

Recherche sur mobile : c'est parti !

[Retour au sommaire de la lettre](#)

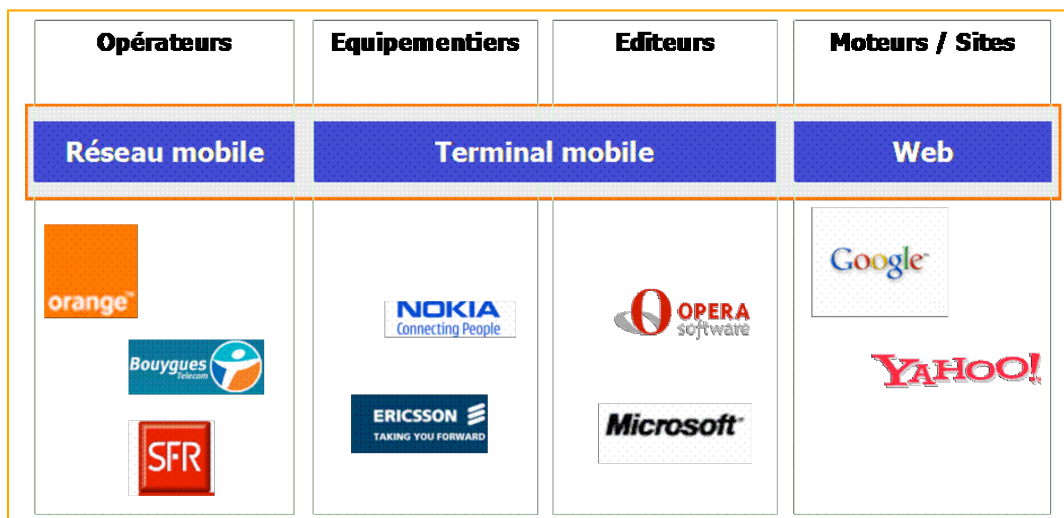
Les contenus Web sont de plus en plus accessibles via des terminaux mobiles, qu'il s'agisse de téléphones portables ou d'assistants personnels (comme les Smartphones ou les PDA...). La recherche s'effectue par SMS, via le WAP (sur GSM) ou encore en passant par les réseaux GPRS ou UMTS des opérateurs mobiles. Les enjeux stratégiques et financiers sont multiples pour les moteurs et les fournisseurs de contenus, mais aussi pour les opérateurs et les fabricants de terminaux. Le développement de la recherche sur mobile sera-t-il associé à de nouvelles possibilités de monétisation des contenus ? Quels types de contenus sont actuellement disponibles ? Quels sont ceux qui ont le plus de chances de se développer ? Comment peut-on rendre son site accessible aux utilisateurs nomades ? Voici quelques éléments de réponse à toutes ces questions qui se posent de plus en plus à l'heure actuelle.

Vous vous trouvez dans un quartier inconnu à la recherche d'un cinéma projetant le dernier film dont on parle et vous avez du mal à trouver la salle de projection de vos rêves... Ne désespérez pas. Tentez donc votre chance en effectuant une requête sur votre téléphone portable ou votre PDA, vous avez désormais une chance de trouver ce qu'il vous faut !

Lancés il y a quelques années via la norme WAP (Wireless Application Protocol) sur GSM, les premiers services de recherche sur mobile ont à l'époque remporté très peu de succès auprès des mobinautes car ils étaient peu adaptés à la petite taille des écrans ou aux faibles débits alors offerts sur les réseaux des opérateurs. Dernièrement, les acteurs du *search* semblent avoir retenu les leçons du passé. Google, Yahoo, AOL, mais aussi des acteurs de taille plus modeste comme le français Misterbot, multiplient les annonces sur ce segment. Leurs services répondent plus que par le passé aux besoins des utilisateurs nomades et aux contraintes posées par les terminaux mobiles. Ils sont également davantage reliés aux autres services de recherche et de personnalisation déjà utilisés par les internautes (sur PC). En parallèle, l'adoption des téléphones portables de dernière génération est un facteur de développement de la recherche sur mobile. Conséquence directe : les usages se développent à grande vitesse...

Ecosystème des différents acteurs intervenant sur le marché de la recherche mobile

Plusieurs types d'acteurs se positionnent sur ce marché : les moteurs et les sites (qui proposent leurs contenus), mais aussi les opérateurs (qui offrent les réseaux d'accès), les fabricants de terminaux et les éditeurs (qui développent quant à eux des solutions logicielles spécifiques pour les téléphones mobiles).



