Service de recherche documentaire

Chronique

de la recherche sur le web

http://www.dsi-info.ca

par Marc Duval 15 février 2005, vol.5, n° 2

Ask Jeeves, Exalead, Google, MSN Search : Une comparaison

Février 2005. MSN est la seconde société à se départir de son automate de recherche tiers - Inktomi de Yahoo! - pour se doter de son propre logiciel de recherche web. Le carré d'as est complété. Les joueurs sont Ask Jeeves, Google, MSN Search et Yahoo! La mise est le marché des États-Unis. La surenchère sera le monde. La partie de poker peut commencer. Le temps est venu de les comparer. La comparaison proposée est sommaire, mais révélatrice.

La société **Exalead** a la prétention de rivaliser avec les Quatre Fantastiques du web. C'est pourquoi ce site de recherche nouvellement venu - version internationale - a été ajouté pour le comparer à **Microsoft Search** aussi dévoilé récemment. A la fin de janvier, son catalogue atteignait le milliard de pages. La deux milliardième page et l'indexation en continu sont prévues pour ce printemps. La société projette de sortir son logiciel de recherche PC prochainement et d'intégrer les carnets web et les fils RSS[1].

Vingt requêtes ont été testées. Ces requêtes proviennent de la compilation Zietgest de **Google**. Dix sont les plus populaires de 2004 et les dix autres le sont pour la semaine du 1er février. Elles ont été notées sur dix, dix étant la page d'accueil officielle du site plus l'organisation de l'information autour de cette page. Le total des points est 200. Les requêtes ont été inscrites à partir de la case de recherche de la page d'accueil du site de recherche. Aucun préfixe de recherche n'a été utilisé, aucune liste de suggestions, ni aucun formulaire.

Voici les requêtes :

britney spears	serena williams
paris hilton	michael jackson
christina aguilera	holocaust
pamela anderson	paige davis
chat	bob marley
games	oscar nominations
carmen electra	super bowl
orlando bloom	nicole dufresne
harry potter	nicole richie
mp3	rebecca cartwright

Cette comparaison ne vaut que si vous êtes anglophone. **Ask Jeeves** n'a pas de version en français. Si vous viviez aux États-Unis et au Canada,

[1] «Bientôt un "desktop search" chez Exalead», Net Économie, 7 février

auriez-vous été avisé de choisir le plus populaire des sites de recherche **Google** pour ces requêtes les plus populaires. La réponse est non. **Yahoo!** et **Ask Jeeves** auraient répondu le mieux à vos requêtes avec un pointage de 188 sur 200 et 187 sur 200. **Exalead** serait troisième avec 168 points. **Google** vous aurait satisfait sans plus avec un pointage de 163 et **MSN Search** vous aurait invité à aller visiter un concurrent pour savoir s'il y a mieux avec un pointage de 140.

Pourquoi **Yahoo!** et **Ask Jeeves** répondent-ils mieux à ces requêtes ?

Yahoo! a l'avantage de mettre en premier la catégorie de son répertoire qui correspond à la requête. Il compte aussi sur les suggestions de recherche.

Ask Jeeves a cette caractéristique d'offrir une synthèse du sujet dans un encadré avec des liens vers les sites officiels et des articles de **Wikipedia**, entre autres. Il est supérieur à tous pour une recherche sur les noms propres, surtout les personnalités états-uniennes et canadiennes, et des sujets d'actualités tels que les Oscars et le Super Bowl. Il faut ajouter les suggestions de recherche.

Exalead devance **Google** grâce à l'intégration du répertoire **Open Directory Project** (ODP) dans le résultat de recherche. Il aurait rejoint **Yahoo!** et **Ask Jeeves** si la mise à jour de son catalogue de la fin janvier avait témoigné de la mort de *Nicole DuFresne*.

Google est égal à lui-même. Il est sobre. Trop sobre pour justifier sa popularité. Il n'intègre pas **Google Directory** (ODP) comme le fait **Exalead**. Il n'a pas de contenu comme **Yahoo!** et **Ask Jeeves** - du moins pas encore. Enfin, il n'a pas de suggestions de recherche. Vous auriez trouvé réponses à vos requêtes en ouvrant plusieurs pages, sans plus.

Au regard d'un francophone, **Google** demeure le meilleur parce qu'il n'a pas de concurrent sérieux. Il n'y a pas de **Ask Jeeves** en français, **Yahoo! France** est moins efficace que **Yahoo! US** - **Yahoo! France** ne reconnaît pas les accents contrairement à **Yahoo! US** - Allez savoir pourquoi ! - et **Exalead** n'a pas percé encore le marché[2].

MSN Search a suivi les autres pour la majorité des requêtes. Il a trébuché sur *Rebecca Cartwrigth*, *chat*, *games* et *Carmen Electra*. Encarta n'a été d'aucune utilité, même pour le Super Bowl alors qu'il a fait une requête pour Encarta durant cette manifestation sportive. Manifestement, leur encyclopédie n'a pas été dotée d'une intégration efficace. **Microsoft** semble manquer de réactivité dans la recherche, mais pas dans la promotion d'Encarta en page d'accueil.

À l'exception des quatre échecs de **MSN Search** tous les sites sont d'égale valeur pour leurs résultats de recherche. La différence provient de leur présentation. **Ask Jeeves** a des «fiches» et des suggestions de recherche. Il est le grand méconnu et surtout il n'a pas réussi encore à s'imposer aux États-Unis. **Yahoo!** a un répertoire, des

[2] « Baromètre moteurs de recherche Janvier 2005», WebrRank Info, 7 février 2005.

suggestions de recherche et un réseau d'information. **Exalead** a lui aussi un répertoire intégré à son résultat de recherche et des suggestions de recherche. Il a en plus deux atouts : le classement des pages et l'affichage de leur vignette. **Google** n'a que ses liens qui ne sont plus suffisants. C'est peut-être pourquoi il recherche du contenu avec ses intentions d'acquérir **About.com** ou d'héberger **Wikipedia**. Il ajoute aussi des photos de **Google Images** pour agrémenter **Google Web**. Parce que **Google Images** intègre les photos des Actualités, nous pourrions voir apparaître ces photos sur **Google Web**. **Google** passerait-il de sa célèbre sobriété vers une présentation plus graphique suivant ainsi la montée de la haute vitesse ? Enfin, **MSN Search** est prometteur avec Encarta et son réseau. Les grands changements sont apparus souvent en été. Attendons!

Marc Duval
Service de recherche documentaire DSI
1280-4, bd de Montarville.
Boucherville. Québec. Canada
J4B 8B4
marcduval@dsi-info.ca