

Entretiens avec Michael Brady (Fast) et Sylvain Milon (Misterbot)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Pour en savoir plus sur le potentiel des outils de recherche sur mobiles, nous avons interrogé le directeur des solutions mobiles du groupe Fast et le fondateur du nouveau moteur de recherche français Misterbot.

Michael Brady - Senior Director of Mobile Solutions - Fast (<http://www.fast.com/>)

Pouvez-vous nous décrire l'historique de la solution mSearch de Fast ?

Fast était à l'origine un moteur de recherche grand public qui s'appelait AllTheWeb.com. Vers la fin des années 90, l'index de ce moteur était le plus important au monde, rivalisant avec ceux de Google, Yahoo et d'autres moteurs de recherche. Nous avons revendu ce moteur à Overture en 2000 pour nous concentrer exclusivement sur les outils de recherche pour entreprises. Nous avons utilisé un type d'indexation proche de celui d'AllTheWeb pour créer une plateforme de recherche pour entreprises. Concernant la mobilité, nous avons désormais développé de nombreuses aptitudes sur notre plateforme de recherche d'entreprises – Fast ESP. Nous travaillons également sur des points très spécifiques comme la personnalisation, qu'il s'agisse de reconnaître le type de terminal utilisé, ou de définir la localisation géographique d'un utilisateur ou encore ses préférences cinématographiques, sportives ou musicales. Cela nous distingue beaucoup d'autres plateformes disponibles sur le marché. Nous bénéficions en outre d'une importante équipe de R&D, spécialisée dans l'analyse linguistique ou encore l'analyse contextuelle.



Quelles sont vos principales cibles marché pour cette solution mobile ?

Notre solution peut être utilisée par toute société voulant permettre à ses utilisateurs d'effectuer des recherches via des terminaux mobiles. Initialement, et en particulier en Europe, nous nous sommes surtout concentrés sur les opérateurs mais nous découvrons de plus en plus d'opportunités du côté des médias les plus importants, par exemple, ou de gros "agrégateurs" de contenus. Fast offre une solution en marque blanche.

Selon vous, quelles sont les principales opportunités sur ce marché ?

Je pense que la recherche locale et les Pages Jaunes ouvrent de véritables opportunités pour la recherche sur téléphones mobiles. Actuellement, la bataille se situe surtout entre les opérateurs et les éditeurs d'annuaires de types Pages Jaunes, qui cherchent à déterminer qui est le mieux placé pour fournir les contenus.

Les relations entre acteurs ont-elle ralenti l'évolution du marché ?

Oui. Je crois que les opérateurs ont craint, jusqu'à présent, de cannibaliser leurs revenus existants. Et peut-être aussi de voir émerger un business model qui ne les place pas au premier plan. Mais de plus en plus de revenus proviennent aujourd'hui de ces services sur terminal mobile (via des abonnements ou via une augmentation du trafic) et les opérateurs réalisent qu'il est donc intéressant de travailler avec d'autres sociétés sur ce point. Nous allons vers une augmentation de la demande en technologie de recherche car la recherche sur mobile est appréciée des utilisateurs.

Constatez-vous des différences en termes d'adoption des solutions mobiles en Europe et aux Etats-Unis ?

Je dirais que l'Europe et les Etats-Unis en sont au même point. Mais le marché est bien plus avancé en Corée et au Japon où nous sommes un peu implantés. La principale différence concernant toutes les communications sur mobiles en Europe et aux Etats-Unis a trait à l'utilisation du SMS. L'enjeu consiste donc à proposer un mode de recherche par SMS ou par WAP.

Les SMS sont moins utilisés aux Etats-Unis ?

Ce n'est pas aussi populaire aux Etats-Unis mais les opérateurs y réfléchissent de plus en plus actuellement.

Sylvain Milon - Misterbot (<http://www.misterbot.fr/>)

Pouvez-vous nous décrire Misterbot ?

