

Google continue d'augmenter sa part de marché

Rien ne change sur le classement des moteurs de recherche ! En volume de requêtes, Google occupe toujours et largement la première place, suivi par Yahoo et MSN.

En revanche, côté parts de marché, Google a consolidé sa première place au détriment de ses concurrents. Selon Comcast, la part de marché du moteur de recherche chéri des investisseurs est passée d'une année sur l'autre en février de 36,3 à 42,3 %. Derrière, et malgré leurs efforts et déclarations d'intention, le second Yahoo est passé de 31,1 à 27,6 % de part de marché, et MSN, filiale Internet de Microsoft qui mise pourtant sur l'effet d'annonce de son moteur de recherche tout neuf et exclusif, a reculé de 16,3 à 13,5 %. Le seul qui s'affiche en progression, toute relative, c'est Ask.com, récemment racheté par le groupe de médias en ligne InterActiveCorp, dont la part de marché passe de 5,3 à 6 %. Mais le plus important dans cette guerre de tranchées, où chacun tente de maintenir sa position et où le seul terrain gagné l'est sur ses concurrents, provient de la monétarisation de la recherche, à savoir du rôle de plus en plus important de la publicité avec les liens sponsorisés, pour alimenter le modèle économique des moteurs de recherche. Un chiffre cité par l'étude surprend : 11 % des recherches sur Google aboutiraient sur les liens publicitaires ! On comprend mieux alors pourquoi en la matière chacun affiche sa prétention à devenir le leader, avec comme par hasard les quatre premiers du classement qui proposent leur propre service, même s'il est encore embryonnaire chez Microsoft et Ask. Mais sur le plan des recettes publicitaires, la position de leader de Google sur les requêtes reste un avantage certain. Au point que pour les analystes de RBC Capital, le géant des moteurs de recherche pourrait capturer jusqu'à 70 % de ce marché ! La question n'est donc pas de savoir si Google peut y arriver, mais combien de temps il lui faudra pour y arriver.