
numéro soixante (#61)

le vendredi 13 décembre 2002

Sommaire

- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Trois nouveautés cette semaine
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Entretien avec Sunny Paris](#)
de Weborama.
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)

Référencement

Editorial

Vendredi 13... On se dit tout !?!

Ce numéro de Moteurzine sortant un **vendredi 13** ne pouvait être rempli que d'instantanés de qualité et de vérité. L'interview avec Sunny Paris de Weborama en est le meilleur exemple. L'édito ne pouvant pas faire défaut, vous allez profiter du *coup de gueule de Moteurzine*, puis de la *note d'humour de la semaine* et pour finir de *construisons un internet meilleur*.

Le *coup de gueule de Moteurzine* s'adresse aux webmasters comme aux référenceurs débutants qui ont tendance, ces derniers temps, à croire que tout leur est acquis. Pour ces personnes, les outils de recherche n'espèrent qu'une chose, recevoir la soumission de leur site et bien le positionner dans les pages résultats. Je n'ai qu'une chose à dire la dessus, il est temps d'apprendre à respecter le travail des outils de recherche. Il ne faut pas faire comme un certain Yves et dire « que je respecte la charte de qualité pour le référencement » pour se couvrir. La charte à respecter, c'est avant tout celle de chaque outil.

La *note d'humour de la semaine* concerne le site Dmoz.fr. En effet, cette URL qui est supposée être le point d'entrée de l'ODP francophone ressemble plutôt à

un moyen détourné de mettre en valeur les sites d'une société de référencement. Regardez donc les liens cachés se situant dans la bande verte du bas. A se demander si Dmoz International et AOL cautionnent ce genre d'action ?!

Dans la série *construisons un internet meilleur*, les référenceurs se rassemblent irrégulièrement devant une bière dans un troquet parisien. Il n'existe rien pour les outils de recherche. Ca me semblerait une bonne idée d'organiser cela. Une petite conférence sur Paris avec des intervenants sur des sujets d'actualité ouverte avant tout aux outils de recherche de premier plan comme de second plan mais aussi aux curieux, cela me semble très intéressant. Je suis prêt à m'impliquer dans l'organisation de ce projet. Si certains d'entre vous ont des idées ou sont intéressés pour y assister, prevenez moi ! En effet, si cela ne motive qu'une dizaine de personnes, je crois que ce projet restera sous forme de projet.

Bonne lecture à toutes et tous,

par CHRIS HEDE

Le monde selon Google

Trois nouveautés cette semaine

Malgré l'augmentation persistante de ses parts de marché, Google est loin de se reposer sur ses lauriers. En effet, pas moins de trois nouveautés sont sorties cette semaine.

Du côté des laboratoires de Google d'une part, Google vient de mettre à disposition deux outils : les Google WebQuotes et le Google Viewer.

- ◆ Une recherche sur les Google WebQuotes affiche à côté de certains résultats des annotations en provenance d'autres sites. Ceci permet d'obtenir simplement l'opinion d'un tiers sur chacun des résultats de votre recherche, ce qui complète l'information sur ce site en terme de crédibilité et de réputation.
Une petite recherche sur Google France donne des résultats étonnants (quelques extraits : "résultats d'une grande pertinence", "La rolls des moteurs de recherche", "Le plus rapide des moteurs de recherche", "Ce moteur est pour moi LA référence"). Mais après tout ces citations sont pour le moment justifiées !
- ◆ Le Google Viewer est un outil impressionnant qui affiche sous la forme d'un diaporama les résultats de votre recherche. Une barre d'outils s'affiche en haut de l'écran ; après avoir tapé votre requête (comme d'habitude), Google affiche successivement toutes les pages de résultats dans la partie inférieure de votre écran. Vous pouvez accélérer ou ralentir le diaporama, avancer ou reculer ou même vous arrêter.

Sur le site officiel cette fois, mais tout de même encore en version bêta, Google a révélé Froogle, un outil de recherche de produits en vente sur le web. On y trouve des petites images et les prix, ainsi que les liens vers les magasins. Le classement des produits est soumis à un algorithme tenu secret, et il n'est pas possible de

payer pour obtenir une meilleure place... Avec Froogle, Google mise encore une fois sur la simplicité et l'exhaustivité... et sur la gratuité : combien faut-il payer pour figurer sur Froogle ? Réponse de Google : "Zip. Zero. Nada. Zilch. Nothing."

