



# Etude “Search of the future”- France

*Le moteur de recherche idéal vu par les internautes*

---

Décembre 2009



Alexandre Sagakian  
Emilie Molinier

## Methodologie

---

Google

# METHODOLOGIE

|  |  |
|--|--|
| <b>Objectifs</b>                                     | Savoir comment les utilisateurs voient le moteur de recherche idéal de demain : à quoi ressemblera-t-il ?<br>Que sera-t-il capable de faire ? Comment changera-t-il notre vie, la technologie et le Web en général ? |
| <b>Méthodologie</b>                                  | Etude en ligne auto-administrée  |
| <b>Cible</b>   | Internautes avancés âgés de 15 à 50 ans (ancienneté, temps passé, fréquence, usages...)  |
| <b>Taille d'échantillon</b>                          | 1 002 interviews   |
| <b>Geographie</b>                                    | France entière   |
| <b>Date collecte</b>                                 | 20 nov – 24 nov 2009   |
| <b>Nb de fonctionnalités testées</b>                 | 34 fonctionnalités testées (10 catégories)   |
| <b>Critères d'évaluation des fonctionnalités (4)</b> | Attrait<br>Probabilité d'être disponible dans le futur<br>Impact sur la vie quotidienne<br>Fréquence d'utilisation envisagée   |

# TYPLOGIE DES FONCTIONNALITES TESTEES

|   |  |
|---|--|
| <b>MODE DE TRANSMISSION DES REQUETES</b>          | Comment la requête est transmise au moteur de recherche ?  |
| <b>TYPE DE DONNEES SOUMISES</b>                   | Quel genre de fichiers est transmis au moteur de recherche ?   |
| <b>TYPE ET ETENDUE DES DONNEES RECHERCHEABLES</b> | Sur quel type de données le moteur de recherche peut-il fonctionner ?  |
| <b>TYPE D'APPAREIL OU LE MOTEUR EST INSTALLE</b>  | Via quel type d'appareil la requête est envoyée et transmise ?   |
| <b>CONSEIL / COACHING</b>                         | Comment un moteur de recherche peut m'aider et me coacher ?  |
| <b>TYPE D'ACTIONS REALISABLES</b>                 | Quel type d'action pourrait effectuer un moteur de recherche pour moi ?                                      |
| <b>PERSONALISATION DES RESULTATS</b>              | Dans quelle mesure les résultats de recherche peuvent-ils être personnalisés ?                               |
| <b>PRESENTATION / AFFICHAGE DES RESULTATS</b>     | Comment pouvons-nous améliorer l'affichage et la visualisation des résultats ?                               |
| <b>ASSISTANCE A LA RECHERCHE</b>                  | Comment le moteur de recherche peut-il m'aider à affiner ma recherche pour obtenir les meilleurs résultats ? |
| <b>INTERACTION / PARTICIPATION</b>                | Comment puis-je interagir avec le moteur de recherche pour influencer son évolution ?                        |

# NOUVELLES FONCTIONNALITES TESTEES (1/2)

34 nouvelles fonctionnalités potentielles ont été testées et regroupées en 10 grands types :

| TYPE  | FONCTIONNALITE   |
|---|--|
| <b>MODE DE TRANSMISSION DES REQUETES</b><br><i>Comment la requête est transmise au moteur de recherche ?</i>                      | <b>Comprendre des requêtes mentales / lire dans mes pensées</b>  |
|   | <b>Fournir instantanément des informations sur une personne ou un objet que je vois</b>  |
|   | <b>Fournir instantanément des informations sur une personne ou un objet que je touche</b>  |
|   | <b>Fournir instantanément des informations sur ce que j'entends</b> (ex : lance automatiquement des requêtes sur les mots captés dans une conversation)                          |
| <b>TYPE DE DONNEES SOUMISES</b><br><i>Quel genre de fichiers est transmis au moteur de recherche ?</i>                            | <b>Comprendre des requêtes "descriptive"</b> (une chanson qui fait danser, un endroit où aller pour un 1er rendez-vous...)   |
|   | <b>Comprendre des requêtes orales en langage naturel</b>   |
|   | <b>Soumettre une photo / image (portrait, objet, endroit..) pour que le moteur trouve l'original ou des informations liées</b>   |
|   | <b>Soumettre un fichier audio (chanson, histoire...) pour que le moteur trouve l'original ou des informations liées</b>  |
| <b>TYPE ET ETENDUE DES DONNEES RECHERCHEABLES</b><br><i>Sur quel type de données le moteur de recherche peut-il fonctionner ?</i> | <b>Permettre de chercher à l'intérieur des vidéos en décrivant des séquences, personnes, objets, endroits...</b>   |
|   | <b>Permettre de rechercher des personnes (informations, localisation en temps réel..)</b>  |
|   | <b>Permettre de rechercher dans les souvenir stockés dans ma mémoire.</b>  |
|   | <b>Permettre de rechercher sur tous mes appareils numériques en même temps où qu'ils se trouvent</b> (ordinateurs, téléphones, appareils photos, caméscope, consoles de jeux...) |
|   | <b>Permettre de chercher et localiser des objets perdus ou volé sur la base d'une description ou d'une photo.</b>  |
|   | <b>Permettre de rechercher n'importe quel produit en vente (magasin physique ou en ligne) avec son prix, sa localisation...</b>  |
| <b>Permettre de chercher dans toutes les langues et traduire les résultats dans la langue natale.</b>                             |  |

# NOUVELLES FONCTIONNALITES TESTEES (1/2)

| PARTIES  | FONCTIONNALITE   |
|--|--|
| <b>TYPE D'APPAREIL OU LE MOTEUR EST INSTALLE</b><br><i>Via quel type d'appareil la requête est envoyée et transmise ?</i>                          | <b>Pouvoir lancer des requêtes à partir de ma montre</b>   |
|  | <b>Pouvoir lancer des requêtes à partir de ma ma voiture</b> (ordinateur de bord, GPS...)  |
|  | <b>Pouvoir lancer des requêtes à partir d'un nouvel appareil dédié à internet et à la recherche</b>  |
| <b>CONSEIL / COACHING</b><br><i>Comment un moteur de recherche peut m'aider et me coacher ?</i>  | <b>Agir comme un audioguide quand je visite des musées o une ville</b>   |
|  | <b>Permettre de rechercher des emploi et m'aider à en trouver</b>  |
|  | <b>Rechercher et trouver automatiquement des solutions aux problèmes informatique que je rencontre</b> (bugs, mise à jour...)  |
| <b>TYPE D'ACTIONS REALISABLES</b><br><i>Quel type d'action pourrait effectuer un moteur de recherche pour moi ?</i>                                | <b>Réalise automatiquement une action précise demandées</b> (réserver un vol pour New-york pour Noël, commander un pizza 4 fromages pour 20 h...)                      |
| <b>PERSONALISATION DES RESULTATS</b><br><i>Dans quelle mesure les résultats de recherche peuvent-ils être personnalisés ?</i>                      | <b>Fournir des résultats de recherche personnalisés en fonction de mon profil</b> (âge, sexe, centres d'intérêt..)   |
|  | <b>Fournir des résultats de recherche personnalisés en fonction de ma localisation actuelle</b> (restaurant chinois, banque...)  |
|  | <b>Me permettre de sélectionner et pondérer les critères de pertinences utilisés par le moteur</b> (nombre de visites, nombre de liens sortant...)                     |
|  | <b>Regrouper les résultats par type de source</b> (actualité, blog, site de marque...)   |
| <b>PRESENTATION / AFFICHAGE DES RESULTATS</b><br><i>Comment pouvons-nous améliorer l'affichage et la visualisation des résultats ?</i>             | <b>Filtrer et ne pas afficher les résultats faux, périmés ou non pertinents.</b>   |
|  | <b>M'aider à identifier parmi tous les résultats ceux qui sont les plus fiables</b> (questions de santé, scientifique...)  |
|  | <b>Me permettre de sauvegarder et d'organiser les résultats de la recherche dans un espace personnel</b> (commenter, regrouper, partager...)                           |
|  | <b>Afficher les résultats de recherche de façon plus ludique et plus interactive</b> (affichage visuel, en 3D, mapping...)   |
|  |  |
| <b>REQUEST D'ASSISTANCE</b><br><i>Comment le moteur de recherche peut-il m'aider à affiner ma recherche pour obtenir les meilleurs résultats ?</i> | <b>Me poser des questions complémentaires pour m'aider à affiner ma recherche et trouver les résultats les plus pertinent</b> (tutoriel, assistance...)                |
| <b>INTERACTION / PARTICIPATION</b><br><i>Comment puis-je interagir avec le moteur de recherche pour influencer son évolution ?</i>                 | <b>Me permettre de donner un avis sur la pertinence des résultats de recherche par rapport à ma requête</b>  |
|  | <b>Me permettre de demander l'effacement de pages / informations qui sont erronées ou périmées</b> (demande envoyée à tous les hébergeurs de cette page / information) |

# ENSEIGNEMENTS CLES

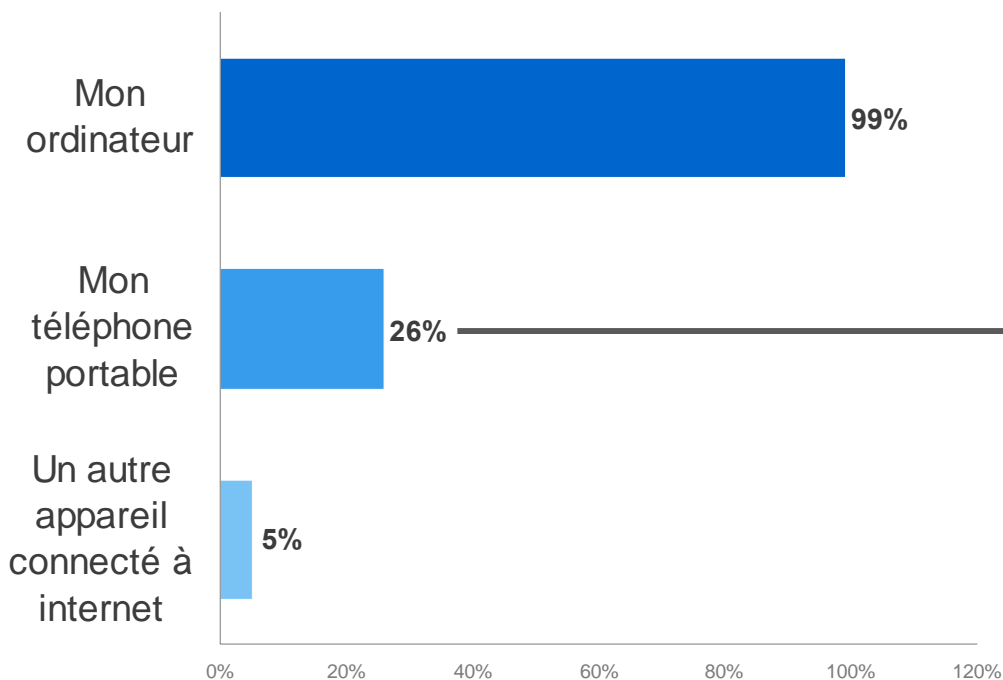
---

Google

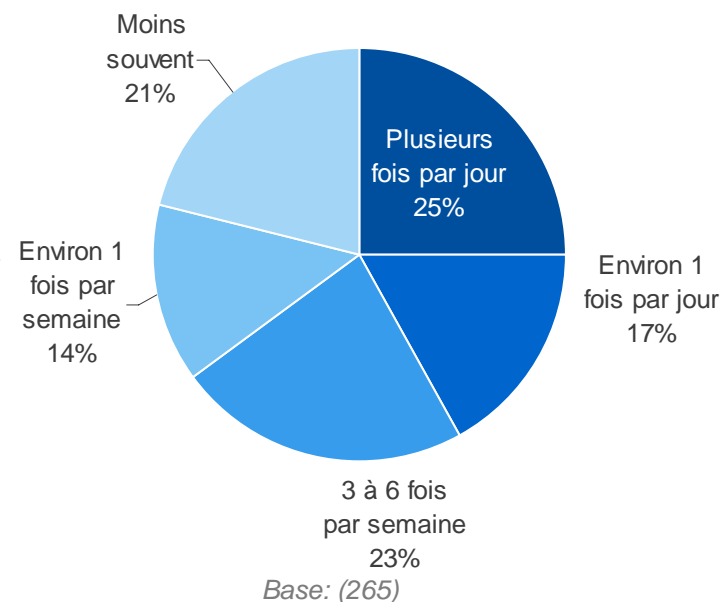
# Une utilisation significative des moteurs de recherche sur les appareils mobiles

Chez les utilisateurs avancés d'internet, l'utilisation de moteurs de recherche sur les appareils mobiles (téléphone portable) est significative (25%) avec une fréquence assez élevée (1/3 les utilise tous les jours)

Type d'appareil où usage moteur de recherche



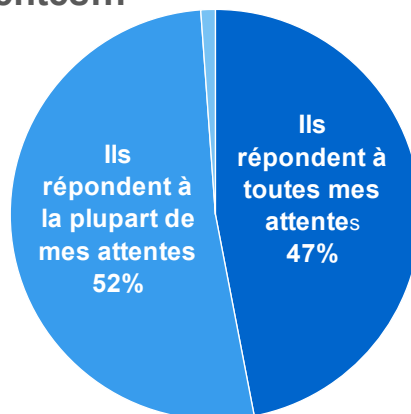
Fréquence usage moteur de recherche sur téléphone portable



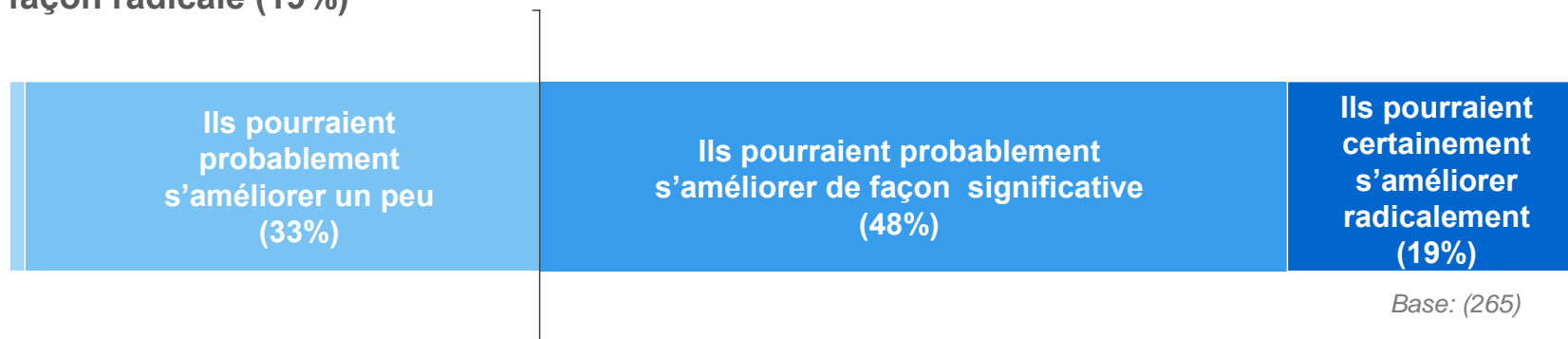


# De fortes attentes en termes d'amélioration des moteurs de recherche

Si tous les utilisateurs avancés d'Internet considèrent que les moteurs de recherche existants répondent à la plupart de leurs attentes...



...ils estiment qu'ils peuvent encore être améliorés de façon significative (48%) ou même de façon radicale (19%)



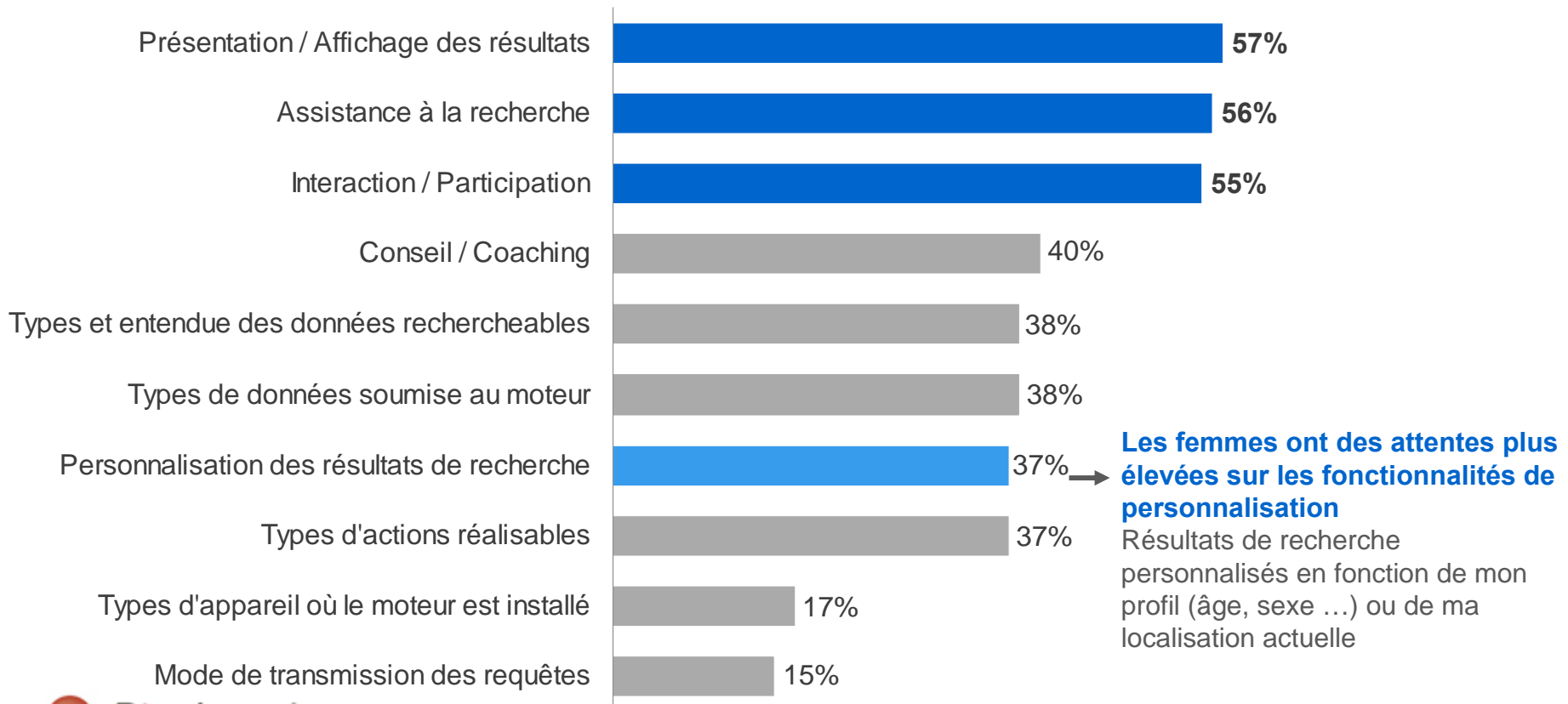
Ils ont donc bien conscience que l'on a pas encore exploité toutes les possibilités technologiques.

