

# France: MSN Search ne convainc pas

Microsoft est-il en train de perdre la bataille hautement stratégique des moteurs de recherche? Il est encore trop tôt pour le dire mais en France, les résultats du nouvel outil de la firme lancé en septembre 2004 en bêta et en février 2005 en version définitive, est loin, très loin derrière la concurrence et notamment Google.

Selon une étude menée par XiTi, le spécialiste de la mesure de trafic, l'audience de MSN Search a stagné puis baissé entre septembre 2004 et fin mars 2005. Après un automne correct, le lancement de la version bêta ayant entraîné un pic très bref (5,4% de parts de marché le 21 septembre 2004), le moteur connaît une baisse continue jusqu'au tout début de l'année 2005, observe XiTi. Il ne représente alors plus que 3,5% du trafic moteur global. Après avoir amorcé une relative remontée jusqu'à fin janvier en atteignant 4,4%, MSN Search stagne durant le mois de février jusqu'au 23 mars 2005 autour des 4,2%. Fin mars, il atteint 3,98% de part de trafic dans le total des visites générées par les différents moteurs de recherche. Par ailleurs, XiTi note que MSN Search chute durant les week-ends, le moteur de Microsoft ayant manifestement séduit en majorité les utilisateurs professionnels. Bref, ces premiers résultats sont loin d'être concluants. En mars 2005, le moteur de l'éditeur de Redmond se classe en France à la quatrième place avec une part de marché de 3,95%, loin derrière Yahoo (voir encadré). **TOP 15 des moteurs de recherche (Mars 2005-source: XiTi)**

1- Google: 76,67% 2- Voilà: 6,35% 3- Yahoo!: 6,23% 4- MSN: 3,95% 5- AOL: 2,28% 6- Free: 1,36% 7- Altavista: 0,51% 8- Nomade: 0,41% 9- MyWay: 0,38% 10- Club Internet: 0,35% 11- Lycos: 0,35% 12- All The Web: 0,32% 13- Netscape: 0,22% 14- MySearch: 0,17% 15- Skynet: 0,09% Etude réalisée du 1er septembre 2004 au 23 mars 2005 sur un échantillon de sites web professionnels audités par XiTi, sur une moyenne de 650 millions de visites / mois.