

Interview de Cindy MacCaffrey, Vice-President, Google

Cindy MacCaffrey, vice-présidente de Google, est plus particulièrement chargée du marketing "corporate" ainsi que de la promotion des produits et services de Google. Préalablement employée par de nombreuses sociétés de la Silicon Valley (Apple Computer, E*TRADE, The 3DO Company, SmartForce...), elle a été l'une des premières à rejoindre Google lors de sa création (pour en savoir plus : <http://www.google.com/press/management.html>). Nous l'avons rencontrée lors d'un de ses passages à Paris et elle a bien voulu répondre à nos questions, tout d'abord sur le nouveau site français "Google News", puis sur Google au sens large. Merci à elle.



- Tout d'abord, parlons, si vous le voulez bien, du nouveau site français "Google News". Combien de sources d'information et de quel type ont-elles été choisies ? Comment s'est effectué ce choix ? Quels ont été les critères pour sélectionner les sources utilisées ?

Google News propose 500 sources d'actualité en français, comme Libération, Le Monde, Le Figaro ou Abondance ;-). Notre but est de faire de ce service un outil le plus complet possible et nous utilisons plusieurs techniques pour nous assurer que de multiples visions sont disponibles sur l'actualité proposée.

Les sources elles-mêmes sont choisies au départ à l'aide d'un "mix" entre l'intervention humaine et l'algorithme mathématique. Nous invitons par ailleurs les utilisateurs à nous proposer des sources d'information qu'ils voudraient voir apparaître sur le site (NDLR : voir plus loin la procédure à suivre).

Les dépêches sont ensuite sélectionnées entièrement à l'aide d'algorithmes mathématiques basés sur plusieurs facteurs, incluant combien de fois et où une actualité apparaît ailleurs sur le Web. Mais nous ne révélons pas de détail spécifique sur la façon dont fonctionnent les algorithmes de Google, vous comprenez bien pourquoi... ;-)

- Est-ce que les communiqués de presse sont ou seront présent sur le site Google News français ?

Oui, notre politique est d'inclure les communiqués de presse dans le site Google News. Nous pensons que ce type d'information peut apporter un plus à l'utilisateur en donnant la source officielle d'une information donnée. Comme aux Etats-Unis, les communiqués de presse seront, par ailleurs, spécifiquement identifiés par l'indication "Communiqué de presse" en face de leur descriptif, afin d'éviter toute mauvaise interprétation par l'internaute. Nous travaillons actuellement sur ce point.

- Quelle est la procédure à suivre si quelqu'un désire suggérer une nouvelle source d'information qui n'est pas encore indexée par l'outil ?

C'est possible très facilement en envoyant un e-mail (en français ou en anglais) présentant la source d'informations à l'adresse news-feedback-fr@google.com.

- Quel est le modèle économique de cet outil ? Gagnez-vous de l'argent avec ce site ? Pensez-vous qu'une voie de réflexion serait d'intégrer des liens sponsorisés de type "AdSense" dans le contenu des mails envoyés sur le service "Google News Alerts" ?

Google a pour objectif d'améliorer et de mettre en valeur la qualité la recherche d'information sur l'actualité pour les internautes. Toutes les versions de l'outil, tout comme le service Google News Alerts, sont gratuites à l'utilisation, que ce soit pour les internautes et pour les sources d'information. Cependant, le site Google News est encore en version Beta et nous continuons à collecter l'avis de ses utilisateurs pour déterminer quels seront les prochains axes de développements de ce produit. Pour l'instant, nous ne pouvons en dire plus à ce sujet sur lequel nous travaillons.

- Avez-vous contacté au préalable les sources d'information françaises que vous utilisez sur le site Google News ? Certaines d'entre elles avaient causé, il y a de cela quelques mois, quelques remous en arguant du fait que le "deep linking" était illégal...

Nous n'avons pas "négocié" au préalable avec les sources d'actualité françaises. Nous pensons que l'outil "Google News" est tout à fait compatible avec la loi sur le copyright, le droit d'auteur, dans le sens où ce service propose uniquement des liens vers un site sur lequel l'article est fourni de façon complète.

Ce type de service amène de nombreux avantages aux sources d'information, tels qu'un accroissement de leur trafic et de leur visibilité. Les retours que nous avons eu de la part des utilisateurs et des fournisseurs d'information français sont excellents et positifs et de très nombreuses sources d'informations nous ont écrit pour être incluses dans notre moteur, comme cela s'était passé pour notre site anglophone, d'ailleurs.

- Que dois-je faire si je ne veux pas que l'actualité, sur mon site, soit indexée par l'outil ? Existe-t-il une balise spécifique à utiliser pour bloquer les robots du site Google News ?