# Un attrait élevé pour les fonctionnalités relatives à la pertinence, l'assistance et l'interactivité

Les 3 types de fonctionnalités jugées les plus attractives sont celles qui :

- améliorent la présentation des résultats pour aider à trouver les renseignements les plus pertinents
- aident les utilisateurs d'Internet à affiner leurs requêtes pour obtenir la meilleure réponse
- permettent une interaction entre les utilisateurs d'Internet et le moteur de recherche

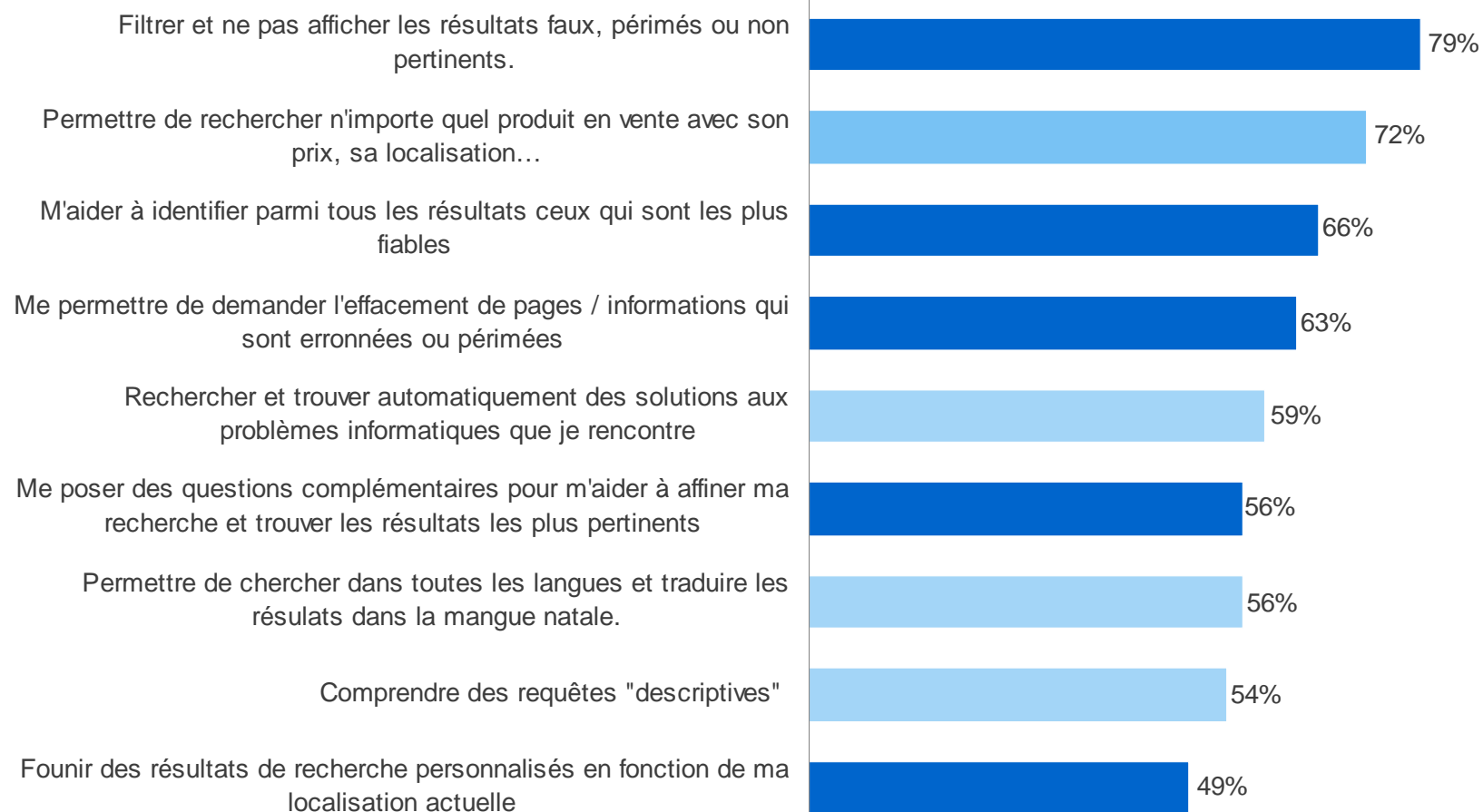
## Types de fonctionnalités les plus attractives



## L'attente clé reste la pertinence

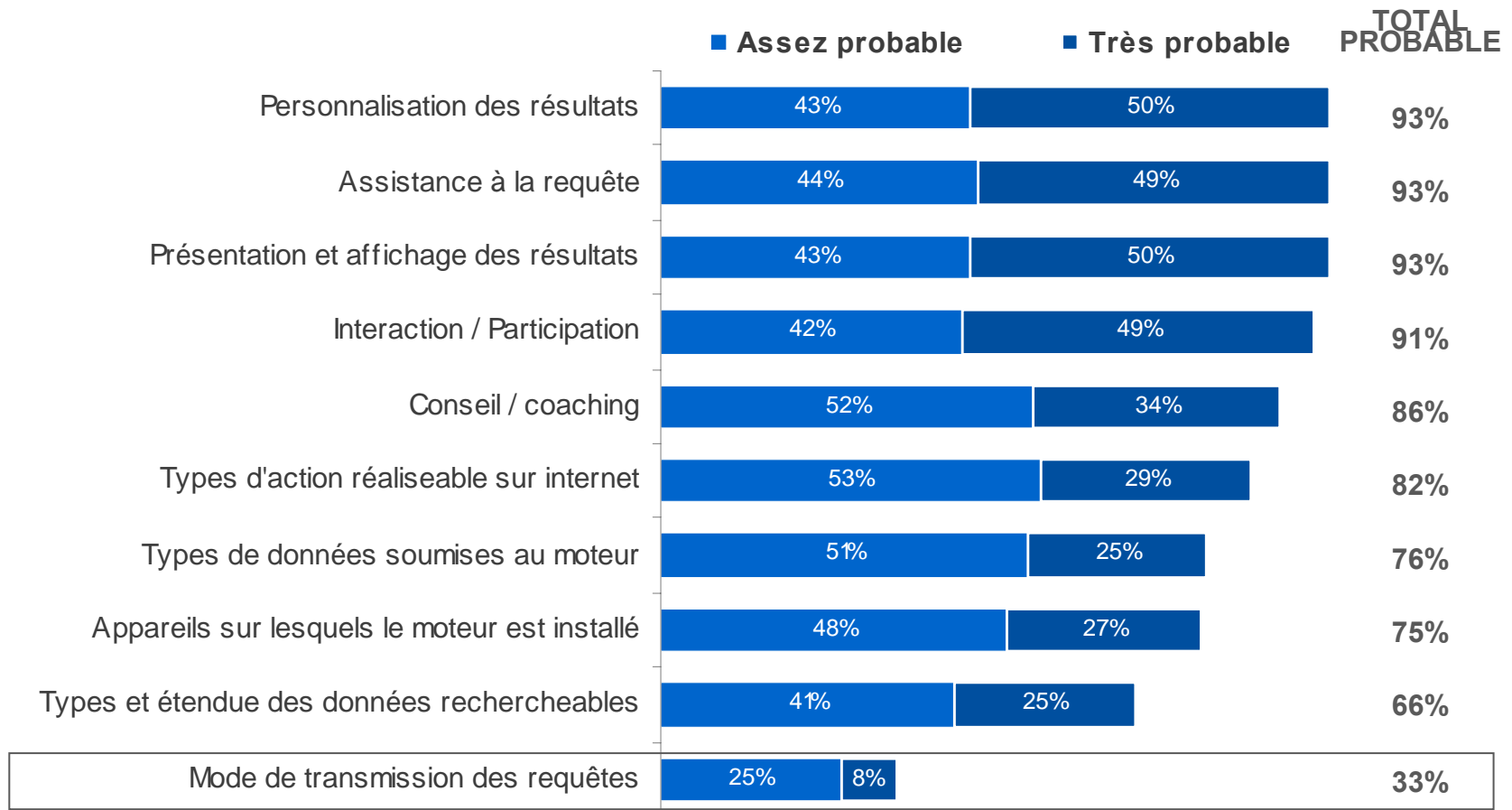
Si les fonctionnalités commerciales (recherche / comparatif produit) et informatiques (résolutions de problème) sont très attractives, ce sont les fonctionnalités améliorant la pertinence des résultats qui restent globalement les plus plébiscitées

TOP des fonctionnalités les plus attractives



# La plupart des nouvelles fonctionnalités testées semblent réalistes

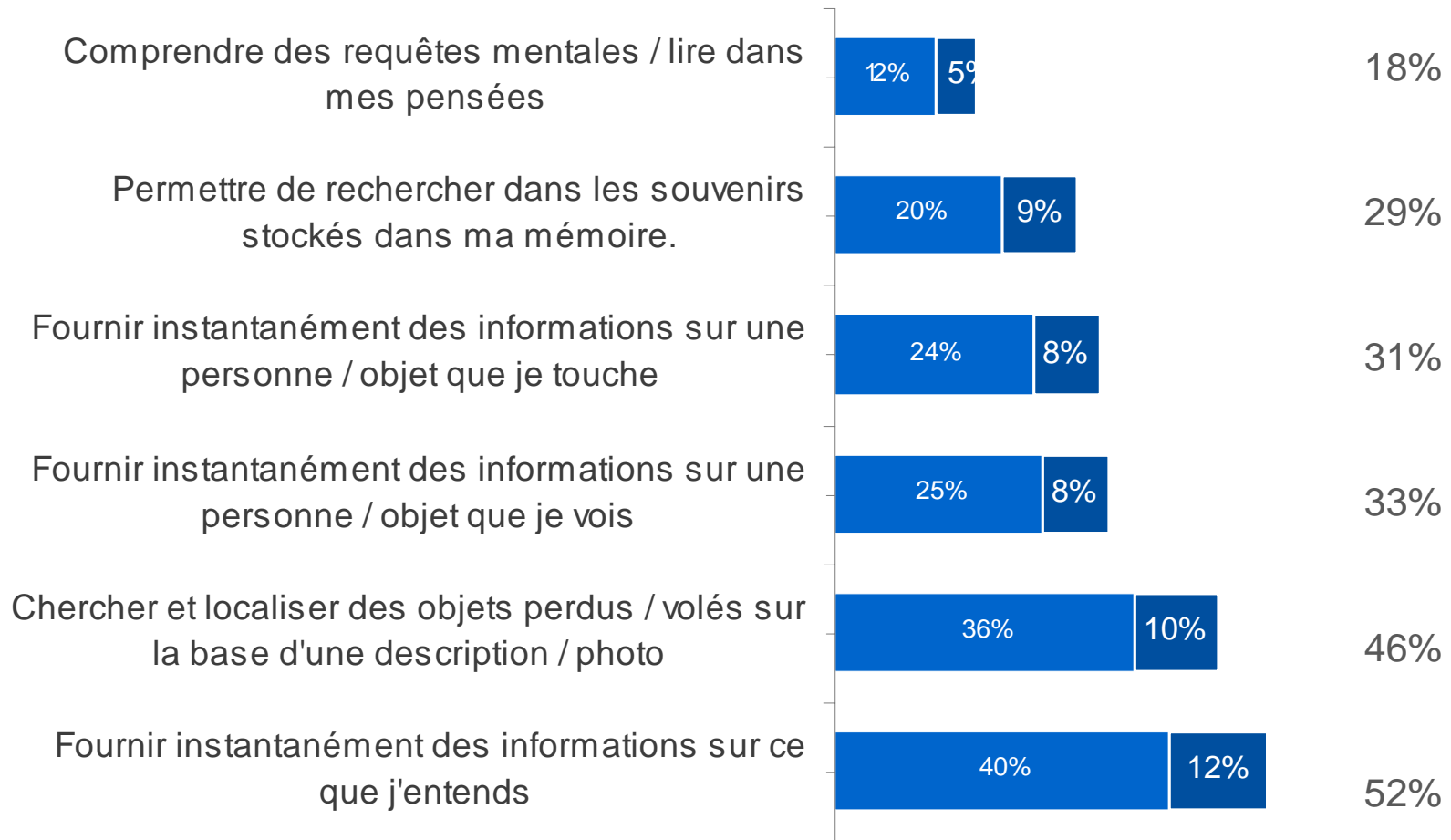
Mise à part les fonctionnalités liées aux modes de recherche sensorielle (esprit, toucher, vue, ouïe) et les nouveaux moyens qu'on pourrait utiliser pour rechercher des informations (par télépathie, en pensant à des personnes, à des objets perdus ...)



# La plupart des nouvelles fonctionnalités testées semblent réalistes

## TOP 6 des fonctionnalités les moins réalistes

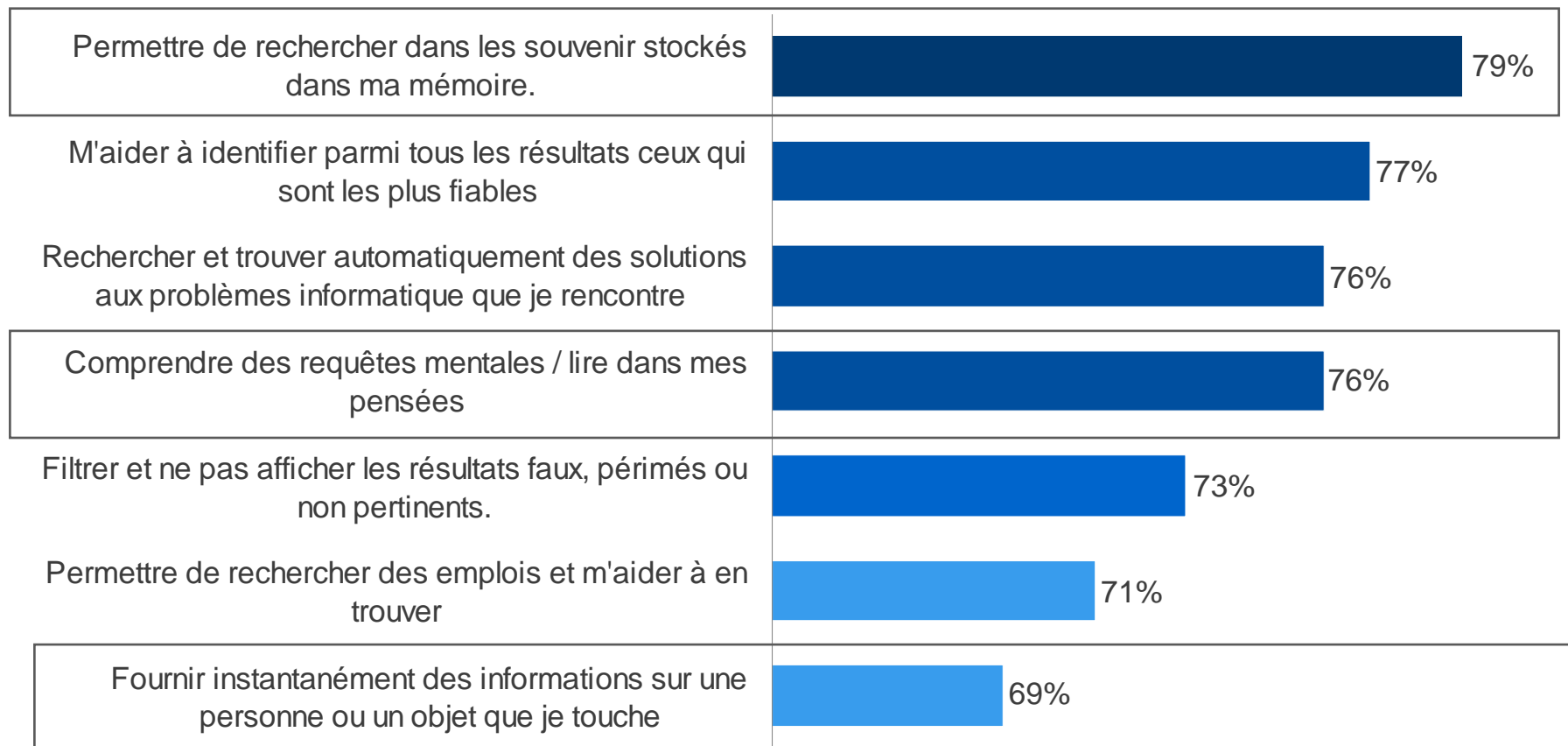
TOTAL PROBABLE



■ Assez probable ■ Très probable

# Les fonctionnalités les moins réalistes sont souvent celles qui auraient le plus d'impact sur la vie quotidienne

## TOP des fonctionnalités les plus impactantes sur la vie quotidienne



# METHODOLOGIE

|  |   |
|--|---|
| <b>Objectifs</b>                                     | Savoir comment les utilisateurs voient le moteur de recherche idéal de demain : à quoi ressemblera-t-il ? Que sera-t-il capable de faire ? Comment changera-t-il notre vie, la technologie et le Web en général ? |
| <b>Méthodologie</b>                                  | Etude en ligne auto-administrée   |
| <b>Cible</b>   | Internauts avancés âgés de 15 à 50 ans (ancienneté, temps passé, fréquence, usages...)  |
| <b>Taille d'échantillon</b>                          | 1 002 interviews  |
| <b>Geographie</b>                                    | France entière  |
| <b>Date collecte</b>                                 | 20 oct – 24 nov 2009  |
| <b>Nb de fonctionnalités testées</b>                 | 34 fonctionnalités testées (10 catégories)  |
| <b>Critères d'évaluation des fonctionnalités (4)</b> | Attrait<br>Probabilité d'être disponible dans le futur<br>Impact sur la vie quotidienne<br>Fréquence d'utilisation envisagée  |

# TYPOLOGIE DES FONCTIONNALITES TESTEES

|   |  |
|---|--|
| <b>MODE DE TRANSMISSION DES REQUETES</b>          | Comment la requête est transmise au moteur de recherche ?  |
| <b>TYPE DE DONNEES SOUMISES</b>                   | Quel genre de fichiers est transmis au moteur de recherche ?   |
| <b>TYPE ET ETENDUE DES DONNEES RECHERCHEABLES</b> | Sur quel type de données le moteur de recherche peut-il fonctionner ?  |
| <b>TYPE D'APPAREIL OU LE MOTEUR EST INSTALLE</b>  | Via quel type d'appareil la requête est envoyée et transmise ?   |
| <b>CONSEIL / COACHING</b>                         | Comment un moteur de recherche peut m'aider et me coacher ?  |
| <b>TYPE D'ACTIONS REALISABLES</b>                 | Quel type d'action pourrait effectuer un moteur de recherche pour moi ?                                      |
| <b>PERSONALISATION DES RESULTATS</b>              | Dans quelle mesure les résultats de recherche peuvent-ils être personnalisés ?                               |
| <b>PRESENTATION / AFFICHAGE DES RESULTATS</b>     | Comment pouvons-nous améliorer l'affichage et la visualisation des résultats ?                               |
| <b>REQUEST D'ASSISTANCE</b>                       | Comment le moteur de recherche peut-il m'aider à affiner ma recherche pour obtenir les meilleurs résultats ? |
| <b>INTERACTION / PARTICIPATION</b>                | Comment puis-je interagir avec le moteur de recherche pour influencer son évolution ?                        |



