

Olivier Parriche (Directeur Yahoo! Search France) : "A la recherche de l'information granulaire"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Olivier Parriche est depuis quelques semaines le responsable du moteur de recherche de Yahoo! en France. Il nous a reçu dans ses locaux à Paris, pour faire un point sur la technologie de recherche de Yahoo!, lancée il y a un an et demi de cela, et sur les futurs projets de sa société en matière de recherche d'information sur le Web.

Olivier Parriche, merci de nous recevoir pour répondre à nos questions. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?



Je suis titulaire d'un diplôme d'ingénieur et d'un troisième cycle MBA. Mon parcours professionnel s'est principalement déroulé dans la High-Tech avec des passages chez Schlumberger, dans le domaine de la carte à puce, puis des télécoms et du commerce électronique, notamment en intégrant des start-ups. Puis, je me suis orienté dans les domaines du XML, de l'indexation et des bases de données, notamment chez Xyleme (<http://www.xyleme.com/>), société créée par Serge Abitbol qui, pour la petite histoire, a dirigé à l'université de Stanford l'équipe d'où les créateurs de Google sont issus... Puis, une rencontre avec les gens de Yahoo! et une vision convergente du monde de la recherche d'information a fait que je suis devenu directeur de la division "Yahoo! Search" pour la France. En fait, il existait déjà une personne qui s'occupait de Yahoo! Search pour l'Hexagone avant moi, mais elle gérait également l'Italie et l'Espagne. La France étant aujourd'hui au cœur des priorités de Yahoo! - au même titre que l'Allemagne ou la Grande-Bretagne en Europe - un poste spécifique pour ce pays a été créé cet été et m'a été confié.

Combien de personnes travaillent sur le "search" chez Yahoo! ?

Plusieurs centaines de personnes travaillent sur le moteur de recherche dans le monde entier. En France, nous sommes six avec pour ambition de dépasser la dizaine de personnes à moyen terme. Au niveau de l'organisation, l'équipe qui gère le back-office, donc qui conçoit l'algorithme de pertinence, l'infrastructure et le moteur en lui-même, est basée aux Etats-Unis. En France, nous avons pour mission de "localiser", d'adapter notamment à la langue française, les applicatifs et fonctionnalités qui sortent dans un premier temps outre-Atlantique. L'équipe française doit traiter tous les aspects linguistiques (expliquer la notion et l'importance des lettres accentuées aux développeurs américains n'est pas toujours simple...), sémantiques comme la lemmatisation, etc. Une personne est également chargée de rechercher de nouvelles sources d'informations pour enrichir l'index, notamment les vidéos, les images, l'audio, etc. Nous avons aussi pour mission de peaufiner les "raccourcis de recherche" vers les autres informations détenues par la "galaxie" de sites de Yahoo! ou vers des sources extérieures, par exemple en affichant [la météo](#), les résultats du [Loto](#) ou des informations issues de l'encyclopédie Wikipédia en tête de réponses pour de nombreux mots clés. La mise en place des résultats de Wikipédia est typiquement un projet initié par la France et dont l'équipe, ici, est très fière, avec raison. Celle-ci doit également aider les équipes techniques au sujet de la lutte contre le spam, et enfin, avoir une constante réflexion de recherche et développement sur l'optimisation du moteur et de ses fonctionnalités de recherche... Nos journées sont bien remplies...

Quelle a été la stratégie de Yahoo! en termes de recherche d'information, depuis un an et demi maintenant qu'a été lancée "Yahoo! Search technology" (YST) ?

La stratégie globale de Yahoo! s'est développée en plusieurs axes majeurs :

- La verticalisation et la contextualisation des recherches, au travers des différents onglets aujourd'hui présents sur notre moteur (<http://fr.search.yahoo.com/>) : Web, Images, Vidéos, Guide, Shopping, Actualités.

- La personnalisation avec des outils comme "MonWeb" que nous venons de lancer (<http://actu.abondance.com/2005-36/yahoo-monweb.php>)

- La notion de partage et de communauté qui nous tient à cœur. Le système "MonWeb" en tient déjà compte. Nous y reviendrons dans le cadre de cet entretien...

- La mise en réseau de la phénoménale quantité d'information détenue par tous les sites de la "galaxie Yahoo!".

Beaucoup d'investissements humain et financier ont été réalisés sur la recherche d'information par Yahoo! depuis plusieurs années. Ce domaine est prioritaire pour nous. Et je peux vous assurer que ces investissements, à l'avenir, seront au moins équivalents, et je pense même supérieurs à ce qu'ils ont été jusqu'à maintenant...

Justement, quel est l'avenir de la recherche d'information ? Où va Yahoo! dans ce domaine ?

