

Qwant. Les clés du succès de l'anti-Google français

Propos recueillis
par Stéphane Bugat

Qwant, le moteur de recherche qui n'a pas peur des mastodontes, parce qu'il respecte la vie privée de ses utilisateurs, poursuit sa marche en avant. Eric Léandri, son fondateur et P-DG, sera présent, ce jeudi, au West Web Festival, à Carhaix.

Eric Léandri. Photo DR

> Est-ce la première fois que vous participez au West Web Festival ?

C'est la première fois mais c'est une jeune manifestation.

> Comment allez-vous y intervenir ?

Déjà, expliquer ce que l'on fait et nous adresser à un public que l'on apprécie parce qu'il est à même de nous comprendre. Un public qui sait que Qwant

respecte la vie des gens, c'est même sa spécificité par rapport aux autres moteurs de recherche géant. De ce point de vue, merci à Facebook qui a permis d'alerter le grand public sur les dérives à redouter sur l'utilisation des données privées. C'est ce que nous nous interdisons et c'est ce qui nous distingue. Nous venons de participer au Midem. C'est passionnant de montrer et de raconter ce que nous faisons. Au West Web Festival, nous allons aussi

insister sur nos deux versions en langues régionales, en particulier en breton.

> Considérez-vous la Bretagne comme une région à la pointe du web ?

Il y a évidemment une spécificité bretonne et nous y sommes particulièrement attentifs. Le web doit en être le reflet mais elle va bien au-delà du web. Les Bretons préfèrent lire Le Télégram-



me que Le Parisien. C'est cela que nous mettons en avant sur Qwant.

> L'universalisme du web serait donc une idée fausse ?

C'est surtout la façon américaine de voir le monde. En écrasant tout. Pour que l'on retrouve MacDo et Disney où que l'on soit sur la planète. Avec cette approche, il n'y a pas de place pour la contextualisation, ni pour la régionalisation. C'est aussi cela qu'impose Google. Parce que c'est ce qui rapporte le plus.

Sauf que cela donne des opportunités à ceux qui jouent la pluralité du monde sur le web. C'est notre conviction et c'est ce que nous démontrons.

> Où en est le défi Qwant ?

Nous venons d'enregistrer 70 millions de visiteurs uniques le mois dernier. Nous en sommes à 20 % de croissance mensuelle depuis janvier. En France, nous sommes le deuxième moteur de recherche et nous représentons 6 % du marché.

Nous poursuivons notre progression en Allemagne, en Italie, en Espagne, en Suisse, etc. En quelques mois, nous sommes passés de 50 à 164 salariés. Et nous venons de mettre en ligne un player musical.