## RESULTATS DETAILLES

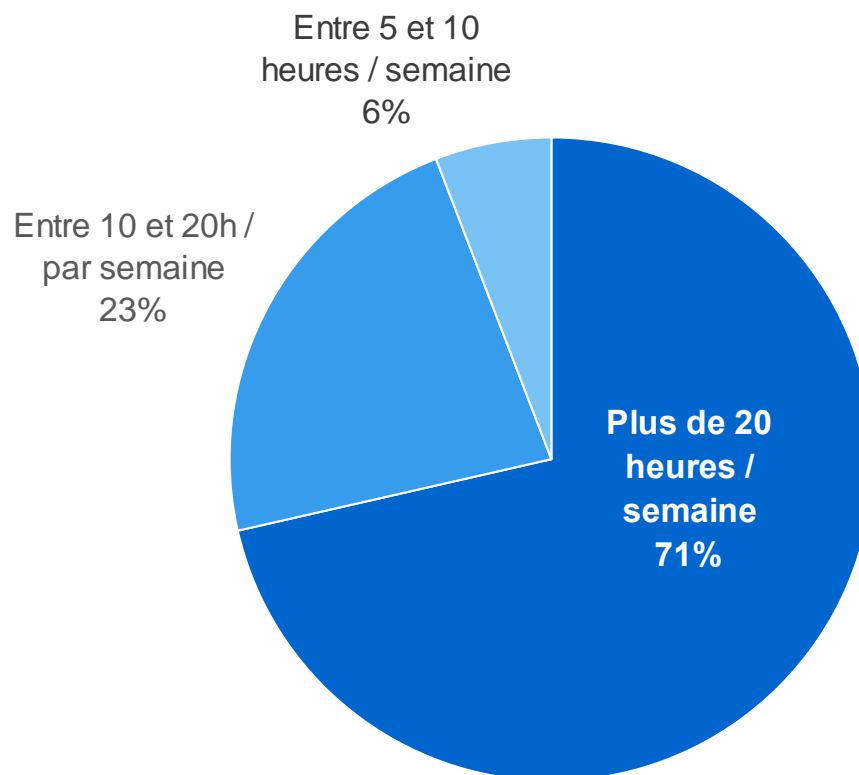
---

Google

# Nombre d'heures passées sur internet par semaine

En moyenne, combien de temps passez-vous sur Internet ?

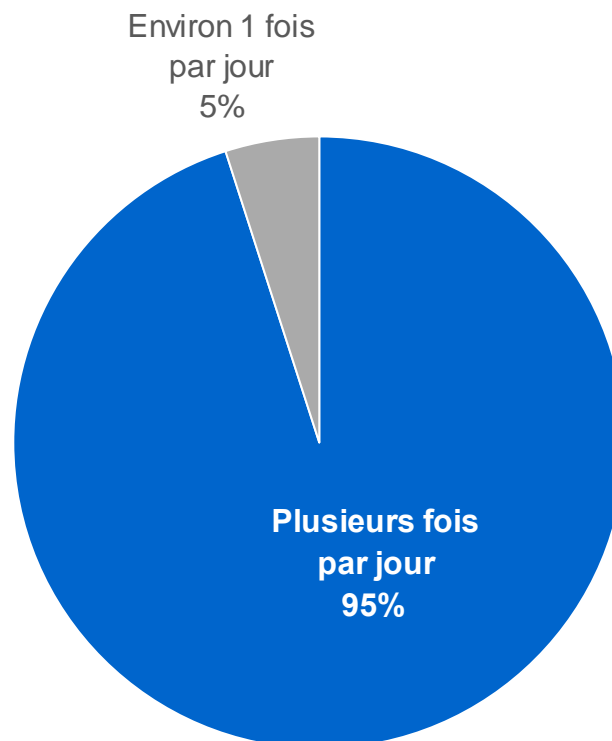
Critère de sélection: au moins 5 heures par semaine



# Fréquence d'utilisation d'internet

En moyenne, à quelle fréquence vous connectez-vous à internet ?

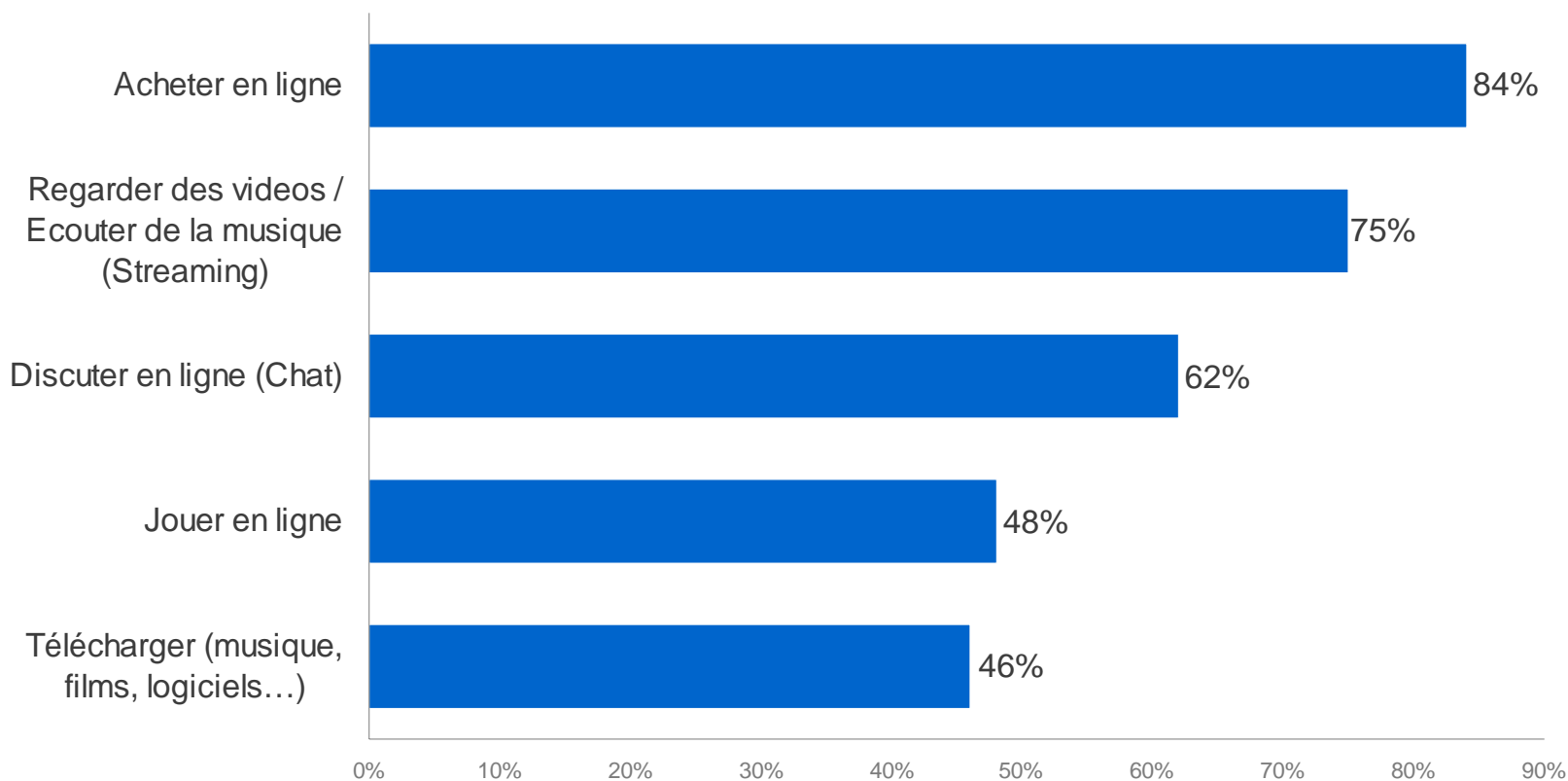
Critère de sélection : Au moins une fois / jour



# Activités sur internet

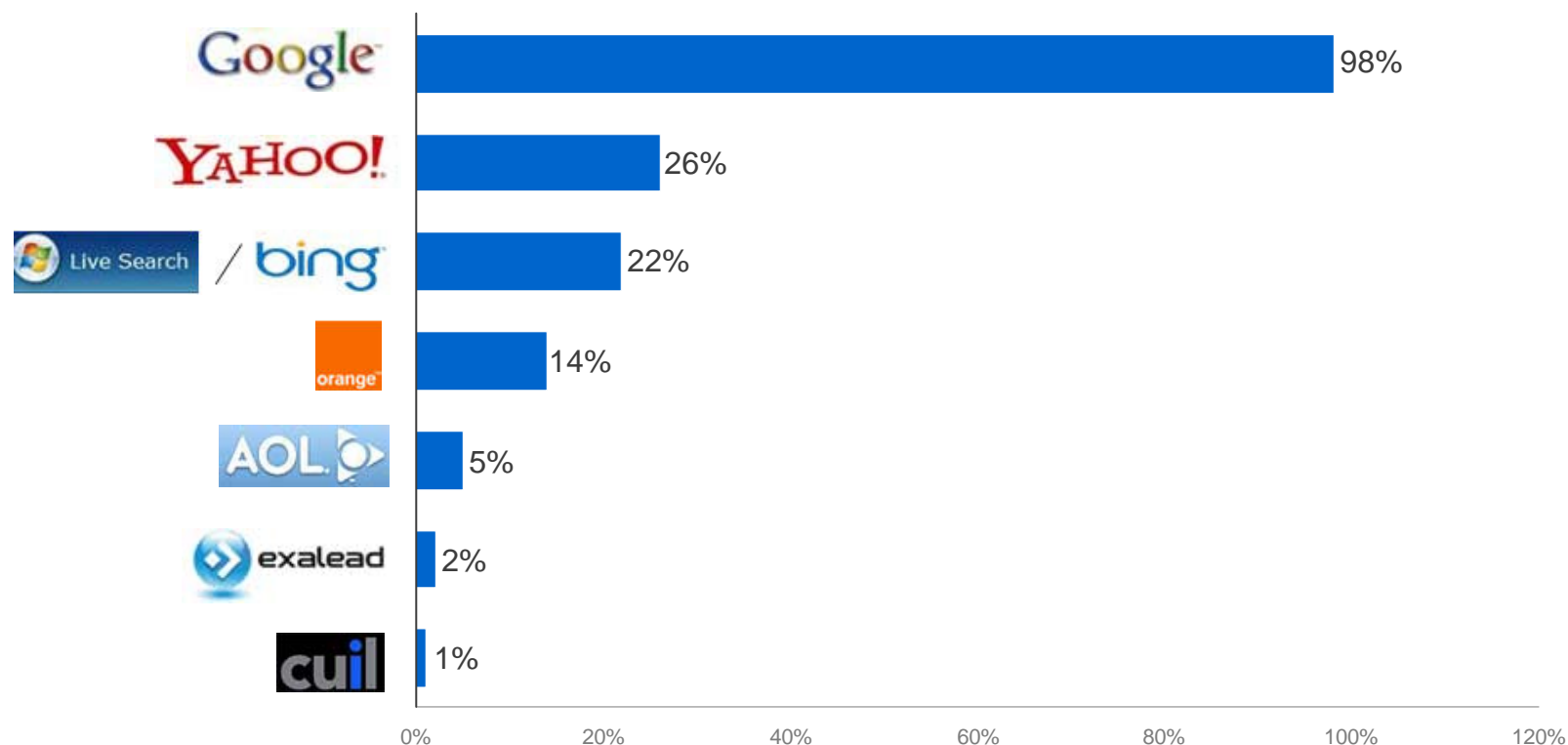
Au cours des 60 derniers jours, avez-vous utilisé internet pour...

Critère de sélection : pratique au moins une de ces activités sur internet



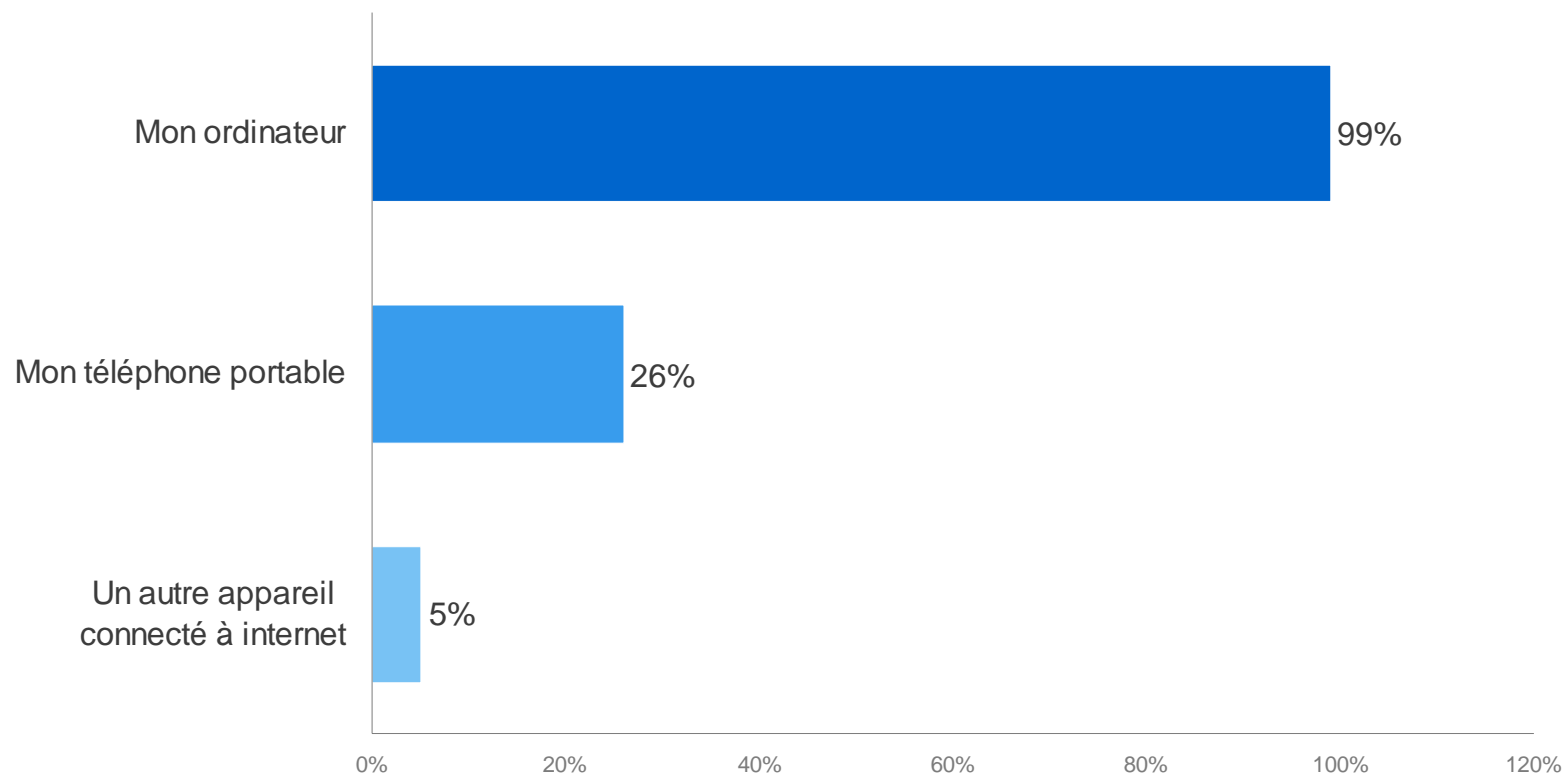
# Utilisation des moteurs de recherche

Parmi les moteurs de recherche web ci-dessous, lesquels avez utilisés au cours des 3 derniers mois ?



# Appareils utilisés pour faire des recherches sur internet

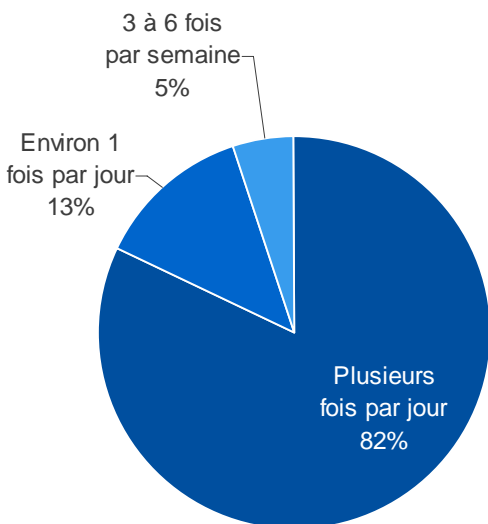
Sur quel type d'appareil utilisez-vous des moteurs de recherche web (comme google, bing, Yahoo!) ?



# Fréquence d'utilisation des moteurs de recherche

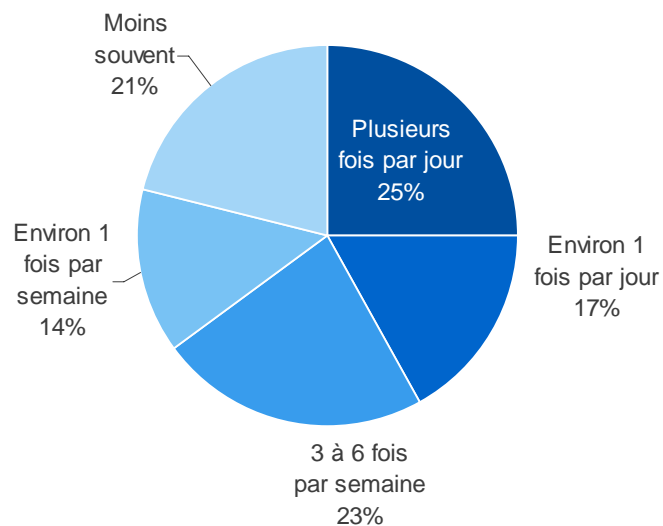
A quelle fréquence utilisez-vous un moteur de recherche web sur votre [appareil] ?

