

Interview de Stéphane Fournis (Miva)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Miva, ex-Espotting, a mis en ligne dernièrement un moteur de recherche dont la technologie a été développée en partenariat avec Fast Search & Transfer, anciennement propriétaire du moteur AllTheWeb. Une bonne occasion pour poser quelques questions à ce sujet à Stéphane Fournis, Directeur marketing de Miva France...

Stéphane Fournis est le nouveau Directeur marketing de Miva, nouveau nom de l'entité "Espotting-Findwhat". Il commente pour nous le lancement en France et en Allemagne du moteur de recherche récemment mis en ligne en complément de l'offre de liens sponsorisés de Miva.



- Stéphane Fournis, bonjour et merci de répondre à nos questions. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots à nos lecteurs ?

Je suis Stéphane Fournis, Directeur Marketing de MIVA Média. Je travaille dans le secteur Internet depuis 1999. J'étais auparavant Directeur Marketing de Caramail et Directeur Trade Marketing de Lycos France. J'ai rejoint MIVA en Mai 2005. Je suis également Responsable des Opérations au sein de l'IAB.

- Miva France propose depuis peu une solution de "search" en complément des liens sponsorisés sur son site. Pourquoi avoir mis en place cette solution ?

Cette solution de *search* répond à une attente claire de nos partenaires éditeurs. Complètement personnalisable, cette solution de *search* est configurée selon les besoins et attentes des éditeurs et de leur audience. Le contenu est spécifié par l'éditeur et il est possible d'établir une liste d'inclusion et/ou d'exclusion, les résultats pouvant être spécifiques (nationaux, régionaux...). (NDLR : selon nos informations, il semblerait également que les sites des affiliés MIVA soient également "poussés" dans leur positionnement sur les pages de résultats du moteur).

- Dans quel pays cette solution est-elle disponible actuellement et le sera-t-elle à terme ? Pourquoi Findwhat ne la propose-t-elle pas aux Etats-Unis ?

Nous avons identifié un besoin immédiat de la part de nos partenaires européens pour qui nous fournissons une solution de recherche algorithmique via un de nos prestataires. L'Algosearch est actuellement disponible en France et en Allemagne. Il sera dans les trois prochains mois implémenté dans toute l'Europe et aux Etats-Unis avant la fin de l'année. Nous avons simplement décidé de le lancer en avant-première en France et en Allemagne.

- Quels portails ont déjà intégré cette solution sur le Web ?

La majorité de nos partenaires qui proposaient une fonctionnalité de *search*, tels que Télé 2, Francesurf, ... en France ont déjà implémenté cette nouvelle solution de recherche. Aussi, nous pensons que la totalité de nos partenaires suivra cette voie en fonction de leurs mises à jour technologiques.

- Quelle est la genèse de cette solution "moteur" ? Est-ce le fruit d'un travail commun entre Fast et les équipes de développement de Miva ?

Nous avons intégré la technologie de FAST pour notre infrastructure d'index de base. Cela nous a permis de rentrer rapidement sur ce marché. De plus, nous avons construit et ajouté à cette technologie notre propre technologie propriétaire qui nous permet d'avoir des compétences qui nous différencient de la concurrence. Nous avons conçu notre propre technologie d'interprétation des pages (lecture des codes source des pages).

- Combien de temps a-t-il fallu pour développer cette technologie ?

Il nous a fallu 6 mois pour développer cette technologie.

- Quelle est la taille de l'index proposé ? Et en termes de pages en langue française ?

Nous utilisons une technologie qui nous permet de scanner des milliards de pages de documents et de séparer le bon grain de l'ivraie. La taille précise de l'index n'est pas aussi importante que de comprendre que nous avons mené une analyse minutieuse des pages disponibles afin de fournir à nos partenaires et à leurs visiteurs le meilleur contenu possible.

Nous nous concentrons sur la qualité de l'index et sur des sites que nous pensons pertinents pour nos utilisateurs et non pas sur la taille de l'index. Il ne sert à rien de produire de millions de résultats s'ils ne sont pas pertinents. Notre index est assez conséquent mais sa taille n'a pas d'importance (NDLR : sic :-)).