Peut-être verrons-nous bientôt toutes ces idées mises en pratique sur le site officiel ? A moins qu'on ne les retrouve chez les concurrents...

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo

Espace publicitaire

Développez votre indice de popularité...

- pour 0 euros en passant 3 jours à référencer votre site dans les **170** outils généralistes d'Enfin (**ICI!**).
- pour 55 euros en passant 5 minutes en commandant un référencement dans les **170** outils généralistes d'Enfin (**LA!**).

vosre publicité lue par 13.000 personnes ! –

Enfin, les informations

Vous êtes le responsable d'un moteur ou d'un annuaire ? Insérez gratuitement votre actualité ici.

09/12/2002 : "WebRankInfo analyse le logiciel AgentWebRanking"

A l'occasion de la sortie de la nouvelle version d'AgentWebRanking (la version Business remplace la version gratuite), WebRankInfo a analysé en détails ce logiciel de référencement. AgentWebRanking est un logiciel développé par la société française Aadsoft.com (c'est assez rare pour être mentionné ? !). Voici un résumé de ses caractéristiques... (...)

09/12/2002 : "Yahoo! s'attaque au marché de l'hébergement !"

Yahoo! a décidé de proposer une offre d'hébergement professionnel aux PME / PMI. Cette offre ne va pas être en concurrence avec Geocities qui reste de l'hébergement gratuit, même s'il est nécessaire de payer pour avoir des options supplémentaires. L'offre de base de Yahoo commence à 11,95 dollars par mois avec des frais de mise en route de 15 dollars.

07/12/2002 : "Alltheweb vient de clore son concours Alchemist Design Contest"

"Alchemist Design Contest" est le concours mis en place par Alltheweb pour laisser les internautes donner libre cours à leur créativité dans la création d'un nouveau skin, design pour Alltheweb / Fast. Le vainqueur est Reuven Cohen avec un superbe design et beaucoup de créativité.

06/12/2002 : "Mise à jour importante pour l'annuaire "Animateur pour votre soirée""

L'annuaire "Animateur pour votre soirée" a totalement été refait en PHP pour donner encore plus de dimension au référencement des animateurs. Tous les animateurs référencés sont bien sur des professionnels de

l'animation en tous genres et donc prêt à animer vos futures soirées !

06/12/2002 : "Overture signe avec 3 sites de CNN"

Overture va fournir des liens "sponsorisés" (pour ne pas dire payant) en exclusivité à 3 sites de CNN (CNN.com, CNNSI.com et CNNMoney.com) et ceci pour une durée de 3 ans.

06/12/2002 : "ApocalX Now : un nouveau moteur de recherche français"

Apocalx, le célèbre métamoteur français, vient d'ajouter une corde à son arc, un moteur de recherche. Apocalx, tout le monde connaît, c'est un métamoteur très rapide et très pertinent, c'est aussi toute une série d'utilitaires autour du référencement et des outils de recherche et maintenant, c'est aussi un moteur de recherche : ApocalX Now.

06/12/2002 : "Oriane Garcia (Lycos France) : "Je veux réussir le challenge que je me suis fixée chez Lycos ;-)"

« Une histoire de poupées russes. Tout commence en février 2000 : Caramail se fait alors racheter par le réseau scandinave Spray. En septembre de la même année, Lycos Europe gobe à son tour Spray avant de s'offrir, dans la foulée, Multimania. Le nouvel ensemble est placé en France sous la tutelle de Marie-Christine Levet. Dix mois plus tard, en septembre 2001, Marie-Christine Levet quitte ses fonctions pour être remplacée par Michel Meyer, le fondateur de Multimania. Quatre mois plus tard, en janvier dernier, nouveau rebondissement. Michel Meyer est remplacé à la tête de Lycos France par un trio : Alexandre Roos, Christophe Schaming et Oriane Garcia, les cofondateurs de Caramail. »

05/12/2002 : "Annuaire du Collagiste : plus de 2000 sites dans la base"

L'annuaire du Collagiste arrive à plus de 2000 liens. A cet annuaire s'intègre d'autres services comme une section fouineur du Web, la diffusion de Webfilm, les indispensables, etc.