Ordinateur



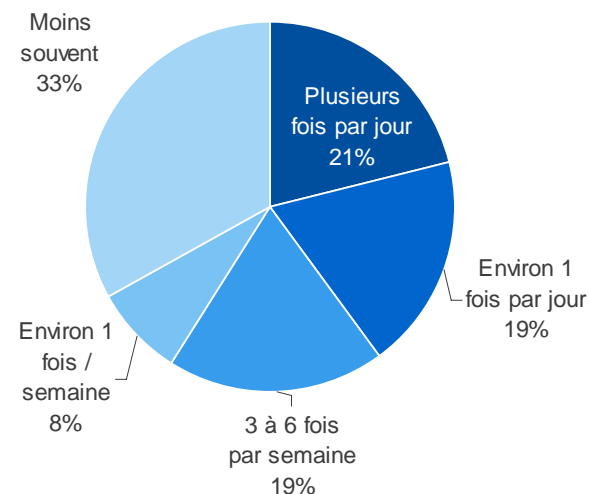
Base: (995)

Téléphone portable



Base: (265)

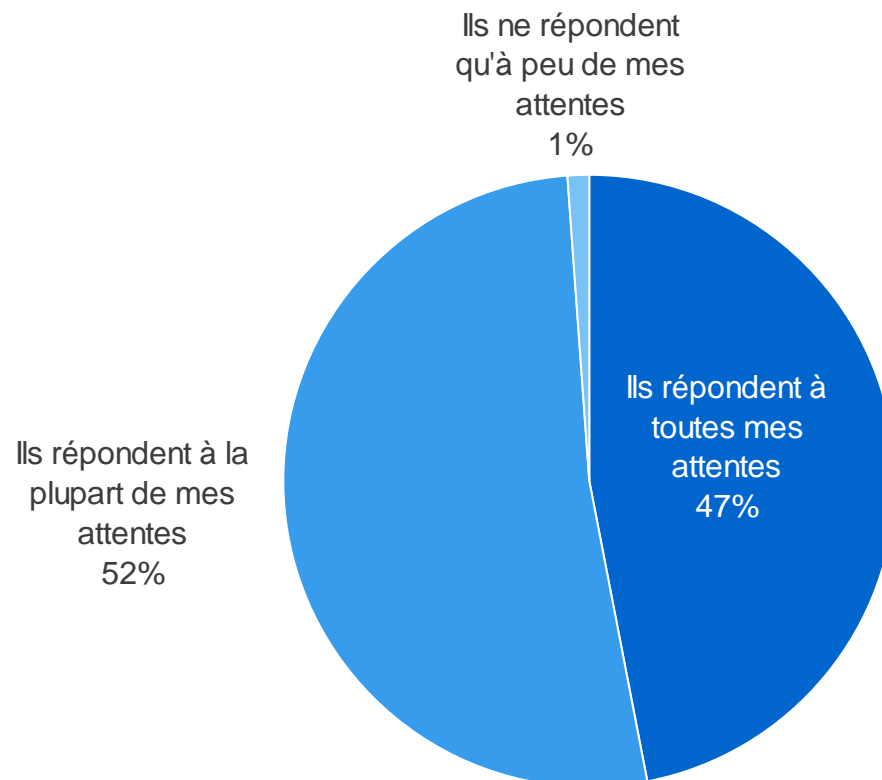
Un autre appareil connecté à Internet



Base: (52)

# Satisfaction vis-à-vis des moteurs de recherches actuels

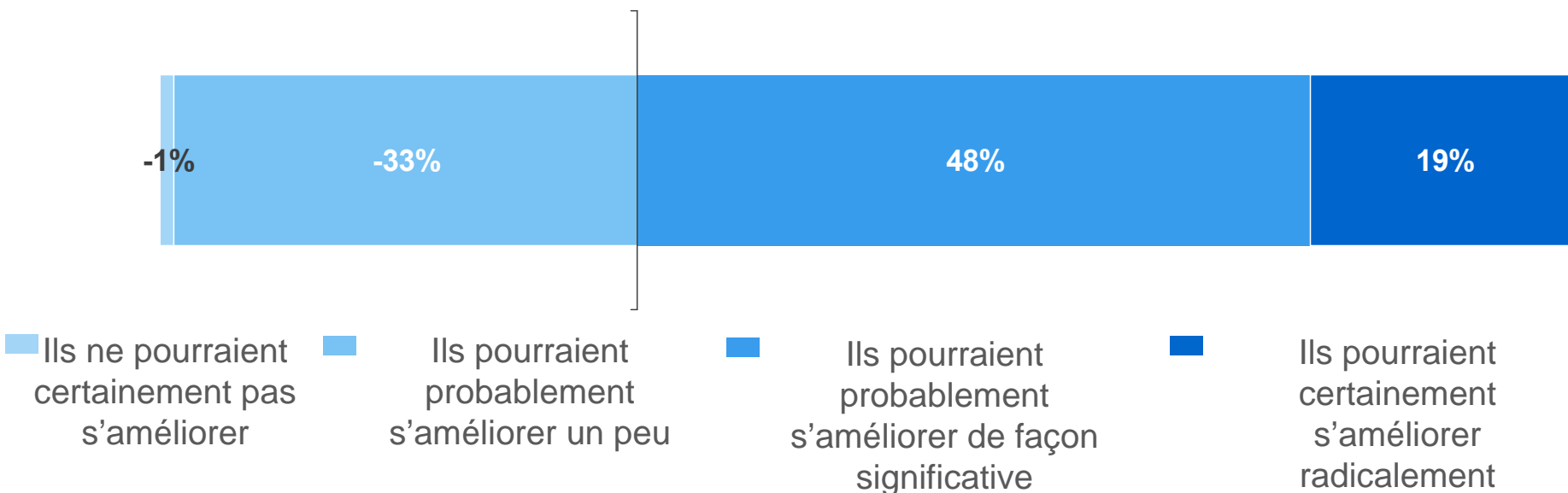
Dans quelle mesure les moteurs de recherche web actuels (google, bing, Yahoo...) répondent-ils aujourd'hui à vos attentes ?





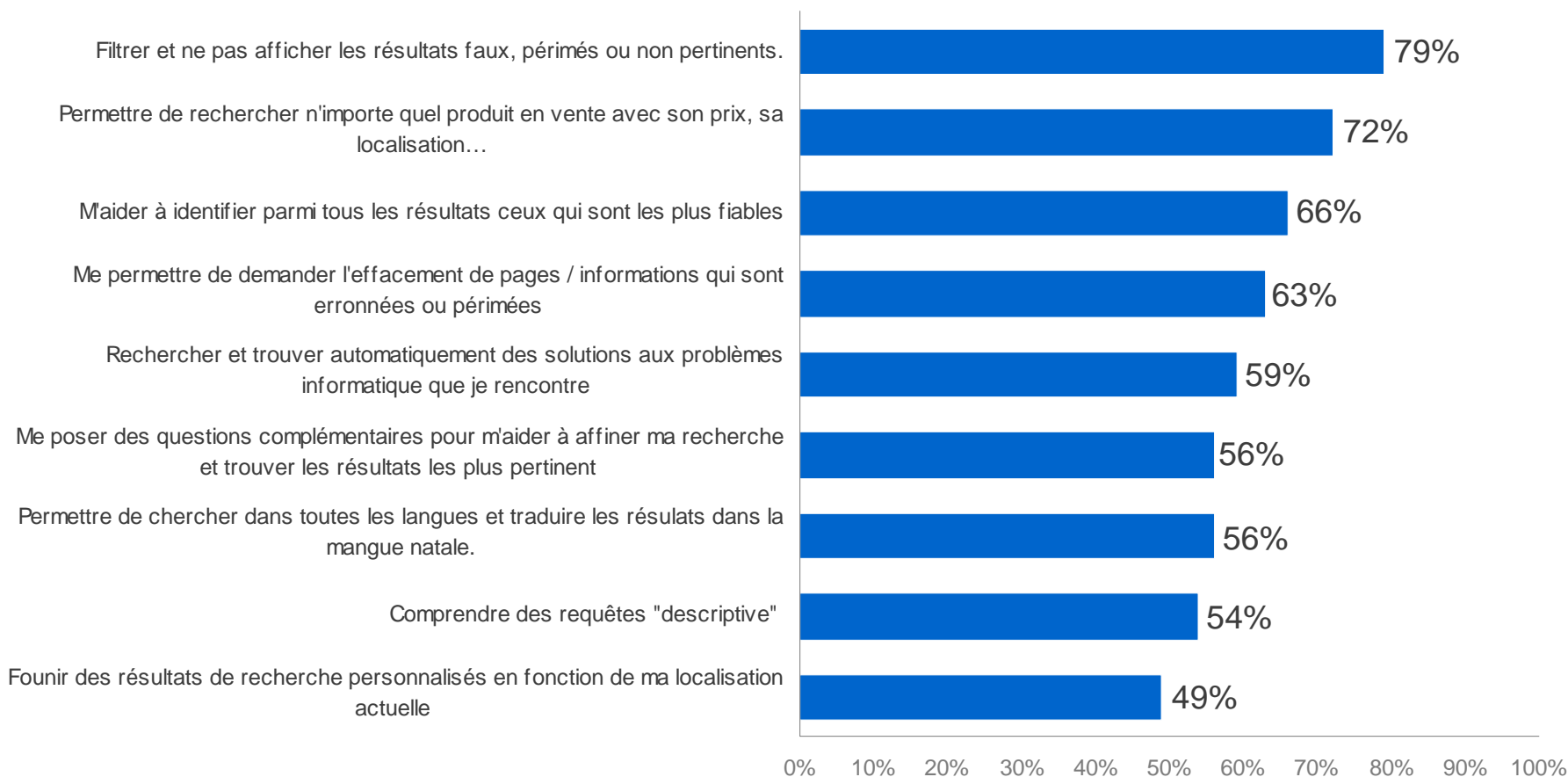
# Amélioration potentielle des moteurs de recherche

Dans quelle mesure pensez-vous que les moteurs de recherche web pourraient s'améliorer dans les 10 années à venir ?



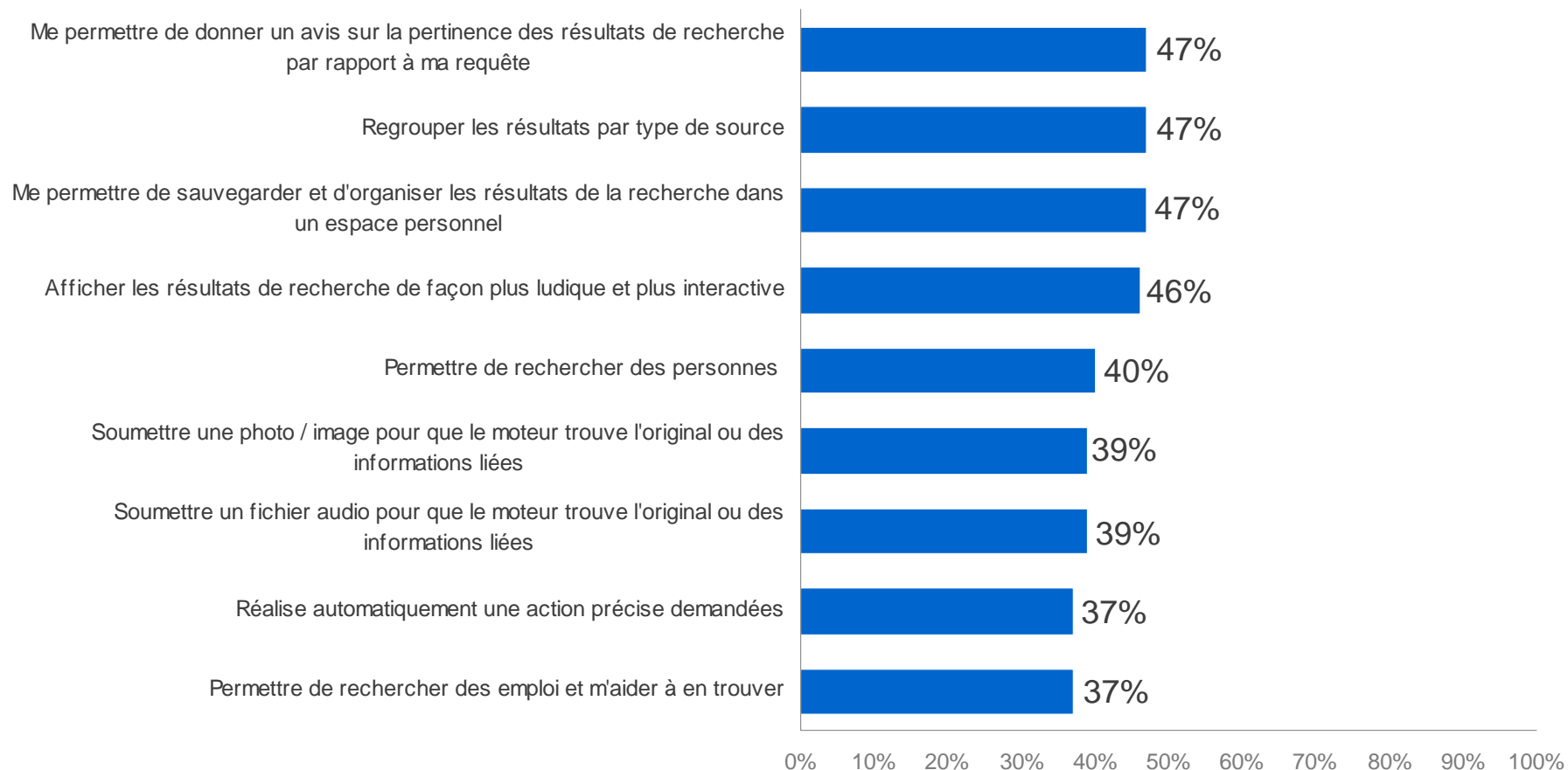
# Attrait des nouvelles fonctionnalités (1/4)

Voici une liste des nouvelles fonctionnalités que pourraient proposer les moteurs de recherche dans l'avenir. Merci de sélectionner toutes celles que vous aimeriez avoir et pouvoir utiliser dans le futur.



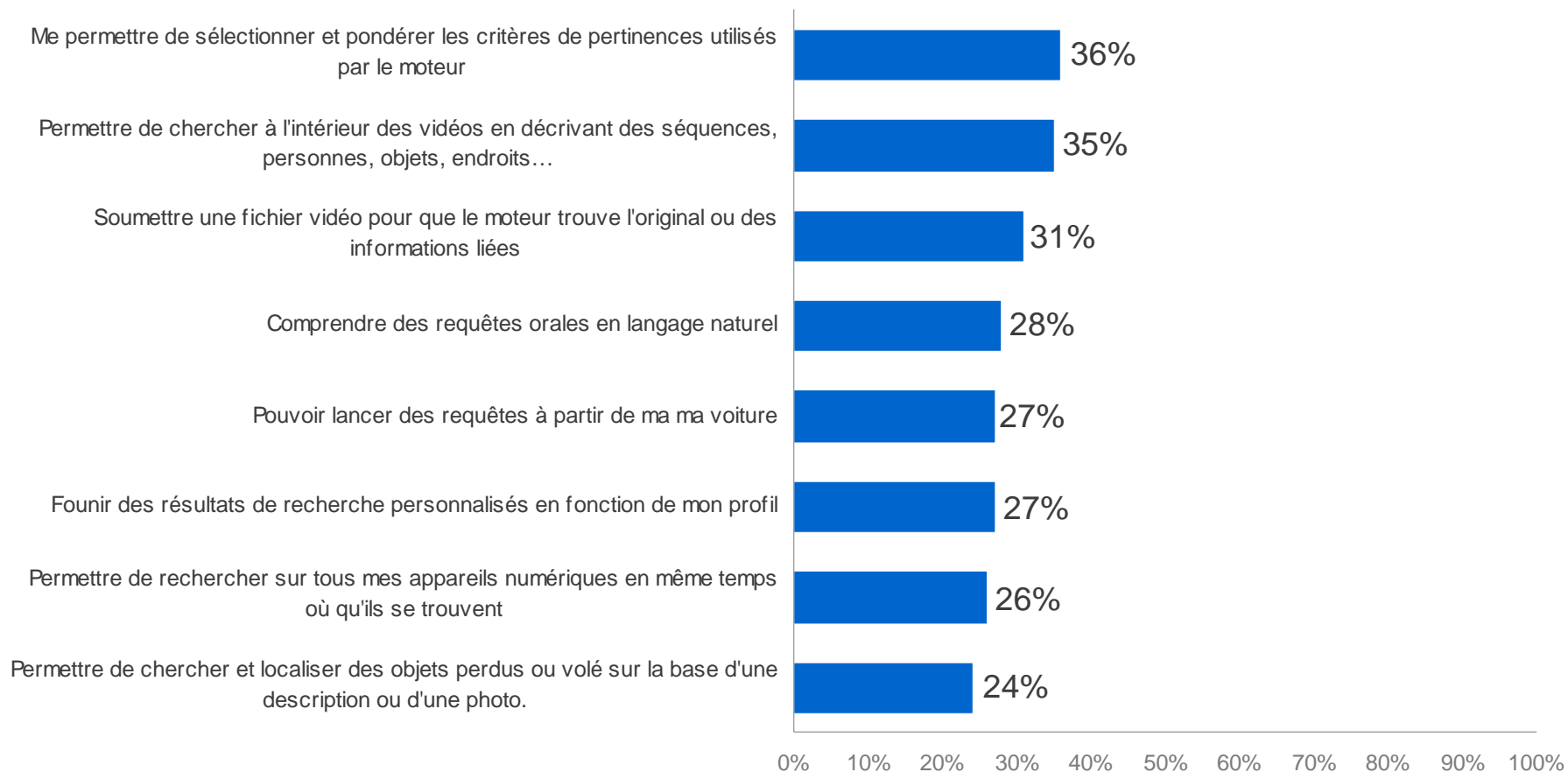
## Attrait des nouvelles fonctionnalités (2/4)

Voici une liste des nouvelles fonctionnalités que pourraient proposer les moteurs de recherche dans l'avenir. Merci de sélectionner toutes celles que vous aimeriez avoir et pouvoir utiliser dans le futur.



