

Antoine Alcouffe (Microsoft Live Search) : "Nos credos : pertinence, innovation, personnalisation et mobilité"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Nous continuons notre tour d'horizon des principaux acteurs des moteurs de recherche afin d'explorer leur stratégie mondiale et continentale et de tenter de mieux comprendre leur vision du marché et leur travaux d'avenir. Antoine Alcouffe, responsable "search" chez Microsoft France, a bien voulu répondre à nos questions au sujet du nouveau moteur "Live Search", lancé il y a quelques semaines de cela...

Antoine Alcouffe est responsable "search" (très exactement : "Microsoft Fr Search lead") chez Microsoft France. A l'occasion du lancement de la nouvelle version du site "Live Search" (<http://www.live.com/>), il y a quelques jours de cela, il nous a reçu afin de faire le point sur la stratégie de Microsoft autour de la recherche d'information.



Antoine, merci de nous recevoir pour répondre à nos questions. Tout d'abord, le lancement du dernier moteur de recherche de Microsoft, Live Search, s'est une fois de plus accompagné d'un changement de nom de l'outil. Pourquoi ?

Il est vrai que depuis quelques mois, notre moteur de recherche a changé plusieurs fois de patronyme, de "MSN Search" à, aujourd'hui, "Live Search". Disons que ce nom s'associe à une stratégie globale de Microsoft autour des *web services*, regroupés autour du site [Live.com](http://www.live.com). Jusqu'à maintenant, Microsoft était plus spécifiquement une entreprise qui créait et vendait des logiciels. Aujourd'hui, les usages évoluent et les utilisateurs ont émis une forte demande en direction des "*web services*", des services disponibles en ligne, sur le Web. Microsoft s'adapte donc à cette demande et a créé une galaxie de services autour de la marque "Windows Live", qui est complémentaire de notre portail MSN. On peut comparer MSN à une émission télévisée ou à un magazine en ligne, qui propose un contenu formaté, programmé. Alors que Windows Live propose un contenu beaucoup plus personnalisé, où l'internaute est actif et garde le contrôle de ce qu'il utilise et consulte. Les deux voies d'investigation sont complémentaires, mais notre moteur de recherche est bien mieux adapté à la deuxième forme d'outils... D'où le changement de nom... De plus, et ce n'est pas négligeable, nous pouvons proposer un moteur de recherche sous un nom de domaine ([live.com](http://www.live.com)) efficace et mnémotechnique. Ce n'est certes pas très "français" et cela a fait l'objet de nombreux débats internes, mais il nous a semblé plus intéressant de garder une identité internationale pour cet outil.

Allez-vous lancer beaucoup d'outils dans cette galaxie "Live", dans les mois qui viennent ?

Oui, de très nombreux outils et sites vont être lancés. Pour vous donner une idée, nous sommes sur une base de 30 lancements de produits "Live" en France dans les 12 prochains mois. C'est une vraie révolution chez Microsoft...

Live Search est-il également une réplique à Google ?

Notre but est d'anticiper les futurs usages des utilisateurs. Ce n'est donc pas obligatoirement une réponse aux produits proposés par Google ou un autre moteur. C'est en fait une voie logique d'évolution pour un acteur comme Microsoft...

Quelle est la stratégie du moteur de recherche Live Search ?

Notre but est de fournir un outil basé sur la meilleure pertinence possible accompagnée de trois notions essentielles : innovation, personnalisation et mobilité. Pour ce qui est de l'innovation, nous nous sommes penchés, pour cette nouvelle version (<http://www.live.com/>), sur le moteur de recherche d'images, avec de nombreuses fonctionnalités nouvelles et originales : possibilités de "scroller" les résultats tout en restant sur la même page de

