

Interview : Laurence Thouveny (Voila)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

A la mi-mars 2004, Voila a mis en ligne une nouvelle version de son moteur de recherche. Est-ce uniquement un nouveau "look" ou les modifications apportées au moteur sont-elles plus profondes ? C'est ce que nous avons demandé à Laurence Thouveny, Directrice des services de Communication et de Recherches de Voila/Wanadoo... Une bonne occasion également pour faire un point sur les projets R&D de France Telecom au niveau de la recherche d'information.

- Laurence Thouveny, bonjour et merci de bien vouloir répondre à nos questions. Voila a lancé dernièrement une nouvelle version de son site : quelles étaient les motivations principales de ce nouveau design ?

L'idée était de "booster" le trafic du site Voila.fr et les fonctions de recherche en améliorant le design et l'organisation du portail. Nous avons voulu un Voila plus moderne, plus jeune, plus dynamique, avec une ergonomie plus simple.

Nous avons, pour cela, tenu compte d'une promesse "historique" de Voila, qui était de se concentrer autour de trois pôles :

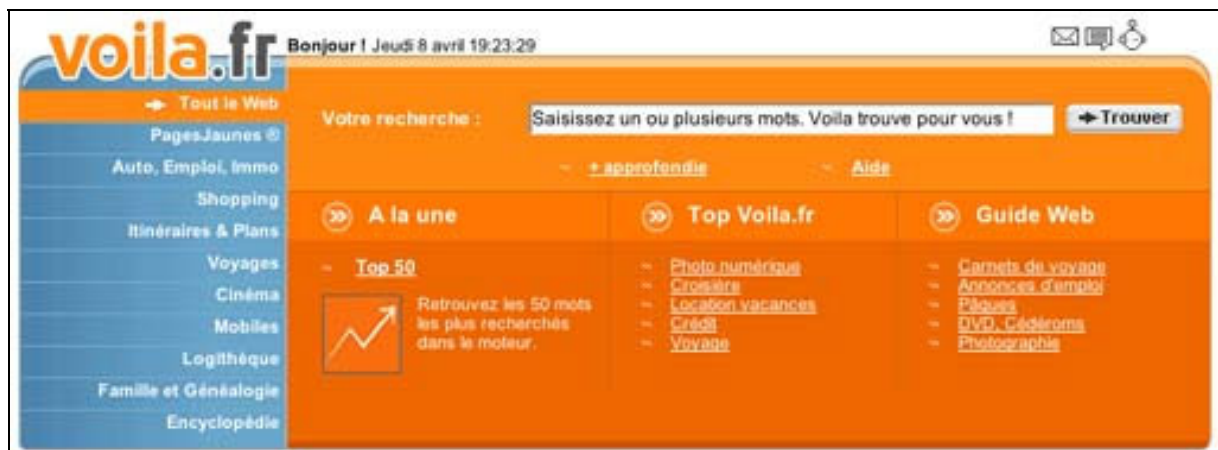
- Recherche;
- Communication;
- Information.

Enfin, une évolution était devenue nécessaire par rapport à nos annonceurs, notamment pour mettre en œuvre de nouveaux formats de publicités, comme le "carré" présent sur la page d'accueil du moteur de recherche (<http://www.voila.fr/>).



- Quelles sont les grandes nouveautés de ce nouveau site ?

Tout d'abord, sur la page d'accueil, on trouve ce que nous appelons la "Voila Box" et qui donne un accès prioritaire au moteur :



Par ce biais, l'internaute a accès non seulement, prioritairement, au moteur de recherche, mais également aux Pages Jaunes, aux programmes de cinéma, à l'encyclopédie, bref, à de nombreuses autres sources d'informations en un clic. Ainsi, la fonction "recherche d'informations multi-sources" est-elle bien mieux mise en valeur sur cette nouvelle page d'accueil.

