoute Mehdi Yusuf.

Dans une autre mise au point, Microsoft se défend de l'attaque de plagiat en constatant que la similarité des réponses entre Google et Bing ne porte que sur 10% des résultats obtenus dans l'opération conduite par Google. Microsoft fait également valoir que les résultats de Bing reposent sur 1.000 « signaux » ou « points de recherche ».

Sur son blog, Stefan Weitz, directeur de Bing chez Microsoft, avait déjà écrit: « *Nous ne copions pas les résultats de recherche de Google. Nous utilisons des « signaux » et approches multiples pour classifier nos résultats. L'objectif principal est d'obtenir le meilleur en déterminant au mieux l'intention, l'orientation de la recherche, de sorte que nous puissions fournir la meilleure réponse pertinente. Les programmes d'opt-in comme la barre de recherche nous aident dans le flux des data cliquées, l'un des signaux en 'input' que nous, comme d'autres moteurs de recherche, utilisons pour aider à la classification des sites analysés* » .

Et si finalement cette attaque de Google se retournait contre ses auteurs? N'est-ce pas là une superbe occasion pour Microsoft de redire les points forts et l'originalité de Bing face au quasi-monopole de Google ?

Du reste, Mehdi Yusuf ne se prive pas de souligner que Microsoft continue de se concentrer sur l'innovation dans son offre. Il insinue clairement que Google constatant ces améliorations récentes sur Bing, si importantes et visibles, « *en a pris note et a commencé à s'en inquiéter* » .

(*) *Cloaca*, en latin: les égouts...