

Interview : Jean-Marc Steffan, Directeur de la Division Portails de Wanadoo France

Voilà est l'un des plus anciens outils de recherche sur le Web francophone. Il nous a semblé important de faire un point avec Jean-Marc Steffan, Directeur de la Division Portails de Wanadoo France, à un moment qui nous semble crucial pour les outils de recherche, l'année 2003 étant certainement une année charnière, où de nombreux événements risquent de voir le jour (rachats, disparition d'anciens acteurs et apparition de nouveaux, etc.). Ou en est le Guide de Voilà ? La technologie moteur ? Quels sont les projets pour l'avenir ? France Telecom va-t-il s'investir encore plus sur un marché de la recherche d'information devenu aujourd'hui profitable ? Réponses de Jean-Marc Steffan...



- Tout d'abord, merci d'avoir bien voulu répondre à nos questions. Commençons avec le Guide de Voilà. Si l'on regarde les pages de résultats des outils de recherche actuels (Voilà/Wanadoo, Google, Yahoo!, etc.) on s'aperçoit que les technologies "moteur" ont largement pris le pas sur les Guides/Annuaire. Quel est votre vision de cette évolution ?

Je pense qu'il s'agit plus d'une évolution du modèle économique plutôt que la cannibalisation d'une technologie par une autre. Autrement dit, la monétisation du trafic d'un moteur de recherche est pratiquement 10 fois plus importante que celle d'un annuaire de sites, ce qui explique clairement et en quelques mots la plus grande visibilité des réponses moteur par rapport à celles issues des guides.

- Qu'entendez-vous par "la monétisation du trafic d'un moteur de recherche" ? De quoi s'agit-il ? Des liens sponsorisés ? Mais dans ce cas, ce ne sont pas des résultats "moteur"... Qu'est-ce qui empêcherait d'afficher (dans l'ordre) : 1. Des liens sponsorisés Overture. 2. Des liens "Guide" (priviliégiant ainsi la soumission express). 3. Des liens "moteurs" ensuite ?

Rien techniquement. Néanmoins, nous avons choisi de mixer les réponses du Guide avec celle du moteur pour plusieurs raisons :

- Il est difficile de déterminer combien de réponses "Guide" peuvent être positionnées devant les réponses moteurs. La 10^{ième} réponse du Guide est-elle plus pertinente que la 1^{ère} réponse du moteur ?

- Il est nécessaire de positionner différemment l'offre "Soumission Express" par rapport aux liens sponsorisés afin qu'il n'y ait pas cannibalisation d'une offre par une autre. Autrement dit, si l'on met les réponses Guide juste après les liens sponsorisés, cela signifie que l'on adopte le même concept de "garantie de visibilité" à l'annonceur. Or, quel annonceur prendrait l'offre "Soumission Express" alors qu'il peut être mieux positionné avec les Liens Sponsorisés ?

- Enfin, notre système de "mix" permet finalement de faire ressortir plus qu'honorablement les réponses du Guide dans le "backfill" moteur. Je crois que vous avez fait un dossier à ce sujet non ? (NDLR : voir la lettre R&R de janvier et l'article "La nouvelle donne des pages de résultats").

- Avec les dernières réorganisations chez Wanadoo Portails, il semblerait que la section "Guide Voilà" ait fait les frais, en termes de nombre de personnel, de cette nouvelle donne avec une équipe réduite. Combien de personnes travaillent-elles aujourd'hui sur ce guide de Voilà après la restructuration ? N'est-ce pas une mort annoncée pour ce type d'outils de recherche ?

Il s'agit plutôt d'un rééquilibrage de l'effectif par rapport à notre marché et nos produits. En effet, l'entité "Services de Recherche" de Wanadoo France a un effectif de 9 personnes. Nous avons 4 personnes qui travaillent sur le moteur de recherche (au niveau marketing et "business development") et 4 personnes sur le Guide, ce qui est plus en adéquation avec nos projets et objectifs actuels.

- Qu'est-ce que cela signifie ? Si des sites comme Voilà et Yahoo! font cela, ça veut dire que les liens sponsorisés rapportent bien plus d'argent que les offres de soumission payantes sur les annuaires, devenues aujourd'hui quasi-caduques ?

C'est clair (voir ma réponse à la première question). En revanche, le CA dégagé par notre offre de

soumission express sur le Guide est loin d'être négligable, et nous ne souhaitons pas mettre cette offre de côté. Nous réfléchissons d'ailleurs à une nouvelle offre de soumission payante sur le Guide pour septembre 2003.

