

Avec exalead one:search, une plateforme logicielle d'accès à l'information à destination des entreprises, ainsi qu'un outil de recherche PC, exalead one:desktop, en téléchargement libre, Exalead se place parmi les leaders du Search. Rencontre avec Carole Offredo : "Exalead one:enterprise est aujourd'hui notre produit de référence. Il est installé chez plus de 120 clients dans le monde, dans tous types de secteurs. La version la plus récente est la version 4.6, qui est sortie en décembre dernier."



Carole Offredo est responsable marketing chez Exalead depuis 2002.

Comment rechercher, transformer et unifier l'information externe avec le contenu interne

Quelles sont les frontières de l'information en entreprise ?

Nous sommes très attachés au concept d'entreprise étendue. Une entreprise travaille aussi bien sur des bases de données, de l'information non structurée, de la messagerie que sur des sources externes issues notamment d'internet : sites web catalogues, blogs, forums ou « User Generated Content ».

Nous constatons que les entreprises ne se contentent plus de leur univers intranet. Elles s'ouvrent à la fois au non structuré disponible sur le web qui vient enrichir considérablement la masse d'information disponible et au structuré de leurs applications internes, qui une fois intégré à l'information d'entreprise, peut être exploité pour construire de nouveaux outils d'aide à la décision (Business Intelligence).

Notre produit permet de rechercher, transformer et d'unifier l'information externe avec le contenu interne, structuré ou non. C'est ce type de recherche dit hybride qui est aujourd'hui très demandé et que nous avons à cœur de promouvoir chez nos clients.

Qu'en est-il aujourd'hui de la maturité du marché de l'information non structurée ?

C'est un marché qui évolue très vite. Pendant longtemps, il y a eu une volonté de rationaliser, penser CMS, workflow, capitalisation et gestion de process. La notion d'accès à l'information était demeurée quelque peu en retrait. Depuis trois ans, on observe un net retour de cette notion. Les acteurs ont maintenant à cœur de chercher l'information, la mettre en valeur et à disposition du plus grand nombre. Cette maturité est liée à l'évolution de la performance des moteurs de recherche ainsi qu'à l'usage généralisé d'internet qui accroît considérablement la maturité des utilisateurs. Les requêtes sont plus longues et le nombre de liens explorés plus important.

L'accès progressif au monde de l'entreprise des plus jeunes générations n'est pas étranger à ce phénomène. On observe une montée en compétence des utilisateurs ainsi qu'une plus grande exigence sur la qualité et la quantité d'information mise à disposition. Ces utilisateurs souhaitent de plus en plus pouvoir accéder à la fois à des sources de données internes et au réseau mondial

pour y rechercher de l'information. Le web a créé cette volonté de disposer d'un point d'accès unique. La maturité se sent aussi au niveau des décideurs, les entreprises n'en sont plus à la première acquisition de moteur de recherche, elles connaissent bien les problématiques auxquelles elles sont confrontées (capitalisation sur l'existant, mise à disposition de nouveaux outils ou encore « compliance »), notamment la sécurité, la scalabilité, la flexibilité ou encore l'intégration de nouvelles sources de données.

Quelles sont les conséquences de cette nouvelle approche en termes de fonctionnalités proposées par votre solution ?

Depuis la création d'Exalead, nous proposons un produit totalement packagé qui comprend toutes les fonctionnalités que notre technologie peut offrir : connecteurs, traitement de l'information, SDK de développement, veille, navigation par sérendipité, etc.

Notre architecture ouverte nous permet d'intégrer simplement des modules externes comme le traitement de l'image de la



vidéo, le speech to text, la cartographie, la traduction etc. Nous travaillons ainsi avec Vecsys ou encore LTU technologies pour faire de l'analyse de formats émergents, ou encore avec Lingway et Temis sur la partie sémantique.

Parlez-nous de votre démarche qualité ?

Notre démarche qualité est issue d'un couplage de différentes approches. Au cœur de cette démarche, il y a notamment la sécurité des données. Nous accompagnons nos clients tout au long de l'implémentation et vérifions à chaque étape le respect de la sécurité, l'adaptation de l'indexation et le rendu. Nous effectuons aussi des tests avec des utilisateurs pour étudier la façon dont ils comprennent et s'approprient nos interfaces. Par ailleurs nous travaillons avec des ergonomes sur la partie administration afin que l'utilisateur administrateur, quelle que soit sa formation initiale, technique ou non, puisse sans difficulté prendre la main sur la gestion de l'outil.

