

Baidu versus Google sur le marché de la recherche sur Internet en Chine

Description

Le moteur de recherche américain Google ne parvient pas à dépasser les 25 % de parts de marché en Chine. Le géant du Net peine à être peu à peu le marché chinois en multipliant les prises de participation ou les alliances, dans le site communautaire chinois Tianya, dans les portails de Sina ou Tom Online... Rien à faire. Sur le deuxième marché Internet au monde, l'indétrônable s'appelle Baidu avec 58 % de parts de marché et il n'est pas à vendre.

Selon le spécialiste Edward Yu, PDG d'Analysys International, un cabinet de recherche installé à Pékin, le développement de Google pourrait passer par les médias publics comme l'agence de presse Xinhua ou le quotidien *The People's Daily*, à l'instar du groupe News Corp. de Rupert Murdoch qui a conclu un accord avec la télévision d'Etat, China Central Television, pour l'exploitation d'un site Web.

Partout dans le monde, avec l'explosion annoncée du marché de la publicité sur Internet, Google semble prêt à toutes les alliances. Mais en Chine, il agirait plutôt d'un compromis : à quel prix ?

Source :

- « Google se heurte à la Grande Muraille », Bruce Einhorn, *Le Point*, 21 septembre 2007.

Categorie

1. Les acteurs globaux
2. Repères & tendances

date créée

22 septembre 2007

Auteur

française