

**Entretiens avec Philippe Jannet (GESTE) et Chris Tolles (Topix.net)**

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Pour en savoir sur la perception des moteurs de recherche d'actualités par les éditeurs eux-mêmes, nous avons interrogé Philippe Jannet, le Président du GESTE, une organisation représentant les éditeurs en ligne qui s'est à plusieurs reprises prononcée contre certaines méthodes de référencement. Il répond de façon franche et sans langue de bois à nos questions. Chris Tolles, directeur marketing de Topix.net, un moteur de recherche d'actualités américain, a également accepté de nous présenter les spécificités de son outil.*

**Philippe Jannet - Directeur des éditions électroniques des Echos et Président du GESTE (Groupement des éditeurs de services en ligne) (<http://www.geste.fr/>)**

**Pourquoi le GESTE s'est-il opposé en 2004 à l'indexation de plusieurs sites de presse par Google News ?**

Si Google était venu nous demander ce qu'on en pensait avant, on n'aurait peut-être pas réagi comme ça. C'était assez choquant pour nous. Comme vous le savez, toute la presse française a été obligée de signer des accords avec les journalistes au nom de la loi sur le droit d'auteur. Or, les titres et les chapôs sont défendus par ces droits d'auteurs. (...)

Le deuxième point de désaccord qui n'est d'ailleurs toujours pas complètement réglé, concernait les photographies. Google publiait dans Google News des articles avec des photos qui avaient des crédits qui n'avaient rien à voir avec le crédit exact des photos. Souvent on a des photos sur les sites Internet qui sont des photos AFP, avec un crédit AFP, et régulièrement Google mettait en crédit l'adresse du site. On s'est retrouvé avec des choses aussi aberrantes qu'une info qui était labellisée TF1 et une photo de France 2, en regard de l'article !



**Ce problème n'est arrivé qu'avec Google ?**

On avait eu le problème avant, il y a bien longtemps, avec une solution qui s'appelait Net2One et nous avions réagi de la même manière. Nous ne pouvons pas accepter que des gens prennent nos contenus pour faire du business, sans en parler avec nous avant. Quand on est éditeur de contenu, la seule richesse que l'on ait, ce sont nos contenus et nos marques. Le fait que quelqu'un puisse s'approprier nos contenus nous met toujours soit de mauvaise humeur. Nous préférons toujours le dialogue. C'est ce que nous avons fini par obtenir de Google. Et on a trouvé des solutions et des accords pour certains.

**Quels accords commerciaux existent ?**

Il n'y a pas d'accords commerciaux à ma connaissance. Il y a des accords où ça arrange simplement des éditeurs qui ont besoin de faire de l'audience absolument et d'être positionnés au mieux sur Google News. Donc, ils se contorsionnent pour être le plus souvent possible sur Google News. Dans le même temps, le relatif échec de Google News, lié à sa faible qualité éditoriale, a quelque peu limité la casse.

**Et Yahoo News fonctionne bien ?**

Oui, mais là c'est différent. Sur Yahoo News nous avons des accords. Yahoo News est arrivé après Google News. Ses dirigeants nous ont présenté le projet. Ils nous ont expliqué comment ça se passerait et ils ont négocié des accords avec un certain nombre d'éditeurs. Yahoo achète des infos ou trouve des solutions en échange avec des éditeurs.

**Mais Yahoo ne se définit pas comme un moteur en la matière mais comme un intermédiaire ?**

C'est pour les marchés publicitaires, ça ! Cela reste un moteur de recherche dans l'état. C'est un outil d'agrégation d'information. Ce qu'il y a de plus gênant dans Yahoo News comme dans Google News, c'est que, si vous publiez un scoop – ce qui est quand même le propre de la presse et encore plus de la presse sur Internet – vous n'apparaissez pas du tout dans les moteurs parce qu'il y a des calculs qui sont faits sur le nombre de fois où la même information apparaît. Donc si vous êtes le premier à publier une info, vous n'allez pas y être. Vous n'y serez que si vous êtes le Xième à republier la même info. En gros, ils font la part belle aux gens qui n'ont pas vraiment de talent éditorial.