Nous avons également voulu une page-réponse plus claire, plus dépouillée, plus pure avec des caractères plus gros, plus lisibles :

The screenshot shows the Voila.fr search engine interface. At the top, there is a search bar with the text 'abondance' and a 'Trouver' button. Below the search bar, there are several navigation tabs: 'Web mondial', 'Web francophone', 'Guide du web', and 'Actualité'. The 'Web mondial' tab is highlighted. To the right of the search bar, there are links for 'Aide', 'Personnalisez', and 'Approfondie'. Below the search bar, there are three main search results:

- Devant l'abondance**: Tous vos livres sur alapage.com. Livraison gratuite (voir cond.). <http://www.alapage.com>
- Abondance**: Création d'Olivier Andrieu, consultant Internet, **Abondance** fournit une aide pour, d'une part, mieux rechercher l'information(côté internaute) et, d'autre part, mieux promouvoir son site(côté fournisseur d'information) sur l'Internet. Pour ce faire, il vous précise le fonctionnement des annuaires et moteurs de recherche et vous tient informé de leur actualité. www.abondance.com/ Catégories du guide Voila.
- Val d'Abondance**: Les communes du canton(**Abondance**, Bonnevaux, La Chapelle d'**Abondance**, Châtel, Chevenoz, Vacheresse) : offices du tourisme, ski, hébergement, associations, situation géographique, etc. www.validabondance.com/ Catégories du guide Voila.
- La vallée d'Abondance**: Tous les renseignements pour passer un agréable séjour à **Abondance**: les activités, les musées, les curiosités et autres particularités savoyardes. skivacances.free.fr/ Catégories du guide Voila.

On the right side of the page, there are two promotional boxes. The top one is for 'eBay Trouver' with the text 'abondance? Achetez et vendez aux enchères!'. The bottom one is for 'Alapage.com' with the text 'Achetez Devant l'abondance avec: alapage.com'.

Les onglets ont également été améliorés, ils sont plus clairs, plus visibles. L'onglet "Web mondial" a notamment été placé en premier. L'objectif est que les internautes les utilisent plus qu'à l'heure actuelle.

Enfin, troisième innovation : nous avons mis en place un filtre familial qui permet d'éliminer les contenus "adultes" et qui fonctionne très bien.

- La partie "résultats de recherche" a-t-elle été uniquement modifiée au niveau du "look" ou l'algorithme de "ranking" a-t-il revu ?

L'algorithme de "ranking" évolue continuellement, il n'est pas figé. Cependant, la mise en ligne du nouveau "look" de Voila ne s'est pas accompagnée d'une rupture technologique forte de ce côté. Il n'y a pas eu de changement radical de côté de l'algorithme de pertinence ces temps derniers. Uniquement une évolution que l'on pourrait qualifier de "naturelle".

- Quelle est la taille de l'index actuel de Voila ?

Le moteur de recherche de Voila et Wanadoo gère un index de 350 millions de pages Web dont 270 millions de pages en langue française. Lorsqu'un internaute effectue une recherche avec l'onglet "Web francophone", il recherche dans les 270 millions de pages en Français. Lorsqu'il clique sur l'onglet "Web mondial", c'est la globalité de l'index qui est prise en compte. La différence entre les deux parties de l'index, soit 80 millions de pages, représente des documents que nous mettons à la disposition des internautes francophones désirant rechercher une information dans une autre langue que le Français. C'est la cible visée ici : des pages web en Anglais, Espagnol ou autres langues d'abord orientées vers les attentes des internautes français.

- Comment Voila se positionne-t-il (aux niveaux français et mondial) sur le marché du "search", aujourd'hui dominé par Yahoo! et Google auxquels viendra s'ajouter demain Microsoft ?

Il existe, ou il existera, trois acteurs, comme vous le dites, avec des problématiques mondiales. Pour l'instant, notre objectif est de servir au mieux les marchés français et francophone. Mais la recherche n'a pas de frontière. Aussi, nous désirons fortement augmenter le nombre de pages disponibles dans notre index "mondial", dans d'autres langues que le Français, toujours dans l'optique de mieux servir l'internaute francophone. Nous sommes également persuadés qu'il y a

une place à prendre entre les marchés "locaux" et "globaux". Un moteur de recherche à vision européenne serait très intéressant et cela correspond à un objectif à moyen terme pour Wanadoo et Voila. Ce marché "parallèle" nous intéresse fortement, ce qui ne nous positionne pas en tant que concurrent direct d'acteurs comme Google, Yahoo! ou Microsoft.