05/12/2002 : "BT et Looksmart mettent fin à leur relation bancaire"

L'outil de recherche australien, Looksmart, a annoncé ce mercredi 04 décembre qu'en accord avec le géant des télécommunication anglais (BT British Telecom), il a été décidé de mettre fin à leur "joint venture" mise en place il y a 18 mois.

Looksmart va désormais prendre en charge le marché anglais (européen) et japonais en versant 5 millions de \$ cash et 1 million d'action.

05/12/2002 : "Google représente 58,52% du trafic généré sur les sites"

« Aujourd'hui, Google affirme sa suprématie sur tous les autres outils de recherche d'une façon insolente avec 58,52% du trafic web francophone. Il est remarquable que le web se trouve maintenant dans une situation unique depuis sa naissance. Jamais, un outil n'a survolé la toile de cette façon. »

04/12/2002 : "Aqua5 : annuaire des sites animaliers"

Aqua5 est un portail animalier spécialisé dans les animaux de compagnie (chiens, chats, oiseaux, chevaux, reptiles,...). C'est aussi un annuaire avec des petites annonces, un guide pratique sur l'aquariophilie et d'autres services gratuits.

04/12/2002 : "Afrik : annuaire des médias panafricains"

Afrik, le portail de l'actualité et des cultures africaines, vient de mettre en place l'annuaire le plus complet sur les médias du Sud avec les coordonnées de plus de 250 journaux africains.

04/12/2002 : "AtomZ cherche à récupérer les clients d'Inktomi"

Atomz est une société spécialisée dans la recherche. Beaucoup de sites, des plus petits aux plus gros, utilisent Atomz pour leur moteur de recherche interne. Avec le rachat par Verity d'Inktomi, Atomz propose aux clients d'Inktomi une remise de 33% sur leurs tarifs pour venir chez eux et choisir leur solution.

04/12/2002 : "Google décide de prendre pied en Thaïlande !"

Google est maintenant une société physiquement présente en Thaïlande avec un site sous la forme google.co.th !

03/12/2002 : "NetBooster s'attaque à l'Italie et à la Finlande"

« Déjà présent en France, en Grande Bretagne, en Allemagne, en Pologne et en Norvège, NetBooster, spécialiste du référencement sur Internet et de la création de trafic qualifié en provenance des outils de recherche, passe un accord avec les "référénces" finnois Grideko (www.grideko.com) et italien SEMS (www.SEMS.it). »

03/12/2002 : "Est-ce rentable de payer pour être présent sur Yahoo! ?"

Avec les dernières modifications de sa page de résultats, Yahoo! a décidé de mettre en avant les résultats en provenance de Google au dépend de sa propre base et de ses liens payants. De plus en plus de professionnels du référencement se demandent aujourd'hui si c'est toujours aussi intéressant de payer pour être présent dans l'annuaire de Yahoo!. Il semble de plus en plus logique de privilégier le référencement chez Google.

03/12/2002 : "Overture prolonge jusqu'en février son contrat avec Freeserve"

Overture (le fournisseur américain de liens payants) a réussi à prolonger son contrat avec Freeserve (le 1er FAI anglais) jusqu'en février 2003. C'est le temps nécessaire à Overture pour faire une nouvelle proposition à Freeserve ou de le voir partir chez un des concurrents (soit Google, soit Espotting).

03/12/2002 : "Introduction à l'API Google avec PHP"

« Premier à s'être lancé dans la mise en place d'une API permettant à tout un chacun d'accéder à sa base de données comme bon lui semble (...), Google a dès le début offert un accès complet (bien que limité à 1000 requêtes par jour et par numéro de licence) et facilité son utilisation par un SDK bien conçu (bien que sans fichier d'explication pour PHP). »

02/12/2002 : "AOL Europe signe avec Pangora"

AOL Europe a signé un accord avec Pangora, la filiale de Lycos Europe. Pangora va devoir fournir un outil de recherche avancé d'achats en ligne pour les portails d'AOL en Europe.

30/11/2002 : "Interview de Cindy McCaffrey, Vice-Présidente de la division commerciale chez Google"

Cindy McCaffrey, Vice-Présidente de la division commerciale chez Google, expose la stratégie commerciale de Google, le point de vue de Google sur les référeces et comment Google envisage de mettre en relation les communautés.