***Il existe de nouveaux outils qui n'utilisent pas de "Pagerank" classique et qui ne privilégient pas les articles qui ont beaucoup de liens pointant vers eux, non ?***

Je ne parle pas de ça. Je parle du fait qu'une info n'apparaît en titre majeur sur Google News qu'à partir du moment où elle a été reproduite X fois. En gros, si vous êtes le premier à dire "Le Pape est mort", ça n'intéresse pas Google. Si vous êtes le 500ème à annoncer "Le Pape est mort", vous commencez à intéresser Google parce que vous arrivez dans un volume d'annonce de l'information qui fait que cette info a l'air d'être reprise par tout le monde, donc elle a l'air importante. En fait, Google c'est plutôt un écho de l'information, plus qu'un outil d'information. En gros, c'est la mise en scène des informations les plus fréquemment publiées sur Internet. Après, ça tient compte d'un autre élément, qui est un peu absurde, c'est le nombre de gens qui ont cliqué depuis Google News sur un site. C'est-à-dire que le site est censément intéressant pour les gens qui viennent sur Google News. Le problème, c'est que comme Google News met en avant ces sites, et bien c'est toujours ceux-là qui finissent par être ceux qui sont les plus privilégiés par les utilisateurs de Google News. Donc, plus ça va, plus on a de chance d'avoir cinq sites qui seront en permanence mis en avant par Google News, pour peu que ces sites ne prennent pas de risques en publiant une information originale.

***Vous pensez que ça peut avoir un effet pervers sur la presse en ligne, finalement ?***

Oui. Si vous regardez bien, il y a des gens qui publient dix fois la même info pour être sûrs qu'elle va être dans Google News. Il suffit de s'abonner aux flux RSS de certains de nos confrères pour comprendre la mécanique absurde à laquelle on peut arriver...

***Par rapport à cela, quels sont les objectifs d'AlertInfo ?***

AlertInfo est né de l'idée que la richesse des éditeurs est leur contenu original. Je pense que c'est important que les éditeurs fassent arriver les gens sur leurs articles. Et plutôt que de dépendre d'un Google News ou d'un Yahoo News, nous nous sommes dit que c'était peut-être important pour nous de proposer un moyen d'accéder directement à cette information. On avait commencé à voir aux Etats-Unis des sites qui se créaient à partir des flux RSS. Il y avait NewsIsFree, notamment, qui mettait sur un site Web toute l'info, y compris d'ailleurs des infos qui venaient du Monde des Echos, de La Tribune, alors qu'aucun d'entre nous n'avait de flux RSS. Il y avait des gens malins qui récupéraient les pages HTML, qui transformaient les titres en RSS et qui, à partir de là, se faisaient des sites d'information qui étaient des sites d'information intermédiaires. Nous nous sommes dit qu'il y avait peut-être moyen pour nous de faire ce métier là, plutôt que de laisser d'autres le faire. Nous avons décidé avec le GESTE de créer cet outil, ce lecteur RSS. L'idée ce n'était pas de proposer un lecteur RSS supplémentaire mais de proposer nos flux. Il se trouve que le lecteur RSS a eu un succès phénoménal puisqu'on est à plus de 80 000 téléchargements en six mois. On sort une V2 qui sera beaucoup plus puissante en mars. Je pense que la richesse de ce qu'on a fait c'est d'avoir fait un kiosque à information. Plutôt qu'un kiosque à journaux, nous avons créé un kiosque à information !

