

Ludovic Lecomte (Ask France) : "Ask représente une alternative crédible"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Le moteur de recherche Ask a été officiellement lancé en France au début du mois de mars. Pour en savoir plus sur la stratégie dans l'Hexagone de ce nouvel acteur du "search", nous avons posé quelques questions à Ludovic Lecomte, le nouveau responsable du site français.

Dans le cadre de sa stratégie de croissance à l'international et après avoir lancé son moteur de recherche au Royaume Uni, au Japon, en Espagne et plus récemment en Allemagne, aux Pays-bas et en Italie, Ask ouvre sa filiale française et nomme Ludovic Lecomte, 38 ans, au poste de Directeur France.

Avant de rejoindre Ask France, Ludovic Lecomte occupait, depuis mars 1999, le poste de directeur des contenus puis directeur éditorial, marketing et commercial au sein de e-TF1. Il a commencé sa carrière en 1994 chez Bouygues en tant que chargé de communication où il contribua à la création du site Internet du groupe. Puis il rejoint la chaîne d'information LCI en qualité de rédacteur – commentateur des journaux télévisés puis accède au poste de rédacteur en chef adjoint du site TF1.fr.

Après Sciences Po à Paris, Ludovic Lecomte obtient un DESS en Droit et Administration de la communication. Il séjourne pendant 2 ans aux Etats-Unis pour un master de communication à l'Annenberg School of the University of Southern California de Los Angeles.



- Ludovic Lecomte, bonjour et merci de bien vouloir répondre à nos questions. Pouvez-vous nous indiquer comment vous avez été contacté par Ask et comment s'est passée votre arrivée chez Ask France ?

Mon arrivée a été accompagnée d'une période d'immersion à Londres et à Madrid (où avait lieu un séminaire européen *business développement* d'Ask.com) afin de me présenter et de connaître mes interlocuteurs européens. Ask a une volonté forte d'adaptation aux réalités locales : ils m'ont tous posé des questions extrêmement précises sur les différences culturelles ou de marché qui doivent orienter la customisation du produit et la stratégie en France...

- Quelles seront vos attributions chez Ask ?

Directeur de Ask.com en France, en charge d'implanter le bureau à Paris, de représenter l'entreprise, de lancer le produit et de le développer par le biais de partenariats stratégiques et des accords de distribution/syndication.

- Quelle est la structure mondiale / européenne de Ask ? A qui reportez-vous ?

Ask.com est une filiale d'IAC basée à Oakland en Californie, et notamment implantée à Londres et Dublin. Le CEO Europe est Adrian Cox. Je reporte à Miguel Acosta, Vice-président business développement Europe d'Ask.com, comme mes homologues allemands ou espagnols.

- Dans quel sens et jusqu'où êtes-vous force de proposition en France ? Votre travail est-il strictement "limité" aux partenariats (smart searches, actu, images, etc.) ou avez-vous une vision plus technique du moteur de recherche (accès à l'algorithme de pertinence, etc.) ?

Notre rôle en France est de faire connaître le produit, de le faire adopter et d'accroître sa part de marché. En bref, de le mener au succès. A partir de là, tout ce qui concerne son développement est local et donc décidé et assuré par nous, évidemment en liaison avec les équipes de Londres et Dublin. Ceci étant, Ask.com France n'intervient pas sur la technologie. Mais des Français travaillent aux Etats-Unis et en Irlande sur la version française du moteur.

- Avez-vous des rapports avec le centre de recherche de Pise ?

L'équipe située au Royaume-Uni en a quotidiennement. Je serai à Rome dans quelques semaines à l'occasion d'un séminaire européen chez Ask.com Italie, je compte faire un détour par Pise pour me présenter et les connaître, et pas seulement pour profiter de la dolce vita.

- Reste-t-il encore de la place pour un nouvel acteur du "search" en France sur un marché déjà encombré par de nombreux prétendants à la place d'outsider face au rouleau compresseur Google, dont les parts de marché en Europe sont bien plus importantes que celles aux Etats-Unis ? Ask n'arrive-t-il pas trop tard sur ce marché ?

Rappelez-vous il y a 5 ans. Un acteur était dominant en France. Il ne l'est plus : le leader actuel l'a dépassé en quelques années.