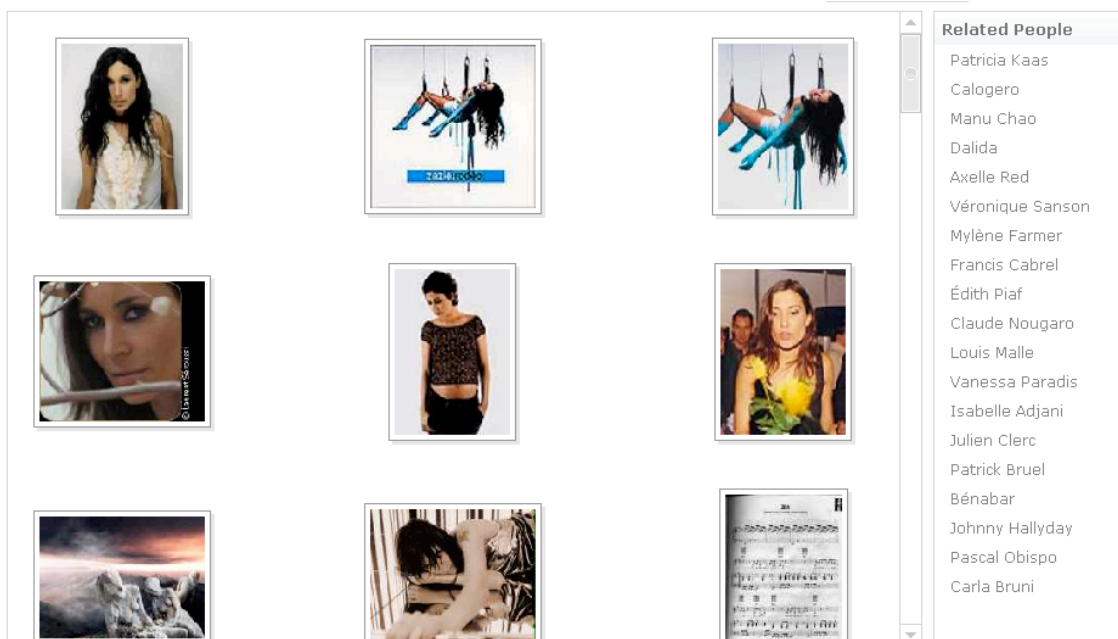
résultats, de prendre un objet, de le réduire ou l'agrandir, de le modifier, etc. Bref, l'idée est de fournir à l'internaute toute une série d'outils qui lui permettent d'obtenir la meilleure expérience utilisateur possible. Le moteur "images" est intéressant car il est possible d'aller plus loin sur cet outil en termes d'innovations par rapport au moteur de recherche "web" sur lequel l'utilisateur a pris certaines habitudes qu'il est difficile de "casser" d'un seul coup à l'heure actuelle... Il est d'ailleurs étonnant de s'apercevoir que le "search" - qui est, selon plusieurs études, aujourd'hui le premier usage sur le Web mondial, devant l'e-mail - est certainement l'un des domaines qui a connu le moins d'innovations depuis plus d'une dizaine d'années, en termes d'interface utilisateur. Nous essayons de travailler sur ce point, qui reste sensible car de nombreuses habitudes ont été prises par les internautes et il faut y aller petit à petit... L'idée de Microsoft est d'être le "best in class" pour chacun des outils de recherche qu'il propose et le moteur "images" a clairement cet objectif... D'ailleurs, depuis le lancement de la dernière version début octobre, cet outil a vu son trafic multiplié par trois, ce qui est un bon signe pour nous... Nous allons d'ailleurs pas mal communiquer à ce sujet en France à partir du mois de novembre. Car l'idée est non seulement de tenter d'être le meilleur mais également d'être perçu comme tel. C'est un combat de tous les instants...

Pensez-vous que Live Search est aussi pertinent que Google aujourd'hui ?

Peut-être pas tout à fait, mais il faut se rappeler que la technologie est très jeune et n'a été lancée que début 2005... Nous avançons à grand pas et, selon certaines méthodologies, nous sommes très proches de nos concurrents voire même parfois devant eux.

