

Comparatif Google - MSN Search

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Cet article propose un comparatif qualitatif, quantitatif et fonctionnel du nouveau moteur de recherche MSN Search face au leader actuel du marché, Google. Lequel, de ces deux outils, va remporter ce match pour les deux catégories d'internautes envisagées (débutants et experts) ? Début du match...

Il n'a échappé à personne que MSN a récemment lancé, après une période de version "bêta", son nouvel outil de recherche, baptisé MSN Search. Il était donc logique d'imaginer un "duel au sommet" entre deux outils majeurs : le leader (Google) et son challenger (MSN Search)...

L'idée est donc de comparer, de façon quantitative, qualitative et fonctionnelle les deux outils pour deux populations différentes d'internautes : les débutants et les confirmés.

Les différents tests comparatifs mis en place dans le cadre de cette étude (toutes les recherches et comparatifs ont été effectués dans la semaine du 7 au 11 février 2005 pour les deux outils) sont les suivants :

- **Comparatif quantitatif** : combien les index des deux moteurs proposent-ils de pages web en langue française sur certaines requêtes ?
- **Syntaxe d'interrogation** : quelles sont les possibilités pour affiner au mieux les recherches en utilisant des opérateurs booléens adaptés (+, -, ET, OU, SAUF, site:, link:, etc.) ?
- Présence et qualité d'une **zone de recherche avancée** permettant de saisir simplement des requêtes plus complexes, sans connaître obligatoirement les différents opérateurs booléens.
- **Qualité de la présentation des résultats proposés** : lisibilité des résultats, nombre d'informations proposées (taille, date de dernière modification, etc.), fonctionnalités connexes (cache mémoire, etc.).
- **Délai d'affichage** des pages d'accueil et de résultat : rapidité d'affichage des pages du site : plus l'affichage est rapide, moins on perd de temps (vieux proverbe internaute).
- **Pertinence des réponses "moteur"** : qualité des 10 premières réponses proposées lorsqu'on saisit une requête.

Pour des raisons pratiques, et surtout pour comparer ce qui est comparable, nous avons pris en compte les résultats fournis par le site Google France (<http://www.google.fr/>) avec l'option "Pages francophones" cochée, puisque cela correspond à l'index des pages en langue française, comparables à ceux de MSN Search France (<http://search.msn.fr/>) avec l'option "pages : français", qui a également été choisie pour nos recherches.

Comparatif quantitatif

Pour ce test, nous avons saisi 30 mots clés sur chacun des deux outils de recherche et noté le nombre de résultats fournis à chaque fois. Les résultats sont les suivants (sur fond jaune le moteur qui renvoie le plus grand nombre de résultats pour le mot clé en question) :

Mot clé			Ecart (%)
résultats tournoi ATP	14 534	53 200	266,04
fabricant amortisseur	4 805	4 050	18,64
vin colmar	25 622	25 100	2,08
nestlé environnement	14 867	37 100	149,55
musées paris	345 192	625 000	81,06
astérix officiel	14 386	29 300	103,67
eye tracking	2 957	7 170	142,48
photos paris	2 329 388	6 210 000	166,59
exemples business plan	45 731	121 000	164,59
vidéos humour	439 220	1 810 000	312,09
virus sircam	4 334	12 200	181,50

location studio paris	140 971	254 000	80,18
téléphone portable santé	118 805	432 000	263,62
MP3	2 173 995	14 700 000	576,17
recette couscous	28 153	92 800	229,63
jeux vidéo	3 020 692	14 400 000	376,71
warrants	174 190	617 000	254,21
sonneries GSM	280 875	2 060 000	633,42
convertisseur euro	115 521	234 000	102,56
hotmail	1 458 788	2 690 000	84,40
sexe	5 898 147	11 000 000	86,50
cartes voeux	397 993	1 250 000	214,08
fond d'écran	466 821	1 390 000	197,76
webcam	1 617 368	7 310 000	351,97
immobilier	3 632 393	7 430 000	104,55
référencement	1 755 954	1 970 000	12,19
euro	3 628 329	11 900 000	227,97
bourse	2 145 339	4 340 000	102,30
star academy	286 735	744 000	159,47
yahoo	3 170 595	8 220 000	159,26

