

VALEURS EUROPÉENNES

Le titre de l'éditeur allemand de progiciels SAP a progressé de 3,77 %, lundi 24 janvier, après la publication de résultats pour l'exercice 1999 conformes aux attentes des analystes. Le chiffre d'affaires a progressé de 18 %, et le bénéfice net de 14 %.

glo-néerlandais Royal Dutch Shell a progressé, lundi, de 2,94 %. Le titre de la banque britannique Natwest a grimpé de 3,92 %, lundi, après la présentation de son plan anti-OPA destiné à repousser les assauts de la Bank of Scotland et de la Royal Bank of Scotland.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.



Table listing various companies and their stock prices, including HILTON GROUP, LVMH, MOULINEX, etc.

Table listing various companies and their stock prices, including ASTRAZENECA, AVENTIS, ELAN CORP, etc.

Table listing various companies and their stock prices, including AKER MARITIME, BG, BP AMOCO, etc.

Advertisement for www.lemonde.fr/laietelk featuring 'LES NOUVELLES TECHNOLOGIES' and 'Avec INTERACTIF'.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.



Table listing various companies and their stock prices, including SKANDIA INSURAN, STOREBRAND, SUN LF & PROV H, etc.

Table listing various companies and their stock prices, including AHDOLD, ALTDADIS -A-, ATHENS MEDICAL, etc.

Table listing various companies and their stock prices, including AEROSPATIALE MA, ALCATEL, ALTEC SA REG, etc.

Table listing various companies and their stock prices, including AEGON NV, AGF, ALLEANZA ASS, etc.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

EURO NOUVEAU MARCHÉ

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

Table with 4 columns: Code pays, Cours en euros, % Var. 24/01. Includes sections for Automobile and Banques.

★ CODES PAYS ZONE EURO
FR : France - DE : Allemagne - ES : Espagne
IT : Italie - PT : Portugal - IR : Irlande
LU : Luxembourg - NL : Pays-Bas - AT : Autriche
FI : Finlande - BE : Belgique.

CODES PAYS HORS ZONE EURO
CH : Suisse - NO : Norvège - DK : Danemark
GB : Grande-Bretagne - GR : Grèce - SE : Suède.



HOMMES

Pour permettre la survie des urbains frustrés de verdure, Frédérique Doumic invente le jardinage en ligne.

P. IV

MÉTIERS

Le secteur de l'information géographique, qui consiste à enrichir les cartes pour aider à la décision, a connu une croissance exponentielle du Réseau et à ses 2 000 greffes de sites quotidiennes.

P. VIII

15,5%



ENTREPRISES

Finie, la passivité des jouets. Dotés de puces électroniques, ils ont un comportement autonome et réagissent aux gestes de l'enfant.

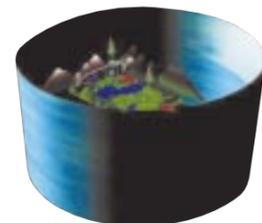
P. VI

CANAL+

De plus en plus utilisées dans les appareils numériques, les cartes mémoire flash ont le vent en poupe.



P. V



TECHNIQUES

Utiliser une ville en 3D pour permettre de se repérer sur Internet, c'est un des projets du Media Lab.

P. VII

ENQUÊTE

Des moteurs pour aller au cœur d'Internet

Sans eux, impossible de s'y retrouver dans la jungle du Web. Moteurs de recherche et annuaires ne recensent pourtant qu'une infime partie des sites existants

SANS EUX, le Web ne serait qu'une inextricable pelote de fils emmêlés, un enchevêtrement de voies sans issue. Heureusement, moteurs de recherche et annuaires sont venus mettre de l'ordre dans tout ça. Leur mission est d'explorer les moindres recoins de la Toile, d'en analyser les contenus, puis de les indexer pour rendre Internet un peu plus clair.

Un peu seulement : une étude publiée l'été dernier dans le magazine scientifique *Nature* relève

en effet que les moteurs de recherche les plus performants n'indexent pas plus d'un sixième du Web. Bien malgré eux : impossible de faire face à la croissance exponentielle du Réseau et à ses 2 000 greffes de sites quotidiennes.

Les moteurs de recherche n'en restent pas moins le passage obligé de toute expédition sur Internet. Entre 60 % et 80 % des internautes entameraient ainsi leur aventure. Et ils n'ont que l'embar-

ras du choix : entre moteurs généralistes et moteurs spécialisés, annuaires, versions internationales et localisées, on en dénombrait ainsi plus de 1 500. Au point que se développent désormais des annuaires d'annuaires... Cette profusion ne désarçonne toutefois pas trop les internautes, qui confient à moins de dix moteurs 95 % de leurs requêtes, selon *Web Site Story*. Yahoo!, AltaVista, Go, Excite, Lycos, MSN et, en France, Voila se taillent la part du lion.

