

Plein cadre

Décryptage



Retrouvez le portfolio
sur sudouest.fr

Qwant, le Français qui défie Google

Lancé en 2013, le moteur de recherche français, qui « respecte votre vie privée », perce enfin auprès du grand public et multiplie les applications (musique, mails...) pour changer d'échelle



Pour Éric Léandri, PDG de Qwant, 2019 sera une année cruciale. PHOTO DELPHINE GOLDSZTEJN/PQR/« LE PARISIEN »

NICOLAS CÉSAR
n.cesar@sudouest.fr

Après cinq ans d'existence, le moteur de recherche français, Qwant, a franchi en 2018 le cap symbolique des 100 millions de visiteurs uniques. Et son chiffre d'affaires mensuel a grimpé de 15 % depuis septembre. Un cap, qui lui permet de commencer à exister face à l'ogre Google et de se poser en alternative crédible.

Qwant, qui se revendique comme le seul « moteur de recherche qui respecte votre vie privée », a bénéficié à plein de l'effet de la mise en place du RGPD (Règlement général sur la protection des données) en Europe le 25 mai dernier. Un règlement qui contraint toutes les entreprises sur le Vieux continent, y compris les géants américains du Web, à demander explicitement le consentement de leurs utilisateurs avant d'utiliser leurs données.

Et ce, peu après le scandale de Cambridge Analytica, qui a éveillé de nombreuses consciences parmi les internautes. Ce fut un choc pour l'opinion publique d'apprendre

que cette firme a eu accès indûment aux données de millions d'utilisateurs américains de Facebook, qui ont ensuite été utilisées pour conseiller le camp de Donald Trump lors de la campagne présidentielle de 2016.

Une alternative à Google

À l'inverse, Qwant, depuis sa création en 2013, ne collecte aucune donnée personnelle, ne fait pas d'historique des recherches, ni de suivi des activités en ligne. « Contrairement à Google, qui collecte ce que nous faisons, aimons, où nous allons et ce que nous disons », souligne Éric Léandri, cofondateur de Qwant. Un argument clé pour des entreprises et institutions, qui veulent avoir la garantie de ne pas être espionnées et de ne pas se faire piller leurs données.

Le grand public commence aussi à y être sensible. Cambridge Analytica a montré les limites du modèle « faussement » gratuit des géants du Web, qui proposent des services gratuits en se rémunérant essentiellement grâce à de la publicité ciblée, après analyse de nos recherches... Surtout que des entreprises comme Google semblent avoir des velléités hégémoniques sans li-

mite. Au point d'être même positionnée sur les biotechnologies, et de travailler désormais pour l'armée américaine avec pour mission d'analyser les vidéos produites par ses drones espions. Ce qui n'est sans poser de problème, à terme, sur la souveraineté des pays couverts par Google. C'est ce qui a conduit le ministère des Armées, France Télévisions, Thales ou encore la Fédération française des banques à basculer sur Qwant. Pour les mêmes raisons, l'Union européenne a développé son propre système de navigation Galileo, afin de ne pas dépendre que du GPS américain.

Mais le décollage récent du mo-

teur de recherche français ne doit pas faire oublier que la marche pour se rapprocher de Google est encore bien haute. « Nos 15 milliards de requêtes en 2018, c'est 6 jours de Google », rappelle Éric Léandri, réputé pour son franc-parler. « Avec Cambridge Analytica, Facebook a perdu 140 milliards de dollars de valorisation boursière. Avec cette somme, on peut racheter l'ensemble des start-up numériques européennes », souligne-t-il. Mais c'est avec ces phrases chocs qu'il espère faire prendre conscience à l'opinion publique des dangers du « monopole » de Google.

ERIC LÉANDRI, PERSONNAGE HAUT EN COULEURS

Eric Léandri, le cofondateur de Qwant, est le genre de patron, qui ne laisse pas indifférent. Ce Corse au caractère bien trempé, aime débattre, interpellé. Avec ses chiffres « chocs » et son ton péremptoire, il « secoue » les citoyens pour les amener à se poser des questions sur notre indépendance numérique. Il faut dire que cet expert en sécurité informatique et télécoms maîtrise son sujet. Il a œuvré pendant vingt ans au déploiement de plateformes

informatiques à grande échelle. Notamment dans les rangs du groupe indien United Breweries, où il a piloté la direction informatique de 18 pays africains. Avant de créer ses sociétés dans le secteur, Mediacom en 1998 et TrustMission en 2007. Puis, dès 2011, avant même l'affaire Snowden, Eric Léandri décide de s'attaquer au monopole de Google en fondant Qwant, qui deviendra un moteur de recherche deux ans plus tard.

Google condamnée

Le contexte est favorable. Bruxelles est passée à l'offensive. La firme américaine a été condamnée par la Commission européenne cet été à 4,3 milliards d'euros d'amende pour abus de position dominante, via Android, son système d'exploitation pour smartphones. Pour tenter d'atténuer ce monopole, Éric Léandri exhorte les citoyens à attaquer Google au tribunal, à chaque prise de parole publique, « dans notre intérêt, pour notre liberté ». Un message martelé lors de sa venue à Bordeaux le 5 décembre dernier pour l'événement annuel de French Tech.

Mais pour changer d'échelle et atteindre son objectif de faire passer son chiffre d'affaires à 10 millions d'euros en 2019, puis 100 millions en 2022, il faut que Qwant lève 100 millions d'euros l'an prochain. Bien plus que sa dernière levée de fonds de 18,5 millions d'euros en février 2017. Car aujourd'hui seule alternative en Europe à Google, ce jeune moteur de recherche « brûle du cash » pour accélérer le développement des applications (Qwant Music, Qwant Shopping, Qwant Games, Qwant Junior (pour les 6-12 ans, sans publicité) et en 2019, Qwant Maps, Mail, et Pay) pour rattraper son retard en termes de services et davantage séduire le grand public.

« Le problème est que pour convaincre les investisseurs, il faut être rentable très vite en Europe, alors qu'Amazon ne l'est que depuis un an et demi et qu'Uber perd beaucoup d'argent. Si je supprime 100 emplois (Qwant compte actuellement 160 salariés), je peux être rentable, mais je n'ai plus les effectifs pour changer d'échelle », dénonce Éric Léandri.

Qwant à Bordeaux ?

Bien que soutenu par des actionnaires solides comme la Caisse des dépôts et l'allemand Axel Springer, c'est encore David contre Goliath. Son envergure internationale est, pour l'heure, relative. « Nous sommes présents dans 166 pays, mais en « réel » à 45 % en France, 10 % en Allemagne et autant en Italie. C'est un marché de 220 millions de personnes, soit la moitié des États-Unis », pointe Éric Léandri, qui propose aussi des versions en basque, en corse et en breton.

2019 sera une année cruciale pour le moteur de recherche européen, qui doit vite grandir pour s'affirmer comme une alternative crédible. Ce qui devrait l'amener à ouvrir de nouveaux bureaux à l'étranger, en France et recruter 90 nouveaux salariés. La société parisienne est déjà présente à Nice, Rouen, Ajaccio, Épinal... « Bordeaux nous intéresse, car il y a un écosystème sur la 3D, réalité augmentée, l'esanté, mais il faut réussir à lever des fonds pour tous ces développements », tempère-t-il. Mais, derrière Qwant, c'est bien plus que la survie d'une pépite française qui se joue, c'est notre indépendance sur la maîtrise des grands outils numériques à l'échelle européenne. « La clé, c'est de croire en l'Europe et de se battre ensemble », lance Éric Léandri.