***Avec des sources pré-chargées ?***

Aujourd'hui, si vous prenez un lecteur RSS et que vous commencez à vouloir charger vous-mêmes les différents flux, ça va vous prendre beaucoup de temps. Nous sommes partis du principe qu'il fallait proposer les flux pré-chargés. Ce qu'on n'imaginait pas, c'est qu'on aurait tant de succès sur le nombre d'éditeurs qui allaient vouloir proposer leurs flux. Ce qui fait qu'aujourd'hui, AlertInfo a un petit défaut : lorsque vous le chargez pour la première fois, vous embarquez 400 flux. Et il faut les supprimer un par un pour personnaliser le reader. Dans la version 2, vous pourrez sélectionner, avant même de charger le logiciel, les flux et les familles de flux vous intéressant : le sport, la cuisine, etc...

Il n'en demeure pas moins qu'aujourd'hui c'est un vrai succès. AlertInfo a très nettement dépassé tout ce qu'on pouvait imaginer.

***Et par rapport à Feedreader ?***

En fait, c'est Feedreader qui motorise AlertInfo. Nous avons travaillé avec les créateurs de Feedreader qui ont développé une version spécifique pour nous. Nous avons fait le choix de prendre un outil complètement libre sur le marché et nous l'avons amélioré de notre manière. Nous travaillons toujours avec les gens de Feedreader pour la V2.

***Ils font ça dans d'autres pays ?***

Pas à ma connaissance. On est les seuls à avoir inventé ce kiosque à informations, avec eux !

***Par rapport à l'outil Quaero, dont on parle beaucoup en ce moment, avez-vous eu des contacts ?***

Oui, on a vu les gens de la BnF. On a vu les équipes de Jeanneney [NDLR : voir entretien dans la lettre R&R d'avril 2005]. (...)

Ils sont venus nous voir pour nous demander nos fonds éditoriaux. Nous sommes plutôt d'accord. On trouve que c'est intéressant Quaero. Maintenant, moi je préférerais qu'ils mettent de l'argent sur les contenus, plus que sur les moteurs, mais ça les regarde. C'est un peu en retard. Je pense que Google a quand même pris une place phénoménale. Arriver avec une volonté politique pour concurrencer une société de droit privé, ça me semble un peu bizarre mais c'est typiquement français...

***A titre personnel, comment est-ce que vous voyez la recherche d'actualités évoluer dans les prochaines années ?***

Ca fait des années qu'on travaille sur l'idée qu'il faut permettre au lecteur d'avoir l'information qui l'intéresse là où il est et au moment où il en a besoin. On a tous fait des efforts pour pré-formater nos contenus de manière à ce qu'il ait en permanence l'information qui l'intéresse lui. Mettons qu'il ne s'intéresse qu'à Alcatel ou qu'au secteur aéronautique, sur Les Echos, il reçoit tout en RSS. On est même allé plus loin que ça puisque si vous êtes abonnés aux Echos.fr, vous pouvez créer votre propre flux RSS, en disant moi je ne veux que ce qui concerne Alcatel et Trigano, et vous n'avez que ça...

Je pense que la meilleure réponse aux attentes réside dans l'organisation des flux, avec une indexation qui simplifie la vie de l'utilisateur. Je pense qu'à terme très court, il y aura de plus en plus de moteurs spécialisés qui éviteront le bruit de Google. Le gros risque de Google, c'est de devenir tellement énorme et de remonter tellement de choses que l'utilisateur ait trop de réponses. L'utilisateur a besoin de choses simples. L'ergonomie de Google est formidable. La réponse de Google est moins évidente. Mais je trouve qu'en même temps, le moteur est fabuleux.