Outre le fait qu'ils veulent imposer leurs marques sur ces nouvelles plateformes de recherche, tous les acteurs concernés perçoivent les services de recherche mobile comme de potentiels relais de croissance.

Proposé aux Etats-Unis depuis 2003, Google SMS (<http://www.google.com/sms/>) – un service en bêta qui permet de mener par SMS des recherches dans l'index de Google - pourrait à terme devenir payant et être facturé par **SMS surtaxé**, avec un partage des bénéfices entre les opérateurs mobiles et Google. Créé par l'ancien PDG de la société Symbian, le britannique AQA (Any Question Answered - <http://www.issuebits.com/>) offre lui un service de questions / réponses à la demande, en échange de l'envoi d'un SMS surtaxé d'un montant de 1£ (au numéro 63336). Chaque question est ici traitée par un être humain.

D'autres modèles économiques voient le jour en ce moment. Les moteurs pourraient, entre autres, **lier leurs services mobiles à des sites marchands et à des plateformes de e-commerce**. A l'occasion du lancement de son service Google SMS, Google annonçait ainsi sa volonté de relier étroitement son nouveau service à ses autres offres de recherche locale (Google Local) et de e-business (Froogle). La société américaine 4Info (<http://www.4info.net/>), spécialisée dans les plateformes de recherche sur mobile s'est quant à elle associée avec Fandango (vente de places de cinéma en ligne) pour proposer aux clients en quête d'une séance d'acheter directement leurs billets sur leurs téléphones portable.

Enfin, il est fort probable que ces nouvelles offres seront de plus en plus accompagnées de nouveaux formats de publicités, avec **l'insertion de liens sponsorisés dans les résultats de recherche**, comme le fait déjà AOL aux Etats-Unis, ou l'offre de **résultats en co-branding avec les fournisseurs de contenus** (i.e. : "ces résultats vous sont fournis par lagazettedusport.fr"...).

George Harik (directeur de la division innovation "Googlettes" de Google) indiquait ainsi dernièrement: *"L'enjeu consiste à faciliter la fourniture de contenus. Si vous y parvenez, vous pourrez distribuer également des publicités. L'usage est toujours un préalable à la monétisation et nous sommes actuellement en phase d'amélioration des usages"*.

Les navigateurs Web entrent dans la course !

Les limites des solutions logicielles embarquées dans les terminaux (qu'il s'agisse de navigateurs WAP ou de fonctionnalités SMS) sont souvent présentées comme l'un des principaux freins au développement des services mobiles. Plusieurs éditeurs travaillent donc au développement de navigateurs mobiles adaptés.

Opera Software lance Opera Mini

L'éditeur Opera Software vient de lancer une version définitive de son navigateur destinée aux téléphones mobiles : Opera Mini (<http://mini.opera.com/>). Compatible avec la plupart des appareils supportant le langage Java, ce navigateur est capable de diminuer le volume des pages téléchargées (jusqu'à 80 %) pour faciliter leur visualisation sur des mobiles, mais aussi pour réduire les factures des abonnés (qui sont déterminées en fonction du volume de données transférées).

La fondation Mozilla a également quelques projets en route

Il n'existe pas de version de Firefox pour les mobiles. Contacté par nos soins, Tristant Nitot nous indique toutefois : *"Nous avons effectivement un projet qui s'appelle Minimo (<http://www.mozilla.org/projects/minimo>), et qui est un portage du moteur de Firefox sur plateforme PocketPC (aussi bien sous Windows CE que sous Linux). Mais il ne s'agit là que d'un projet (donc mené par les contributeurs qui veulent bien y travailler) et non pas d'un produit, qui est finalisé et qui bénéficie d'efforts de la part de Mozilla Corporation, ainsi que de marketing. Retenez que Minimo est encore très très loin d'une éventuelle version Alpha"*.

Signe du potentiel de ce marché, la division mobile de Microsoft (Mobile and Embedded Devices) - qui édite des solutions pour smartphones... - vient d'annoncer sa sortie du rouge, avec une croissance de 40 % de ses ventes d'applications pour mobiles en 2005.

Pour de nombreux acteurs, le nerf de la guerre consiste à se tailler une part du gâteau de la mobilité, tout en évitant de cannibaliser leurs parts de marché existantes sur d'autres types de recherche.

Si les moteurs y voient un relais de croissance, d'autres outils de recherche de types Pages Jaunes ont tendance à bouder les nouveaux services mobiles afin de préserver les utilisateurs de leurs services Web "classiques", et par là même leurs annonceurs.