A ce niveau, Google est largement vainqueur. Dans 28 cas sur 30, il donne plus de résultats que MSN, avec des écarts importants (très souvent plus du double du nombre de liens renvoyés par son challenger). Sur deux requêtes, MSN est meilleur, mais de très peu. Le résultat de ce test peut sembler logique lorsqu'on sait que Google annonce un index de 8 milliards de pages contre 5 milliards à celui de MSN. Cependant, les nombres de résultats renvoyés par MSN sont loin d'être ridicules la plupart du temps... Ceci dit, rappelons qu'il est très complexe, voire impossible, de vérifier si les nombres fournis par les deux outils de recherche sont exacts ou vraiment TRES approximatifs... D'autre part, il est évident que la pertinence d'un moteur de recherche ne peut se mesurer à la seule valeur quantitative de ses résultats... Voici, sur le point de vue qualitatif, les notes que nous avons octroyées aux deux moteurs :

		
Critère quantitatif	7	10

Syntaxe d'interrogation

Pour ce test, nous avons évalué les syntaxes d'interrogation disponibles dès le formulaire de la page d'accueil (donc pas dans la recherche avancée, qui est prise en compte plus loin dans ce comparatif). Exemple :

- Signe - pour l'opérateur SAUF
- Guillemets pour la recherche des expressions
- Recherche uniquement sur les titres, le nom de domaine, une langue donnée, etc.

Voici les résultats :

		
Syntaxe d'interrogation	7	8

La syntaxe de Google est assez complète, même si elle mériterait d'être encore plus efficace. Elle est quand même proche de ce qui se fait de mieux à l'heure actuelle, même si l'on peut noter quelques insuffisances, comme l'absence d'opérateur de troncature comme l'astérisque. Côté MSN, on peut dire que le "minimum syndical" est fourni, sans plus : signe - ou opérateur NOT pour le

SAUF, guillemets, parenthèses, OR, opérateurs site: et link:... Vous trouverez un tableau récapitulatif des syntaxes disponibles à l'adresse :

http://search.msn.fr/docs/help.aspx?t=SEARCH_REF_AdvSrchOperators.htm

On notera notamment des fonctions intéressantes comme language: ou location:, mais pas de possibilités de recherche sur les titres, dans les intitulés d'url, sur les formats de fichiers, sur les dates de dernière modification, etc.

Bref, un domaine dans lequel MSN fournit une palette de fonctions certes assez complète, mais qui n'arrive pas au niveau de celle de Google, rappelée - en partie - sur cette page :

<http://www.google.com/help/cheatsheet.html>

Et dont une version plus complète est disponible ici :

<http://outils.abondance.com/google.html>

Recherche avancée

Nous avons ici tenté de noter la présence et la qualité d'une zone de recherche avancée sur le site. Celle-ci permet, par l'utilisation de menus déroulants, boutons radio et champs de saisie, de formuler des requêtes complexes sans réellement connaître la syntaxe des opérateurs booléens. D'autre part, elle peut également proposer d'autres fonctionnalités (recherche linguistique, sur les dates de dernière modification des documents, investigation sur des images ou des formats de fichiers précis, etc.).

Voici les résultats :

		
Recherche avancée	6	8

La recherche avancée de Google est correcte, avec quelques fonctionnalités intéressantes, mais n'est pas ce que l'on fait de mieux sur le Web. Celle de MSN.FR est intéressante et assez innovante dans son mode d'affichage en dessous du formulaire sans quitter la page. Il lui manque cependant un certain nombre de possibilités fournies par Google (recherche sur la date, sur certaines zones de la page - titre, texte, url... -, sur les formats de fichier, sur des pages similaires, etc.). Quant au système d'affinage de la requête proposé par MSN et appelée "Classement des résultats", basé sur trois curseurs pour "régler la hausse" des résultats proposés, on se demande un peu à quoi elle sert. N'est-ce pas au moteur de régler ces curseurs de façon automatisée et invisible et non pas à l'internaute ? Nous ne sommes pas sûr que cette fonction soit très utilisée au quotidien par les utilisateurs du moteur, qu'ils soient débutants ou même experts...