Misterbot.fr est un moteur de recherche destiné, actuellement, uniquement au marché francophone. Il n'indexe que les sites des pays suivants France, Suisse, Belgique, Canada francophone, Luxembourg, et Monaco.

Quelles sont vos spécificités par rapport aux autres moteurs ?

Les spécificités de Misterbot par rapport aux autres moteurs francophones peuvent être les suivantes :

- Un système d'archivage immédiat de sites favoris, consultables de n'importe quel PC à l'aide d'un compte gratuit misterbot.
- Un système de recherche par extensions de pays : .fr, .ca, .be etc ... ainsi que sur les sites de blogs, forums, annuaires.
- Une interface en "listing", accessible d'un clic, affichant 30 résultats compacts au lieu de 10.
- Un choix d'affichage par "case à cocher" des résultats par dates de publication ou par pertinence.
- ...



Pourquoi la société SMC a-t-elle lancé ce site ?

L'objectif est que Misterbot devienne, en France, un challenger pour les moteurs actuels. Internet ne pourrait exister sans les interfaces de recherches d'informations. Malgré la domination du marché par certains moteurs, il me semble toujours possible d'y trouver sa place et de bousculer un peu cet ordre établi ...

En quoi consiste votre nouveau service de recherche sur mobile ?

Cette interface permet aux téléphones portables de nouvelle génération (se connectant en GPRS, 3G ou autre i-mode) ainsi qu'aux assistants personnels d'utiliser plus facilement le moteur Misterbot.fr en affichant les résultats de recherche dans un espace réduit.

Cette interface n'est pas une interface permettant aux téléphones de se connecter à internet en WAP et d'y trouver de mini sites créés sous ce langage. Elle permet d'accéder à la totalité des sites internet.

L'objectif est de permettre aux appareils pouvant accéder directement à Internet en protocole http, d'effectuer des recherches à l'aide d'une interface de recherche adaptée à la dimension de leurs écrans réduits.

Pouvez-vous nous décrire son fonctionnement technique ?

C'est très simple, pour accéder à cet interface il vous suffit d'enregistrer l'url <http://pda.misterbot.fr> dans les favoris du navigateur Internet de votre téléphone ou de votre assistant personnel. Lorsque vous vous connectez à cette url depuis votre téléphone, vous accédez à un mini formulaire de recherche. Vous y indiquez vos mots clés et les résultats apparaissent sous la forme du titre cliquable des sites trouvés et de leur url.

10 résultats sont affichés sur la première page, les pages de résultats suivantes vous sont proposées en bas de votre écran.

Quels sont les pré-requis pour utiliser votre service ?

La seule contrainte technique est de posséder un appareil (téléphone ou pda) pouvant accéder à Internet à l'aide d'un navigateur au protocole http.

Quelles sont les difficultés que vous avez dû surmonter pour le développement du service ?

Simplement de trouver une dimension d'affichage adaptée. Nous avons choisi de privilégier les téléphones de type PDA, donc possédant un écran de taille raisonnable, car nous pensons que ce type d'appareil sera, dans l'avenir, le mobile multifonction dédié à la consultation nomade d'internet.

Comment voyez-vous l'avenir de la recherche sur mobile ?

Je pense qu'elle s'effectuera à l'aide d'appareils de moyen format, permettant une navigation agréable et intégrant des fonctions multimédia polyvalentes.

Ce mode de consultation du réseau internet et d'utilisation des services en ligne ne peut croître que de façon exponentielle avec le développement technique des appareils nomades.

Quels sont selon vous les enjeux à relever sur ce marché ?

Les enjeux seront, pour moi, liés à la mise à disposition de services spécifiques dédiés aux utilisateurs nomades (vidéo, musique, multimédia, messagerie instantané, géolocalisation...), ainsi qu'au développement de modes de connexion multiples et pourquoi pas totalement transparents pour l'utilisateur : wifi gratuit, réseau GSM large bande, réseau de télévision etc ...

Merci à tous pour vos contributions !