

Lilo : un moteur de recherche éthique, ça existe !

Interview de Clément Le Bras, co-fondateur de Lilo, par France Inter et ID, Info Durable.

Lilo est une entreprise numérique qui finance des projets sociaux et environnementaux, en reversant 50 % de son chiffre d'affaires à des projets choisis par les utilisateurs. L'entreprise Lilo propose un métamoteur de recherche, nommé Lilo ainsi qu'un service de messagerie.

Lilo a été fondé en 2014 par deux jeunes ingénieurs français, **Clément Le Bras**, diplômé de l'Ecole des Mines de Paris et **Marc Haussaire**, informaticien, aidés par **Charlotte Laboucher**, responsable marketing². Lancée en 2015, la start-up collecte 5 000 €, le 30 juin 2015, sur la plateforme de financement participatif **Ulule**. La société a un capital déclaré de 9 850 € et son siège se situe au 19, Avenue d'Italie dans le XIII^{ème} arrondissement de Paris.

Le fonctionnement retenu est très participatif. Le métamoteur de recherche Lilo finance des projets sociaux et environnementaux en reversant 50 % de son chiffre d'affaires généré via les liens commerciaux. Il permet de faire participer l'utilisateur qui gagne une goutte d'eau à chaque recherche. Il choisit ensuite le projet auquel il souhaite contribuer, répartissant les gouttes d'eau collectées sur le site. Lilo transforme ensuite le nombre total de gouttes d'eau en argent pour le projet. Chaque semaine, un nouveau projet passe en financement. L'argent collecté est reversé mensuellement aux projets.

Après plus de trois ans d'existence, quel est le bilan de Lilo ?

Le bilan est assez positif depuis la création en février 2015, même si beaucoup de défis nous attendent encore.

Le 3 septembre 2018, nous avons passé la barre du **million d'euros reversé à plus de 145 associations**. On se rend compte qu'il y a une vraie demande des internautes pour un Internet plus éthique.

Quel est le rapport des internautes au développement durable ?

De façon générale, les enjeux environnementaux et sociaux sont aujourd'hui énormes et les internautes se sont saisis de ces thématiques. Sur Internet, se pose la question de l'argent généré par sa navigation ou celle des données. Aujourd'hui, tout est vraiment opaque, on ne sait pas qui fait quoi. Notre vision c'est de transformer **Internet** pour le mettre **au service de l'Homme et de l'environnement** et non l'inverse.

Comment comptez-vous atteindre cet objectif ?

Très concrètement, nous avons développé plusieurs services qui vont dans ce sens. Le plus important aujourd'hui c'est notre moteur de recherche lilo.org. Il va permettre aux internautes de gagner une goutte d'eau à chaque recherche. Son fonctionnement est le même qu'un moteur de recherche classique comme Google, on ne change pas les habitudes. Ce qui fait toute la différence c'est que l'on va reverser la moitié de notre chiffre d'affaires aux différents projets sociaux et environnementaux que vous allez pouvoir choisir en tant qu'internaute.

Comment est généré votre chiffre d'affaires justement ?

Il provient des liens commerciaux situés en haut de page lorsque vous effectuez une recherche. Nous parlons de transparence tout à l'heure, mais aujourd'hui beaucoup ignorent que ce genre de système génère de grosses quantités d'argent. Rien qu'en France, c'est plusieurs milliards d'euros par

an. Notre souhait est donc de permettre à l'internaute de **reprendre le pouvoir** sur une partie de cet argent pour le rediriger vers des associations ou des projets qu'il peut choisir.

Que répondez-vous aux utilisateurs qui craignent de ne pas avoir un moteur de recherche assez performant ?

C'est effectivement un des freins principaux au changement de moteur de recherche. Je peux leur répondre que l'on compte déjà **plus de 700 000 utilisateurs quotidiens** en France.

Ce qui montre bien que nos résultats sont tout à fait pertinents. De plus, quand on change de moteur de recherche après plus de dix ans d'utilisation, certaines habitudes sont ancrées en nous, mais il suffit de s'habituer à un autre moteur. La pertinence des moteurs de recherche est globalement la même.

Comment fonctionne l'algorithme de Lilo ?

Si nos résultats de recherche sont pertinents à plus de 95 %, c'est parce que nous utilisons un métamoteur. Cela consiste à puiser des informations en utilisant les algorithmes d'autres moteurs de recherche comme Bing, Google ou encore Yahoo. Nous possédons d'ailleurs un onglet qui permet de comparer nos résultats avec ceux de Google. On s'aperçoit que les utilisateurs font beaucoup de comparaisons au début mais que petit à petit la crainte de ne pas trouver les bons résultats disparaît.

Que faudrait-il pour que les moteurs de recherche durables comme le vôtre ou Ecosia soient utilisés par le plus grand nombre ?

C'est vrai que même si nous comptons 700 000 utilisateurs, ça ne représente qu'entre 0,5 % et 1 % de part de marché, tandis que Google reste ultradominant. Il faut déjà une **prise de conscience des internautes** qu'il existe d'autres moteurs de recherche.

Les partenariats avec d'autres entreprises jouent un rôle. Les institutions publiques doivent également s'emparer de ce sujet, ce qui commence à être le cas.

Mais, selon nous, **l'Internet éthique ne doit pas limiter qu'au moteur de recherche.**

Aujourd'hui, nous avons une cinquantaine de partenaires qui proposent des produits sur le module **Lilo Achat**. Ce dernier vous permet de reverser gratuitement le montant d'une partie de votre achat à une association. Nous avons par exemple un partenariat avec la SNCF qui vous permet de reverser une partie du prix de votre billet à une association si vous utilisez Lilo.

Nous sommes convaincus que **le changement d'échelle viendra de ces différents outils.**

Nous espérons parvenir à avoir 6 % ou 7 % de part de marché en ayant des parts plus importantes sur d'autres outils et en créant de l'innovation. C'est-à-dire que nous n'essayons pas simplement de faire du "Google social". Notre but c'est de faire de l'innovation et de **créer du lien** entre nos utilisateurs et des projets. Dans ce but nous travaillons beaucoup avec les associations sur des sujets comme les mesures d'impact qui peuvent provoquer un changement d'échelle.

Avez-vous des attentes vis-à-vis du secteur public ?

Bien sûr, nous avons des attentes et nous commençons déjà à travailler avec des collectivités et des écoles qui nous contactent.

Nous sentons une véritable envie du secteur public sur ces sujets, et c'est évident qu'il a sa carte à jouer. Nous avons des attentes mais nous ne nous reposons pas sur ça. Il y a beaucoup de débat pour savoir si c'est la secteur public, privé ou la société civile qui doivent faire plus pour l'environnement. Pour nous, c'est tout ça en même temps, et le changement d'échelle ne pourra avoir lieu que si tous ces acteurs se coordonnent.