De leur côté, les opérateurs mobiles redoutent pour la plupart la désintermédiation. Ils souhaitent maintenir leurs relations directes avec les annonceurs publicitaires et craignent de perdre le contrôle direct de leurs plateformes de recherche en faisant appel à des outils de recherche tiers.

Gallery (portail mobile commun aux trois opérateurs mobiles français)

En 2003, les trois opérateurs mobiles français (Orange, SFR et Bouygues Telecom) ont ouvert une plate-forme commune de services pour la norme WAP (Wireless Application Protocol) ou GPRS (Global Packet Radio Service).

Baptisé Gallery, ce kiosque multi-opérateurs donne accès à un certain nombre de services classiques (comme l'email, le chat, les jeux ou des sonneries), mais aussi à des services à valeur ajoutée comme de l'information (en partenariat avec L'Equipe ou France Info...) ou des annuaires. Cet espace permet aux fournisseurs de contenus d'obtenir une rémunération par le système "kiosque".

Bouygues Télécom propose Google sur son portail Internet mobile i-Mode

Depuis la fin du mois de janvier 2006, Bouygues Télécom propose une version i-Mode de Google sur son portail Internet mobile. Pour y accéder, vous devez passer par la rubrique "Rechercher" à partir du menu donnant accès à l'ensemble des ressources i-Modes mis à disposition des clients multimédia mobile de l'opérateur mobile.

Il s'agit de la première déclinaison mobile du moteur en France. Une version i-Mode de Google est proposée au Japon depuis 2001 par NTT DoCoMo.

Comment rendre accessible son site sur les terminaux mobiles ?

Deux procédures permettent d'adapter son site à l'affichage sur mobile : le développement "à la main" de pages dans des langages spécialement conçus pour une consultation sur téléphone mobile ou l'utilisation de convertisseurs automatiques.

Développer des pages dans un langage mobile

Pour rendre accessible ses pages sur un terminal mobile, le HTML ne saurait suffire, compte tenu des limites des téléphones en termes d'affichage des données. Il est donc nécessaire d'écrire des pages dans un langage informatique "allégé" comme le WLM, le CHTML ou le XHTML.

Anciennement appelé HDML (Handheld Devices Markup Languages), le **WLM** (ou Wireless Markup Language) est utilisé pour la recherche sur WAP. Ce langage extrait uniquement du texte des pages Web pour l'afficher sur les terminaux nomades.

Variante du langage HTML, le **CHTML** (pour "compact HTML") est lui spécialement conçu pour les environnements matériels disposant de peu de mémoire, de faibles microprocesseurs ou limités pour la saisie de données. Créé au Japon en 1998 pour les terminaux i-mode (voir <http://www.w3.org/TR/1998/NOTE-compactHTML-19980209/>), le CHTML exclut les balises permettant d'afficher des images, des feuilles de style ou des tableaux. Il permet, par ailleurs, d'utiliser uniquement deux couleurs différentes pour l'affichage des données.

Le développement de pages en CHTML est assez simple. Il suffit de connaître les bases du langage HTML pour s'y retrouver (voir http://www.imode-fr.com/article.php3?id_article=40).

Le CHTML est aujourd'hui de plus en plus remplacé par le **XHTML** (Extensible HyperText Markup Language – voir <http://www.w3.org/TR/xhtml1/>). Basé sur XML, ce langage présente deux avantages pour l'affichage sur téléphone portable :

- Chaque fonctionnalité est ici un module, ce qui permet à des équipements aux capacités techniques limitées de ne prendre en charge qu'une partie de XHTML.
- Le contenu et les feuilles de style (fichiers CSS) sont séparés, ce qui facilite, là aussi, la limitation de l'affichage à certains éléments.

La programmation en XHTML est assez simple. Il est juste nécessaire d'apprendre quelques règles syntaxiques propres à XML (voir <http://www.allhtml.com/xhtml/index.php>).

Quel que soit le langage que vous utiliserez, évitez au maximum d'intégrer des tableaux dans vos mises en page ! Ces derniers alourdissent en effet les pages et ne facilitent pas la visualisation sur des terminaux mobiles !

Utiliser un convertisseur

La plupart des webmasters préféreront probablement utiliser des convertisseurs pour adapter automatiquement le contenu de leurs pages pour une utilisation sur mobile.

Google offre un nouveau convertisseur en ligne, très efficace, pour adapter les pages d'un site pour une visualisation sur téléphone mobile (en langage XHTML mobile) : <http://www.google.com/gwt/n>.