- Côté "moteur", où en est Voila aujourd'hui ? On a un peu l'impression que la technologie est restée figée depuis le départ d'une partie de l'équipe qui a conçu la version actuelle (KE). Où en est-on ? la techno évolue-t-elle et dans quel sens ?

Merci de vous en préoccuper :) Le moteur Voila va bien. J'ai d'ailleurs une scoop pour vous ! Nous avons développé un nouveau système de crawl qui nous permet dès à présent de crawler mieux, plus, et plus vite ! En d'autres mots, sur l'aspect qualitatif, nous crawlons (et indexons!) aujourd'hui les documents de type PDF, Flash, Word, Excel, etc. Nous avons environ 10 millions de documents de ce type dans notre index. Sur l'aspect quantitatif, nous sommes aujourd'hui en mesure de crawler 24h/24. Un dernier scoop ? Nous avons doublé la taille de notre index avec plus de 120 millions de documents, ce qui nous place en tant que leader en termes de taille d'index sur le monde francophone !

- Quels sont les grands projets ? J'ai entendu parler d'une équipe commerciale en train d'être créée pour vendre des prestations autour du moteur de recherche (de type "paid inclusion"). Pouvez-vous nous en dire plus ?

Oui, nous étudions la possibilité de proposer ce type d'offre. Il est encore un peu tôt... J'espère pouvoir vous en dire plus dans les mois qui viennent...

- Le site Voila pour les Geeks (<http://www.voila.com/>) propose des recherches dans des langues régionales. Est-ce un simple projet de laboratoire ou sera-t-il opérationnel un jour ?

L'objectif était d'indexer ces langues dans le cadre du projet "Wanadoo Villes". Nous devons étudier l'opportunité d'intégrer maintenant ces langues sur nos sites nationaux, Wanadoo.fr et Voila.fr. Là aussi, il est encore un peu tôt pour en parler...

- Autre projet qui semble revenir périodiquement en rumeur depuis quelques mois : l'avènement d'un moteur avec un index mondial. Plus d'infos à ce sujet ?

Concernant l'index mondial, nous sommes en train d'étudier précisément les besoins de nos internautes avant de nous lancer dans un projet plus opérationnel. J'espère également vous en dire plus d'ici quelques semaines.

- Parlons enfin des liens sponsorisés Overture. Quel est le système exact qui gère le nombre de liens sponsorisés sur Voila et Wanadoo ? Combien de mots clés sont en "semi-full integration" ? Comment sont-ils choisis ? Sont-ils périodiquement modifiés ? Etc.

Deux système coexistent. Le premier est le "Full integration" (exemple sur le mot clé "voyage"). Dans ce cas, nous proposons un maximum de 14 liens sponsorisés. La "full integration" fonctionne sur 500 mots clés, qui sont mis à jour et définis tous les mois par Overture, avec notre accord. L'autre solution est le "Premium" (exemple sur "voyage antilles"), plus classique, puisqu'il s'agit de proposer 3 liens sponsorisés au dessus de la ligne de flotaison.

- Quels sont les retours des voilanautes et wanadiens pour cette nouvelle donne de la page de résultats ?

Très bons ! Notre audience est en ligne avec nos prévisions et les indicateurs commerciaux également.

- Overture a récemment racheté AltaVista et Fast, deux technologies "moteurs de recherche". N'avez-vous pas eu peur qu'il devienne, du coup, votre concurrent ?

Le rachat de FAST et Altavista n'a pas d'impact sur la relation commerciale que nous avons avec Overture, d'autant que ces deux moteurs de recherche sont peu présents en France, et pas forcément très spécialisés sur la francophonie comme l'est Voila.

- En règle générale, comment voyez-vous le paysage de la recherche d'information avec le rachat d'Inktomi par Yahoo!, la fusion Overture-AltaVista-Fast, l'arrivée de Microsoft pour cette année normalement, etc ?

Je pense que nous assistons à une véritable verticalisation du marché liée au fait que la recherche devient clairement un centre de profit. Les acteurs veulent se positionner sur l'ensemble de la chaîne de valeur, soit par croissance externe (rachat de Fast et Altavista par Overture, rachat d'Inktomi par Yahoo) soit par croissance organique (Google, MSN qui triple ses effectifs!).