

AOL investit dans la recherche de vidéo avec Truveo

La vidéo a fait son entrée dans la stratégie des portails Internet, qu'il s'agisse de technologies de recherche de vidéo en ligne, comme le proposent Google, Yahoo! ou MSN, ou d'en faire un nouveau modèle économique de téléchargement payant à l'image de Google Video Store (

lire nos articles). AOL (America OnLine, filiale Internet de Time Warner) vient d'annoncer l'acquisition de la start-up Truveo Inc. Et de sa technologie Visual Crawling. Cette technologie de recherche en ligne de vidéo est spécialisée dans la recherche et l'indexation de vidéo d'actualité, de sport ou de loisir sur des portails comme CNN, ABC, ou même Yahoo! et MSN. Les moteurs de recherche 'crawlent' le Web, c'est-à-dire qu'ils suivent les liens de page en page pour ausculter le code html et repérer les informations qu'ils indexent. Mais le format des fichiers vidéo ? qui exploite des scripts pour générer de nouvelles pages à la volée - ne se prête pas à cette méthode d'indexation et le 'crawler' échoue dans sa mission. Truveo a résolu cette difficulté en chargeant la page pour la lire, comme le ferait un internaute sur son poste, ce qui lui permet d'ausculter le code des scripts, 'plug-ins' et divers outils programmés sur la page afin d'en extraire les données nécessaires à l'indexation et à la recherche. Cette méthode permet de suivre en permanence les mises en ligne de vidéo, et non plus comme c'est le cas pour des portails comme Yahoo! ou des services comme Blinkx, de passer par des accords avec les fournisseurs de contenu vidéo afin de recevoir ces mises à jour. L'acquisition de Truveo et de ses sept employés va donc compléter les technologies de recherche de AOL, en particulier la technologie de recherche multimédia Singinfish acquise en 2003. Les conditions de l'acquisition n'ont pas été publiées, mais un porte-parole d'AOL a indiqué qu'il s'agissait de l'achat le plus important depuis celui de Advertising.com, 435 millions de dollars en 'cash' en 2004.