Plusieurs développeurs proposent d'autres outils similaires. C'est le cas, notamment, de Skweezer (<http://skweezer.net/>) qui, comme son nom l'indique, "rapetisse" les pages Web en XHTML pour qu'elles soient visualisables sur un mobile, en conservant ou non les images. Une inscription au service permet également de personnaliser la page d'accueil et de créer un portail mobile sur mesure (voir <http://www.skweezer.net/help/?userguide>).

IYHY (<http://www.iyhy.com/>) est un autre convertisseur gratuit, très similaire à celui de Google.

Enfin, si vous souhaitez tester la compatibilité de vos pages avec le système d'exploitation Windows Mobile, il existe un émulateur "Microsoft Device Emulator 1.0" qui permet de tester le bon fonctionnement des programmes sur cette plateforme à partir d'un ordinateur (voir <http://msdn.microsoft.com/mobility/windowsmobile/downloads/emulatorpreview/default.aspx>).

Les principaux acteurs de la recherche sur mobile

Il existe trois principaux types de recherche :

- La recherche sur WAP ou GPRS,
- La recherche par SMS,
- La recherche sur les réseaux mobiles "nouvelle" génération (UMTS et i-mode) via des terminaux embarquant des solutions de recherche dédiées.

A noter ici que le portail WAP Vizzavi, lancé en 2000 par Vivendi Universal et Vodafone, a été réintégré à Vodafone en 2002. Sa marque a depuis disparu au profit de celle de Vodafone.

Yahoo

Depuis 2000, Yahoo! est disponible en mode WAP (<http://fr.wap.yahoo.com/>), via une interface simple ressemblant à son interface Web "classique". Ce service comprend aujourd'hui Yahoo! Web Search, Yahoo! Image Search, Photos, Adresses... La plate-forme de recherche occupe la troisième

place en termes de destination pour les utilisateurs de son service WAP (après le mail et la messagerie instantanée).

Aux Etats-Unis, Yahoo propose également une fonctionnalité de recherche par SMS (SMS Search). Il suffit d'envoyer une requête par SMS au 92466 pour recevoir son résultat par SMS. Le moteur propose également dans ce pays un service innovant qui permet d'envoyer des résultats de recherche vers son téléphone portable.

Yahoo Go

(<http://go.connect.yahoo.com/go/mobile>)

Présenté fin 2005 lors du Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas, Yahoo Go assure la disponibilité des informations personnelles des utilisateurs (calendrier, mail, carnet d'adresses...) à partir de n'importe quel type d'appareil connecté à l'Internet, qu'il s'agisse d'un ordinateur, d'un téléphone portable ou d'une télévision.

Tout se fait automatiquement et l'utilisateur n'a pas besoin de synchroniser ses appareils entre eux. Les données sauvegardées sur chaque terminal sont hébergées sur les services en ligne de Yahoo.

Yahoo a en outre signé des partenariats avec Nokia et Motorola pour assurer la compatibilité de ses services avec leurs terminaux.

En France, une première déclinaison de ce service a été lancée à la fin du mois de janvier 2006, en partenariat avec Nokia. Après téléchargement de l'application Yahoo Go Mobile sur son terminal Nokia (Nokia N70, Nokia 6630, Nokia 6680 et Nokia 6681), l'utilisateur peut retrouver plusieurs applications populaires de Yahoo sur son mobile (Yahoo Search ou Mail...).

Google

Google, qui a lancé ses premiers services mobiles en 2001, met l'accent sur la simplicité d'utilisation pour ses différents services (<http://mobile.google.com/>).

Aux premières fonctionnalités de recherche sur WAP, il a ajouté, en 2003, un service – uniquement américain pour l'instant – de recherche par SMS. Avantages : ce mode de recherche s'avère plus rapide que la recherche WAP. Il affranchit aussi Google de tout lien avec les portails mobiles des opérateurs. Pour le prix d'envoi d'un SMS standard, chaque abonné peut envoyer une requête par SMS au numéro unique 46645 et recevoir une réponse immédiate en retour.

Google signe un partenariat avec Motorola

Aux côtés de son concurrent Yahoo, Google a annoncé au Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas la signature d'un accord avec l'équipementier Motorola pour installer un portail mobile sur les téléphones de cette marque. Ce portail proposera son moteur de recherche, bien sûr, mais également des informations et recherches locales, la météo, des outils de cartographie... L'icône Google devrait commencer à être visible sur les téléphones Motorola au premier trimestre 2006. Il y a fort à parier que ce type d'accord va se multiplier dans un proche avenir entre moteurs de recherche et opérateurs...

