



Les nouveaux projets européens de moteurs multimédias

Sur neuf projets financés par Bruxelles, deux aboutiront à la création de moteurs de recherche grand public.

Damer le pion à Google. L'Europe veut son moteur de recherche multimédia pour contrer l'hégémonie de l'américain. Pour cela, la Commission européenne a retenu en février dernier 9 projets d'une durée de trois ans pour développer des technologies de recherche sur les contenus audio et vidéo. Tous ces projets, plus ou moins identiques, ont été déposés par des entreprises et retenus au sein du 6^e programme-cadre pour la recherche et le développement (PCRD).

« C'est un sujet très chaud. La Commission n'a pas souhaité mettre tous ses œufs dans le même panier. Elle a financé plusieurs dossiers qui se ressemblent, mais avec des acteurs différents. Elle a reçu plus de 150 candidatures pour n'en retenir que neuf », explique Nozha Boujemaa, en charge du programme Chorus, destiné à coordonner tous ces projets.

Deux d'entre eux, Pharos et Vitalas, doivent déboucher sur la création d'un moteur multimédia alors que les 7 autres (Semedia, Tripod, Rushes, Vidi-Video, Sapiir, Victory, Divas) restent purement du domaine technologique, et ne seront pas présentés au grand public.

8,5 millions pour Pharos

Pharos est le mieux doté avec 8,5 millions d'euros de subventions, le reste du budget étant financé par les entreprises. France Télécom, participant à ce projet, devra tester Pharos auprès d'utili-



Dimitri Champain

sateurs. « Ce moteur multimédia va combiner plusieurs technologies : reconnaissance de visage, reconnaissance vocale ou encore extraction des textes d'un contenu

vidéo ou audio », explique Philippe Rozes, directeur d'un centre de recherche Orange Labs. Outre France Télécom, la société norvégienne Fast Search et 12 autres

acteurs, dont le Fraunhofer Institute ou l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne, participent à ce programme.

« Avec Pharos, nous voulons proposer d'ici à trois ans des outils pour la création d'un moteur de recherche audiovisuel, explique Stefan Debal, coordinateur de la recherche pour la société norvégienne Fast Search. Le but est de développer des technologies de reconnaissance de formes, de couleurs, de texture d'images pour pouvoir indexer automatiquement de grands volumes de données. »

Personnalisation

La seconde initiative de moteur multimédia plus grand public, Vitalas, a reçu de son côté 4,7 millions d'euros de subventions de la part de la Commission. L'Institut national de recherche en informatique et en automatique (Inria), l'Institut national de l'audiovisuel (INA) ou encore la société de défense EADS font partie de ce projet. Tout comme Pharos, Vitalas vise à l'indexation de contenus multimédias. Mais il propose aussi une personnalisation des résultats de la recherche en fonction du profil de l'utilisateur et de sa situation géographique.

« En Europe, nous avons les laboratoires et les technologies pour faire mieux que Google, estime Nozha Boujemaa. Malheureusement, nous avons des difficultés à transformer ces succès de laboratoires en services industriels. »

EMMANUEL PAQUETTE

Quaero attend le feu vert de Bruxelles

Séparation. Ce devait être l'Airbus des moteurs de recherche. Mais, au final, le projet Quaero (« chercher », en latin) devra passer des industriels allemands. Le moteur de recherche multimédia ne compte plus que le groupe Thomson, chef de file du programme, le moteur de recherche français Exalead, Jouve, LTU et Vecsys dans ses rangs. Les industriels allemands, dont le groupe de médias Bertelsmann, ont préféré lancer leur propre initiative, Theseus.

Pour l'heure, Quaero, qui devrait être doté d'un budget de 250 millions d'euros sur cinq ans, dont 60 millions de subvention, attend toujours le feu vert de la Direction générale de la concurrence à Bruxelles. La direction devait statuer en six mois mais, un an après l'annonce de l'Agence de l'innovation industrielle, la décision n'a toujours pas été prise. Entre-temps, d'autres projets nationaux ont vu le jour, dont iAd en Norvège et MultimediaN aux Pays-Bas.