

## Interview d'Antoine Alcouffe, chef de produit MSN Search

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Microsoft / MSN a lancé dernièrement la version beta de son moteur de recherche, dernière pierre avant l'apparition prochaine de la version officielle de sa technologie « moteur de recherche ». Pour en savoir au sujet de ce projet, nous avons posé quelques questions à Antoine Alcouffe, chef de produit MSN Search France. Voici ses réponses...*

Nous ne surprendrons personne si nous annonçons que Microsoft / MSN travaille depuis de longs mois sur une technologie « maison » devant équiper son futur moteur de recherche, présent sur les portails MSN. MSN deviendrait alors un troisième larron, avec Google et Yahoo!, dans le monde du « search ». La « guerre des Trois » aura donc bien lieu... Une version bêta (<http://beta.search.msn.fr/>) a suivi les deux versions alpha apparues en ligne depuis cet été. Le produit semble donc proche de sa sortie officielle.



Pour en savoir plus, nous avons posé quelques questions à Antoine Alcouffe, chef de produit MSN Search France, qui a suivi le développement de ce nouveau moteur. Depuis 2001, Antoine Alcouffe est Chef de Produit « MSN Search et HomePage MSN » chez Microsoft. Il a été auparavant (2000-2001) Président fondateur de WEVA, société de BackOffice et CallCenter dans le domaine du voyage après avoir été (1997-99) Directeur de Creapress Interactive chez BBDO, chargé de la gestion du pôle Web de l'agence. Voici ses réponses à nos questions...

**- Antoine Alcouffe, bonjour et merci de répondre à nos questions. Tout d'abord, parlons de la version bêta du moteur de recherche de MSN qui vient d'être mise en ligne. Quel est le niveau d'avancée du projet ?**

MSN a franchi une étape clé dans le secteur de la recherche en dévoilant la version bêta de MSN Search, aujourd'hui très proche de la version finale (« V1 ») de notre technologie. Elle a été mise en place sur la base des retours que nous avons eu de la part des utilisateurs depuis les premières version alpha de cet été. Les principales innovations sont les suivantes :

- La structure de l'index est définie avec 5 milliards de documents, alors que nous proposons seulement une version bêta [NDLR : cette réponse semble indiquer que l'index proposé dans la version finale de l'outil sera plus important en taille...].

- L'algorithme se stabilise petit à petit.

- Le rafraîchissement des pages tous les deux jours est un objectif important pour nous.

- Des fonctions de filtrage et d'affinage sont également disponibles.

Mais notre attention a surtout, pour l'instant, été retenue par un triple objectif : fournir un index le plus exhaustif possible, obtenir une qualité et une pertinence des résultats et enfin une excellente fraîcheur des pages proposées. Nous désirons faire passer les internautes de la notion de « résultats » à celle de « réponses » lorsqu'ils utilisent un moteur de recherche sur le Web.

**- Quelles sont les innovations de cette version bêta ?**

Nous avons tout d'abord voulu créer un bon moteur de recherche en nous focalisant sur la pertinence des résultats. Mais certaines fonctions, comme le lien « near me » sur la page d'accueil, sont innovantes. Elle permet d'obtenir des résultats proches de chez vous, basés sur l'analyse de l'adresse IP de l'utilisateur [NDLR : bizarrement, cette fonction ne s'affiche pas chez nous...].

Il en est de même des raccourcis de recherche proposant des informations issues de l'encyclopédie Encarta, que nous avons déjà mis en place. Tapez des requêtes comme « definition of lion » ou « what is the speed of light ? » pour en avoir une idée...

La V1 représentera en fait le chassis de nos futurs projets en termes de recherche d'information. Petit à petit, nous renforcerons la carrosserie et le moteur pour proposer au fur et à mesure des fonctions réellement innovantes. Et nous en avons beaucoup en chantier actuellement... Nous ne sommes pas si loin que cela de la notion de « concept car » ;-)

**- Quand la version finale du moteur de recherche sera-t-elle en ligne ?**

Le périmètre d'utilisation du moteur est aujourd'hui défini avec cette version bêta. Nous souhaitons dans un premier temps recueillir les commentaires des utilisateurs sur la version bêta. Nous pensons lancer la V1 de MSN Search début 2005.

**- L'outil de « desktop search » de Microsoft fera-t-il partie du « package » ?**

Ces deux projets sont séparés. Microsoft investit de manière significative dans la recherche, et vous verrez au fil du temps de nouvelles technologies de recherche apparaître, renforçant les synergies entre la recherche sur Internet et sur disque dur.