Espace publicitaire

Votre site est-il déjà référencé sur francesurf.net ?
Référencement géographique, thématique,
diffusion de vos communiqués et services... 

Les outils de recherche francophones

09 Décembre 2002 :

TOP | internet | guide généraliste | f

2-find : L'annuaire eye-tech.

08 Décembre 2002 :

TOP | commerce et économie | finance

Capbourse : Les liens vers la finance et la bourse.

TOP | art et culture | culture

Antitoo : L'anti-moteur de recherche.

07 Décembre 2002 :

TOP | internet | guide généraliste | y

Yakeo : Portail de recherche francophone.

TOP | régional | europe | france | midi pyrénées

Web Aveyron : Le guide web des pages aveyronnaises.

05 Décembre 2002 :

TOP | commerce et économie | les entreprises

Portail des PME : Annuaire du portail d'information des pme-tp.

04 Décembre 2002 :

TOP | commerce et économie | annonces

Net-annonces : Net-annonces est un service français de petites annonces gratuites.

1000 annonces gratuites : Site d'annonces gratuites dans différents domaines.

03 Décembre 2002 :

TOP | loisirs et sports | tourisme

Randonnée.net : L'annuaire des sites de randonnées.

TOP | internet | guide généraliste | t

Tysami : Annuaire de sites gratuits.

TOP | art et culture | art

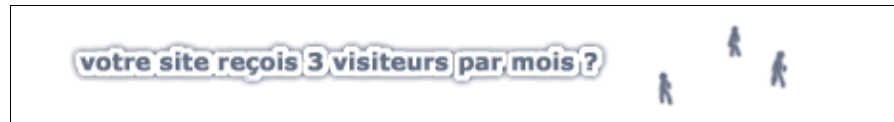
Africacollect : Annuaire francophone des arts africains.

30 Novembre 2002 :

TOP | loisirs et sports | sport | arts martiaux

Aïkidoka : Annuaire français des sites sur l'aïkido.

Espace publicitaire



Entretien avec...

<http://www.weborama.fr/>

Sunny Paris, fondateur de Weborama

«**Moteurzine**». -- Bonjour. Tout d'abord, est-ce que vous pouvez vous présenter à nos lecteurs ?

Sunny Paris. -- A l'origine je viens de la physique théorique et je me destinais à la recherche fondamentale. Au cours de ma thèse entre 1994 et 1997, j'ai découvert internet dans des conditions exceptionnelles. J'avais mon propre pc, une ip fixe et j'étais connecté à 10Mb/s, j'en ai profité pour créer une campagne de jeu de rôle en ligne en 1996. Avec internet, j'ai découvert un univers où il y avait tout à faire, à inventer et c'est ce qui m'a passionné.

«**Moteurzine**». -- Vous êtes un des fondateurs de Weborama. Quelle est l'histoire de ce service de mesure d'audience ?

Sunny Paris. -- Au départ le projet Weborama part d'un double constat que nous avons réalisé très tôt :

- ◆ En 1997 dans les moteurs de recherche, il n'y avait aucune approche qualitative dans l'analyse des documents.
- ◆ Les annuaires humains étaient voués à l'échec pour des problématiques de mise à jour et de pertinence de l'information.

L'idée était donc de créer un classement permanent de sites. Weborama c'est donc au départ "*Le guide des meilleurs sites internet*".

«**Moteurzine**». -- Qu'est-ce que le Weboscope ?

Sunny Paris. -- Pour réaliser les classements du Weborama, basés sur le nombre de visiteurs reçus par les sites, nous avons dû développer un service de mesure d'audience "Le Weboscope". Ce service s'est aujourd'hui imposé comme une des références sur le marché Européen.

«**Moteurzine**». -- Derrière Le Weboscope, le logiciel de mesure d'audience, se trouve Weborama la société. Vous pouvez nous en dire plus sur votre société et les services que vous offrez ?

Sunny Paris. — Weborama a été fondé en 1998, c'est une société technologique qui développe des outils pour mesurer et optimiser les opérations de e-marketing. Nous avons aussi une forte activité Média qui s'appuie sur le réseau de sites qui utilisent nos services.

«**Moteurzine**». — Aujourd'hui, Weborama se divise en deux grandes parties. La partie destinée au grand public, à tous les webmasters et la partie destinée aux professionnels. Vous pouvez nous présenter chacune de ces parties ?