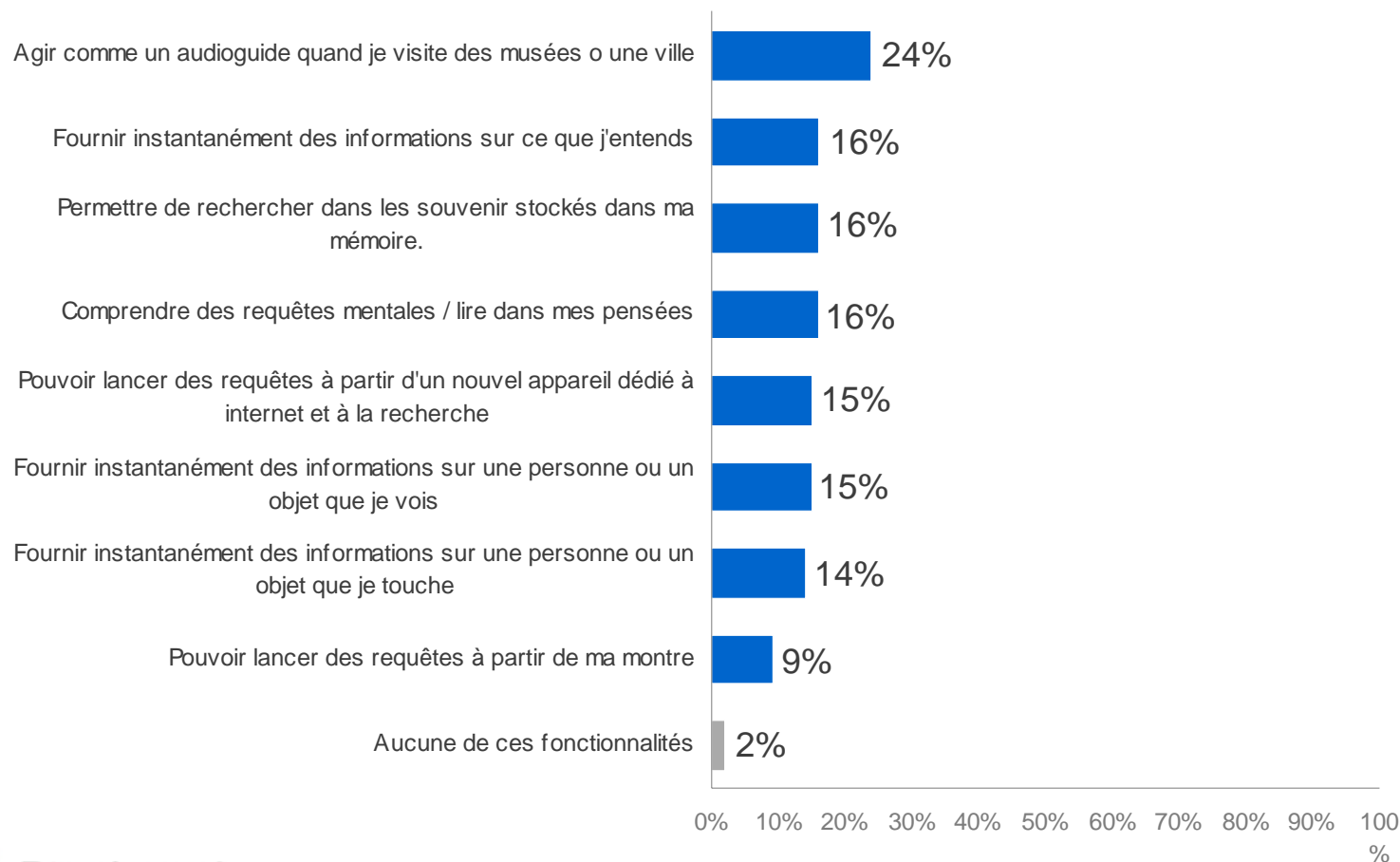
## Attrait des nouvelles fonctionnalités (3/4)

Voici une liste des nouvelles fonctionnalités que pourraient proposer les moteurs de recherche dans l'avenir. Merci de sélectionner toutes celles que vous aimeriez avoir et pouvoir utiliser dans le futur.



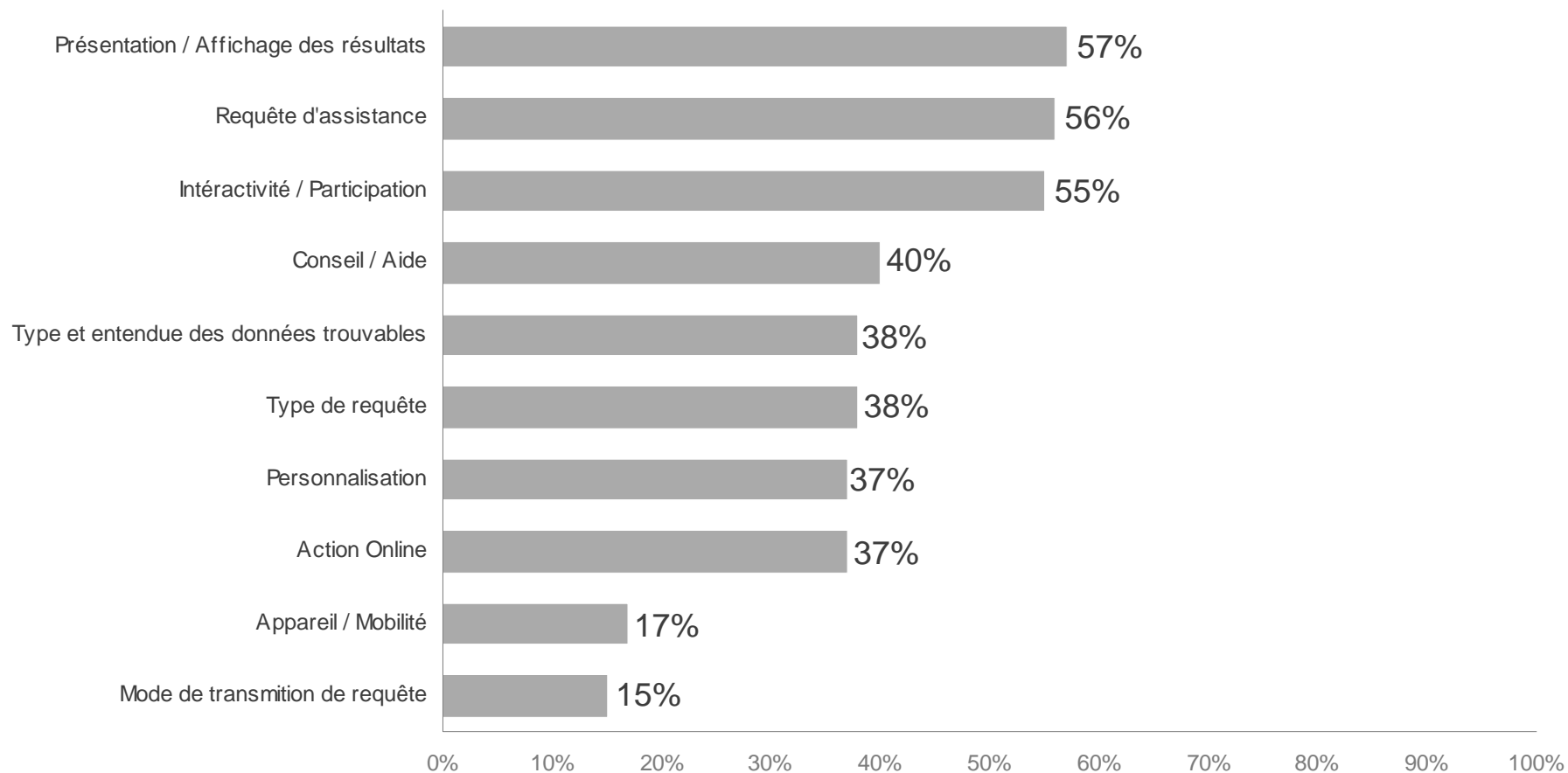
## Attrait des nouvelles fonctionnalités (4/4)

Voici une liste des nouvelles fonctionnalités que pourraient proposer les moteurs de recherche dans l'avenir. Merci de sélectionner toutes celles que vous aimeriez avoir et pouvoir utiliser dans le futur.



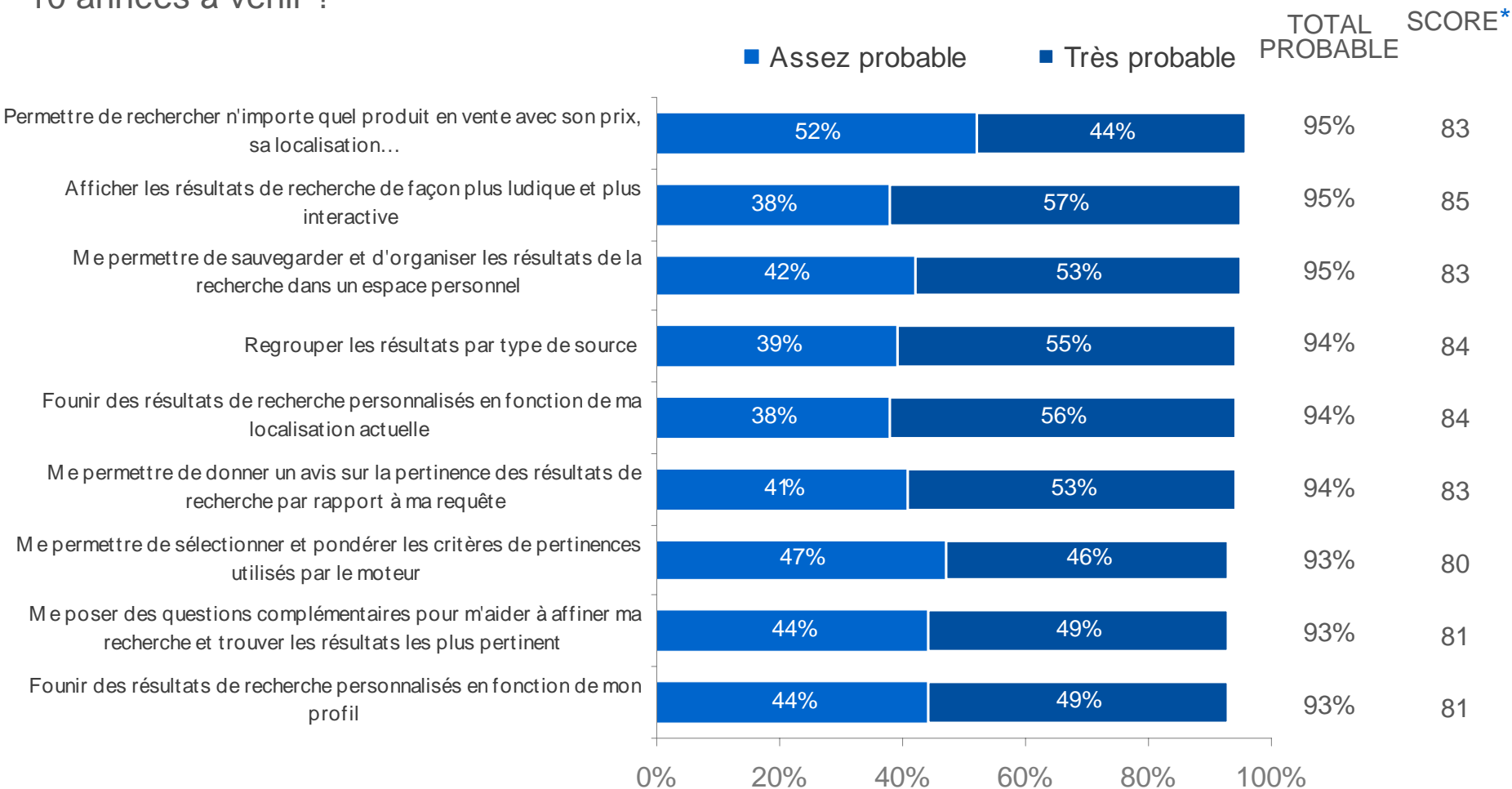
# Attrait des nouvelles fonctionnalités par catégorie

## Attrait moyen des fonctionnalités par catégorie



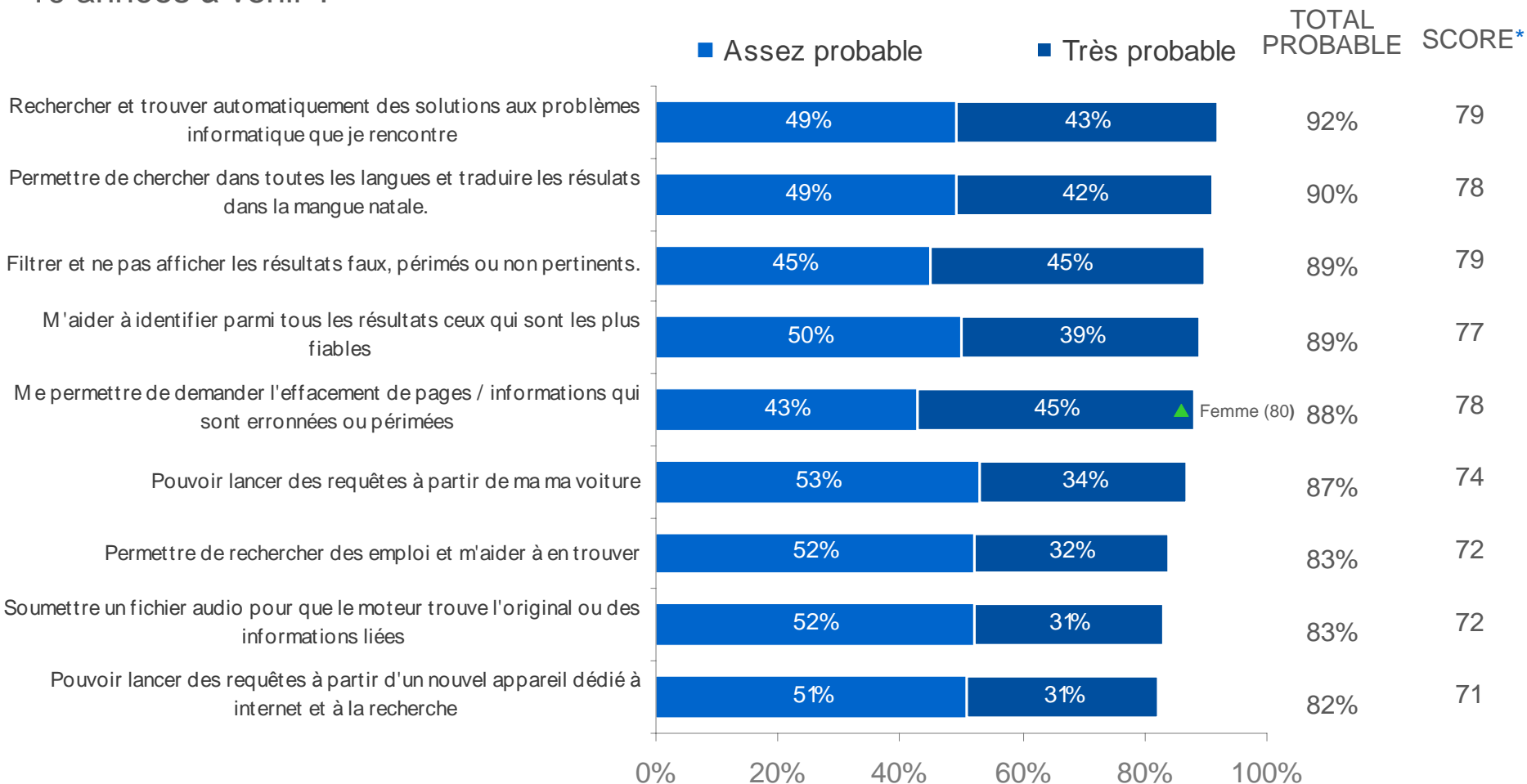
# Probabilité de développement des nouvelles fonctionnalités (1/4)

Dans quelle mesure pensez-vous que ces fonctionnalités pourraient être développées dans les 10 années à venir ?



# Probabilité de développement des nouvelles fonctionnalités (2/4)

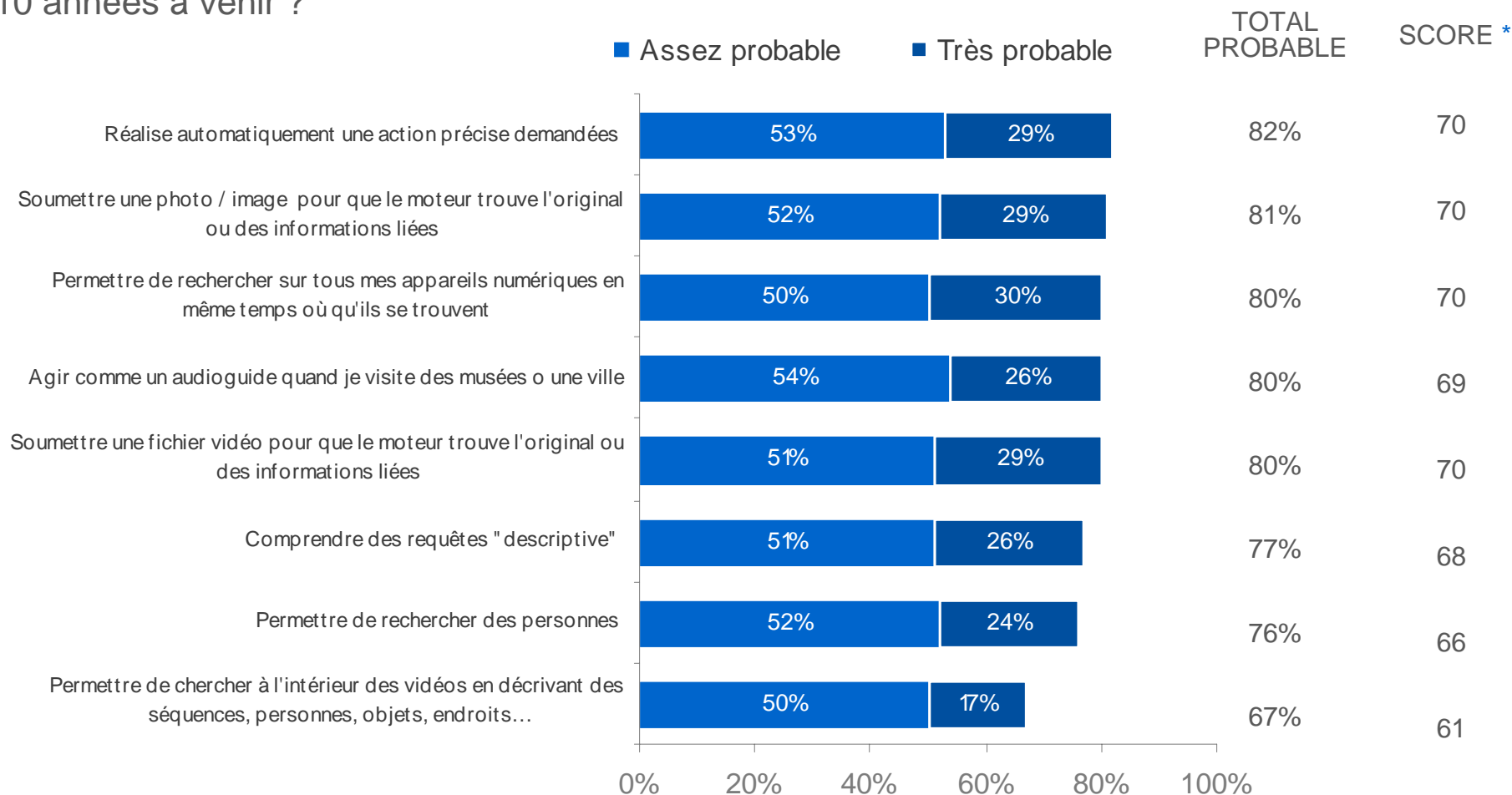
Dans quelle mesure pensez-vous que ces fonctionnalités pourraient être développées dans les 10 années à venir ?