Comment allez-vous faire pour augmenter la pertinence des réponses sur le "web search" ?

Nous allons lancer en France très prochainement un système de "related searches" sur le "web search" et des "related people" sur le moteur d'images. Ces fonctions existent déjà aux Etats-Unis. Testez une recherche, sur notre moteur américain (NDLR : pour "switcher" sur le moteur américain, cliquez sur le lien "Options" sur la page d'accueil du moteur français), sur "roger federer" dans le moteur d'images et il vous proposera d'autres noms comme Andy Roddick, Lleyton Hewitt, Andre Agassi ou Raphael Nadal... Le système est basé sur l'analyse des liens entre sites et pages web... Cet outil est actuellement testé en interne chez nous et ses résultats sont remarquables pour la France. Vous pourrez bientôt vous en rendre compte...



Recherche sur "zazie" et proposition de "related people" sur la droite de l'écran tel qu'on le verra bientôt sur l'outil de recherche français de Microsoft.

De même, le moteur d'images propose la notion de "scratchpad" qui permet, dans une zone spécifique, de "classer" les images qui vous intéressent pour traitement ultérieur. Là aussi, cet outil fonctionne déjà outre-Atlantique et arrive en France... Live Search permet également d'afficher simultanément les résultats images et les sites sources. Plus besoin de quitter et de revenir sans cesse sur la page de résultats, etc.

Avez-vous pu voir une amélioration du trafic sur votre moteur Web depuis son récent lancement ?

Ce qui est très intéressant, c'est de s'apercevoir que les internautes consultent moins qu'auparavant les deuxième ou troisième pages de résultats. *A priori*, ils trouvent leur bonheur dès la première page et c'est une vraie statistique encourageante pour nos équipes...

Quels sont les aspects différenciants de Live Search par rapport à ses concurrents ?

Tout d'abord, tout a été repensé en termes d'interface : couleur, typos, etc. De nombreux tests ont été effectués depuis des mois avec différentes versions de pages de résultats. Dans les détails, tout a changé de fond en comble : les polices utilisées, leur taille, les interlignages, etc. Tout a été passé au crible. Le but est réellement que l'internaute se sente "chez lui" quand il utilise notre outil de recherche... Nous travaillons en termes d'évolution, pas de révolution, qui serait contraire aux usages actuels. Il faudra donc plus de temps sur le "web search" pour apporter tout ce que nous voudrions faire en termes d'innovation, contrairement à d'autres outils.

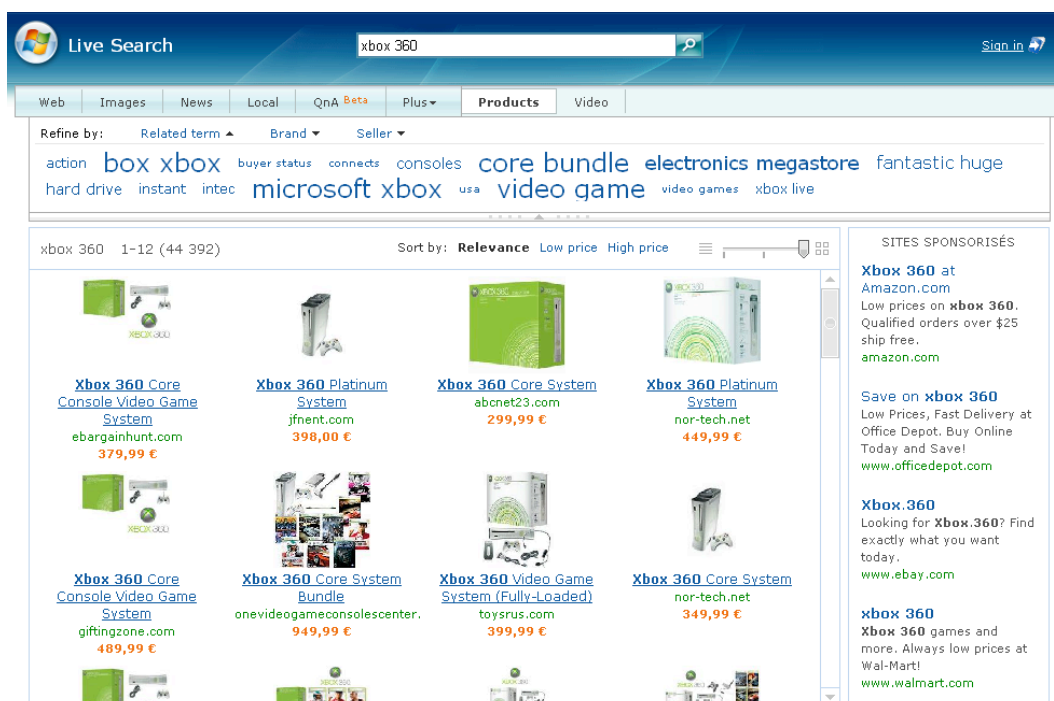
Vista, le prochain système d'exploitation, est-il au centre de la stratégie "search" de Microsoft ?