Nous avons l'intention de dévoiler la version bêta de notre desktop Search, aux US avant la fin de l'année ! Le logiciel de recherche sur disque dur devrait être disponible en français dans un délai qui reste à définir...

**- Quels sont vos objectifs avec cette V1 ?**

Après la génération Alta Vista, Yahoo et aujourd'hui Google, l'ambition de MSN Search est d'être la nouvelle génération de moteur de recherche.

L'idée principale est d'être très bon, très pertinent en général, meilleur que la concurrence et notamment sur les 30 000 requêtes le plus souvent demandées. Nous sommes encore en pleine phase de test à ce niveau, l'algorithme change chaque jour car nous sommes encore en phase de réglage avant le lancement officiel.

Le premier objectif, pour nous, est de persuader les utilisateurs du portail MSN d'utiliser notre outil de recherche plutôt que celui de la concurrence. Deuxième cible : les internautes qui utilisent 2, 3 ou plusieurs outils de recherche. Nous voulons les persuader d'inclure le nôtre dans leur « short-list ». Idéalement, la troisième cible sera constituée par les utilisateurs d'un seul moteur, en espérant devenir leur favori. Mais nous traiterons ces étapes les unes après les autres... C'est un travail de longue haleine...

**- Point intéressant, le moteur de MSN semble plus proche des webmasters que ceux de la concurrence...**

Oui, nous essayons - et nous essaierons - de fournir, dans la zone d'aide du moteur, un certain nombre d'indications permettant aux webmasters d'optimiser loyalement leurs sites pour notre technologie (<http://beta.search.msn.fr/docs/siteowner.aspx?FORM=WMDD2>). Nous indiquons, par exemple clairement que nous indexons la balise meta « description » mais pas la balise « keywords », etc.

**- Comme les version alpha cet été, la version bêta a connu de nombreux problèmes techniques lors de son lancement le 11 novembre dernier, de nombreux journalistes et utilisateurs n'arrivant pas se connecter, le site étant saturé. Pensez-vous que ces problèmes seront résolus pour la version finale de l'outil ?**

Oui, nous allons mettre en place un système de montée en charge qui devrait nous éviter ce type de problème qui étaient inhérent aux versions de test du moteur. Les versions alpha et bêta sont également faites pour cela... Nous passerons graduellement d'une charge de 1% à une charge totale de 100%. Par exemple, seuls quelques internautes accèderont à la nouvelle version du moteur le jour de son lancement. Si leur navigateur accepte les cookies, ils garderont cette version dans les jours suivants. Et nous augmenterons graduellement cette montée en charge afin que tout le monde puisse avoir accès rapidement au nouvel outil.

**- La version bêta du moteur propose deux possibilités de recherche : « pages en français » et « pages en France ». A quoi correspondent-elles ?**

Les « pages en France » proviennent d'un ensemble de critères, dont l'hébergement géographique du serveur en France, les pages issues d'un site en « .fr » ainsi que d'autres critères. Nous avons fait beaucoup de tests sur cette fonction de tri géographique et les résultats me semblent plutôt pertinents.

**- Le lien « affiner votre recherche » propose une possibilité nommée « classement des résultats », proposant 3 curseurs permettant de régler l'algorithme de pertinence. A qui cette possibilité s'adresse-t-elle ?**

Nous avons imaginé notre moteur pour deux populations différentes : l'utilisateur « lambda », qui tape un ou deux mots clés en général dans le formulaire de recherche sans utiliser les fonctions avancées. Pour celui-ci, il est nécessaire d'être pertinent sur des requêtes ultra-simples. La deuxième population potentielle est constituée d'utilisateurs avancés, pour lesquels nous désirons mettre en place des outils de recherche permettant d'affiner au mieux les requêtes, à l'aide d'expressions booléennes ou d'outils spécifiques. L'option « classement des résultats », sur lesquels les tests que nous avons effectués sont très bons, en fait partie.

**- Qu'en est-il du projet de technologie « liens sponsorisés » de Microsoft ?**

Pour l'instant, nous travaillons avec Overture. Nous sommes très heureux de ce partenariat et ne désirons pas commenter les rumeurs actuelles.

**- Enfin, une question sur les liens « Actu » et « Images ». Quelles sont les bases de données utilisées ?**

Le moteur de recherche sur l'actualité reprend en fait les données de notre outil Newsbot (<http://fr.newsbot.msn.com/>) sous une autre forme.

Quant au lien « Images », il s'agit d'un accord avec la société PicSearch (<http://www.picsearch.com/>) qui met à notre disposition une base de données de 400 millions d'images d'excellente qualité.

**Merci Antoine Alcouffe.**