Sunny Paris. — La partie grand public correspond au site de classements Weborama.fr qui draine chaque jour plus de 30 000 visiteurs et permet de découvrir plus de 25 000 sites.

L'activité B2B elle s'adresse aux éditeurs de sites Internet ou Intranet avec le Weboscope, aux services de marketing on-line avec nos outils de profiling et de tracking des actions de e-marketing. Enfin aux centrales d'achat avec notre offre média et nos outils de profiling, de diffusion et de mesure de performance.

«**Moteurzine**». — Combien de personnes travaillent dans la société Weborama ? Avez –vous une majorité de personnel technique ?

Sunny Paris. — 11 personnes travaillent chez Weborama, dont 5 avec un profil technologique. La société a néanmoins un fort profil technologique car les 3 fondateurs sont des scientifiques.



Copie écran de la page de garde du site Weborama

«**Moteurzine**». — Quel a été votre choix logiciel pour Weborama ? Est-ce une

solution développée en interne et propriétaire ? En quel langage est-elle cette solution ?

Sunny Paris. — L'intégralité du code a été développé par Weborama au cours de ces 4 dernières années. L'essentiel des programmes est écrit en PERL, pour les interfaces nous utilisons du PHP et beaucoup de javascript.

Pour le reste, nous nous appuyons intégralement sur des solutions Open Source. Nous sommes très fiers d'avoir choisi dès les premières lignes de code en 1997 Linux, Apache Perl et MySQL.

«**Moteurzine**». — Afin de ne pas provoquer trop de ralentissement dans l'affichage de votre bouton sur les sites des webmasters, il est nécessaire d'avoir une bonne architecture matérielle. Comment est-elle composée ? Les machines sont hébergées chez vous ?

Sunny Paris. — Nous avons monté un cluster en haute disponibilité sous Linux il aujourd'hui composé de 9 e-servers de IBM. Ce cluster nous permet de répondre à plusieurs milliards de requêtes mensuelles.

«**Moteurzine**». — Le monde des logiciels de mesure d'audience est assez petit en France. Comment vous positionnez vous par rapport aux autres ?

Sunny Paris. — Nous avons un positionnement plus "grands comptes" que nos concurrents, nous nous adressons plus aux grosses entreprises au sein desquels nous pouvons déployer de vrais progiciels de mesure d'audience et de performance. Nous auditons à l'échelle mondiale les sites internet et intranets de sociétés telles que Tiscali, Peugeot et la BNP.

«**Moteurzine**». — Faites vous partie des services ayant reçu le label "OJD" (<http://www.ojd.com/>) ?

Sunny Paris. — Bien entendu. Nous avons participé très activement aux réunions de l'OJD et nous avons été le premeir outil labellisé avec les nouvelles contraintes mises en place par l'OJD. Presque la moitié des sites labellisés par l'ojd utilisent le Weboscope.

«**Moteurzine**». — Avez-vous réussi a définir un profil-type des webmasters utilisant votre outil ?

Sunny Paris. — C'est très difficile à définir puisque nos services sont utilisés aussi bien par des webmestres de petits sites amateurs que par les directeurs des études de groupes européens.

Ils ont par contre en commun l'exigence de la qualité.

«**Moteurzine**». — Associé à l'outil de mesure d'audience Weboscope se trouve Weborama un annuaire et un top. Comment fonctionne t'il ?

Sunny Paris. — Il s'agit d'un annuaire composé de 11 thématiques et de 100

sous-thématiques. Chaque thématique est en fait un double classement réactualisé tous les jours. Le premier classement est basé sur le nombre de visiteurs journaliers reçu par les sites mesuré grâce au Weboscope. Le second, "le classement passion", est basé sur les votes des internautes et des webmasters. Ce dernier est construit de façon à mettre en avant les petits sites tenus par des passionnés.

«**Moteurzine**». — Cet annuaire est réservé uniquement aux webmasters mettant votre marqueur sur leur site. N'avez-vous pas trop d'abus à ce niveau là (histoire de faire monter son audience et donc son positionnement) ?

Sunny Paris. — Nous sommes très stricts dans notre façon de compter, nous avons toujours eu la réputation d'être les plus durs. Nous n'hésitons pas à effacer les sites qui trichent. Néanmoins il y a toujours des sites qui trichent, mais nous finissons toujours par les repérer.