La recherche d'information est bien sûr très importante pour Vista. L'idée est que, où que l'on soit, on puisse facilement lancer une recherche sur Live.com ou sur son PC (*desktop search*). Le "search" est donc, de façon assez logique finalement, une brique essentielle de Vista. Mais comment pourrait-il en être autrement puisque la recherche d'information est l'usage numéro un sur le Web à l'heure actuelle ?

L'idée est réellement d'élargir la notion de recherche, non seulement sur le Web, mais également sur le PC ou sur un réseau d'entreprise. Peu importe, finalement, l'endroit où se trouve la bonne réponse à une problématique donnée. L'essentiel est de la trouver. Et cette vision sera de plus en plus au centre de nos préoccupations pour ce qui est de la recherche d'informations...

Dans quels autres domaines travaillez-vous en termes d'innovation ?

Un moteur de recherche vidéo va bientôt arriver, en collaboration avec Truveo et Blinkx. Une version bêta est déjà disponible (<http://search.live.com/video/>). Pour ce qui est du moteur d'images, nous travaillons sur une technologie propre. Bien entendu, tout ce qui tourne autour du "social search" nous intéresse, tout comme la recherche de produits (l'outil "Live Products" va bientôt sortir mais [une version tourne déjà aux Etats-Unis](#)) avec système de comparaison de prix sans biais commercial. Bref, le spectre de projets sur lesquels nos équipes travaillent est très large...

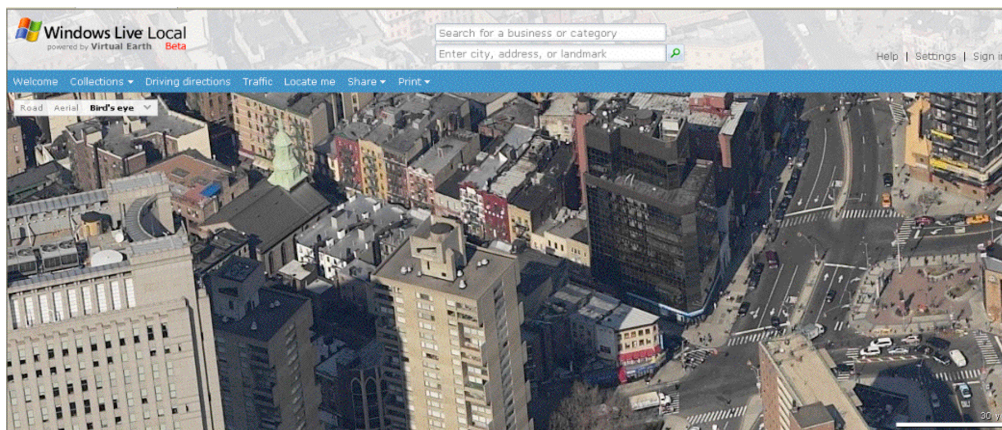


Le moteur "Windows Live Products", en version bêta aux Etats-Unis et bientôt disponible en France.

