

Publicité : Google poursuit son offensive sur mobile

L'appétit publicitaire de **Google** ne connaît aucune limite. La firme de Mountain View a récemment annoncé le lancement prochain d'images publicitaires destinées aux mobiles, selon une information *Reuters*.

Les encarts publicitaires devraient selon Google, être quasiment identiques à ceux affichés par les pages Web d'un ordinateur, mais de taille plus réduite, pour correspondre aux dimensions d'un combiné. Les publicités s'afficheront page par page, pour éviter un encombrement de données.

La pertinence des publicités se basera sur les mots clefs tapés par le mobinaute. Le paiement au clic, un modèle à l'origine du succès du moteur de recherche, sera lui aussi appliqué aux mobiles.

Pour Alexandra Kenin, directrice marketing produit pour Google Mobile Ads, le mode d'affichage choisi par Google se révèle pertinent. Dans un blog, la responsable explique que « *Pour les annonceurs sur mobile, les images publicitaires sont utiles pour présenter une marque. [Ce mode d'affichage présente] de bons taux de clic* », assure la responsable.

L'idée de Google, aussi bien pensée soit-elle, séduira-t-elle les annonceurs ? [Ces derniers rechignent toujours autant à communiquer via mobile.](#)

Pour autant, dans une récente étude, le Gartner annonçait un chiffre d'affaires de 2,7 milliards de dollars pour l'année 2008, et 12,8 milliards de dollars pour 2011. Malgré une croissance de 58,8% entre 2007 et 2008, le marché reste plus que jamais balbutiant. Google dont l'offre sera disponible dans différents pays (Etats-Unis, France, Espagne, Chine, Russie et entre autres, Japon) aura fort à faire pour réitérer son succès sur mobile. Son plus grand rival, Yahoo, possède déjà une notable avance dans ce secteur.