

# Pas de navigateur made in Google

Très régulièrement, les rumeurs prêtant à Google les ambitions de développer un navigateur internet ont été diffusées dans la presse. Une rumeur crédible, le géant du Net ne multiplie-t-il pas les services ? Mais pour le groupe, entrer dans le marché du browser n'est définitivement pas à l'ordre du jour.

Lors d'une téléconférence avec les analystes, Eric Schmidt, directeur général de Google a ainsi déclaré: « *Nous n'allons pas construire un navigateur pour le plaisir de construire un navigateur. Nous ne ferions quelque chose (...) que si nous pensions qu'il y ait un véritable avantage pour l'utilisateur final. (Or), il semble que les gens aient déjà un bon choix* ». Google continuera donc à observer ce marché de loin, tout en « conseillant » les logiciels alternatifs comme Firefox, Safari ou Opera à ses utilisateurs. Pour autant, l'intégration de MSN SEaqrch dans le futur Internet Explorer 7 de Microsoft pourrait changer la donne. Google s'est à plusieurs reprises officiellement inquiété de cette question (lire nos articles). Mais les priorités de Google ne sont pas là. Le moteur est en quête de nouveaux leviers de croissance qui passent par des partenariats industriels. Le groupe multiplie ainsi les accords avec les fabricants de téléphones mobiles pour intégrer son moteur et ses services directement dans les combinés. Ici, l'enjeu est stratégique avec le développement des smartphones. Dans le même temps, l'entreprise décline cette stratégie avec les fabricants de PC. L'intégration de Google dans les PC de Dell en est une parfaite illustration (lire notre article). Des partenariats, mais pas d'acquisitions. Le directeur général a expliqué aux analystes que l'histoire avait montré que les acquisitions et fusions ne marchaient pas en principe et que ce n'était en outre pas dans la culture et dans les valeurs du premier moteur de recherche de la planète.