Fin 2005, Google a lancé aux Etats-Unis une version mobile de son service de recherche locale (<http://www.google.com/glm>), permettant d'effectuer des recherches de services et commerces (l'adresse et le numéro de téléphone sont fournis, avec possibilité d'appel en un clic) dans une zone géographique donnée mais également d'effectuer des calculs d'itinéraires et d'afficher des plans afin de se rendre à un point donné. Des images satellites complètent l'éventail de fonctionnalités fournies. Le système est pour l'instant limité aux Etats-Unis. Avec ce service, le moteur propose une fonctionnalité de recherche d'itinéraires par SMS. L'utilisateur qui trouve une adresse avec le

service "Google Local" doit transmettre un SMS au numéro court 46645 pour obtenir en retour son itinéraire vers cette destination.

Dernièrement, le moteur a lancé une nouvelle offre baptisée "Google Personalized Home for mobile devices" (<http://mobile.google.com/personalized/>) qui permet d'avoir accès au service "Google Personalized" de configuration de la page d'accueil du moteur depuis son téléphone portable ou son PDA. Les internautes utilisant ce service peuvent avoir accès à leurs derniers messages Gmail ou lire les dernières dépêches d'actualité sur un sujet donné... Le contenu sera optimisé pour des écrans de taille réduite et adapté aux bandes passantes de faible puissance.

Le service n'est pour le moment disponible qu'à partir des navigateurs mobiles américains compatibles XHTML et requiert un forfait mobile incluant les données.

Enfin, une nouvelle fonctionnalité "Mobile Web" (<http://www.google.com/xhtml/>) permet, depuis la fin janvier 2006, aux utilisateurs de demander à ne recevoir que des pages en XHTML, pages qui ont donc été optimisées pour un affichage sur mobile.

Microsoft

A l'occasion du salon 3GSM World Congress, Microsoft vient quant à lui d'annoncer le rachat de la société française MotionBridge (<http://www.motionbridge.com/>), pour un montant non communiqué. Basée à Paris, cette entreprise édite plusieurs solutions de recherche mobile et une solution de liens sponsorisés pour les portables.

The logo for MotionBridge, featuring the company name in a white, sans-serif font on a dark green rectangular background.

L'objectif est double pour Microsoft. Le groupe entend, tout d'abord, renforcer sa future offre "Windows Live" (<http://ideas.live.com/>) et en particulier "Windows Live Search", son moteur de recherche qui sera accessible sur de nombreux terminaux, dont les téléphones portables... Il met également ainsi la main sur plusieurs clients de MotionBridge, parmi lesquels Orange et l'opérateur britannique O2.

AOL

Depuis juillet 2005, le portail américain AOL propose une offre de recherche Web à partir d'un téléphone mobile (<http://mobile.aol.com/>). L'outil interroge un index de pages spécifiquement adaptées. Il utilise pour cela la technologie d'InfoGin, entreprise israélienne à l'origine d'un outil qui convertit automatiquement les pages HTML dans un format visualisable sur un écran de mobile... (voir : <http://actu.abondance.com/2005-30/aol-mobile.php>).

La recherche Web, les comparateurs de prix du groupe, les Pages Jaunes et les cartes géographiques de l'outil Mapquest sont accessibles.

AOL et ses partenaires comptent parmi les premiers, sinon le premier, à générer des revenus en intégrant des liens sponsorisés aux résultats de recherche fournis sur mobiles.

Fast

Le groupe norvégien Fast (à l'origine du moteur Alltheweb, outil qui a été racheté en 2003 par Yahoo/Overture) a lancé début 2004 une nouvelle solution de recherche mobile mSearch (voir entretien de Michael Brady dans la suite de cette lettre). Construite à partir de la plate-forme de recherche d'entreprise FAST ESP (Enterprise Search Platform), cette solution est commercialisée en marque blanche aux opérateurs mobiles.

Depuis 2004, l'opérateur mobile britannique Vodafone utilise une version WAP de la solution Fast Data Search (<http://www.fastsearch.com/>) de l'éditeur norvégien pour permettre à ses abonnés dans 12 pays d'effectuer des recherches depuis leur terminal (service Vodafone Live!). Il s'agit d'une solution en mode hébergé.

Misterbot

Le moteur de recherche français Misterbot (voir entretien de Sylvain Milon dans la suite de cette lettre) vient de mettre en ligne une interface spécifique (<http://pda.misterbot.fr>) permettant d'effectuer des recherches sur son index à partir d'un téléphone portable ou d'un assistant personnel.

