

"desktop search" : le point de vue des fournisseurs de solution

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Nous avons décidé d'interroger plusieurs fournisseurs de solutions de "desktop search" pour connaître leurs points de vue sur les perspectives de ce marché". François Bourdoncle (Président Directeur Général – Exalead), Jim Rainey ("desktop search" Product Manager - Ask Jeeves), Mark Goodstein (Founder and EVP, Business Development – X1), Suranga Chandratillake (Chief Technical Officer & Co-Founder – Blinkx) ont accepté de répondre à nos questions. Voici, ci-dessous, la transcription des réponses apportées.



François Bourdoncle - Président Directeur Général – Exalead (www.exalead.com)

Alors que se multiplient actuellement les lancements d'outils de recherche sur disques durs, quels sont selon vous les critères différenciants entre les outils disponibles ?

Pour l'instant, les critères sont de type "légèreté" ou "exhaustivité du nombre de formats de fichier". Même si cela est important, le plus important va être, en terme d'utilisabilité, la possibilité de naviguer dans les résultats (par dossier, par date, par type de document, par auteur d'email, etc.) et d'être tolérant à l'orthographe (car lorsqu'on cherche un email, on ne se souvient pas toujours de l'orthographe exacte de la personne qui l'a envoyée !). C'est ce que va apporter, notamment, Exalead Desktop, en offrant sur le PC les mêmes outils disponibles que sur le Web, et une possibilité de naviguer de manière unifiée sur les deux univers : PC et Web.

Pourquoi un tel engouement des moteurs de recherche pour la recherche sur disque dur ?

Les outils "desktop" vont être le lieu d'aggrégation et de navigation ultime pour beaucoup d'utilisateurs, pour le grand public et en entreprise. Leur maîtrise et leurs performances sont donc un enjeu important. Mais la maîtrise totale et l'homogénéité de la chaîne entière (PC + groupe de travail + entreprise + Web) ainsi que les API pour une intégration facile, sont un enjeu encore plus grand, et l'avance d'Exalead en la matière est considérable.

Quelle est selon vous l'influence de Microsoft sur ce marché ?

Microsoft est évidemment un acteur majeur de ce marché. Nous verrons bien comment ils l'aborderont lorsqu'ils sortiront leur "vrai" "desktop search" (l'actuel n'étant clairement qu'un "preview").

Le "desktop search" est-il pour vous un segment sur lequel les grands acteurs du Web search sont contraints de se positionner ?

Bien évidemment, car comme je l'ai dit, la maîtrise du bout de la chaîne d'accès à l'information ne peut qu'être stratégique pour un acteur. En ce qui concerne Exalead, nous visons plutôt le monde de l'entreprise, mais sommes bien entendus prêts à étudier des accords de distribution avec des ISP ou des portails, notre offre étant très paramétrable, et permettant donc une différenciation forte des différents acteurs.

Pour quand est prévue la sortie d'Exalead Desktop ?

La bêta publique est normalement prévue pour le mois de mars.



Jim Rainey - "desktop search" Product Manager - Ask Jeeves (www.ask.com)

Quels sont les critères principaux garantissant la réussite des outils de recherche sur PC ?

Un bon outil de recherche sur PC doit être facile d'utilisation et ne pas gêner le fonctionnement des autres applications sur le disque dur. Il doit présenter une interface intuitive et facile d'utilisation, être rapide, pertinent et compatible avec le plus grand nombre de fichiers et de formats. Il devrait être facile à intégrer à d'autres applications.

Pourquoi un tel engouement des moteurs de recherche pour la recherche sur disque dur ?

La somme d'informations consultable au quotidien ne cesse de croître et cela rend capital l'existence d'un outil de recherche capable de filtrer cette masse. Le disque dur de l'ordinateur est une source supplémentaire d'informations dont la gestion efficace passe par un outil de recherche. Les moteurs de recherche Internet évoluent dans un environnement très lucratif et féroce concurrentiel ; il est donc naturel qu'ils développent de nouveaux produits tels que l'outil de recherche sur disque dur, la nouveauté la plus frappante du second semestre 2004. Chez Ask Jeeves, nous ne commercialisons pas notre outil de recherche sur disque dur. Nous espérons en revanche fidéliser nos utilisateurs avec cet outil de sorte qu'ils choisiront naturellement notre moteur de recherche sur Internet lorsqu'ils en auront besoin, lequel nous rapporte des revenus.

Selon vous, quelle est l'influence de Microsoft sur ce marché ?