Aucun marché n'est fixe, surtout sur internet. Si un produit est bon, s'il est différenciant par rapport à la concurrence, s'il offre un vrai – et nouveau – service aux internautes, il peut s'imposer comme une alternative crédible. C'est le cas d'Ask.com

Puisque vous parlez des Etats-Unis, il est intéressant de noter que l'internaute américain utilise 4 à 5 moteurs différents. En France, ce chiffre est plus de 1 à 2 pour 75% des internautes. Or, nos études montrent que la maturité du marché français et la volonté des internautes de multiplier leurs voies d'accès vers la bonne réponse devraient mener vers une plus grande concurrence naturelle entre moteurs de recherche. En proposant un produit original, qui offre une expérience de recherche différente car plus pertinente, avec des fonctionnalités unique, nous allons implanter Ask.com sur le marché français.

- Qu'est-ce qui fait la particularité de la technologie de recherche Teoma, utilisée par Ask pour son moteur ?

Ask calcule les liens qui pointent vers un site pour le classer, comme les moteurs classiques. Mais il ajoute une couche qualitative, en évaluant et privilégiant les liens qui émanent de la même famille que le site en question. Ce qui donne des réponses plus pertinentes. C'est unique sur le marché parmi les gros moteurs.

- Quelle est la taille de l'index utilisé par Ask ?

Notre index dispose de 2,8 milliards de pages web. Pour l'instant, l'index en langue française est encore en cours de finition. Nous en saurons plus au printemps à ce sujet et, de façon beaucoup plus significative, lors du lancement commercial avant la fin de l'année... De plus, la nouvelle version du site Ask.com, lancée le 28 février dernier, impacte également fortement le crawl et l'indexation de nouvelles pages. Tout cela doit donc maintenant sortir de sa phase de "rodage". Il faudrait quelques mois pour cela...

- Comptez-vous afficher des liens sponsorisés sur le moteur français ? Si oui, lesquels et quand ? Pourquoi ne pas en proposer dès le lancement ?

Il y en aura dès le lancement commercial prévu avant la fin de l'année, quand l'indexation sera complète. Pour l'instant, nous utilisons la technologie de Google pour nos sites mondiaux et ce sera aussi le cas sur notre site français. Nous avons d'autre part lancé un produit "maison" (Ask Sponsored Listings : <http://sponsoredlistings.ask.com/>) pour ce type de prestation, mais son implantation en Europe n'est pas encore à l'ordre du jour...

- Où en êtes-vous au sujet du nom de domaine ask.fr ? Pensez-vous pouvoir le "récupérer" ?

Nous lançons notre outil de recherche sous le nom ask.com, nos études marketing ayant montré que pour les internautes, le "point com" est plus légitimant. De plus, communiquer dans chaque pays sur son domaine "légitime" (.fr pour la France, .it pour l'Italie, etc.) nécessite que le nom de domaine soit libre d'achat partout, ce qui n'est pas le cas. Une stratégie de nommage des sites en "pays.ask.com" est plus globale, efficace et homogène pour nous...

- Comment comptez-vous faire connaître Ask en France ? Quel est le plan de promotion prévu ?

Des opérations de relations publiques, de relations presse et de promotion, tant off que online sont prévues. Vous les verrez dans quelques temps. Vous comprendrez que je ne puisse en dévoiler les détails.

- Quels sont les objectifs de Ask en France à court et moyen terme ?

Notre objectif à moyen terme est d'établir Ask. com, seul moteur web 2.0, comme une alternative crédible aux moteurs de recherche classiques. A plus long terme, nous souhaitons nous placer dans le duo de tête des moteurs.

- Une première version du moteur a été dévoilée en décembre dernier. Quel est le calendrier de lancement prévu pour le moteur Ask France en 2006 ?

La version test actuellement en ligne nécessitera plusieurs mois de customisation et de tests afin que le produit colle aux besoins et attentes des internautes. Nous sommes sur un calendrier prévoyant un lancement commercial avant la fin de l'année 2006 (NDLR : D'après nos informations, le lancement "officiel" d'Ask devrait avoir lieu entre septembre et novembre 2006).

- Qu'en est-il du réseau Excite Europe et notamment Excite France (<http://www.excite.fr/>), racheté par IAC ? Des interactions sont-elles à prévoir avec Ask ?

Oui, des interactions seront mises en place entre le réseau d'Excite Europe et les différents outils d'Ask sur le continent puisque les deux entités appartiennent au même groupe. D'ailleurs, cela a déjà commencé puisque, depuis quelques jours, un lien apparaît en bas de page de résultats du moteur d'Excite France, pour proposer les résultats d'Ask France. C'est un début. L'Italie, pays où Excite est, historiquement parlant, plus implanté, travaille déjà dessus. Mais nous traiterons chaque chose en son temps et il reste encore beaucoup de travail et de projets à mettre en place...

Merci Ludovic Lecomte pour vos réponses.