

Le Wi-Fi gratuit de Google sera financé par la publicité

Google vient de franchir une étape importante dans ses projets de devenir un fournisseur d'accès Wi-Fi aux Etats-Unis. On vient en effet d'apprendre que l'agence américaine des brevets et des marques venait de valider plusieurs demandes de brevets déposées fin 2004.

L'objet de ces brevets en dit long sur la stratégie du géant du Net en matière de Wi-Fi. Google souhaite tout simplement financer ses accès gratuits par la publicité. Un modèle économique qui avait déjà été envisagé par le géant du Net mais qui aujourd'hui se confirme. Ces trois brevets sont particulièrement riches en enseignement. Le premier propose de « *fournir à l'utilisateur final un accès à partir d'un point d'accès sans fil à un coût subventionné par la publicité* ». Le deuxième propose de « *placer des publicités sur l'écran de l'utilisateur, les publicités seront liées au point d'accès selon des critères prédéterminés* ». En clair, les publicités seront contextualisées en fonction de l'endroit où se trouve l'utilisateur ou de son profil (via quelques questions avant la connexion). Une offre séduisante pour les annonceurs. Le troisième autorise « *à modifier dynamiquement l'apparence des écrans de navigation sur l'appareil des clients* ». Dans une déclaration, Google souligne que ces brevets ne seront pas forcément exploités. « *Comme beaucoup d'entreprises, nous déposons des demandes de brevet qui reposent sur les nombreuses bonnes idées que nos employés peuvent avoir à un moment ou à un autre. Certaines de ces idées déboucheront sur des produits et services accessibles au public, d'autres non. Vous ne devriez tirer aucune conclusion hâtive de ces demandes de brevet.* » Difficile à croire. En octobre dernier, le moteur officialisait '**Google Secure Access**' conçu pour « *offrir une connexion plus sécurisée avec l'utilisation de Google Wi-Fi* ». Google a par ailleurs répondu à un appel d'offres de la ville de San Francisco (700.000 habitants) afin de développer un service gratuit de réseau Internet sans fil. Par ailleurs, en février dernier, Google et Skype ont annoncé leur intention d'investir 22 millions de dollars dans FON, une start-up espagnole dont le projet est d'accompagner le développement des hotspots Wi-Fi. Stratégiquement, il s'agit d'abord de fidéliser ses clients internautes. Ensuite évidemment de multiplier ses espaces publicitaires. Mais aussi de multiplier les services, payants si possible. Et pourquoi pas d'apporter une alternative aux offres des opérateurs télécoms, qui occupent un marché gigantesque. Mais Google pourrait aller plus loin encore ! Car l'une des stratégies du moteur, et de ses concurrents, c'est de proposer des services localisés, de proximité. Et quoi de mieux que de maîtriser de bout en bout la liaison avec l'internaute, afin de le localiser avec précision, et d'adapter la communication et les résultats des recherches?