Microsoft demeure de loin le point d'entrée obligé pour l'immense majorité des gens, qu'ils utilisent un PC professionnel ou personnel et le groupe bénéficie de ressources gigantesques pour s'implanter sur n'importe quel marché en expansion. Si Microsoft propose une vente couplée liant Windows à un outil de recherche sur PC, une bataille juridique, voire éthique, risque de s'engager. Néanmoins, l'on peut s'attendre à ce que Microsoft trouve un moyen d'intégrer à son système d'exploitation une dose de "desktop search". L'information jouant un rôle de plus en plus grand dans l'informatique, pour rester compétitif, Microsoft va devoir se battre sur ce terrain, d'autant que l'interopérabilité n'a plus la même importance qu'auparavant. Certaines personnes soutiennent que les moteurs de recherche sont si puissants qu'ils deviendront les systèmes d'exploitation de demain. Les moteurs de recherche, en revanche, ne remplaceront jamais des choses comme les pilotes de périphériques mais je pense que cela n'a aucun d'intérêt pour la recherche.

Le "desktop search" est-il pour vous un segment sur lequel les grands acteurs du Web search sont contraints de se positionner ?

Tout dépend de ce que vous entendez par "contraint". Le risque est réel de perdre des clients si votre concurrent propose un outil de recherche sur disque dur alors que vous n'êtes pas positionné sur ce segment. La recherche d'infos est un filtre extrêmement efficace (trouver une aiguille dans une botte de foin). L'information s'accumule et devient de plus en plus numérique (les MP3, les fichiers vidéo...), ce qui augmente les domaines où la recherche d'infos est nécessaire. La recherche d'infos est efficace parce que le langage est efficace. En d'autres termes, les outils de recherche peuvent potentiellement tout trouver parce que le langage peut tout nommer.



Mark Goodstein - Founder and EVP, Business Development – X1 (www.x1.com)

Quels sont les critères principaux garantissant la réussite des outils de recherche sur PC ?

Un outil performant nécessite quatre critères principaux. D'abord, les résultats doivent être instantanés. Deuxièmement, l'utilisateur doit être en mesure de prévisualiser immédiatement le fichier ou l'email sans avoir besoin de lancer l'application liée. Troisièmement, l'utilisateur doit pouvoir agir sur l'*item* qu'il a trouvé, qu'il s'agisse de le transférer, de le déplacer ou simplement de le visualiser ou de le copier-coller ailleurs. Quatrièmement, l'application doit être totalement discrète ; son index doit toujours être à jour sans que l'utilisateur ne le remarque jamais.

Pourquoi un tel engouement des moteurs de recherche pour la recherche sur disque dur ?

De toute évidence, il s'agit de fidélisation. Les moteurs de recherche gagnent beaucoup d'argent en dirigeant les utilisateurs vers des sites marchands. Les outils de recherche sur disque dur sont un enrichissement pour l'utilisateur mais ils permettent aussi de resserrer les liens entre celui-ci et son moteur de recherche. Le but est aussi d'accroître le nombre de recherches sur le Web effectuées par les utilisateurs. N'oublions pas non plus que les outils de recherche peuvent servir d'agent fédérateur entre les nombreuses autres applications offertes aux utilisateurs, qu'il s'agisse des logiciels de visualisation de photos ou de la messagerie instantanée. La qualité des outils sur le marché n'est évidemment pas égale.

La recherche sur PC est très différente de la recherche sur le web. Sur le Web, un utilisateur recherche une information parmi des milliards de documents dont il soupçonne l'existence mais qu'il n'a jamais vus. Sur son disque dur, il recherche un item spécifique dont il a une connaissance explicite puisqu'il l'a créé ou au moins déjà lu, voire tout simplement il sait qu'il s'y trouve. Pour être plus précis, l'utilisateur va sur le web pour faire une recherche ponctuelle et spécifique, celle de trouver une réponse à une question. Un navigateur, avec un simple cartouche de recherche, est amplement suffisant. En matière de recherche sur PC, la recherche s'effectue sur un territoire infiniment plus réduit mais elle est aussi plus complexe dans la mesure où l'utilisateur recherche parmi de multiples fichiers et entrepôts de données très divers, des emails ou des contacts par exemple, tout en poursuivant souvent un but plus compliqué que simplement trouver une réponse. Il peut par exemple souhaiter compiler des items venant de sources différentes pour faire un bulletin mensuel, rechercher un email reçu il y a plusieurs mois et qui nécessite aujourd'hui une réponse, ou simplement rechercher un numéro de téléphone qui n'a pas été enregistré dans son carnet d'adresses. Un logiciel de recherche sur disque dur performant est nécessairement doté d'un client riche et permet à l'utilisateur d'utiliser sa propre connaissance de ses données pour retrouver un item précis. Une simple fenêtre de navigateur ne suffit pas.