- Le marché des moteurs de recherche est aujourd'hui investi par d'innombrables projets innovants, comme la personnalisation, la régionalisation, la contextualisation, la sémantique, etc. Comment Voila/Wanadoo se situe-t-il dans cette mouvance de projets de R&D ?

L'innovation et la R&D sont clairement des directions stratégiques pour nous. Nous travaillons notamment sur plusieurs axes à ce niveau :

- La personnalisation, le "profiling", qui peuvent amener une réelle valeur ajoutée à la recherche. A ce niveau, les fournisseurs d'accès à l'Internet sont bien placés car ils connaissent bien leurs abonnés. La personnalisation des recherches peut se mettre en place à plusieurs niveaux : données sociologiques (sexe, âge, etc.), usage (analyse des précédentes requêtes effectuées par l'internaute), localisation (nous travaillons sur ce point notamment avec les Pages Jaunes), et type d'accès à l'Internet. On peut tout à fait imaginer qu'un connecté haut débit aura des listes-réponses différentes de celles d'un connecté par le réseau téléphonique "classique" (RTC). Car le haut débit permet de proposer des liens donnant accès à des documents, notamment graphiques, inaccessibles au connecté en RTC. La personnalisation, même s'il s'agit d'un sujet complexe, peut vraiment aider l'internaute à mieux chercher sur le Web.

- Le langage naturel, qui est l'un de nos axes de développement majeurs depuis de nombreuses années. Nous avons, par exemple, mis en ligne un moteur sur le site alapage.com qui exploite certaines de ces fonctionnalités de compréhension du langage naturel.

- Le "Grid computing", qui nous permettra d'optimiser la puissance des machines et des serveurs que nous utilisons.

- Le "networking" ou "réseaux sociaux" sur lesquels nous travaillons notamment avec France Telecom R&D. Des prototypes fonctionnent déjà, d'ailleurs, dans nos laboratoires de recherche.

Toutes ces innovations seront, au fur et mesure de l'avancement des travaux, disponibles sur le site Voila.com, qui va devenir notre vitrine de l'innovation et des travaux de nos labos. Ce sera un site pour les experts de la recherche d'information qui pourront y trouver nos dernières réflexions en termes de R&D.

- Quels seront les premiers projets qui y seront présentés ?

Je pense qu'au cours du second semestre 2004, nous pourrions proposer sur ce site des projets intéressants dans le domaine des réseaux sociaux et du langage naturel. La personnalisation est un problème plus complexe et nous prendrons le temps de bien tester toutes les possibilités de ce type de systèmes avant de le proposer aux internautes.

- Comment la nouvelle version du site Voila a-t-elle été accueillie par ses utilisateurs ?

Très bien, le mois de mars a été globalement meilleur que le mois de février, avec une progression à deux chiffres, bien plus importante que 10% (*rires*). Nous en sommes heureux et cela nous conforte dans notre volonté d'améliorer continuellement le moteur de recherche. Nous avons, d'autre part, mis en place une nouvelle liste-réponse sur le site de Wanadoo depuis le 5 avril dernier également.

- Quelles sont les grandes dates et étapes pour l'avenir de Voila ?

Il existe trois grands domaines que nous désirons explorer cette année :

- Tout d'abord, le site Voila.com que nous désirons voir refléter au mieux notre effort continu en termes de R&D autour de la recherche d'information sur le Web.

- Un moteur "Images".
- Un moteur "Shopping".

Ces deux derniers moteurs pourraient être mis en œuvre en partenariat avec des sociétés du marché. Nous y travaillons...

Noter volonté est de mettre en ligne des systèmes de recherche d'information qui soient transversaux, quasi universels. Nous avons tous besoin de rechercher de l'information sur de nombreux terminaux, sous de nombreuses applications. La technologie "KE", qui est à la base de notre moteur Web, sera, à l'avenir, notre base de réflexion pour développer de nouveaux outils nous permettant de nous adapter au mieux aux attentes des internautes.

- Laurence, merci.

L'entretien s'est déroulé le jeudi 8 avril 2004, par téléphone.