Alors que l'économie du Net repose en grande partie sur des notions d'audience, on comprend donc que ces moteurs ou ces annuaires soient aussi l'objet d'un double enjeu. Un défi technologique et de marketing, d'abord, que se lancent les moteurs pour attirer le plus grand nombre d'internautes avec des services de recherche performants.

Pour être pratiqué par le plus grand nombre, que proposer aux errants du Réseau ? Les moteurs hésitent. Un nombre toujours plus important de sites, quitte à abandonner, au bout du compte, l'internaute sans boussole ? Ou un nombre plus restreint, au risque de laisser de côté la page qui répondrait vraiment à la demande ? Équilibre fragile, confronté à une croissance du Net sans frein et à des requêtes qui ne portent plus exclusivement sur des mots, mais sur des concepts, des images, des vidéos, de la musique, des objets multimédias. La dernière tendance à la mode : demander tout bonnement à chaque internaute de noter la pertinence des réponses qu'il a obtenues, et refaire le classement en fonction de ces notes.

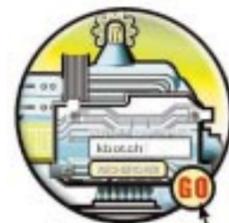
Deuxième bataille pour les moteurs, celle de la survie économique. Ils sont l'objet de nombreuses convoitises de la part de groupes aux poches pleines qui souhaitent s'approprier de si voyantes vitrines. Disney est ainsi propriétaire d'Infoseek, et le prestataire d'accès gratuit LibertySurf, appartenant à Bernard Arnault, a racheté le moteur francophone Nomade.fr. Quant à AltaVista, il fut la propriété du constructeur informatique Compaq avant de tomber dans l'escarcelle de la holding CMGI.

Les moteurs sont aujourd'hui des nœuds stratégiques sur le Réseau. Ils deviennent indispen-

sables à l'ensemble des acteurs du Web : pour s'assurer de figurer en bonne place dans les pages de réponses, au risque, sinon, d'être ignoré. Le référencement est donc devenu un outil de premier plan pour les entreprises impliquées dans le commerce électronique.

La concurrence est telle qu'AltaVista ne se priva pas, un temps, de vendre à l'encan les meilleures places sur ses écrans ! Ce n'était plus, ainsi, les réponses les plus pertinentes qui étaient proposées aux internautes égarés, mais les sites des compagnies les plus fortunées. Devant le tollé des internautes, le moteur fit marche arrière. La recherche sur Internet est devenue trop importante pour être seulement une affaire de gros sous.

Olivier Zilbertin



REPÈRES

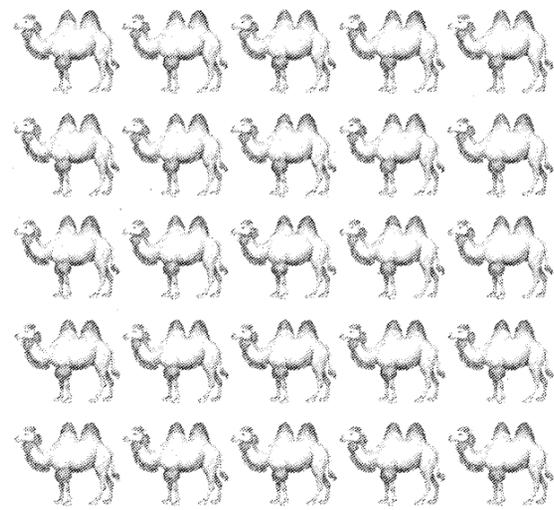
Tous les « trucs » pour mener à bien une recherche sur Internet.

P. II



Retrouver une photographie à partir d'une esquisse, un air de musique en le sifflant à son ordinateur : c'est ce que permettront les moteurs de demain, qui existent déjà dans les labos sous forme de prototypes

Pour faire une recherche sur Internet, dialoguer ou télécharger des jeux, vous préférez chercher parmi tous ces sites...



On peut trouver sur un seul site ?



Pour vous faciliter la vie, Spyry a regroupé sur un seul site tout ce que vous aimez d'Internet.

Pour accéder au contenu Spyry et à tout le contenu d'Internet, il vous suffit de cliquer sur le bouton "GO" ci-dessous. Pour recevoir gratuitement votre adresse de connexion, tapez www.spyry.fr en appelant le 01 613 022 021 (0,70 € TTC par minute).