«**Moteurzine**». — Vous avez mis en place avec Netbooster Référencement un baromètre permettant de mesurer la place des outils de recherche sur les sites que vous auditez. Comment cela se passe-t-il exactement ?

Sunny Paris. — Nous auditons aujourd'hui près de 25 000 sites. Nous mesurons donc très précisément le trafic que les moteurs de recherches leur génèrent. Nous agrégeons ensuite toutes ces informations et nous éditons le baromètre avec notre partenaire Netbooster dont la connaissance métier nous permet de suivre au mieux les moteurs.

«**Moteurzine**». — Hier, il n'y avait aucun baromètre en France. Aujourd'hui, il en existe 4. Comment vous est venu l'idée de le faire ?

Sunny Paris. — C'est quelque chose qui nous est venu naturellement car nous éditons le Wokable, la seule base de donnée francophone d'analyse et de qualification des requêtes utilisées par les internautes.

«**Moteurzine**». — Est-ce que vous suivez ce que font les autres baromètres ? En restant neutre, qu'en pensez-vous ?

Sunny Paris. — Bien entendu nous regardons attentivement les résultats fournis par nos concurrents. Nous nous félicitons d'ailleurs de l'homogénéité des baromètres. Le seul baromètre pour lequel je serais plus critique est celui de "ad'hoc" puisqu'il ne prend en compte que des sites dont ils ont assuré le référencement. La nature même de leur clients (souvent des marques) déforme très largement les résultats.

«**Moteurzine**». — Tous les baromètres mettent en avant la place de leader de Google. Comment expliquez-vous cela ?

Sunny Paris. — Avant tout par la qualité de Google. Il répond parfaitement à la problématique qualitative que j'avais exprimé plus haut. Le concept fondateur de Google est d'une incroyable élégance. A cette géniale intuition s'est associé une technologie sans faille et une approche marketing ultra-efficace. Quand vous

arrivez à réunir autant de facteurs positifs sur le même projet, il est normal, et d'ailleurs heureux, qu'il s'impose.

«**Moteurzine**». -- Que pensez-vous de la situation des outils de recherche en France ?

Sunny Paris. -- Il n'y a plus d'outils de recherche en France, il y a Google en version française ;-) J'exagère peut être un peu, il y a aussi Voilà et Weborama. Plus sérieusement nous sommes dans une période où il n'y a pas beaucoup de changements et pas d'idées révolutionnaires. Tous les moteurs intègrent de plus en plus le système de scoring de Google, ce qui a pour effet négatif de les indifférencier et donc de les rendre en général moins performants que l'original. L'initiative du DMOZ est intéressante à suivre et répond assez bien aux problématiques de la spécialisation et de la mise à jour, par contre est-ce que la version française va prendre et est-ce que la coordination du projet sera assez efficace pour faire face aux défections des éditeurs ? C'est en tout cas un challenge intéressant.

Je pense que nous n'avons pas encore vus les moteurs de 3ème génération. L'essentiel du travail à faire se situe au niveau de l'interface de requête et sur la capacité de répondre non pas en fonction des mots entrés mais aussi en fonction de l'état d'esprit de la personne qui les entre.

«**Moteurzine**». -- Beaucoup de personnes parient sur les outils thématiques et régionalistes. Pourtant, cela fait au moins deux, trois ans que tout le monde en parle et rien n'a changé. Les généralistes dominent toujours. Pourquoi ?

Sunny Paris. -- Le problème des outils spécialisés est qu'ils doivent être bien meilleurs que les outils généraliste. Or Google est de part son mode de scoring un outil spécialisé. Dès que vous utilisez un « vocabulaire métier » vous restreignez votre champ de recherche et de scoring à ce métier, vous créez de part votre requête un moteur ultra spécialisé.

De la même manière « Les Pages Jaunes » c'est à la fois le plus gros des annuaires généralistes et le plus complet des annuaires professionnels. Quand on connaît la notoriété de ces services, on mesure toute la complexité de la tâche des outils thématiques.

Chaque outil doit s'interroger sur sa propre valeur ajoutée.

«**Moteurzine**». -- Est-ce que la société Weborama est aujourd'hui une structure rentable ?

