

# Microsoft Bing.fr : «frais, différent, cool»

C'est à l'heure où Bing dépasse enfin le taux de fréquentation de Yahoo à l'échelle mondiale (avec 4,37 % des parts contre 3,93 % en février 2011 selon [StatCounter](#)) que Microsoft se décide à lancer la version localisée de son moteur de recherche. « *Frais, différent, cool* ». C'est ainsi qu'Eric Boustouller, président de Microsoft France, a introduit Bing.fr lors de sa présentation à la presse ce mardi 1er mars.

Le dirigeant insiste sur une approche en trois dimensions : « *approche partenariale* » (notamment avec l'information), « *respect des ayants droit* » avec un « *partage juste de la valeur* » et « *respect de la vie privée* », rapporte [l'Espresso.fr](#). Avec l'OS Windows Phone 7 sur le segment des smartphones, la recherche en ligne constitue l'un des défis de Microsoft les plus difficiles à relever du moment. Comment exister face à Google? Aux Etats-Unis, le lancement de Bing remonte à juin 2009. Il commence vraiment à prendre ses marques avec une part de marché à 12,8 % (source Comscore US janvier 2011).

En France, Bing.fr doit développer sa notoriété et prouver sa pertinence face à un « *Google tout puissant* ». Eric Boustouller évoque une part de marché de 3 % pour la bêta de Bing en France « *sur un marché [local] peu compétitif* » (l'équivalent de 10,5 millions d'utilisateurs uniques, selon Mediamétrie NetRatings sur le mois de janvier 2011). « *Ce ne sera pas forcément un bing bang, plutôt une montée en puissance progressive* », commente Gregory Salinger, directeur général des activités grand public et Internet de Microsoft France. A ce titre, il pilote le lancement de Bing en France.

C'est sous l'angle technologique que Redmond entend se distinguer de Mountain View. Une première vague de fonctionnalités de recherche est présentée sur Bing.fr sur fond « *d'expérience visuelle* » (notamment à travers Visual Search, une collection de galeries de vignettes sur des thématiques spécifiques). Mais il est toujours aussi frustrant de constater que le modèle américain Bing.com dispose d'une marge d'avance par rapport au clone français (shopping, voyage...). En revanche, pas de réelle distinction sur la profondeur de l'index (nombre de pages indexées) : Microsoft France assure que Bing est à parité avec Google sur ce point (« *en milliards de pages web* »).

## [Suite de l'article : Microsoft parie sur l'alliance avec Yahoo pour...](#)

Pour le modèle économique (volet stratégique), Microsoft parie sur la Search Alliance établie au niveau monde avec Yahoo (opérationnelle aux Etats-Unis et au Canada, toujours en gestation en France). Elle tourne autour de synergies technologiques pour les outils de recherche (Bing et Yahoo Search) mais surtout sur la commercialisation des liens sponsorisés (search engine marketing). « *Le dispositif sera prêt dans quelques mois en France* », assure Gregory Salinger, qui préfère rester flou sur la date de lancement (dans le courant du deuxième semestre 2011).

Parallèlement, un premier écosystème avec des partenaires locaux émerge autour de Bing.fr. Pêle-mêle, on y trouve PagesJaunes (recherche locale avec cartographie) mais aussi Allociné, la Bibliothèque nationale de France, la direction générale pour la modernisation de l'Etat (DGME) et le GIE E-Presses (regroupant les principaux titres de presse quotidienne nationale et des hebdomadaires comme *Le Point*, *L'Express*, *Le Nouvel Obs*) pour la « *valorisation des contenus de la presse à l'ère numérique* ».

Ce dernier accord – qui sera actif dans quelques semaines – illustre la stratégie « *légaliste* » de Microsoft face au « *rebelle* » Google qui s'appuierai sur Google News (reprise partielle des contenus sans partages de revenus) pour faire le forcing avec les éditeurs. Bing propose une alternative séduisante pour le GIE E-Presse : « *Pour nourrir Bing, nous allons bénéficier du crawling Bing et pousser le contenu de nos membres, d'où le référencement additionnel. C'est un mode e-push de l'info avec un contrat de lecture un peu différent* », explique Xavier Spender, Président du GIE E-Presse. Cela aboutit à la création de pages intermédiaires entre les sites éditeurs et le moteur au nom d'une « *contextualisation de la requête* » et à un « *partage des revenus publicitaires sur les pages communes* ».

Le déploiement de Bing sur les terminaux mobiles prend aussi de l'ampleur. A la suite de [l'alliance Microsoft – Nokia](#), le moteur de recherche sera installé par défaut sur les nouveaux smartphones du fabricant finlandais mais aussi les terminaux plus basiques.