

# Google décline son offre publicitaire sur les mobiles et les widgets

La rentrée est chaude pour Google. Le groupe de Mountain View lance deux offensives dans la publicité en annonçant la déclinaison de son offre pour les mobiles et pour les widgets, deux secteurs hautement porteurs.

Avec le développement de la consommation des contenus mobiles (vidéos, information, divertissement), se pose la question de l'insertion de publicités. Encore marginal, ce marché est théoriquement promis à un bel avenir si l'on considère la croissance exponentielle de la pub sur Internet.

Aucun géant du secteur ne s'y est trompé. Microsoft s'est offert ScreenTonic, spécialiste du secteur, AOL veut sa part du gâteau tandis que Yahoo a lancé en février dernier Yahoo Mobile Web Service dans 19 pays.

Google, en retard dans ce domaine, annonce aujourd'hui que son célèbre AdSense sera exploitable sur les mobiles. Concrètement, les annonceurs pourront placer des bannières, des liens sponsorisés, du click-to-call. Comme sur Internet, les publicités sont affichées en fonction du contenu éditorial.

Si cette offre a fait ses preuves sur le Web, on peut néanmoins se demander si elle sera aussi pertinente sur le mobile. Car ce marché est bien différent et proposer des liens ou des bannières peut s'avérer insuffisant. Les annonceurs et les agences de publicité doivent inventer de nouveaux formats et s'inspirer de ce qui se fait par exemple au Japon. « *On ne peut pas se contenter de dupliquer les recettes du Web. Ceux qui comprennent les attentes du marché sortiront du lot* », nous expliquait il y a peu Pierre Lebeau Sales Product pour... Google France.

La personnalisation des campagnes semble également être cruciale pour le succès des opérations. Se pose également le problème crucial de la mesure d'audience...

Toujours en quête de diversification de ses contenus, Google annonce une offre publicitaire destinée aux widgets, ces petits modules (Ajax) en ligne de plus en plus à la mode, qui s'affichent sur une page Web ou sur son bureau.

Gadget Ads permet de glisser des publicités interactives et multimédias dans les widgets proposés par Google dans iGoogle. Plusieurs grands annonceurs comme Pepsi Cola testent actuellement cette nouvelle offre. Les widgets en question sont ensuite placés sur les sites affiliés à son réseau AdSense.

Prisés par les internautes, ces widgets publicitaires pourraient s'avérer très efficaces, d'autant plus que Google promet des outils de mesures et d'analyse poussés. Néanmoins, les experts et la sécurité préviennent : les widgets vont devenir à terme un vecteur d'attaques privilégié pour les pirates...