

Yahoo et Eurosport lancent un site communautaire européen

Le sport fait partie des contenus les plus consultés sur la Toile. Avec l'organisation prochaine de la Coupe du monde de rugby, le géant Yahoo a décidé de s'associer avec la chaîne de TV Eurosport (TF1) pour créer un site européen communautaire. Le service, aux couleurs des deux marques, sera déployé pour commencer en Allemagne, Italie et Grande-Bretagne. Une première version du site sera lancée au cours de l'année 2007. Il s'agit de proposer un site combinant les contenus de la chaîne spécialisée avec les outils en ligne du géant du Web. *« Les passionnés de sport pourront ainsi partager leurs points de vue et avoir accès aux actualités et informations sportives dans un environnement qui intègre à la fois la qualité des contenus et l'expertise éditoriale d'Eurosport et la force de Yahoo! pour connecter les gens à leurs passions via les communautés en ligne »*, expliquent les deux groupes dans un communiqué. Dominique Vidal, vice-président Europe de Yahoo! déclare : *« Les fans de sports rêvaient d'une telle collaboration. Ensemble, nous sommes en mesure de satisfaire leurs attentes en bâtissant une communauté d'intérêts autour d'un contenu éditorial sans équivalent. Notre collaboration avec Eurosport est un bon exemple de la stratégie de Yahoo!, qui consiste à créer des environnements d'échange en ligne de premier plan. Par ailleurs, plus nous recruterons de passionnés, plus les annonceurs nous suivront. »* *« Nous sommes en train de bâtir une alliance stratégique qui associe les forces d'Eurosport et de Yahoo! pour offrir la meilleure expérience en ligne à l'utilisateur et créer une audience captive et hautement attractive au niveau européen pour les annonceurs »*, commente Laurent Eric Le Lay, p-dg d'Eurosport.

Yahoo a déjà une bonne expérience des événements sportifs. Son portail dédié à la coupe du monde de football de 2006 réalisé en collaboration avec la FIFA a généré 4,2 milliards de pages vues en un mois contre deux milliards lors de la précédente compétition en 2002. Plus de 138 millions de vidéos ont été consultées, notamment grâce à la gratuité des résumés. Plus de 3,5 millions de pages Flickr Photo ont été affichées. Le mobile n'est pas en reste avec 73 millions de visites sur le portail web dédié.