Qualité de la présentation des résultats

Pour ce critère, nous avons pensé qu'il était important de noter deux choses :

- Dans un premier temps, la présentation des informations sur les liens affichés : titre, résumé, url, date de dernière modification, taille, etc.
- Mais également les fonctionnalités connexes qui ont également une certaine importance à nos yeux : cache mémoire, pages similaires, etc.

Voici les résultats :

		
Qualité de la présentation des résultats	9	10

La présentation des résultats de MSN est très proche de celle de Google, il faut bien le dire. Presqu'un clone... Mais quelques différences notables apparaissent cependant : le lien "pages similaires", par exemple, proposé par Google et pas par MSN. D'autre part, la taille des pages (en Ko) n'est pas non plus fournie par MSN. Mais l'info n'est pas capitale. En revanche, ce même moteur ne propose pas de lien de type "Autres pages du site www.tartempion.com", ce qui est, là, plutôt dommageable car c'est une fonction très utile...

Délai d'affichage des pages

Dans ce comparatif, il nous a semblé important de comparer le temps d'affichage de la page d'accueil du moteur et de ses pages de résultats. Il n'y a pas de secret : plus le site s'oriente vers une structure de portail, plus il y a d'infos à afficher (météo, actualité, horoscope, etc.), plus le délai d'affichage sera long. Ce critère prend également en compte le délai entre la saisie de la requête et l'affichage des résultats.

Voici les résultats :

		
Délai d'affichage	10	10

A ce niveau, pas de souci majeur : si le moteur de recherche de MSN a connu quelques soucis sur ce point lors de la mise en place de ses versions "bêta", tout semble être rentré dans l'ordre aujourd'hui. Quant à Google, ses excellents temps de réponse sont connus de tous... Il est clair que si l'on avait noté les pages d'accueil des sites Google (<http://www.google.fr/>) et MSN (<http://www.msn.fr/>), les notes n'auraient pas été identiques car le portail de MSN a beaucoup plus d'informations à afficher sur sa page d'accueil... Ici, c'est l'adresse search.msn.fr qui a été prise en compte. On regrettera d'ailleurs un point : l'url assez peu mnémotechnique et clairement anglaise de l'interface "moteur pur" de MSN France : search.msn.fr. Bizarrement, l'adresse recherche.msn.fr redirige vers le site anglais. Dommage...

Pertinence des réponses

Bien entendu, ce que désire l'utilisateur d'un moteur de recherche, c'est bien avant toute chose la pertinence des résultats obtenus, ce qui est assez logique... Pour évaluer ce paramètre, vingt recherches dans différents domaines - loisirs (sport, recettes), business (recherche de viticulteur, technologies d'eye-tracking, business plan), informatique (virus) ou autres (téléphones portable, musées, etc.) - ont été choisies. Voici la liste des mots clés et expressions qui ont servi à notre test :

Demande	Mots clés
Je recherche les résultats des tournois de tennis de l'ATP Tour	résultats tournoi ATP
Je recherche un fabricant d'amortisseur	fabricant amortisseur
Je recherche un viticulteur à Colmar en Alsace	vin colmar
Je recherche la politique de Nestlé en termes d'environnement	nestlé environnement
Je recherche la liste des musées de Paris	musées paris
Je recherche le site officiel d'Astérix	astérix officiel
Je recherche des infos sur la façon dont fonctionne la technologie d'eye-tracking	eye tracking
Je recherche des photos de Paris	photos paris
Je recherche des exemples de business plans pour créer mon entreprise	exemples business plan
Je recherche des vidéos amusantes	vidéos humour
Je recherche la meilleure façon de lutter contre le virus Sircam	virus sircam
Je cherche à louer un studio sur Paris	location studio paris
Je désire avoir des informations sur les risques du téléphone portable pour la santé	téléphone portable santé
Je recherche des fichiers MP3	MP3
Je recherche la recette du couscous	recette couscous

