

MSN Search frappé par le syndrome Google

En attendant la mutation complète du moteur de recherche vers une solution et des algorithmes entièrement développés en interne par Microsoft, MSN Search a entamé sa mutation.

Le moteur du portail MSN, qui s'affirme selon NielsenNetRatings le premier portail Internet en France avec 9,9 millions de visiteurs en mai 2004, se prépare à devenir autonome, et adopte à l'échelon mondial une nouvelle approche. Certains pourront lui reprocher son allure directement dérivée de Google, avec une interface dépouillée, l'accès à un nombre limité de services, et l'absence de publicité. Un reproche que les chercheurs en ligne ne reprendront pas, tant l'approche du leader de la recherche les a séduit. Coté rapidité, un petit effort reste à fournir, mais les temps d'accès restent plus qu'acceptables ? d'autant que les résultats ne sont pas encore fournis par Microsoft – et surtout l'interface des résultats, avec l'indication claire des liens sponsorisés, se révèle très agréable. Et même à notre avis plus lisible que ses concurrents directs, car moins chargée. Le choix des 'rares' services proposés sur la page de recherche semble par contre assez judicieux. HotMail, bien sûr, MSN Actualités qui agrège l'information, MSN Shopping qui propose 2 millions de références et l'encyclopédie Encarta qui dispose de 30.000 articles issus de sa dernière version 2004. Sans oublier les cartes et itinéraires, ainsi qu'un accès à MSN Groupes. Des évolutions majeures pour MSN Search, qui ont séduites les internautes qui ont pu tester la nouvelle interface : selon Microsoft, 42% d'entre eux y passent plus de temps et 36% ont augmenté leur volume de requêtes. Cette nouvelle version de MSN Search est la première étape de l'offensive de Microsoft de 100 millions de dollars contre Google et Yahoo. Le géant du logiciel compte, plus tard cette année, installer sa propre technologie plutôt que d'utiliser celle de Yahoo comme il le fait actuellement. **MSN Search bascule sur le modèle des liens sponsorisés**

La publicité par bannières disparaît sur MSN Search, tout du moins sur la page d'accueil. Une concession très claire au succès de Google. Sur les pages de résultats dominant les liens sponsorisés, en haut et à droite de la zone d'affichage des sites qui répondent à la requête de l'internaute.

Microsoft a accompli un effort particulier pour clarifier ses résultats et identifier les liens sponsorisés. Ces derniers apparaissent encadrés et sur un fond vert pastel. Ils se révèlent peu intrusifs, mais surtout ils ne risquent plus de tromper l'internaute peu averti. Sur les pages de résultats, maintenant, la publicité reste de nouveau peu intrusive. Les liens sponsorisés, donc, mais aussi en fin de page un bouton renvoyant vers un célèbre site d'enchères en ligne. Et c'est tout, pour le moment tout du moins, car MSN semble se réserver un espace vide sous la barre de requête. Pour du bandeau 16/9 peut-être ? Le choix de Microsoft sur son moteur de recherche confirme, s'il est encore nécessaire de le faire, que les liens sponsorisés sont devenus le modèle économique de base des services de recherche.