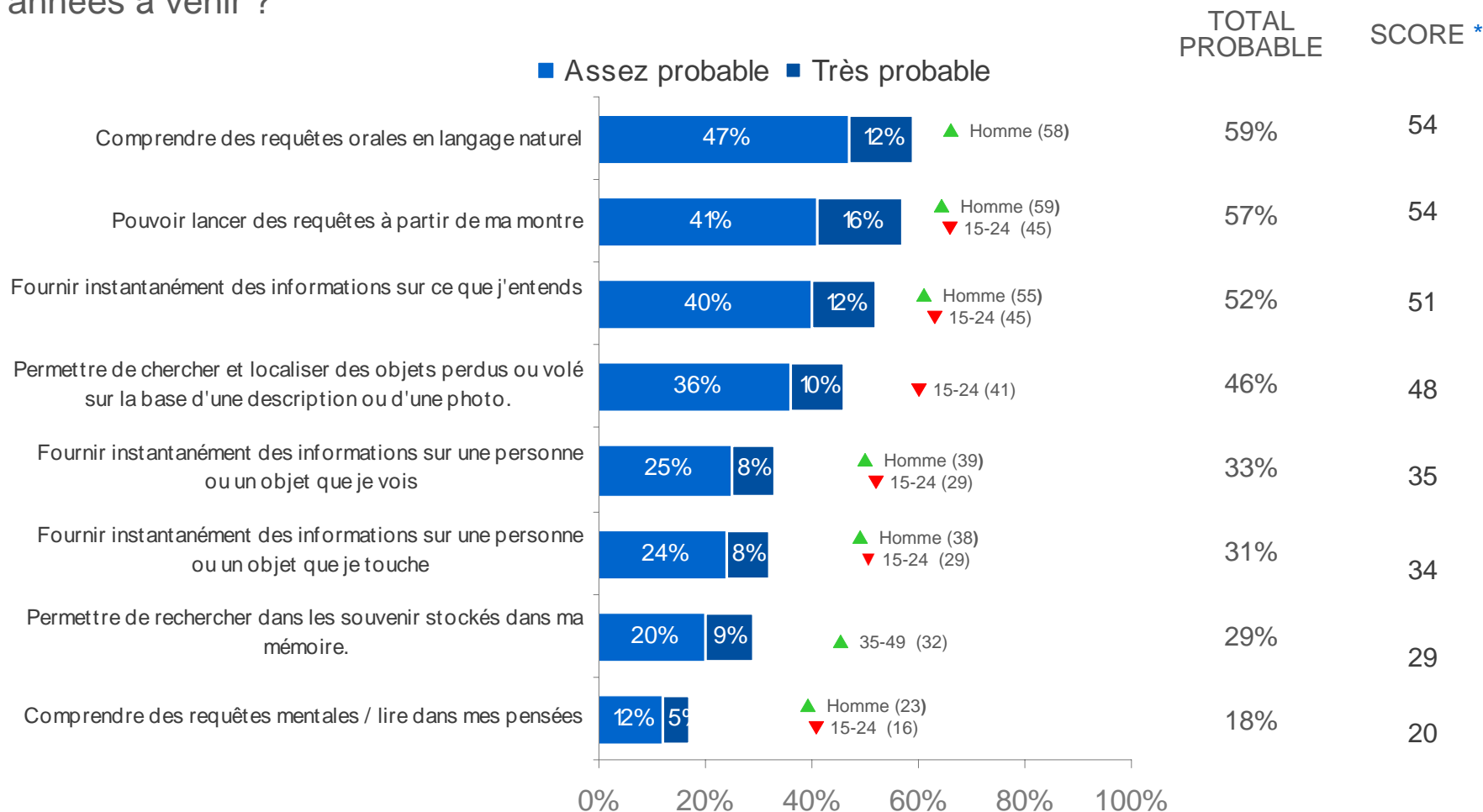
# Probabilité de développement des nouvelles fonctionnalités (3/4)

Dans quelle mesure pensez-vous que ces fonctionnalités pourraient être développées dans les 10 années à venir ?



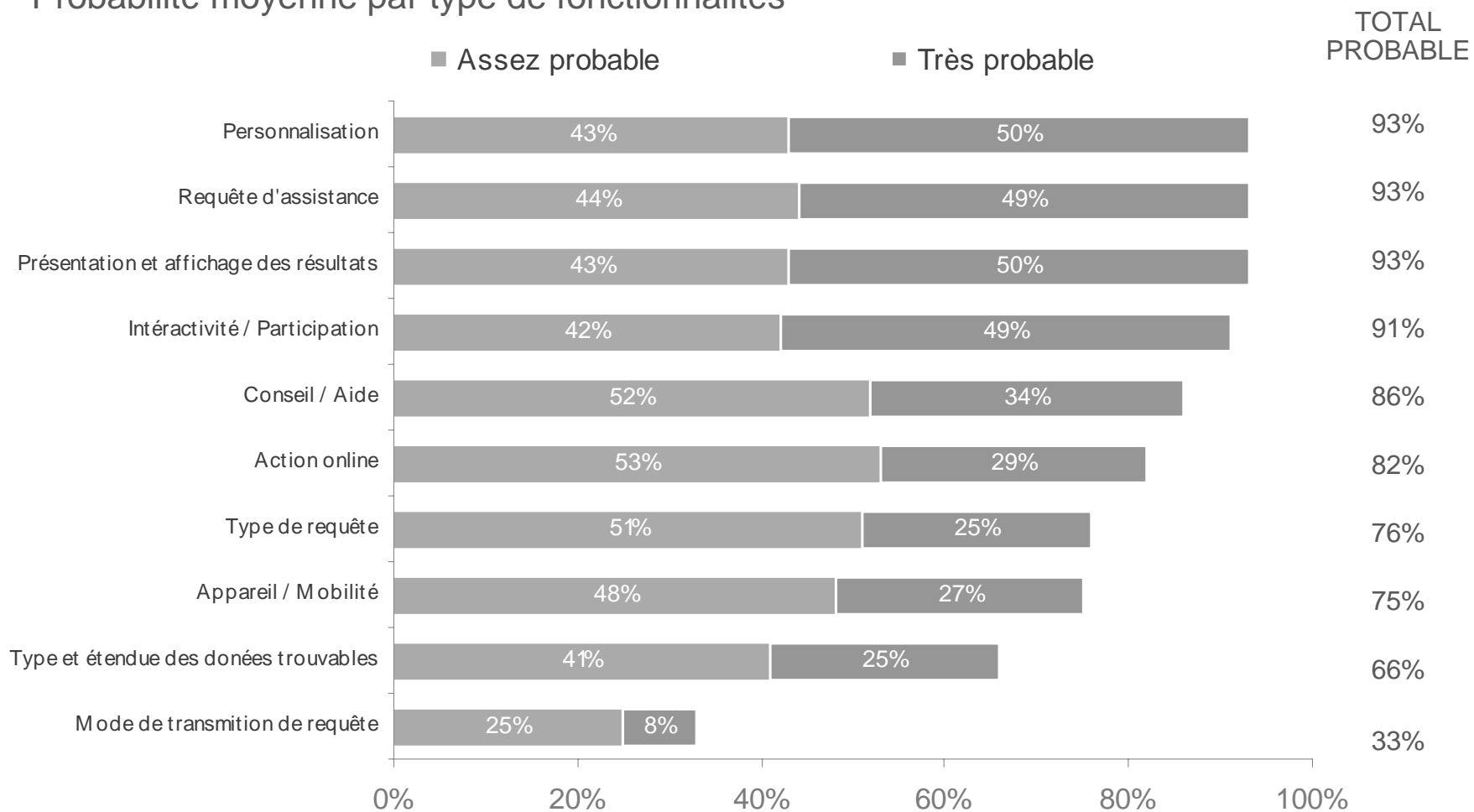
# Probabilité de développement des nouvelles fonctionnalités (4/4)

Dans quelle mesure pensez-vous que ces fonctionnalités pourraient être développées dans les 10 années à venir ?



# Probabilité de développement des nouvelles fonctionnalités par catégorie

## Probabilité moyenne par type de fonctionnalités

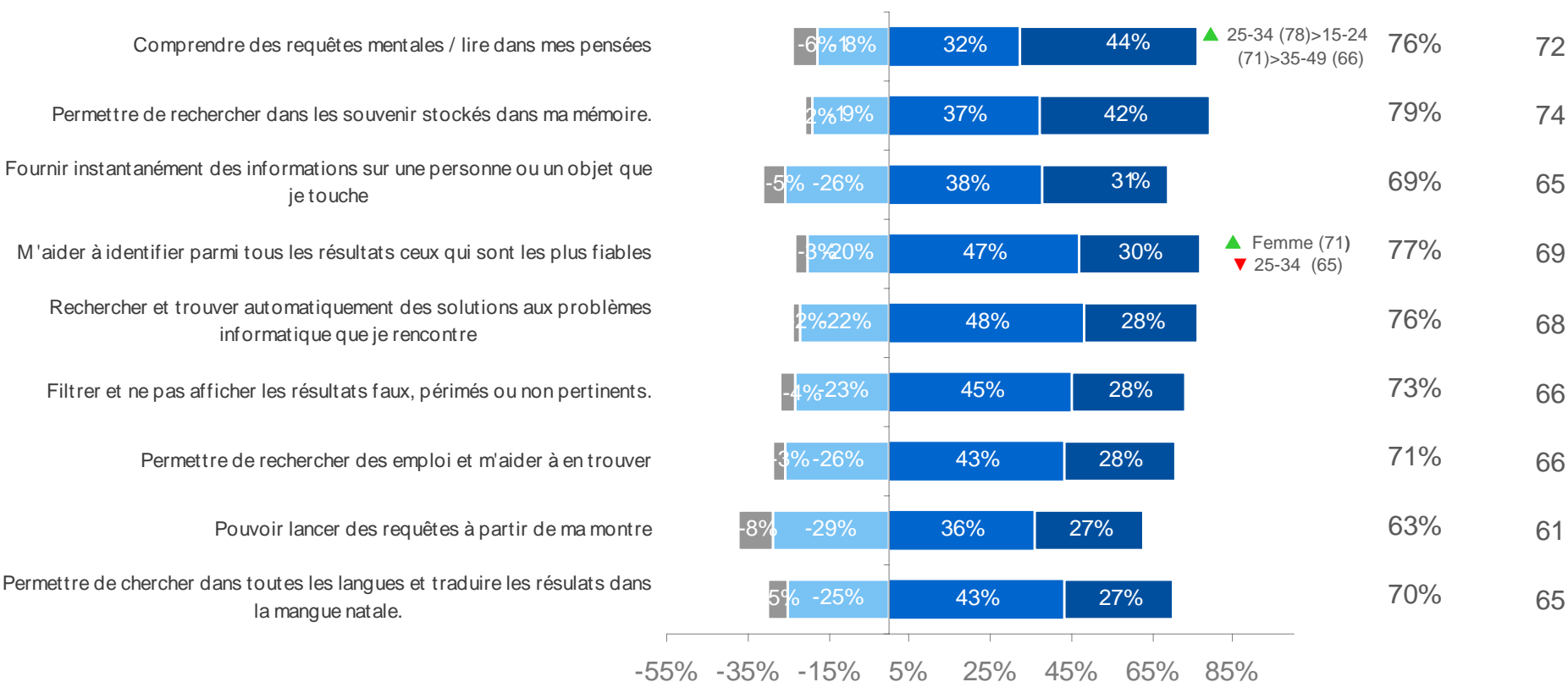


# Impact sur votre vie quotidienne (1/4)

Peu importe que cela paraisse réaliste ou non, merci d'indiquer pour chacune d'entre elles, dans quelle mesure cela impacterait votre vie quotidienne ?

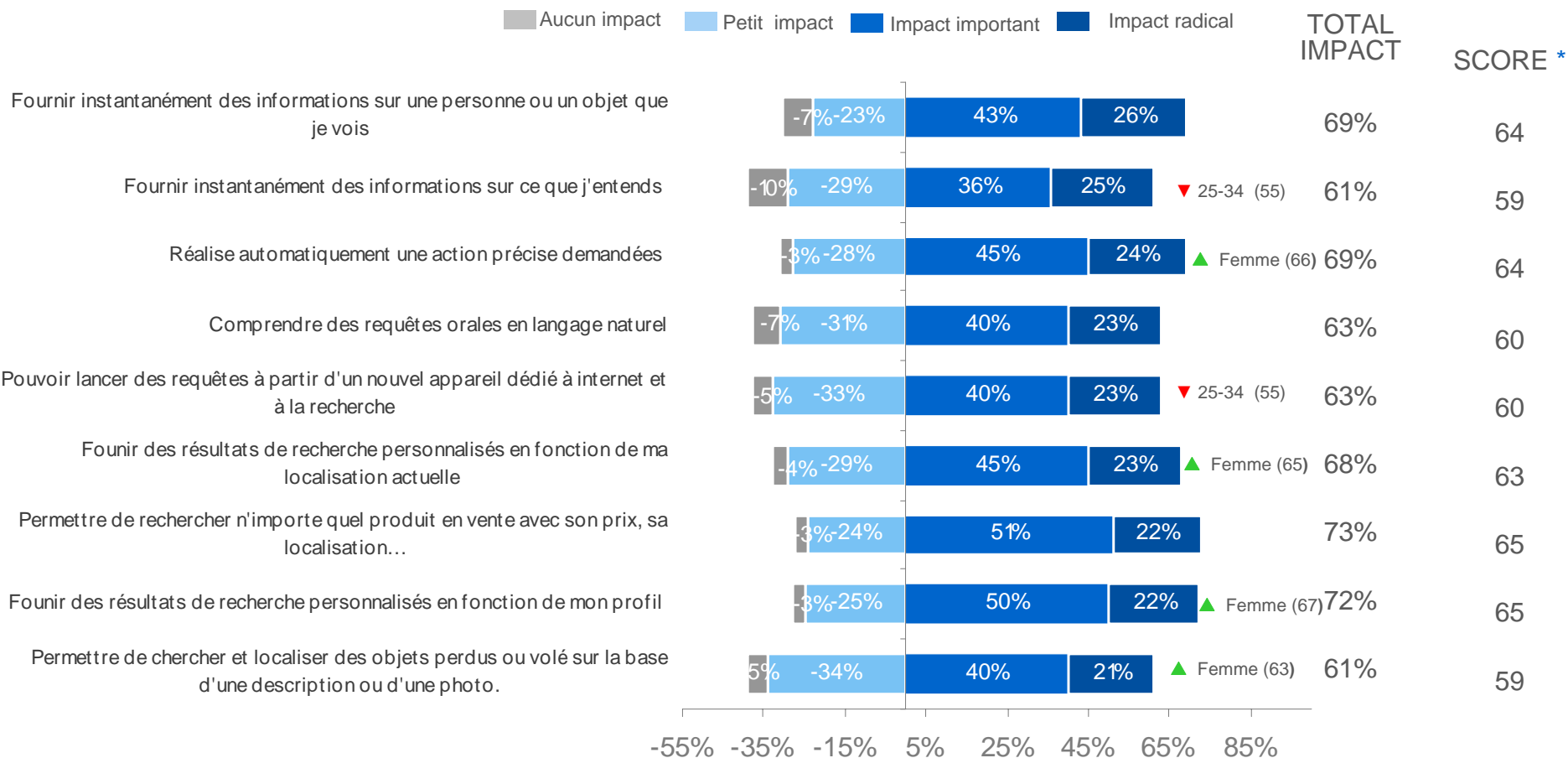
Aucun impact
  Petit impact
  Impact important
  Impact radical

TOTAL IMPACT SCORE \*



# Impact sur votre vie quotidienne (2/4)

Peu importe que cela paraisse réaliste ou non, merci d'indiquer pour chacune d'entre elles, dans quelle mesure cela impacterait votre vie quotidienne ?

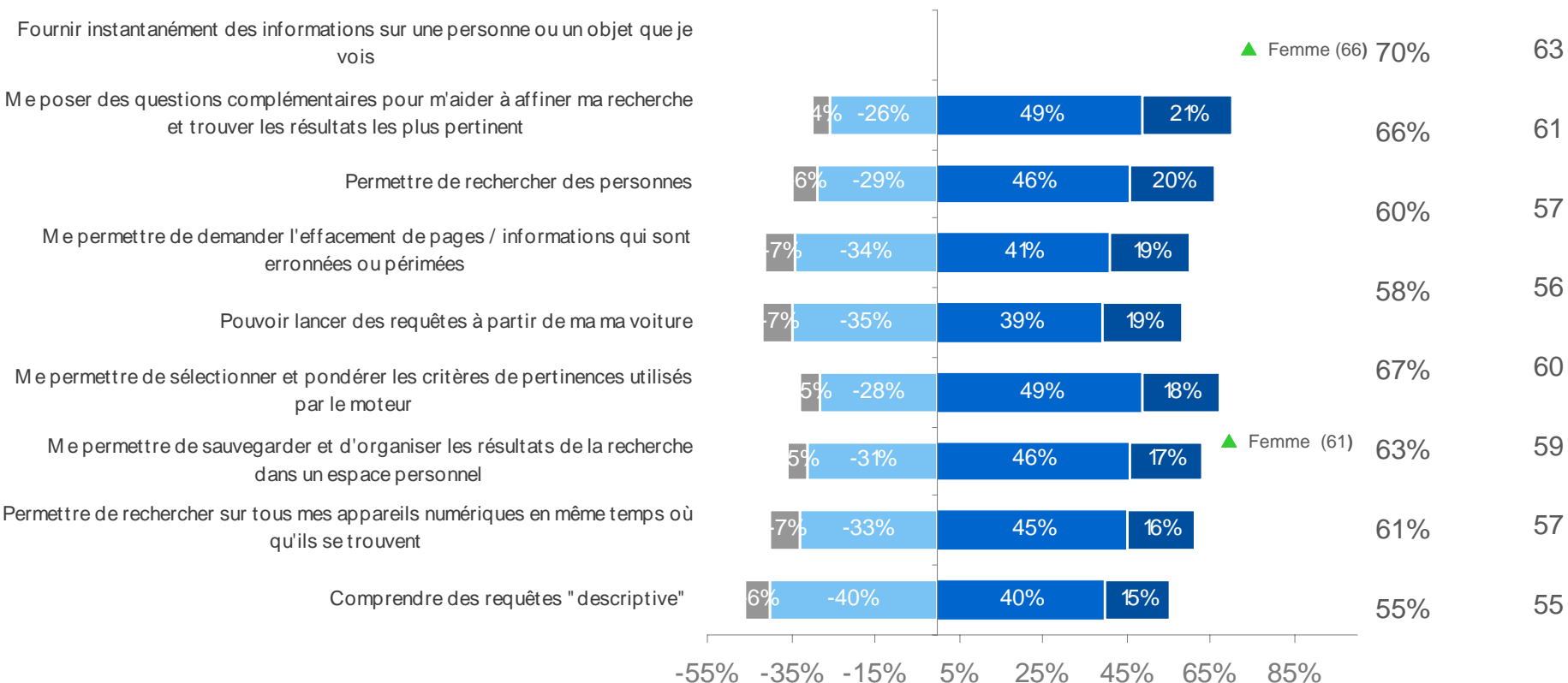


# Impact sur votre vie quotidienne (3/4)

Peu importe que cela paraisse réaliste ou non, merci d'indiquer pour chacune d'entre elles, dans quelle mesure cela impacterait votre vie quotidienne ?