Il n'existe pas de balise spécifique pour interdire à Google l'accès à un site d'actualité. Le mieux est certainement d'utiliser, de façon classique, un fichier Robots.txt ou la balise meta "Robots" pour exclure un site du "crawl" des robots de Google. De plus, si un fournisseur d'information désire voir son site entièrement exclu de l'outil, il peut nous l'indiquer à l'adresse news-feedback-fr@google.com et nous prendrons en compte sa demande.

- Google travaille sur la recherche web, l'image, l'actualité, la publicité, maintenant l'e-mail avec les "Google News Alerts". La stratégie et l'ambition de Google sont-elles de devenir un portail et de concurrencer Yahoo!, MSN ou AOL ?

Notre but est de "connecter l'internaute à l'information". Les gens vont sur le Web pour trouver de l'information, c'est-à-dire des images, de l'actualité, des forums de discussion, etc. Notre modèle économique basé sur la publicité enrichit cette expérience en proposant des liens sponsorisés qui sont pertinents par rapport à la recherche de l'internaute. Nous n'avons jamais pensé à devenir un site portail. Google tient à rester concentré sur les meilleures façons de connecter l'internaute à l'information, peu importe où qu'il soit dans le monde, quel langage il parle et la façon dont il accède à l'information.

- Certaines rumeurs indiquent que Google pourrait être racheté par Microsoft. Qu'en est-il exactement ?

Nous ne commentons pas les rumeurs et, cela va sans dire, nous ne spéculons pas sur les activités des autres entreprises. Nous nous concentrons sur ce que nous savons faire : connecter l'internaute à l'information au travers de notre technologie qui délivre la meilleure expérience de recherche sur le Web, la plus rapide et la plus pertinente. En restant focalisé sur cet objectif, nous avons été capables de bâtir une base d'utilisateurs très importante partout dans le monde. Notre base d'annonceurs est la plus grande dans son genre et croît rapidement. Et nous continuons à attirer les meilleurs "cerveaux" de la recherche d'information et de l'informatique.

- Quel est le positionnement de Google par rapport à Yahoo!, qui est un partenaire pour la partie "search" mais qui a récemment racheté trois technologies "moteur" et un prestataire de liens sponsorisés (Overture) ?

Pour nous, Yahoo! reste un important partenaire global. Pour l'instant, nous continuons à leur fournir notre technologie de recherche sur plus de 20 sites à travers le monde. Pas d'autre commentaire à ce sujet, désolée :-)

- L'année 2003 semble être une année "clé" dans le paysage de la recherche d'information. Quelle est votre vision de ce paysage dans le futur proche ?

De nombreuses entreprises comprennent aujourd'hui la valeur de la recherche, à la fois pour l'utilisateur et l'annonceur. Nous pensons que l'intérêt pour ces outils de recherche va créer plus de choix pour les internautes et les publicitaires. Et le choix est toujours une bonne chose.

- Google n'est pas encore très présent sur les portails français, que ce soit pour sa technologie de recherche d'information comme pour les liens sponsorisés, à part sur Free.fr. Pourquoi ?

Google s'efforce de proposer des services de recherche de haute qualité et des programmes publicitaires ciblés aux sites web du monde entier. Nous sommes déjà présents sur les sites de Free et Club-Internet en France. Nous explorons ardemment la possibilité d'accroître notre liste de sites partenaires en Europe et en France. Ne perdez pas patience... ;-)

- Quand le système de liens sponsorisés contextuels AdSense sera-t-il disponible en France pour les "petits" sites ?

La technologie Google AdSense (<https://www.google.com/adsense/>) est actuellement disponible dans le monde entier pour les sites web maintenus en langue anglaise. Il existe, d'ailleurs, bon nombre de sites en anglais qui affichent des AdSense en dehors du territoire américain, par exemple en Australie, en Grande Bretagne ou en Nouvelle-Zélande. Un site comme www.greenwich2000.com, en Grande-Bretagne, a été l'un de nos premiers sites syndiqués. Nous espérons proposer la technologie AdSense dans d'autres langues que l'anglais prochainement, mais aucun calendrier n'a encore été mis en place pour l'instant. Nous vous tiendrons au courant dès que nous en saurons plus.

- Google utilise un index de 3,3 milliards de pages. Pourquoi cette taille n'a-t-elle pas changé depuis pas mal de temps ? Est-ce parce que le Web ne grossit pas ou parce que Google ne peut indexer plus de documents pour des raisons techniques ?