Je recherche l'actualité des jeux vidéos	jeux vidéo
Je cherche ce que signifie le terme "warrants" dans le domaine de la bourse	warrants
Je recherche des logos et sonneries pour GSM	sonneries GSM
Je recherche un outil qui permette de convertir facilement des francs en euros	convertisseur euro
Je recherche le site Hotmail	hotmail

Pour chaque recherche et donc chaque moteur, les mots clés indiqués dans la colonne de droite ont été saisis dans le formulaire de recherche et les 10 premiers liens proposés ont été inspectés et notés. Le barème suivant a été appliqué à chacun des liens évalués :

- Page pertinente par rapport au sujet recherché : **+4 points**
- Bonus si cette page pertinente se trouve dans les trois premiers résultats proposés : **+ 2 points**
- Page pertinente par rapport au sujet recherché, mais pas en français : **+2 points**
- Page contenant un lien vers un site ou une autre page pertinent(e) : **+ 2 points**
- Erreur 404 (page inexistante) : **-4 points**
- Page se trouvant à une nouvelle adresse (message du type : "ce site a changé d'emplacement, pour le trouver, cliquez ici") : **-1 point**
- Doublet (page de contenu identique à une autre proposée dans les 10 premiers résultats, même si elle ne se trouve pas à la même adresse) : **-1 point**
- Page hors sujet : **-2 points**. Ce sont des pages qui n'ont réellement et sans ambiguïté possible aucun rapport avec la requête demandée.
- Page "banale" : **0 point**. Ce sont des pages qui traitent bien, de façon globale, du sujet demandé, mais qui ne sont pas assez précises ou ne contiennent pas assez d'informations par rapport à la demande. Elles sont globalement intéressantes, mais pas assez pour répondre à la question.

Dans tous les cas, nous avons saisi les mots clés dans le formulaire de recherche de la page d'accueil des moteurs sans prendre en compte aucune option proposée (menus déroulants, boutons radio, etc.). Nous avons utilisé l'interface de saisie telle quelle, comme le font une immense majorité d'internautes. Seules les options "Pages francophones" et "Pages : français" ont été prises en compte respectivement sur les deux moteurs.

Rappelons que la note maximale, pour une recherche donnée, est de 46 (10 fois 4 pour 10 liens pertinents + 3 fois le bonus de 2 pour un lien pertinent dans les 3 premiers liens).

Chaque recherche a donc reçu une note sur 46, ramenée à 10 à l'aide d'une règle de trois. Le total des notes a ensuite été divisé par 20 pour obtenir une note globale sur 10.

Voici les résultats :

		
Pertinence des réponses	3,83	6,37

Globalement, nous sommes restés assez déçus des résultats de MSN Search sur ce test. Le moteur s'est révélé moins pertinent que Google sur la plupart des requêtes effectuées. Le moteur souffre surtout des maux suivants :

- Beaucoup de doublons (pages à contenu identique à des adresses différentes).
 - Beaucoup de pages satellites et de spam dans les résultats, malgré la jeunesse de la technologie (ou à cause de ?).
 - Bon nombre de documents n'ayant aucun rapport avec la requête se retrouvent dans les pages de résultats. Sur une recherche comme "astérix officiel", par exemple, comment se fait-il que l'on ne retrouve pas le site officiel d'Astérix (en première place sur Google) mais que le site du château de Versailles soit présent ? Pourquoi le site de Météo France est-il proposé en 4ème position sur la requête "convertisseur euro" ? Et un site sur les tatouages dans les deux premières positions pour "téléphone portable santé" ? Et l'on pourrait donner de nombreux exemples de ce type. Ces nombreuses "verrues" dans les résultats de MSN Search nous ont laissées perplexes...
- D'autre part, le moteur ne renvoie pas tout le temps 10 réponses sur la première page, alors que de très nombreux liens ont pourtant été identifiés pour les mots clés demandés. Parfois 7, parfois 9 liens sont proposés, de façon assez inexplicable.