Une dizaine de résultats de recherche, avec résumés, sont affichés sur un écran réduit. 10 résultats de recherche sont affichés par page. Seul bémol, la société ne propose pas de recherche sur le WAP, qu'elle qualifie de plus limité. Vous devez donc utiliser un terminal relativement récent (GPRS ou UMTS) pour y accéder !

Technorati

Spécialisé sur les blogs, le moteur de recherche américain Technorati (<http://www.technorati.com/>) a lancé Technorati Mobile en juillet 2005.

Quatre questions à David Sifry, fondateur et PDG de Technorati

Pouvez-vous nous décrire les fonctionnalités de recherche de Technorati ?

Technorati Mobile offre un accès aux mêmes fonctionnalités de recherche sur les blogs que son grand frère Technorati.com. Sur sa page d'accueil, figure une sélection des recherches les plus populaires du moment, des actualités les plus courues, des meilleurs livres et films, ainsi qu'un petit best-of de la blogosphère (*real-time web*).



Comment ça fonctionne ?

Il vous suffit d'aller sur m.technorati.com à partir d'un téléphone mobile compatible avec l'Internet mobile. Ta-ta-da! Vous y êtes !

Vous utilisez un index spécifique pour ce service ?

Non. Nous utilisons le même index que pour Technorati.com.

Comment voyez-vous l'avenir pour la recherche mobile ?

Tandis que de plus en plus de personnes utilisent leurs mobiles pour accéder à différents contenus Web, de plus en plus de fonctionnalités de recherche vont être adaptées aux plateformes mobiles. A bien des égards, c'est la mobilité qui est l'avenir et la recherche sur terminal mobile va très certainement suivre.

Crédit photo : Jason DeFillippo

4info

Aux Etats-Unis, la société 4info (<http://www.4info.net/>) offre un outil de recherche WAP et SMS. La recherche par SMS s'apparente à une sorte de chat avec les Pages Jaunes. En effectuant une requête avec, par exemple, "Chinese restaurant in Washington", l'utilisateur reçoit en 30 secondes une liste de propositions de restaurants par SMS.

GetMeThere.co.uk

Au Royaume-Uni, GetMeThere.co.uk (<http://www.getmethere.co.uk/>) - un joint-venture entre Toyota et IS Solutions - envoie des SMS en temps réel pour un prix allant de 50 pence à 1£ par SMS envoyé. Outre des informations sur l'état du trafic routier, un service MobileLost permet aux utilisateurs perdus de recevoir par SMS une carte géographique exacte du lieu où ils se trouvent.

Ils doivent pour cela envoyer un SMS avec le mot "Lost" au 82085. Une autre offre, FindMobile, permet, enfin, aux abonnés de localiser géographiquement le téléphone portable d'un de leur proche. *Big Brother is watching you...*

Freins au développement et leviers de croissance

Il existe trois principaux freins à l'adoption des services de la recherche sur mobile :

- Leurs limites technologiques (en particulier la possible lenteur des accès au réseau...),
- Les coûts élevés des communications, souvent facturés en fonction du volume de données transférées et donc peu prévisibles,
- La nécessité pour les utilisateurs de s'équiper de terminaux mobiles de dernière génération.

La richesse des contenus sera également, sans aucun doute, un facteur discriminant pour le succès des offres de recherche sur mobile. Selon Stephen Baker, directeur des applications émergentes chez Fast Search & Transfer, "*La prochaine 'killer application' sur téléphone portable sera sans aucun doute la recherche locale*" ou la recherche géolocalisée (http://news.zdnet.com/2102-9588_22-5606921.html?tag=printthis), avec la possibilité de chercher des adresses, cartes etc...

Une recherche transversale sur tous les terminaux

Dans tous les cas, une grande majorité des analystes pensent que les moteurs Web ont une carte à jouer en liant leurs services mobiles à leurs technologies Web actuelles et en capitalisant sur les informations dont ils disposent déjà sur les utilisateurs (profils, habitudes en terme d'usage...).

A mesure que le Web s'impose sur plusieurs terminaux (PC, télévisions mais aussi téléphones portables), les moteurs ont aussi un intérêt à développer des fonctionnalités de recherche transverses adaptées à tous ces terminaux. C'est non seulement un axe certain de croissance mais aussi un facteur supplémentaire d'adoption par les utilisateurs qui se sont déjà familiarisés avec les plateformes Web existantes.