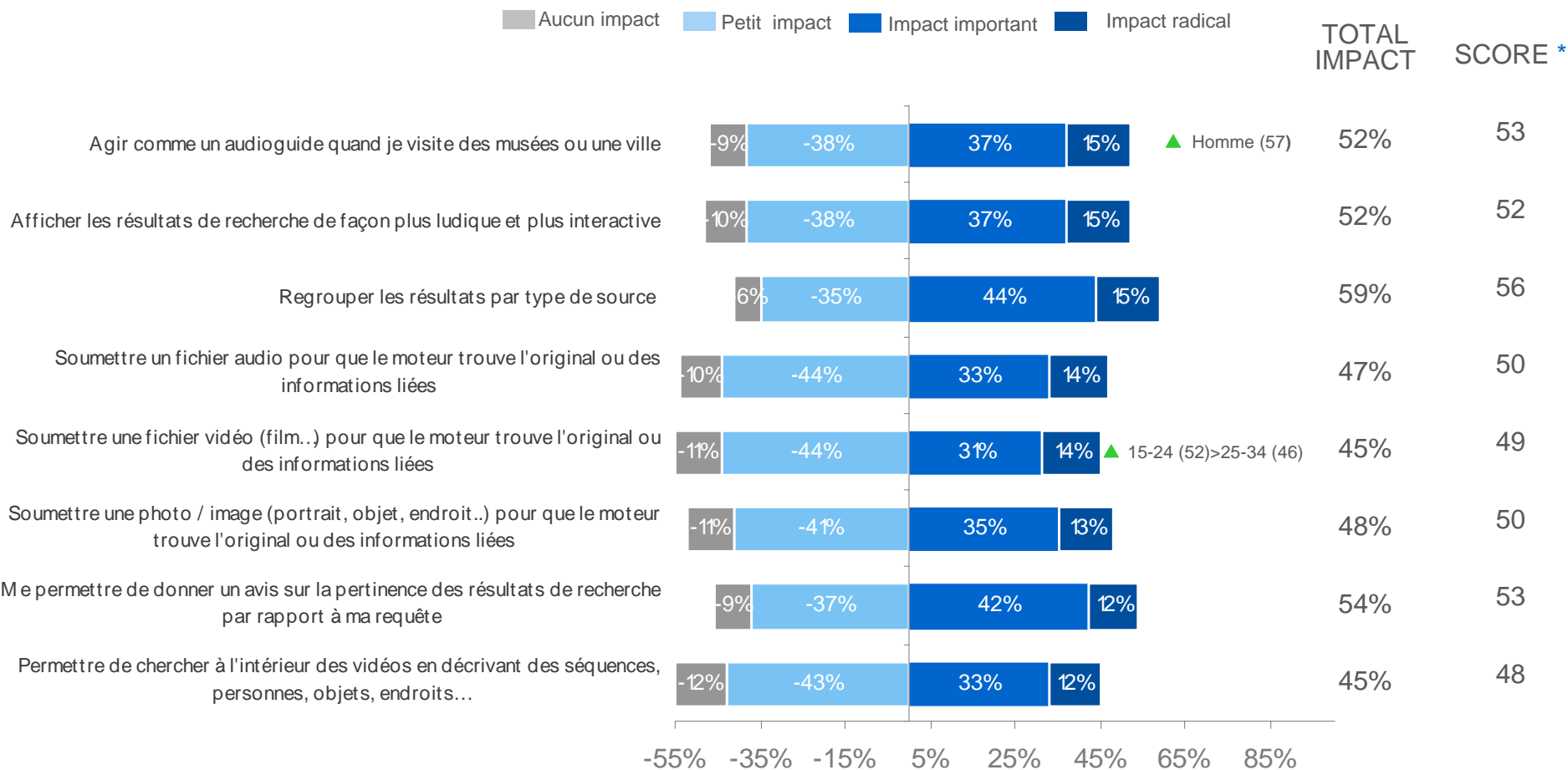
Aucun impact
  Petit impact
  Impact important
  Impact radical

TOTAL IMPACT SCORE \*



# Impact sur votre vie quotidienne (4/4)

Peu importe que cela paraisse réaliste ou non, merci d'indiquer pour chacune d'entre elles, dans quelle mesure cela impacterait votre vie quotidienne ?

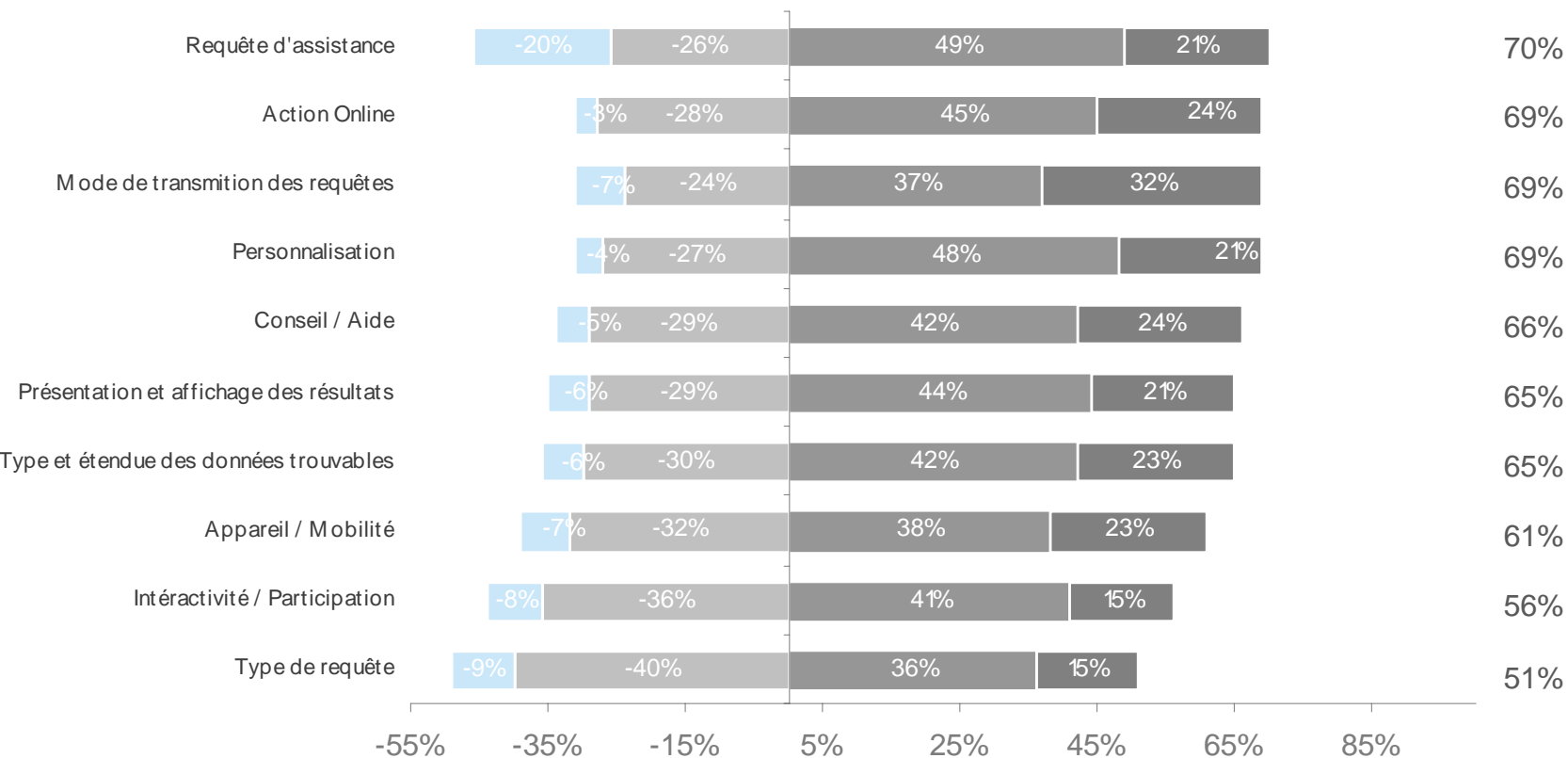


# Impact sur votre vie quotidienne

## Impact moyen par type de fonctionnalités

Aucun impact    Petit impact    Impact important    Impact radical

TOTAL IMPACT

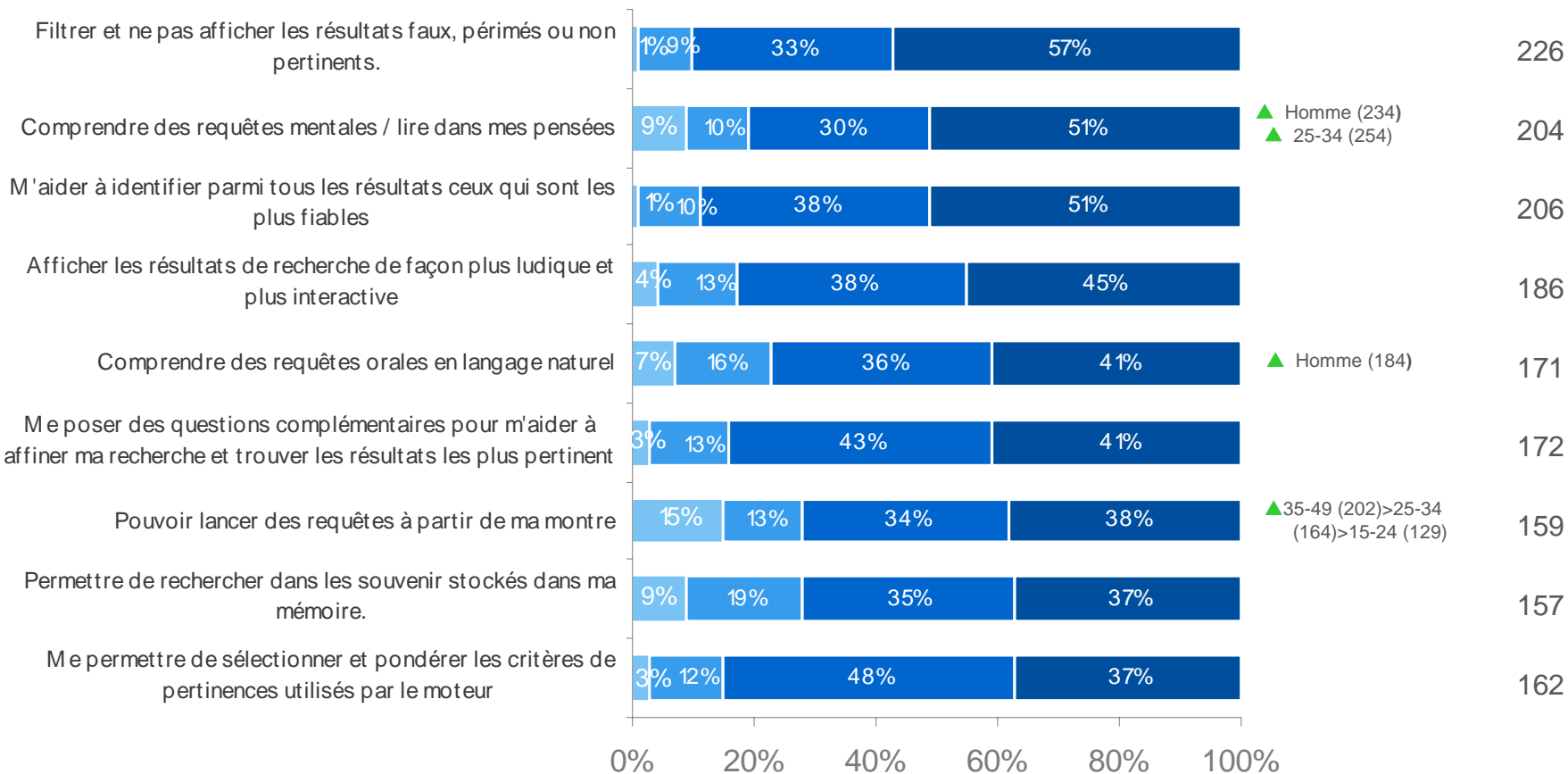




# Fréquence d'utilisation des nouvelles fonctionnalités (1/4)

Parmi les fonctionnalités qui vous intéressent, à quelle fréquence pensez-vous les utiliser si celles-ci étaient disponibles ?

■ Moins souvent ou jamais   ■ Au moins 1 fois par mois   ■ Au moins 1 fois par semaine   ■ Au moins 1 fois par jour   SCORE \*



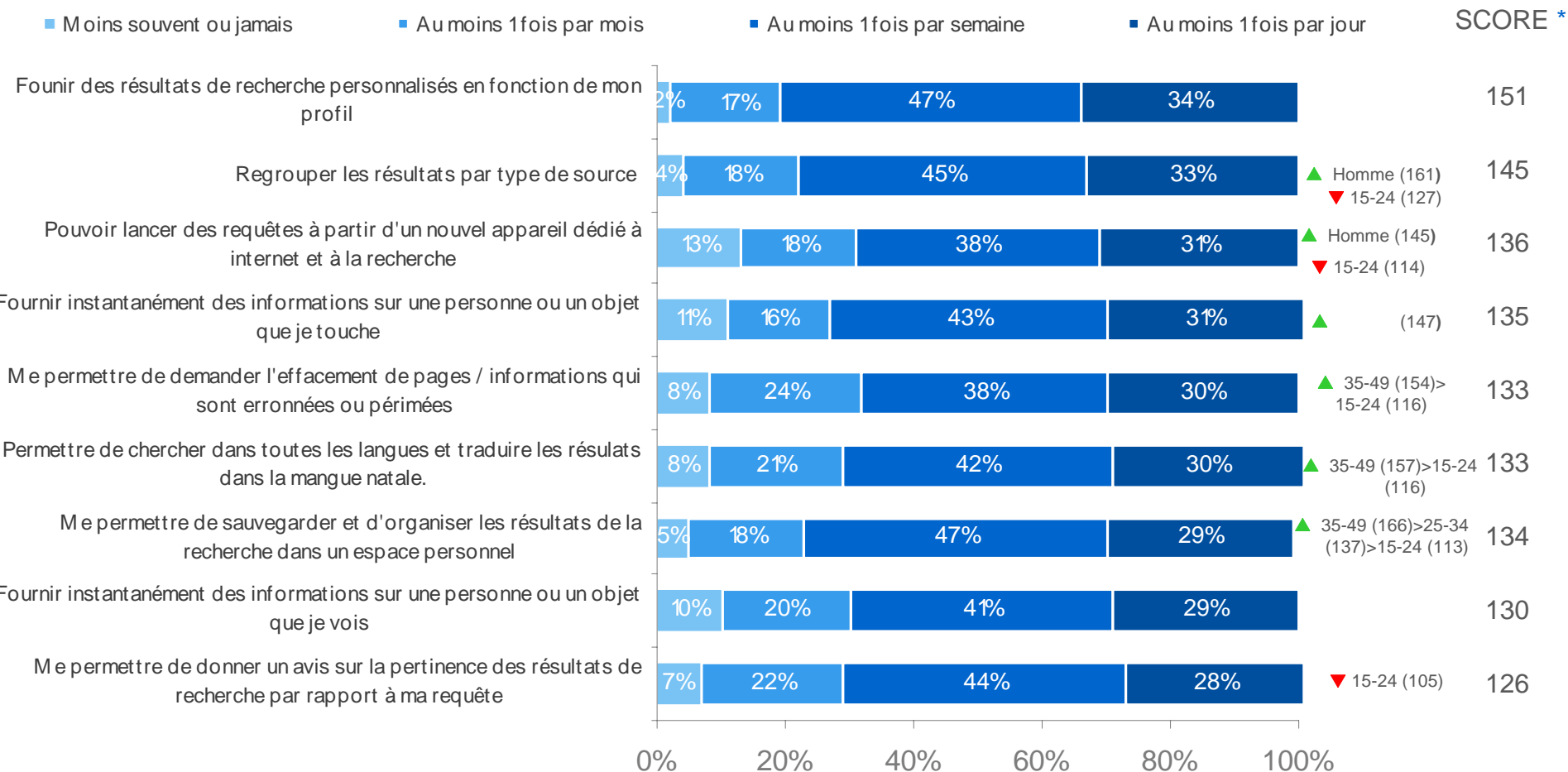
\*Pondéré avec les coefficients suivants :

moins souvent ou jamais: 0 / au moins 1 fois par mois: 12 / Au moins 1 fois par semaine : 52 / au moins 1 fois par jour : 365

Base: Intéressés par la fonctionnalité

# Fréquence d'utilisation des nouvelles fonctionnalités (2/4)

Parmi les fonctionnalités qui vous intéressent, à quelle fréquence pensez-vous les utiliser si celles-ci étaient disponibles ?