Sunny Paris. -- Oui. Nous devrions afficher un bilan comptable 2002 bénéficiaire.

«**Moteurzine**». -- D'ou viennent principalement vos revenus ? Pas de la publicité, j'imagine !

Sunny Paris. -- Les trois quarts de nos revenus proviennent de notre activité

B2B en particulier de la vente du Weboscope. Néanmoins la publicité représente encore un quart de nos revenus. Nous avons réussi à adapter notre offre et notre société au marché. En 2000, la publicité représentait plus de la moitié de notre CA, en 2001 à peine 10 % et avec le redéploiement de notre offre sur les sites utilisant nos services, nous sommes monté à 25 %. Ce chiffre devrait se stabiliser vers 30% de nos revenus.

«**Moteurzine**». — Votre outil de mesure d'audience est un service gratuit. Avec la mauvaise santé des sociétés sur Internet, est-ce que ne pas faire payer ce service trouve encore une justification ?

Sunny Paris. — Si ce service existe en mode gratuit, nous n'en demandons pas moins une contrepartie importante. Nous diffusons de la publicité sur tous les sites utilisant la version intégralement gratuite du Weboscope. Le réseau de sites ainsi constitué a une excellente couverture et une grande qualité de contenu.

«**Moteurzine**». — Qu'est-ce qu'il vous manque ou qu'est ce qu'il vous faudrait de plus pour devenir l'outil de mesure d'audience numéro un en France ?

Sunny Paris. — A l'heure actuelle il est difficile de déterminer qui est le numéro un puisque 3 produits se partagent l'essentiel du marché.

Pour nous imposer, il nous faut simplement encore un peu de temps et du travail. Toujours beaucoup de travail. De toutes les sociétés du secteur nous sommes celle qui a été la moins financée. Grâce à notre forte composante technologique, nous avons obtenu le soutien de l'ANVAR, qui nous a aidé à développer des solutions réellement innovantes. De toutes les sociétés du secteur nous sommes de loin celle ayant l'architecture technique la plus évoluée et l'offre la plus large. Nous offrons des solutions tant pour la mesure d'audience que pour le marché publicitaire et les études.

«**Moteurzine**». — Vous savez, j'ai voulu m'inscrire sur votre site pour bénéficier de votre logiciel et cela n'a pas fonctionné. La raison vient sûrement que j'utilise Mozilla avec Linux. Pourquoi ?

Sunny Paris. — Je ne pense pas que cela soit lié à ça sauf si vous avez une vieille version de Netscape. Nous assurons une comptabilité complète de nos services avec Mozilla 1 car nous considérons que c'est un très bon navigateur. Plusieurs de nos développeurs travaillent d'ailleurs sous Linux. Le problème d'inscription peut être lié à une utilisation très restrictive des cookies.

«**Moteurzine**». — Quels sont vos projets à court et moyen terme ?

Sunny Paris. — A très court terme, nous allons lancer notre nouvelle génération de service avec le « Weboscope Audience » et le « Weboscope Performance ». Le « Weboscope Performance » vient d'ailleurs d'être retenu par MSN pour sa campagne de promotion de Messenger. La campagne française est d'ailleurs une campagne pilote qui pourra être étendue au monde entier.

A moyen terme nous allons travailler sur des solutions pour le marché publicitaire.

«**Moteurzine**». — Vous pouvez nous dire quel est votre site préféré et pourquoi ?

Sunny Paris. — Comme vous l'aurez compris, j'aime bien Google ;-) Nous avions d'ailleurs chaudement recommandé ce site dans un de nos tout premiers hebdomadaires en 1998. C'est un amour de longue date auquel nous sommes toujours fidèle. A part ça Internet est, pour moi, surtout constitué de petits sites qui vivent et meurent aux rythmes des envies de leur créateurs et c'est plutôt cette instantanéité qui m'intéresse, après je n'ai pas de sites préférés.

J'ai des sites pour chaque chose ou pour chaque instant.

ATTENTION

La liste des abonnés n'est pas disponible. Nous ne la donnons ni ne la revendons à personne. En revanche, vous pouvez sponsoriser notre lettre d'information : contactez-nous pour discuter des modalités.

Abonnement gratuit à
« Moteurzine »

Désinscription de
« Moteurzine »