Netsources N° 71

N° et date de parution : 71 - 30/01/2008
Diffusion : 10000
Périodicité : Bimestriel
Page : 6
Netsources_71_6_302.pdf
Taille : 90 %
Site Web : http://www.bases-publications.com

Les parts de marché des moteurs

Béatrice Foenix-Riou

Le marché de la recherche d'information en France est largement dominé par Google qui représentait, d'après le dernier baromètre de Xiti 1ère Position (http://barometre.secrets2moteurs.com/), plus de 90,8 % de parts de visites en décembre 2007, laissant le deuxième moteur – Yahoo! – loin derrière avec un faible 2,9 % !

Dans de nombreux pays européens, Google est ainsi devenu synonyme de "recherche d'information sur Internet" ; mais cette situation n'est – heureusement – pas la même dans tous les pays, et certains moteurs nationaux ont su s'imposer face au géant de Mountain View.

Publié par la société de marketing online e3internet (www.e3internet.com) et disponible gratuitement au format PDF sur son site, le rapport "*Global Search Report 2007*" propose justement un panorama des parts de marché des outils de recherche pour 17 pays. L'étude couvre essentiellement des pays d'Europe de l'Est et de l'Ouest (Bulgarie, Danemark, Espagne, Estonie, Islande, Italie, Pays-Bas, Portugal, République Tchèque, Royaume-Uni, Russie, Slovaquie, Ukraine), et quelques pays d'Asie et du Moyen-Orient (Chine, Corée du Sud, Japon, Israël).

L'étude est réalisée par un réseau de contributeurs et s'appuie le plus souvent sur des statistiques nationales. Ces contributeurs sont généralement des sociétés de référencement ; elles fournissent un bref état de l'art du marché des outils de recherche dans leur pays, et donnent des statistiques sur les parts de marché des acteurs du "search marketing" (liens sponsorisés).

Et l'on découvre avec étonnement que si Google reste leader dans une grande majorité de cas – ce leadership allant toutefois de 97 % pour les Pays-Bas à 47,7 % pour l'Espagne –, certains pays font de la résistance, comme la Chine (Baidu : 55 % vs Google : 21,7 %), la République Tchèque (Seznam.cz : 62,5 % vs Google : 24,7 %), l'Estonie (Netie.ee : 60 % vs Google : 40 %), la Russie (Yandex : 47,5 % vs Google : 25,1 %) et la Corée du Sud (Naver : 72,7 % ; Google absent du trio de tête !).

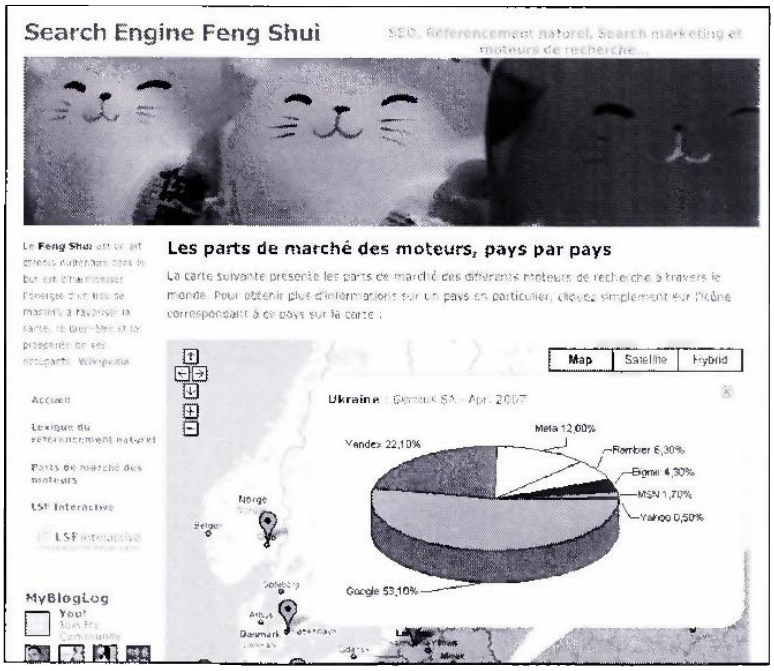
Cette étude, qui a vocation à paraître tous les ans, compte bien doubler le nombre de pays couverts d'ici la prochaine édition.

"Global Search Report 2007"
www.e3internet.com/tools

Pour compléter cette étude, **le blog Search Engine Feng Shui,** réalisé par la société de référencement éponyme, a mis en place en septembre 2007 une application Google Maps permettant de visualiser, pays par pays, les parts de marché des principaux moteurs. Sa couverture s'étend au fil des mois et, si elle ne listait que 12 pays lors de son lancement, elle offre déjà des données sur plus de 28 pays, dont les Etats-Unis, le Québec (Canada), le Brésil et le Mexique, l'Allemagne, la Belgique, la France, la Lituanie, la Norvège, la Pologne et l'Australie.

Pour obtenir les informations il suffit, depuis une carte Google Maps couvrant le monde, de cliquer sur l'icône dans le pays de son choix. Et l'on ouvre dans une fenêtre un diagramme indiquant les parts de marché des différents acteurs.

www.search-engine-feng-shui.com/parts-de-marches/



Copyright (Netsources) Reproduction interdite sans autorisation
LSF NETWORK