Bref, la jeunesse de la technologie utilisée par MSN est certainement à l'origine de ces résultats assez décevants. Il faudra certainement attendre quelques semaines, voire quelques mois, pour voir la situation s'améliorer...

Récapitulatif

Une fois tous les comparatifs des pages précédentes effectués, il est maintenant temps de calculer les classements généraux. Voici les tableaux récapitulatifs obtenus :

		
Critère quantitatif	7	10
Syntaxe d'interrogation	7	8
Recherche avancée	6	8
Qualité de la présentation des résultats	9	10
Délai d'affichage	10	10
Pertinence des réponses	3,83	6,37

Pour effectuer les classements généraux, nous avons tenu compte de deux populations différentes :

• **Le débutant sur l'Internet** : il ne saisit qu'un ou deux mots clés sur l'outil de recherche et n'utilise quasiment jamais les fonctions ou les pages de recherche avancée. Ce qui l'intéresse, c'est un outil de recherche rapide, simple à utiliser, le plus exhaustif possible mais surtout le plus pertinent possible lorsqu'on saisit un ou deux mots clés. Cette notion de pertinence est, sans conteste, le critère numéro 1 de choix de l'outil de recherche. Pour tenir compte de ce profil, les coefficients suivants ont été appliqués par rapport aux tests effectués précédemment :

Critère	Coefficient
Critère quantitatif	2
Syntaxe d'interrogation	1
Recherche avancée	1
Présentation des résultats	3
Délai d'affichage des pages	3
Pertinence des réponses moteur	5

• **Le spécialiste** : il souhaite aller beaucoup plus loin, utilise de façon beaucoup plus approfondie toutes les fonctionnalités de l'outil. Il apprécie la syntaxe et les interfaces de recherche avancée, ainsi que les fonctionnalités connexes proposées sur la page de résultats. Si ce qui l'intéresse avant tout, c'est la pertinence des réponses, bien sûr, il n'oublie pas cependant de prendre en compte toutes les fonctionnalités que lui propose le moteur pour arriver au résultat le plus efficace. L'exhaustivité et la durée d'affichage des pages sont des critères moins déterminant pour lui, même s'ils restent importants, bien entendu. Les coefficients utilisés sont donc :

Critère	Coefficient
Critère quantitatif	2
Syntaxe d'interrogation	4
Recherche avancée	4
Présentation des résultats	2

Délai d'affichage des pages	2
Pertinence des réponses moteur	5

Les classements obtenus en multipliant les notes des moteurs par les coefficients adéquats sont proposés ci-dessous.

• Population "Utilisateur débutant" :
1. Google.fr : 127,85 points 2. MSN.fr : 103,15 points
• Population "Utilisateur avancé" :
1. Google.fr : 155,85 points 2. MSN.fr : 123,15 points

Le résultat de ce test qualitatif, quantitatif et fonctionnel est clairement à l'avantage de Google. Globalement, l'impression que nous a laissé le moteur de recherche de MSN durant toute cette phase de test est que c'était un moteur plutôt assez bon globalement, dont la conception a été de façon évidente calquée sur Google, mais dont la pertinence laisse encore un peu à désirer. Il semble encore (déjà ?) perméable à des spammeurs (sonneries de portables ou autres). Bref un outil qui est plutôt dans une honnête moyenne mais qui devra se perfectionner, notamment au niveau de sa pertinence, s'il désire réellement concurrencer Google à l'avenir. D'autre part, il lui faudra également se démarquer fortement du leader au niveau des fonctionnalités de recherche, encore très proches aujourd'hui de son modèle. Mais, à la décharge de MSN, il faut noter que le site n'est en ligne que depuis quelques semaines. Laissons-lui le temps de mûrir et rendez-vous, disons, en milieu d'année 2005 pour faire un nouveau point ?