

Web 2.0 : Yoono enrichit son moteur

Lancé il y a un an, le moteur de recherche Yoono étoffe aujourd'hui ses capacités. Orienté Web 2.0, l'outil français joue la carte de la recherche collaborative en mettant les internautes utilisateurs à contribution.

Les résultats du moteur sont issus de ressources stockés par d'autres utilisateurs. Concrètement, il suffit de télécharger une extension navigateur (barre d'outils) qui permet de pousser les ressources d'autres utilisateurs qui ont autorisé le partage. Yoono peut alors aller fouiller dans les favoris des utilisateurs ou dans des dossiers de contenus spécialement constitués. En surfant sur un site de football, Yoono ira chercher automatiquement des ressources connexes chez les utilisateurs en fonction de leur popularité grâce à une technologie maison.

Selon Pascal Josselin, fondateur de Yoono, le moteur compte aujourd'hui 650.000 utilisateurs actifs, dont la moitié aux Etats-Unis et 30% en France. « *Nos efforts commencent à payer notamment aux Etats-Unis où nous allons ouvrir une filiale* », explique-t-il.

D'ailleurs, Yoono a été classé parmi les 10 jeunes pousses françaises « qui réveillent le web », selon un classement établi par TechCrunch.fr et le blog Alarm Clock.

Aujourd'hui, Yoono passe la vitesse supérieure avec de nouvelles fonctions qui permettent d'aller chercher n'importe quel type de contenus, notamment la photo et la vidéo. Le principe est le même qu'avec les favoris, les remontées se font automatiquement en fonction du surf de l'internaute. « *La simplicité et l'ergonomie sont fondamentales pour séduire le grand public. Ici, les contenus sont poussés sans que l'utilisateur n'ait à taper quoi que ce soit* », précise Pascal Josselin.

Le moteur va également intégrer de nouveaux outils de communication comme les blogs et la messagerie instantanée. Un nouveau bouton 'Buzz It' permettra de marquer un site internet et d'aspirer simplement les contenus présents comme le lien HTML, les textes, les images, les vidéos. Le tout est stocké dans l'espace de l'utilisateur et peut ensuite être partagé. « *Il s'agit de mettre en place un outil central de recherche, de stockage et de partage* », explique le fondateur.

Ambitieux, l'outil peut se révéler un peu complexe pour les plus novices. Pour y remédier, Yoono met en ligne des tutoriaux sous forme de vidéos et compte sur le buzz pour faire connaître ses innovations.

Gratuit, le moteur est financé à 100% par la publicité. Pour le moment, ces revenus sont encore marginaux voire inexistantes. « *Nous sommes pour le moment financés par des fonds qui nous ont rejoints (1,7 million d'euros levés en novembre 2006). Mais nous commencerons à dégager du chiffre d'affaires l'année prochaine* », conclut Pascal Josselin.