Le principal reproche que je peux faire aux moteurs actuels est que l'on continue, pour une recherche donnée, à proposer 4 000 résultats, voire beaucoup plus, présentés de façon linéaire à l'utilisateur. Les outils actuels devraient aller beaucoup plus loin, en s'inspirant par exemple de ce qui se fait dans le Text Mining. On peut et on doit aller beaucoup plus loin...

En effet, un utilisateur du Web doit aujourd'hui pouvoir aller rapidement au cœur de sa problématique à l'aide d'un processus de "focused search". Les moteurs de recherche doivent être capables d'extraire des 4 000 résultats fournis pour un terme donné les quatre ou cinq éléments d'information qui répondent parfaitement à l'attente de l'utilisateur. Cette information "granulaire" doit pouvoir être identifiée soit de façon automatique, mécanique, au travers d'algorithmes mathématiques, soit à l'aide d'êtres humains, à l'intérieur d'une communauté, sous forme de balisage ("taggage") de méta-données des documents disponibles. C'est en ce sens que la notion de communauté et de partage social est si importante pour nous... Elle peut réellement nous aider à bâtir de meilleurs outils de recherche pour l'avenir. Nous travaillons par exemple sur ce sujet avec la société française Temis (<http://www.temis-group.com/>). Plus globalement, nous ne voulons pas "clôner" Google mais nous démarquer de plus en plus, à l'avenir, de ce que font nos concurrents...

Dans ce domaine, réalisez-vous des tests internes pour évaluer vos résultats de recherche ?

Bien sûr, cela se fait de différentes façons :

- Une batterie d'indicateurs "statistiques" (taux de clics sur les liens, etc.) nous permet d'analyser la façon dont les internautes utilisent notre moteur et d'améliorer leur "user experience"...

- Des tests sous forme de panels d'utilisateurs, retranscrivant leurs avis sur certaines requêtes, notamment par rapport aux résultats fournis par nos concurrents, sont également réalisés.

Certains traitements sont, là encore, automatisés pour obtenir une vision critique sur la durée et en temps réel.

Tout cela nous permet de toujours être à la recherche des meilleurs résultats, de la meilleure interface possible. Rien n'est figé dans ce domaine...

Qu'en est-il de l'annuaire ([Guide Web](#)) de Yahoo! France ?

Une personne s'en occupe chez nous, mais il faut bien dire que ce n'est pas une priorité pour l'instant. Cet outil reste un point d'interrogation pour nous, car il génère de moins en moins de trafic, semaine après semaine. Ceci dit, rien ne dit qu'il va être abandonné. Les Etats-Unis viennent d'ailleurs de le "réactiver"... Nous verrons cela dans l'avenir...

Le marché du "Local" semble peu en avance en France...

Disons qu'il est aujourd'hui en position monopolistique avec un "gros" acteur (NDLR : les Pages Jaunes ;-)). Mais, début novembre, ce marché va se libéraliser et il ne serait pas étonnant que l'on voie enfin de nombreux grands acteurs proposer des applications et des services à ce sujet. Nous

travaillons bien évidemment sur ce type de projet et espérons bien tirer notre épingle du jeu en 2006 pour tout ce qui est de la recherche locale, des cartes routières et des calculs d'itinéraires...

Quels sont les grands projets de Yahoo! France pour les mois qui viennent ?

D'ici à 2006, plusieurs grands projets seront mis en place en version française :

- La recherche Audio.
 - Le "Desktop Search".
 - Yahoo! Q (<http://yq.search.yahoo.com/>), pour lequel nous allons trouver un autre nom... ;-)
- Plus proche de nous, le système de personnalisation "MonWeb" vient d'être lancé et un outil, déjà présent en Allemagne (<http://actu.abondance.com/2005-29/yahoo-traduction.php>) sous le nom de "Translator", devrait être disponible d'ici à la fin de l'année, voire bien avant.
- A l'horizon 2008, nous espérons enfin aller plus loin en termes d'"intelligence de recherche", mieux comprendre l'attente de l'internaute et avancer dans la contextualisation, l'intégration des communautés dans le processus de recherche, la balisage des données sur le Web, etc.

Peut-on s'attendre à une réelle rupture technologique dans les années qui viennent en ce qui concerne la recherche sur le Web ?

Pour ma part, je pronostique une vraie rupture technologique dans les trois années qui viennent. Il est encore un peu tôt, en revanche, pour dire précisément de quel domaine elle va venir... Mais de nombreuses sociétés - dont Yahoo! - travaillent aujourd'hui pour optimiser les résultats de recherches de demain. C'est plutôt une bonne nouvelle...

Merci Olivier Parriche, pour vos réponses.