Pour ce qui est du "social search", des outils de type "questions / réponses" dans une communauté me semblent très bien adaptés au continent asiatique. Il faut bien comprendre que là-bas, ce type de site est complètement entré dans les mœurs et s'adapte parfaitement à la culture locale. Les personnes qui répondent le plus souvent aux questions des internautes deviennent des stars qui passent à la télévision ! Cela fonctionne moins aux Etats-Unis (<http://qna.live.com/>) et je me pose des questions sur l'adéquation de ce type d'outils à l'Europe et notamment à la France...

Comme je le disais également en début d'interview, la mobilité est un énorme champ d'investigation pour nous. Il est étonnant de voir à quel point, aujourd'hui, la demande est forte à ce niveau. Le nombre de requêtes sur nos moteurs adaptés aux terminaux mobiles connaît une croissance assez phénoménale. Les statistiques actuelles doublent tous les 6 mois, ce qui est énorme. On s'aperçoit d'ailleurs que les requêtes sont différentes de celles du "web search"... Environ 50% d'entre elles sont plus "personnelles" et répondent à un besoin immédiat. "Je suis en ville, je veux des infos sur le restaurant le plus proche. J'utilise un moteur de recherche sur mon téléphone portable". Nous essayons également de nous adapter à ces nouveaux usages... Le rachat de la société française Motion Bridge va dans ce sens...

La mobilité est également très proche de tout ce qui tourne autour de la recherche locale, sur laquelle se portent beaucoup de nos efforts actuellement avec de nombreux produits qui vont sortir dans les semaines qui viennent... Nous désirons réellement aller très loin dans cette voie. Déjà accessible aux Etats-Unis, Windows Live Local arrive prochainement en France (premier semestre 2007). Il s'agit de la cartographie composée de photos satellites et de photos prises d'avion (pour la qualité, et le rendu couleur). La [vue oblique](#) également prise d'avion (« bird's eye ») sera disponible prochainement (premier semestre 2007) sur les grandes agglomérations françaises.



*Vue oblique « bird's eye » - New-York.
Disponible prochainement pour les grandes villes françaises.*

Des projets comme Photosynth (<http://labs.live.com/photosynth/>) vont également dans ce sens. Prenons l'exemple du Vatican : il existe des milliers de photos de ses bâtiments disponibles en ligne. Pourquoi ne pas les rassembler et les analyser pour reconstruire en 3D ce monument ? Nous ne sommes qu'au début de la représentation du monde réel sur ordinateur. Les perspectives sont fabuleuses... Bien sûr, il faut envisager tous les aspects, dont la protection de la vie privée et les droits sur les documents mais sur le fond, les communautés d'utilisateurs sur le Web et ces notions de "social maps" peuvent fortement aider à une représentation virtuelle de notre univers quotidien...

Autre sujet d'investigation : la personnalisation, avec la volonté de fournir à l'internaute "son moteur" avec par exemple la possibilité d'aggréger des flux RSS sur la page d'accueil, de construire son outil grâce aux "macros" et à la "Live Gallery" (<http://gallery.live.com/>), de bâtir en quelques clics un moteur personnalisé et / ou vertical, comme par exemple un outil de recherche sur les podcasts, les blogs, etc. Nous multiplions les outils de création de "briques personnelles" afin de faire en sorte que le moteur de recherche s'adapte le plus possible à son utilisateur...

Pour terminer, pouvez-vous nous expliquer comment fonctionne l'équipe qui s'occupe du "search" en France ?

L'organisation principale est située aux Etats-Unis. En France, nous sommes une petite dizaine et notre rôle est principalement d'adapter au mieux nos services aux spécificités du marché Français.

Merci Antoine Alcouffe pour vos réponses.