***L'utilisateur aujourd'hui a surtout besoin d'un intermédiaire, non ?***

Tout à fait ! Il a besoin d'un endroit où éventuellement on lui dise : ça c'est important. Et je pense que c'est là où la presse va jouer son rôle, en tout cas c'est ce que j'espère, c'est de revenir à son rôle premier qui est un rôle de media, c'est-à-dire de médiateur entre un lecteur et l'information. C'est un peu, pour moi, le grand défaut d'un Google News. Il ne hiérarchise pas, sa hiérarchisation est mathématique, elle n'est pas en fonction de l'utilisateur. Aux Echos.fr, nous nous adressons à des patrons, et nous pensons que le patron d'une entreprise d'aéronautique n'a pas toujours le temps de lire les 20 articles du jour sur l'aéronautique. Par contre, ce qu'il veut chez nous, c'est que nous lui disions : ça c'est important. Et évidemment que nous lui offrions les trois liens qui sont importants pour aller plus loin. éventuellement que je lui mette aussi les trois liens qui sont importants.

***Seriez-vous en faveur d'outils de recherche verticalisés ?***

Totalement. Et avec une petite synthèse, ou en tout cas un travail journalistique. Je ne crois pas que la réponse soit uniquement logicielle. Il y a un moment où il y a un expert qui fait le choix, qui dit : ça c'est intéressant. Les outils sémantiques ne remplacent pas l'humain. Je pense que si Google avait des éditeurs sur Google News, ça lui rapporterait peut-être moins d'argent mais le produit serait de bien meilleure qualité.

**Chris Tolles - VP Marketing - Topix.net (<http://www.topix.net/>)**

**Quand Topix.net a-t-il été lancé ? Qui est à l'origine du projet ?**

C'est en 2002 que Rich Skrenta, Bob Truel et Bryn Dole, un ancien de AOL/Time Warner, ont eu l'idée de Topix.net. Le service proprement dit a été lancé en janvier 2004, époque à laquelle Tom Markson, Mike Markson et Chris Tolles ont rejoint l'équipe.

Rich, Bob, Bryn, Tom et Chris avait déjà travaillé ensemble chez Sun Microsystems dans les années 90. Ils avaient travaillé sur les produits de sécurité réseau. Rich, Bob, Bryn et Chris avaient participé au lancement du projet de l'Open Directory (NewHoo) avant son acquisition par Netscape en 1998. Mike et Tom avaient collaboré chez Terrapring (société rachetée par Sun en 2003)



**En quoi l'arrivée d'un groupe de trois journaux et sa prise de participation dans votre société l'an dernier a-t-elle amené des changements?**

Les fonds supplémentaires nous ont ouvert la possibilité d'accélérer notre croissance et nous ont permis d'embaucher de nouveaux ingénieurs. Nous travaillons actuellement à l'incorporation de la technologie Topix.net à 177 sites Web possédés par des journaux et à la possibilité d'avoir accès aux ressources des trois plus grands groupes de presse des Etats-Unis.

D'un point de vue opérationnel, nous sommes une entité indépendante. Notre travail en commun avec les trois investisseurs est décidé au conseil d'administration.

Notre investissement propre nous garantit de garder notre liberté éditoriale. Les trois investisseurs se sont toujours montrés respectueux de cette liberté.

**Les propriétaires de sites Web ont-ils la possibilité de proposer leurs fils d'infos à Topix.net ?**

Il existe un formulaire en ligne permettant de proposer des sites d'informations à Topix.net. Des dizaines de milliers de propriétaires de sites ont choisi de les utiliser. Depuis le lancement, le nombre de sources d'informations est passé de 3 000 à 12 000.

**Qu'en est-il des propriétaires de blogs ?**

Récemment, nous avons ajouté les blogs à notre service. Nous avons incorporé 15 000 blogs, ce qui fait que nous disposons aujourd'hui globalement de 27 000 sources d'informations. Les propriétaires de blogs peuvent proposer leurs sites de la même façon que les propriétaires de sites Web, et ils utilisent cette possibilité.

**Quelles sont vos sources de revenus ?**

Nos revenus viennent principalement de la publicité présente sur le site. Une part non négligeable (quoique minoritaire) provient de la vente de fils thématiques à des sites telles que AOL, Earthlink, Citysearch etc...

**Merci !**