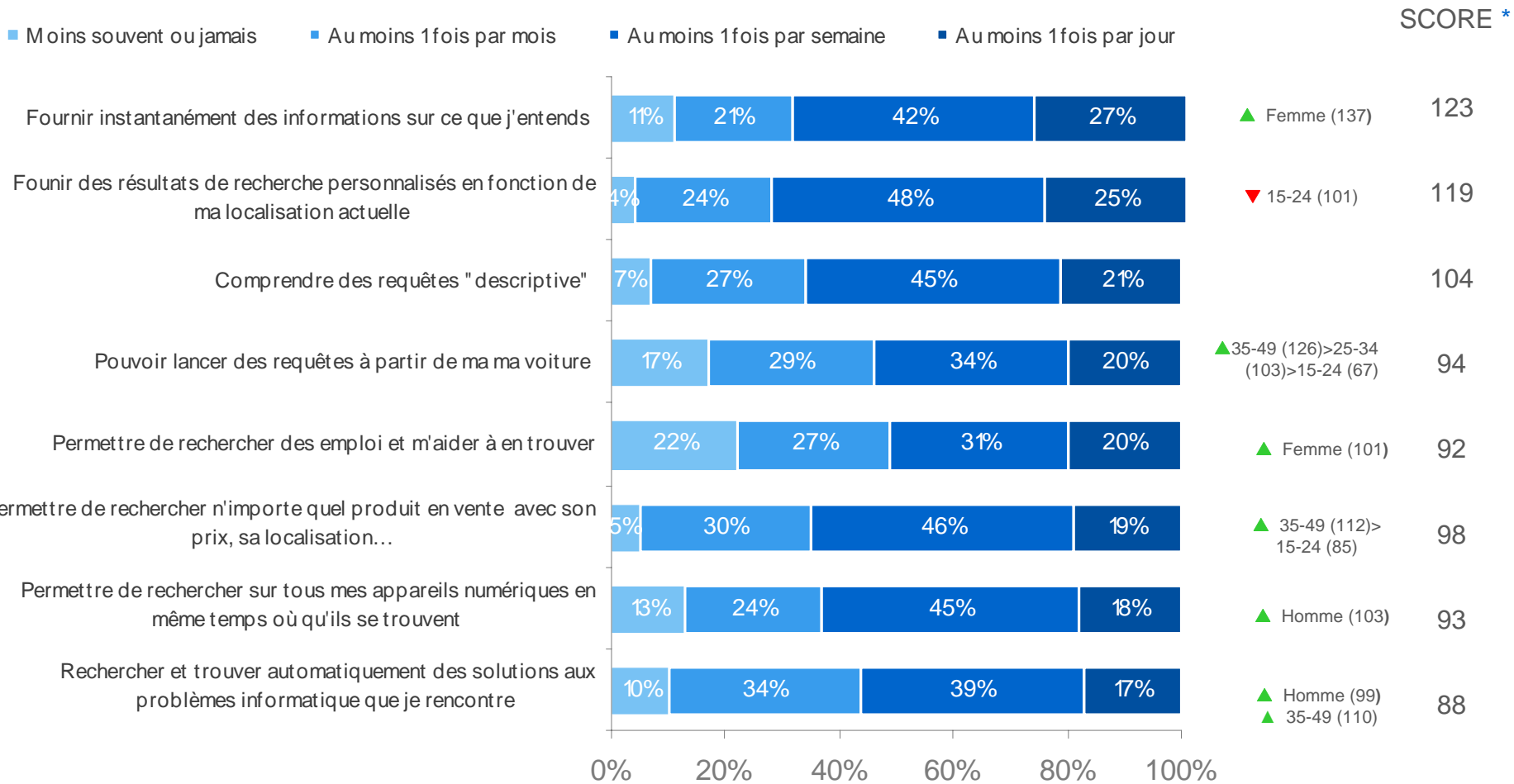
\*Pondéré avec les coefficients suivants :

moins souvent ou jamais: 0 / au moins 1 fois par mois: 12 / Au moins 1 fois par semaine : 52 / au moins 1 fois par jour : 365

Base: Intéressés par la fonctionnalité

# Fréquence d'utilisation des nouvelles fonctionnalités (3/4)

Parmi les fonctionnalités qui vous intéressent, à quelle fréquence pensez-vous les utiliser si celles-ci étaient disponibles ?



\*Pondéré avec les coefficients suivants :

moins souvent ou jamais: 0 / au moins 1 fois par mois: 12 / Au moins 1 fois par semaine : 52 / au moins 1 fois par jour : 365

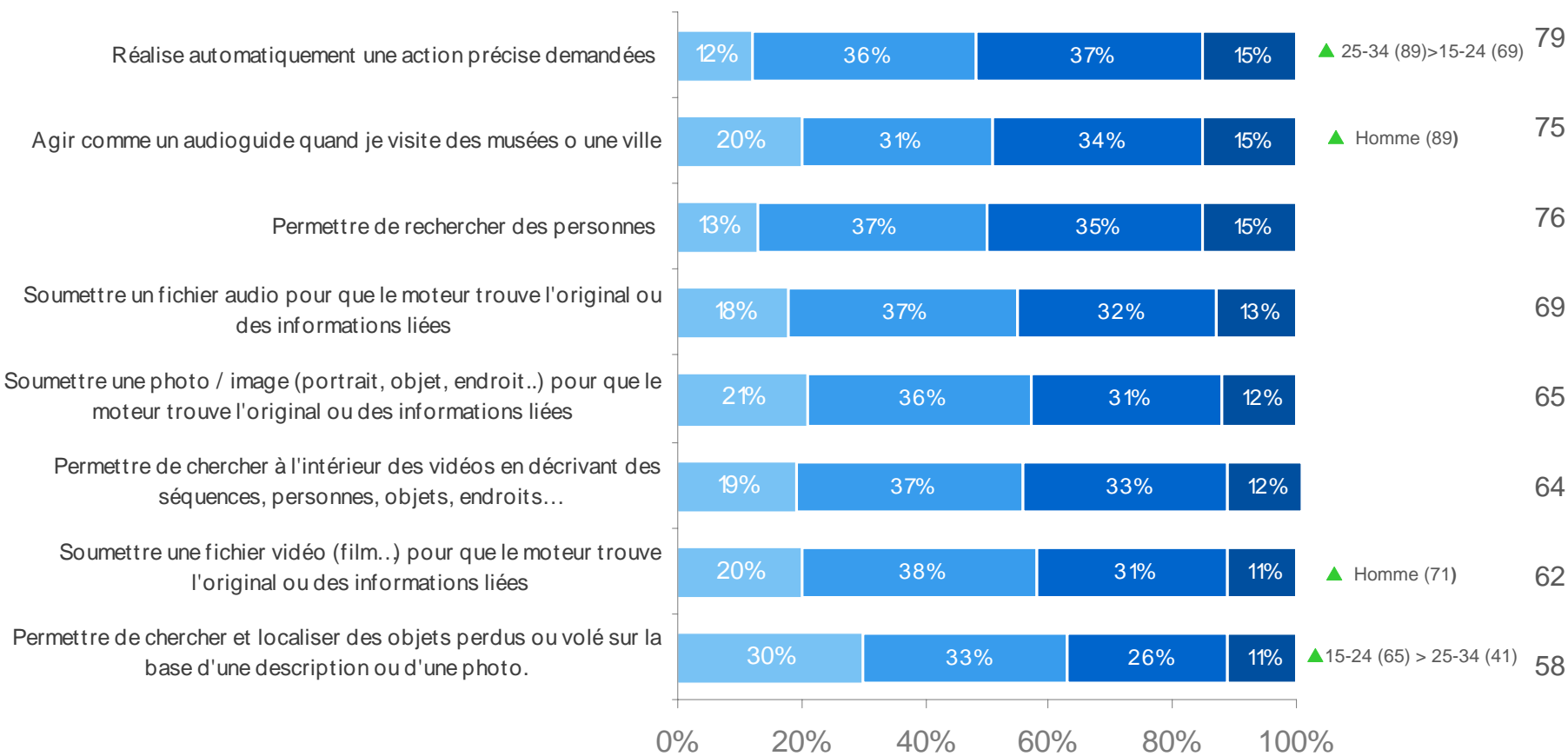
Base: Intéressés par la fonctionnalité

# Fréquence d'utilisation des nouvelles fonctionnalités (4/4)

Parmi les fonctionnalités qui vous intéressent, à quelle fréquence pensez-vous les utiliser si celles-ci étaient disponibles ?

SCORE \*

■ Moins souvent ou jamais   ■ Au moins 1 fois par mois   ■ Au moins 1 fois par semaine   ■ Au moins 1 fois par jour



\*Pondéré avec les coefficients suivants :

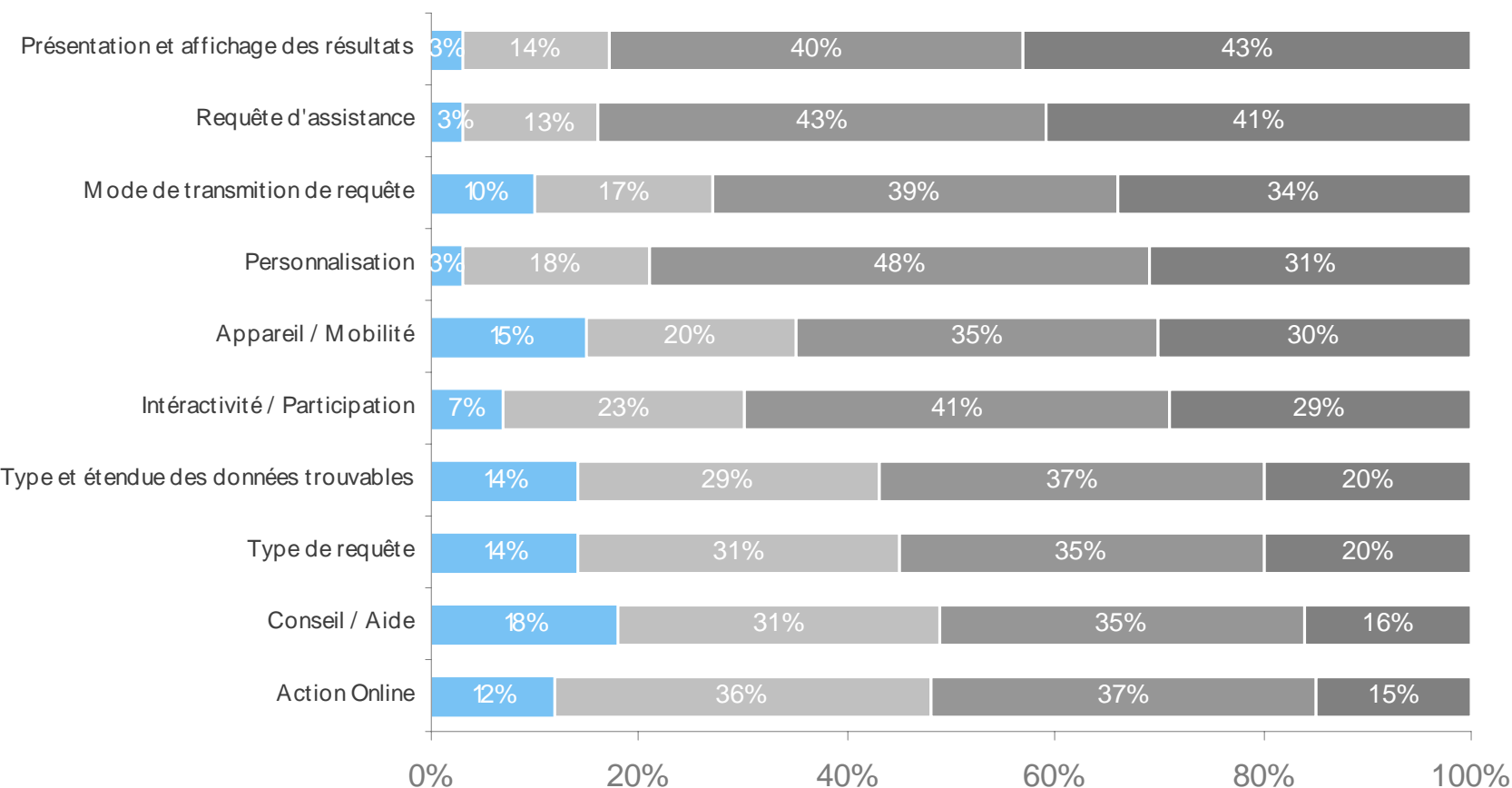
moins souvent ou jamais: 0 / au moins 1 fois par mois: 12 / Au moins 1 fois par semaine : 52 / au moins 1 fois par jour : 365

Base: Intéressés par la fonctionnalité

# Fréquence d'utilisation des nouvelles fonctionnalités

Fréquence moyenne par type de fonctionnalités

■ Moins souvent ou jamais    ■ Au moins 1 fois par mois    ■ Au moins 1 fois par semaine    ■ Au moins 1 fois par jour



## Profil socio-démographique

---

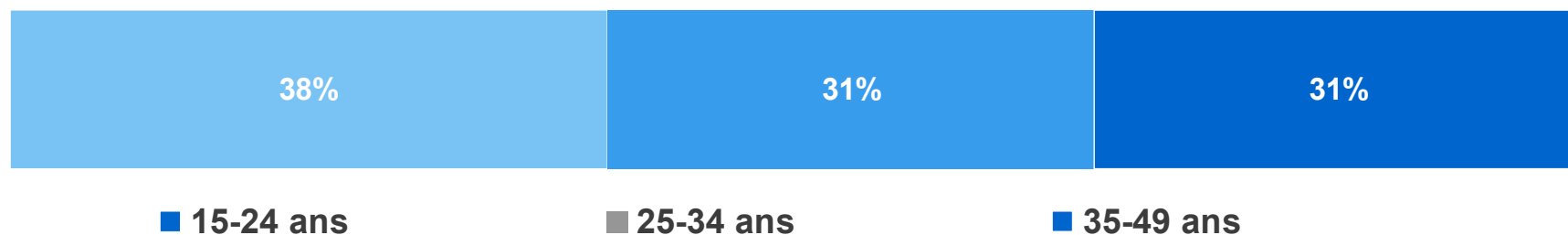
Google

# Sexe et âge

## Sexe

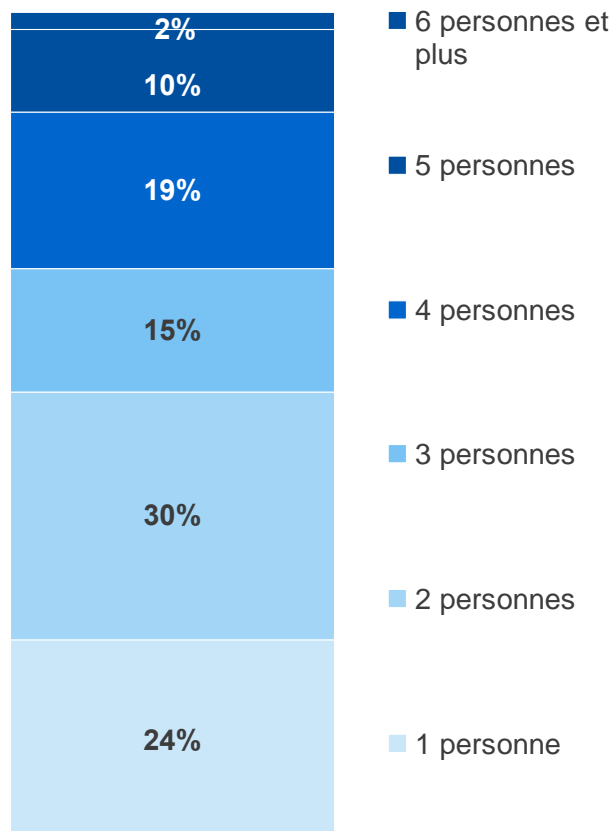


## Age

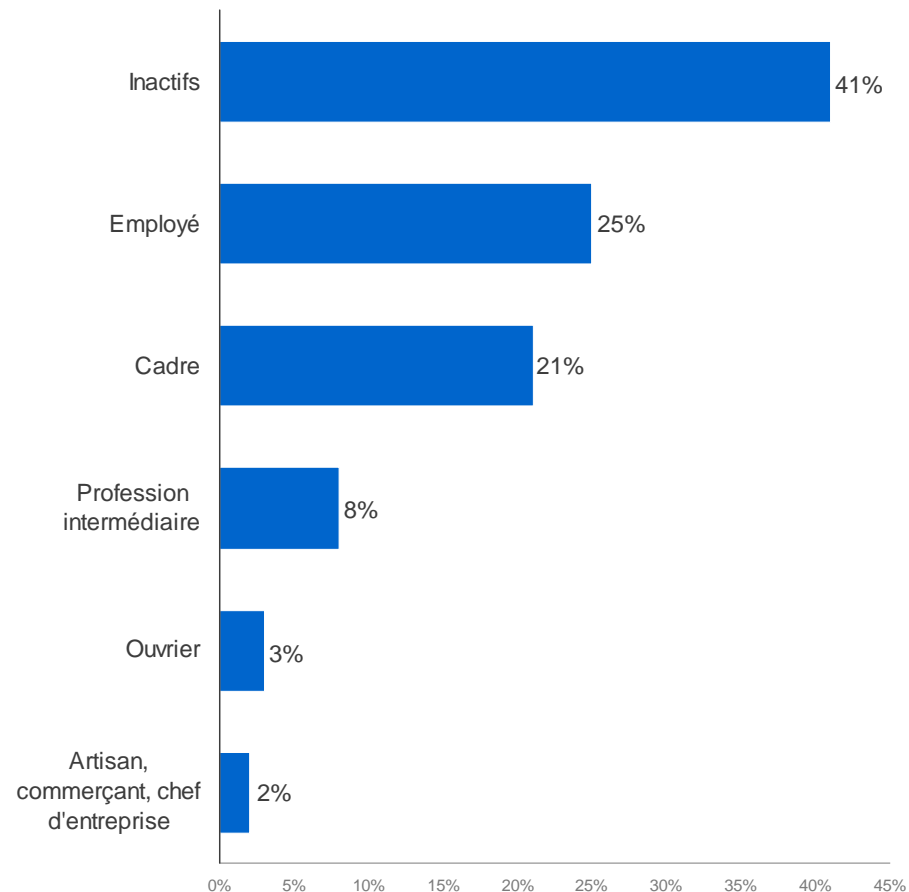


# Taille du foyer et Profession

Taille du foyer



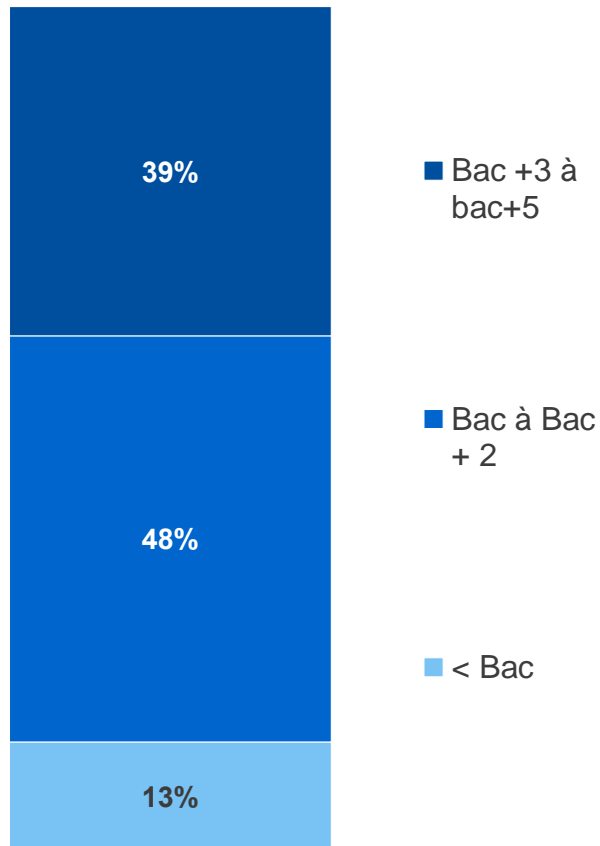
Profession





# Niveau d'études & Revenu

Niveau d'étude



Revenu net par personne

