

# Les objectifs de Microsoft au delà de MSN Search

Le futur moteur de recherche propriétaire de Microsoft entre dans la stratégie de l'éditeur pour concurrencer ses grands compétiteurs en ligne que sont Yahoo et Google. Une stratégie annoncée en grand renfort de dollars, 100 millions pour faire évoluer le portail MSN !

De MSN Search, on connaît déjà l'interface, qui équipe depuis la semaine dernière les pages de recherche encore alimentée par Inktomi, une base de moteur qui appartient à Yahoo. Minimaliste, elle reprend le modèle de Google (*lire notre article*), tandis que Overture continue de renseigner les liens sponsorisés. Mais plus que sur son interface, c'est sur sa base de données et son moteur de requête que Microsoft est attendu. Disponible en version Alpha, nous avons testé le moteur qui devrait entrer en situation réelle avant la fin de l'année. Pour le moment, MSNbot, le robot d'indexation (*crawler*) de Microsoft, n'a consolidé qu'une base d'environ 1 milliard de pages. On est loin des 4 milliards de Google, mais c'est déjà suffisant pour entrapercevoir les projets de Microsoft. En particulier le moteur est rapide, l'algorithme de compression des résultats semble particulièrement efficace, et les résultats sur les requêtes reconnues nous ont semblés pertinents. **Sauf que les projets de MSN vont plus loin?** Pour se différencier de ses concurrents, Microsoft entend jouer la carte de la personnalisation et de l'historisation. Les deux vont de paire ! Les nouveaux algorithmes développés en interne par Microsoft vont donc prendre en compte l'historique des recherches de l'internaute afin d'améliorer la qualité des résultats proposés par le moteur. Il ne faut pas oublier qu'à la différence de ses concurrents, MSN n'entend pas tout miser sur la recherche et le modèle économique des liens sponsorisés. MSN est d'abord un portail grand public, avec ses 200 millions d'utilisateurs uniques par mois. Surtout en Europe où Microsoft n'est pas un fournisseur d'accès. Pour Microsoft, un des axes de développement est de rompre la dichotomie qui règne entre les acteurs des télécoms et les acteurs de la couche des services, à l'exemple du partenariat engagé avec 9 Télécom. **Le plus grand chantier de Microsoft reste la sécurité !** Conscient des dangers du Web, et en particulier de la nécessité d'accompagner ses utilisateurs, Microsoft mise gros sur la sécurité, faiblesse de ses systèmes et d'Internet Explorer oblige... A partir du 7 juillet, par exemple, HotMail sera la première messagerie grand public à disposer d'un anti-virus intégré. Sans oublier les mesures anti-spam drastiques actives sur Messenger ou le contrôle parentale présent sur MSN Premium. L'avenir de MSN risque de nous réserver encore quelques 'bonnes' surprises. MSN Search en version Alpha est disponible sur <https://techpreview.search.fr>