

# Après la presse, Google se lance dans la pub radio

Google avance doucement ses pions dans le monde du off-line. Le groupe entend capitaliser son expérience et son succès dans le publicité en ligne dans le secteur des médias traditionnels. Histoire de diversifier ses sources de revenus qui dépendent encore aujourd'hui à 99% de la publicité sur le Web.

Ainsi, après la pub pour la presse écrite, Google envisage de s'attaquer à la radio. Le groupe vient de lancer en test aux Etats-Unis un système de distribution automatique d'annonces publicitaires pour les radios. Ce système est issu de la technologie Dmarc Broadcasting rachetée l'an dernier. Le géant aurait déjà convaincu une vingtaine d'annonceurs: Google diffusera leurs pubs dans quelque 730 stations du pays.

Le marché la pub sur ce média atteindra 21 milliards de dollars en 2006.

Prochaine étape pour Google: la télévision. Le groupe explique que son système AdWords pourrait être décliné pour ce marché. Google pourrait également créer des synergies publicitaires avec YouTube star de la vidéo communautaire.