Comment se structure votre clientèle ?

Dans la partie e-commerce nous comptons des clients dans le secteur des annuaires en ligne (118 218 en France, INFONXX aux US), des petites annonces, du e-commerce (Manutan, Lafarge, les 3 suisses) ou presse (à titre d'exemple Benchmark Group, Nouvel Observateur ou encore Ouest France). Dans le secteur du B2B, nous comptons parmi nos clients, de façon non exhaustive, des Groupes comme Air liquide ou BNPPARIBAS qui utilisent nos technologies aussi bien pour de la recherche entreprise classique que pour la construction d'applications métier spécifiques. Enfin, nous avons une clientèle OEM dans le secteur du Stockage/Archivage.

Notre technologie de type infrastructure nous permet d'adresser tout type de problématique à la croisée du structuré et du non structuré.

Par ailleurs l'information non structurée sous forme de texte représente 80% de l'information traitée dans les entreprises et recèle des trésors de richesse parfois non exploitée. Nos outils permettent entre autres de structurer de façon transverse tout type de données (par la génération automatique de termes associés, l'extraction d'entités nommées, etc.). Par exemple, dans la version 4.6 un kit d'extraction HTML permet de recréer la structure d'un document à partir d'une indexation de pages HTML, par analyse automatique du contenu.

Quelques mots pour conclure ?

Exalead vient d'achever une formidable année 2007 avec un chiffre d'affaires qui a triplé par rapport à 2006, une vraie marque de confiance pour nos produits en France et à l'étranger mais surtout la preuve que ce marché est amené à occuper une place considérable dans l'IT.

Seuls les acteurs susceptibles de répondre aux problématiques de scalabilité, de flexibilité et d'expérience utilisateurs pourront tirer leur épingle du jeu. Le retour de nos clients en 2007 et en 2008 constitue pour nous un signe de notre appartenance au groupe

de ceux qui sont forces de proposition et d'innovation sur ce marché. Il y a encore tellement de choses à imaginer...

MARIANNE DABBADIE



Quelle est la place de l'outil web dans votre structure ?

C'est pour nous un laboratoire de fonctionnalités notamment pour ce qui concerne le web 2.0. Cet outil est important sur le fond car le concept d'entreprise étendue concerne aussi le web. En ce qui concerne le search marketing, notre moteur web propose des liens sponsorisés grâce à un partenariat avec Google.

Le web 2.0 a remis l'utilisateur au cœur des systèmes. L'ancien tryptique moteur / information / utilisateur est maintenant dépassé car l'utilisateur a pénétré le web. Il y a donc de la valeur dans ces données générées par l'internaute et les moteurs se doivent de les prendre en compte le plus simplement possible : nouveaux types de classements, nouveaux axes de navigation, etc.

Nous travaillons en B2C sur un nouveau concept BAAGZ qui sort très bientôt, reposant sur la notion de réseau de centres d'intérêt. Cet outil utilise l'intelligence que l'utilisateur met dans le web afin d'améliorer l'expérience de la recherche.

Aujourd'hui nous nous attachons à faire comprendre à nos utilisateurs B2B l'importance de la notion de tag et la complémentarité entre le concept de folksonomie et le concept plus classique de taxonomie, l'une ayant vocation de mettre en valeur le travail au quotidien et l'autre une vocation de capitalisation.

Enfin, nous adoptons une approche Web 2.0 pour le développement de nos produits. En effet, nous avons sur notre site web un outil nommé feedback 2.0 qui permet aux utilisateurs d'exprimer quelles fonctionnalités ils aimeraient nous voir mettre en œuvre dans notre moteur. Ce forum ouvert est une grande source de richesse en termes de Recherche et Développement. Il contribue au travail qui est fait à la fois sur le ranking et la navigation. On peut imaginer rajouter un nuage de tags, des liens entre les documents. Ces évolutions sont rendues possibles grâce à l'architecture ouverte de notre plateforme, qui est ainsi prête à intégrer des traitements supplémentaires.