

Yahoo confirme son avance dans le mobile

Yahoo marque un point supplémentaire dans la guerre que se livrent les géants du Web pour être présents dans les téléphones mobiles. Le géant américain creuse encore un peu plus son avance sur Google après la signature d'un nouvel accord avec un grand fabricant.

Le groupe américain va en effet porter ses services Web (mail, recherche, IM, photos, publicité) dans les PDA communicants du taiwanais HTC. Le fabricant est le leader des terminaux sous Windows Mobile ce qui ouvre de larges opportunités à Yahoo.

« *Les utilisateurs de Windows Mobile ont tendance à être des consommateurs relativement calés* », a déclaré au cours d'un entretien Ojas Rege, responsable de la division téléphones mobiles de Yahoo.

« *Ils constituent un groupe très intéressant pour la publicité en raison de leur adoption rapide des nouveaux services* », a-t-il expliqué.

Comme Google et Microsoft, Yahoo cherche à sortir du sacro-saint modèle ordinateur/internet. La quête de nouveaux leviers de croissance est aujourd'hui stratégique notamment chez ceux dont la publicité en ligne représente 90% du chiffre d'affaires. Et l'eldorado se nomme mobile.

Yahoo a la conviction que, d'ici 2016, les consommateurs utiliseront davantage ses services sur leur mobile que sur leur ordinateur. « *Relier n'importe quel appareil à internet est la prochaine étape du web. Les consommateurs réclament cette possibilité pour pouvoir emporter avec eux l'information où qu'ils aillent* », a ainsi expliqué le directeur général de Yahoo, Terry Semel.

Sur ce terrain, Yahoo est en passe de s'imposer comme le leader de l'Internet mobile. Outre HTC, il a signé des accords similaires avec Nokia, Motorola, Samsung Electronics, RIM (BlackBerry) et LG Electronics, soit les principaux fabricants de la planète.

Rappelons que Google porte ses services dans les mobiles Motorola, Sony-Ericsson, BlackBerry et BenQ. Microsoft décline au maximum ses services Live, à la fois avec les fabricants (Nokia...) mais aussi et surtout avec les opérateurs comme Orange.

En parallèle, le géant du Web entend développer la publicité mobile afin de monétiser ses services. Le groupe a étendu sa plate-forme Yahoo Mobile Web Service dans 19 pays.

« *Les abonnés pourront cliquer sur des publicités interactives pour obtenir plus d'informations ou appeler directement l'annonceur* », indique Yahoo dans un communiqué. Dans un premier temps, deux formats de publicités sont proposés selon les pays: bannières et liens sponsorisés.

Les premiers clients de cette plate-forme sont : les hôtels Hilton, Intel, Nissan, Pepsi, Procter and Gamble, Singapore Airlines. Les publicités apparaîtront sur la page Yahoo Mobile Web.

Aux Etats-Unis, où la plate-forme est déjà disponible depuis presque un an, Yahoo revendique la place de leader sur le marché de la pub mobile et un modèle économique fondé sur un partage de revenus viable.

Reste une question : les services Web sur mobile parviendront-ils à atteindre un trafic de masse ?

Car aujourd'hui, malgré la multiplication des lancements, l'usage de ces services restent marginales.