- Quelles sont les principales caractéristiques du moteur Miva ?

Qu'est-ce qui en fait un moteur différent des autres ? Quelle est la syntaxe d'interrogation ?

Google et Yahoo sont d'excellents moteurs de recherche à destination du plus large public. C'est pourquoi ils doivent être centrés sur les attentes et besoins de leur audience pour rester compétitifs. De ce fait, ils proposent des résultats standard à leurs partenaires éditeurs.

Au contraire, MIVA est centré sur la fourniture de résultats de recherche spécifiques en fonction des besoins spécifiques des éditeurs. Un éditeur peut souhaiter diffuser des résultats de recherche en Allemand et un ensemble de résultats qui favorise les sites allemands, incluant également un mix d'autres résultats. Un autre éditeur peut préférer des résultats favorisant les sites web des pays limitrophes à l'Allemagne. De même, un site dédié au sport pourra souhaiter inclure une liste plus longue de sites web qui fournissent des résultats sportifs spécifiques au football et au tennis par exemple.

C'est parce que nos partenaires connaissent leur audience que nous leur fournissons un tel niveau de personnalisation. Enfin, les technologies des moteurs de recherche sont bien souvent similaires. Ce qui nous différencie des autres moteurs est dans la façon d'interpréter les pages et comment vous considérez les meta tags de chaque page, comme les par exemple : pays, contenu adulte, spam,... Aussi, la façon dont vous évaluez la page est primordial pour le succès d'un moteur de recherche.

La syntaxe de l'API est la même que la syntaxe que nos clients utilisent. Nous fournissons l'accès à l'algosearch à travers notre plateforme de liens contextuels.

- Fast avait vendu son activité de "Web Search" à Overture / Yahoo!.

Comment cette société a-t-elle pu travailler avec un des concurrents d'Overture pour créer un moteur de recherche concurrent de Yahoo! ? Ce moteur ressemble-t-il au défunt moteur AllTheWeb (avant que sa techno soit remplacée par le nouvel Inktomi de Yahoo!) ?

Fast a vendu une partie de sa technologie, mais pas sa technologie principale. Nous avons construit notre outil sur la dernière version de la technologie de Fast.

Nous avons donc investi dans Fast Search and Transfer Technology au début de cette année. Nous avons considéré cet investissement comme une opportunité d'apporter au marché plus rapidement une solution qui était attendue par nos éditeurs. Cela constitue pour nous une bonne plateforme de lancement pour commencer à investir sur notre propre technologie de recherche.

- Quels sont les projets à court terme pour cette technologie "moteur" ? Miva ambitionne-t-elle, comme la plupart de ses concurrents, de mettre en place un moteur de recherche "à lui" pour la promouvoir ?

Nous nous devons de fournir le même niveau de pertinence pour chaque pays européen, voire pour le monde entier. Comme nous sommes centrés sur les besoins de nos partenaires, nous développons des produits de *search* qui répondent aux besoins de sites leaders et de leur audience. MIVA ne lancera pas de moteur de recherche destiné aux internautes. MIVA demeure centré sur les besoins de ses partenaires : les éditeurs de sites web. Dans notre modèle BtoB, la solution de recherche algorithmique est l'un des éléments d'une suite de solutions destinée à aider les éditeurs à développer le chiffre d'affaires de chacune de leur page web.

- Comment peut-on se référencer sur ce nouveau moteur ?

En construisant son site correctement du point de vue de la logique d'un moteur de recherche avec des titres, méta tags et des descriptions pertinentes. Assurez-vous que toutes vos pages sont accessibles depuis les *crawlers*. C'est un conseil pour un éditeur qui souhaite être bien indexé par

n'importe quel moteur de recherche. Nous recommandons Abondance (*NDLR : :-)*) pour ceux qui souhaitent savoir comment les moteurs de recherche fonctionnent. Comme je l'ai indiqué précédemment, les Partenaires de MIVA qui produisent la solution de Recherche MIVA sur leur site sont automatiquement inclus dans l'index et peuvent nous fournir leur propre liste d'URL à inclure, de façon à ce que les sites et contenus les plus pertinents en fonction des besoins et attentes des utilisateurs finaux soient inclus dans les résultats de recherche.