Google augmente constamment la taille de son index de recherche, en ajoutant de nouvelles pages et sites d'information disponibles publiquement à chaque nouveau "crawl". Nous avons plus de 3,3 milliards de pages dans notre index et plus de 4 milliards en prenant en compte toutes nos sources d'information. Le nombre de pages présentes dans notre index, et affiché sur notre page d'accueil, est simplement une estimation qui n'est mise à jour que périodiquement pour mieux refléter la véritable taille de notre base de données. Nous avons également mis en place dernièrement le système de "Supplemental Results", proposant des liens émanant d'un autre index, encore expérimental, et qui est uniquement utilisé pour répondre à des requêtes complexes ou rares. Google a cependant, sans aucun problème, les possibilités d'augmenter la taille de son index. Nous allons continuer à améliorer notre technologie de recherche, pour la rendre encore plus rapide et pour couvrir encore plus de sources et de formats d'information publique, pour créer, comme la spécification de notre mission l'indique, un moteur de recherche qui prend en compte l'information mondiale et la rend accessible et utile de façon universelle.

- Ne pensez-vous pas qu'il existe un risque important au niveau des moteurs de recherche qui diffusent l'information sur le web et qui détiennent une sorte de monopole sur cette distribution ? Par exemple, pendant la guerre en Iraq, un moteur de recherche aurait sans problème pu envoyer des résultats différents à un internaute français et à un internaute américain pour la même requête. Si cela est possible pour la publicité (par exemple, les internautes ne voient pas les AdWords réservés au trafic américain), n'est-ce pas possible pour les liens web ?

Notre but est de connecter l'internaute à l'information qu'il recherche. Les résultats de Google sont déterminés par un algorithme mathématique qui représente la "sagesse collective du Web". Nous avons toujours présenté des résultats objectifs, non biaisés par la publicité ou d'autres facteurs. Notre but est d'organiser l'information disponible dans le monde et de la rendre disponible aux utilisateurs dans une optique objective. C'est notre "credo" et nous ne dérogerons pas à cette règle.

- Il est intéressant de voir que le succès de Google s'est bâti sur le bouche à oreille, sans publicité à la télévision ou dans la presse. L'utilisation du "buzz marketing" était-elle une stratégie voulue dès le départ ?

Etant chez Google pratiquement depuis le début, je peux vous dire que notre stratégie marketing a toujours été basée sur le produit lui-même. Depuis le départ, nous nous focalisons sur le fait de délivrer un produit utile qui fonctionne exceptionnellement bien. Plutôt que de dépenser des millions de dollars sur des exercices de construction de marque ("brand-building"), nous avons investi dans la technologie, les infrastructures et l'embauche des meilleurs ingénieurs et chercheurs en informatique et en recherche d'information. Nous avons toujours pensé que si nous pouvions

délivrer un produit de recherche utile et efficace, les gens l'utiliseraient et en parleraient autour d'eux. Et le bouche à oreille a effectivement été une conséquence et un levier importants pour la connaissance de Google dans le monde entier.

- Qu'en est-il du développement de Google en Europe dans les prochains mois ? Et en France plus précisément ?

Nous allons continuer à améliorer notre technologie. Nous pensons qu'il y a encore beaucoup de choses à faire et de voies à explorer dans la recherche d'information. Comme Larry Page, l'un des fondateurs de Google, le dit souvent, le moteur de recherche parfait devrait savoir exactement ce que vous cherchez et proposer précisément l'information dont vous avez besoin. Nous sommes encore loin de cette vision. En Europe et dans le monde entier, nous continuerons notre focalisation maniaque sur l'utilisateur final. Nous travaillons notamment à augmenter la couverture de notre index, en taille, en langues disponibles et en format de fichiers. Nous travaillons également à augmenter la rapidité et la pertinence des résultats.

Nous prévoyons également d'augmenter la portée de nos programmes de publicité et de partenariat dans le monde entier, donnant aux annonceurs de meilleures parts de marché et retour sur investissement, et à nos partenaires des opportunités de mettre en valeur du mieux possible leur site web.

- Quels sont les prochains projets de Google ? Travaillez-vous notamment dans le domaine de la personnalisation de la recherche, notamment en "apprenant à connaître" l'internaute qui utilise Google et ses centres d'intérêt ?

Sans commenter nos futurs projets, je peux vous dire que nous regardons constamment toute sorte de technologie qui peut améliorer l'expérience de l'utilisateur dans le domaine de la recherche d'information. Je ne peux pas vous en dire plus pour l'instant mais vous tiendrai informé des projets en cours au plus vite...

- Et enfin, last but not least, une question que personne ne vous a jamais posée ;-) : qu'en est-il de l'introduction en bourse de Google ?

Pas de projets d'introduction en bourse pour l'instant et rien de plus à ajouter par rapport à ce qu'a dit Sergey Brin dernièrement à San Jose (http://news.com.com/2100-1025_3-5066227.html).

Merci, Cindy MacCaffrey.

Nota : l'interview ci-dessus a été effectuée "en live" en août 2003 puis par mail en anglais, puis traduite en français dans le courant du mois de septembre 2003.