Quelle est selon vous l'influence de Microsoft sur ce marché ?

Microsoft est un acteur incontournable. X1 nécessite le logiciel Microsoft pour fonctionner et les applications Microsoft pour créer les données à indexer et à rechercher. X1 continuera d'être le meilleur moyen de trouver, d'utiliser et gérer ses données lorsque Microsoft sortira un nouveau système d'exploitation. Qui plus est, X1 compte beaucoup de supporters au sein de Microsoft...

Le "desktop search" est-il pour vous un segment sur lequel les grands acteurs du Web search sont contraints de se positionner ?

Oui. Google leur a sûrement mis le dos au mur mais ce positionnement était déjà engagé.



Suranga Chandratillake – Chief Technical Officer & Co-Founder – Blinkx
(www.blinkx.com)

Quels sont les critères principaux garantissant la réussite des outils de recherche sur PC ?

La recherche d'informations sur PC à l'aide de mots clés est presque devenu un bien de consommation courante. Tous les acteurs principaux du marché la proposent et même s'il existe des différences entre les produits (formats pris en compte, niveaux de sécurité, spécificités des interfaces etc...), celles-ci sont mineures et nous pensons que tous les principaux moteurs de recherche feront bientôt des offres équivalentes.

Il est plus important de noter que la recherche d'informations sur PC à l'aide de mots clés n'a pas entraîné de changements majeurs. De nouvelles sources d'information ont été ajoutées sans que la technologie n'ait évolué. Le défi de rendre l'information accessible en un temps acceptable reste entier. Un des problèmes de la recherche par mots clés est que celle-ci est peu contextuelle (un ou deux mots n'ont pas nécessairement le même sens selon les utilisateurs) et fournit fréquemment des résultats peu pertinents. Sur le Web, Google a résolu ce problème en utilisant l'analyse des liens hypertexte (le PageRank). Cependant, cette méthode ne fonctionne pas dans le cas du "desktop search" car les fichiers d'un PC ne sont pas reliés entre eux.

C'est pourquoi une technologie plus sophistiquée est nécessaire. Chez Blinkx, nous utilisons une approche contextuelle qui prend automatiquement en compte la totalité du texte sur l'écran de l'utilisateur et qui relève automatiquement le contenu pertinent (dans son contexte) d'un document "riche" avant que l'utilisateur ne fasse la moindre action.

Pour résumer, la recherche d'informations sur PC est une sorte de gadget mis en avant par les principaux moteurs de recherche mais c'est un outil qui repose sur une vieille technologie. Ce qu'il faut au contraire c'est, comme nous nous efforçons de le faire chez Blinkx, se concentrer sur des technologies de nouvelle génération qui utilisent le contexte, qui ont la capacité de comprendre des contenus "riches" et dont le but est de servir l'utilisateur, pas de le faire travailler.

Pourquoi un tel engouement des moteurs de recherche pour la recherche sur disque dur ?

Comme pour tous les biens de consommation courante, dès qu'un concurrent lance un produit, chacun doit rivaliser.

Selon vous, quelle est l'influence de Microsoft sur ce marché ?

Je ne peux pas vraiment analyser l'influence ou les motivations de Microsoft. Néanmoins je noterai volontiers que : 1) Internet était auparavant un océan d'informations dans lequel il était très difficile de naviguer. 2) Les progrès récents en matière de recherche à l'aide de mots clés ont grandement facilité la navigation. 3) Chaque ordinateur personnel devient tellement puissant qu'il est difficile de naviguer sur son disque dur.

Microsoft étant à la fois un géant du PC et un grand portail de recherche Web, il n'est pas étonnant qu'ils s'intéressent à ce marché.

Le "desktop search" est-il pour vous un segment sur lequel les grands acteurs du Web search sont contraints de se positionner ?

Sans aucun doute. Comme je l'ai dit plus haut, la recherche sur PC est une marchandise techniquement facile à mettre en place. Dès lors qu'une compagnie se lance sur le marché, il ne reste plus aux autres qu'à s'aligner et à offrir les mêmes prestations à leurs clients.