

Apple investit dans la publicité sur mobile

Alors que Google défie ouvertement Apple sur le marché des plates-formes mobiles en lançant son propre smartphone, le [Nexus One](#), Cupertino investit à son tour dans la publicité en ligne, cœur de métier du moteur de recherche. Selon le blog [AllThingDigital](#) (du *Wall Street Journal*) Apple serait sur le point d'acquérir Quattro Wireless pour **275 millions de dollars**. Une acquisition alternative à celle de AdMob remportée pour 750 millions de dollars en novembre dernier par... [Google](#).

Créée en 2006 dans le Massachusetts, Quattro Wireless gère **plusieurs milliers de sites web** mais aussi des applications pour les smartphones dont l'iPhone mais aussi Android de Google. Parmi ses clients, Quattro compte des entreprises comme Ford, Viacom, SAP, Disney, BP, Visa, Microsoft... Quattro a également conclu des partenariats avec plusieurs éditeurs dont CBS Interactive (Cnet) Time et Hachette.

Avec Quattro, Apple chercherait donc à **élargir ses activités mobiles** et profiter de l'audience de son App Store (et ses [3 milliards d'applications téléchargées](#)) pour, notamment, développer un système de monétisation des contenus de sa plate-forme et ainsi enrichir son écosystème. Pour l'heure, ni Apple, ni Quattro ne font mention de cette opération sur leurs sites web.

Contrairement à Google, Apple nous avait donné l'habitude de se développer de manière organique. Il semble que, face aux enjeux induits par l'ampleur du développement des réseaux numériques, **Cupertino réajuste sa stratégie**. En décembre, Apple jetait son dévolu sur le [service de streaming de musique](#) Lulu.com qui connaît une forte progression de son audience ces derniers mois.