

# Lycos US tente une résurrection

L'histoire mouvementée de **Lycos**, le moteur de recherche qui a du chien, n'est pas terminée? Démantelé par son précédent propriétaire espagnol *Terra Networks*, le géant déchu des débuts historiques de l'Internet ? il figurait aux côtés des Yahoo, Altavista, Netscape et autres premiers grands acteurs de l'Internet – tente de survivre, avec plus ou moins de succès.

Plutôt moins pour Lycos Inc. ? Lycos.com, le portail américain – qui depuis deux ans appartient au premier opérateur internet de Corée du Sud **Daum Communications**, qui a tenté avec ce rachat estimé à 95 millions de dollars de prendre pied aux Etats-Unis.

Pour relancer Lycos, certains diront pour le ressusciter, Daum vient d'annoncer la nouvelle orientation du portail avec la création d'une chaîne de vidéo internet haut débit, **Lycos Cinema**.

Celle-ci va surfer sur deux phénomènes récents de la communauté internet, la **vidéo en ligne** et les **réseaux sociaux**, et créer un mix entre *YouTube*(Google) et *MySpace*(News Corp.).

« *La technologie que nous avons créée se présente comme une 'salle de séjour virtuelle'* », a indiqué Brian Kalinowski, directeur des opérations de Lycos Inc.

Lycos.com a développé une technologie propriétaire qui permet à l'internaute de regarder des vidéos synchronisées sur le web, ce qui permettrait d'offrir des services de masse, à l'image de certains jeux vidéo en ligne 'massivement multijoueurs' comme Warcraft capable d'accueillir simultanément des centaines de milliers de joueurs.

A partir de là, Lycos Cinema permettra de visionner des films et en même temps de '*chater*', d'échanger en ligne sur une communauté, chaque membre pouvant à la fois consulter les vidéo et publier. De plus, à l'inverse des services concurrents qui limitent la longueur des vidéos afin d'assurer un téléchargement en moins de 10 minutes, Lycos n'aurait plus cette limitation.

A son lancement, Lycos Cinema dispose d'environ 500 titres à visionner, en aurait licencié 1000, et serait en négociation pour en diffuser 3000. Mais? les films disponibles dès aujourd'hui sont plutôt d'obscures productions méconnues du public, ce qui n'est pas rassurant pour l'avenir du service !

En revanche, en se positionnant comme plate-forme technologique pour la diffusion de vidéo, Lycos Inc. cherche à séduire les acteurs de la vidéo, ou encore des portails thématiques qui pourraient être intéressés par la diffusion de vidéos. Match.com, le premier site américain de rencontres en ligne, serait d'ailleurs intéressé.

Cette tentative de relance de Lycos Inc. va-t-elle sauver le portail de l'oubli ? Lycos Europe s'est de son côté lancé avec un certain succès sur le commerce en ligne. La survie de la marque est donc assurée de l'autre côté de l'Atlantique? Même s'il ne s'agit aucunement de la même société !