

Après le rachat de DoubleClick, la fronde anti Google s'organise

Le rachat de DoubleClick par Google va-t-il créer une situation dominante sur le marché américain qui pourrait relever des procédures antitrust ?

C'est la question que posent certains acteurs de l'Internet et des médias, parmi lesquels figurent AT&T, Microsoft et Time Warner, qui dans le doute (on imagine leur vision de la chose !) ont interpellé le Département américain de la Justice (*Justice Department*) et la Commission du Commerce (*Federal Trade Commission*).

Ces sociétés, qui pourraient être rejointes par Viacom et Yahoo, pointent la part de marché de Google sur la publicité contextuelle (liens sponsorisés), mais aussi avec le rachat de DoubleClick, sa position qu'ils jugent désormais dominante sur le marché de la publicité en ligne.

Brad Smith, le principal conseiller juridique de Microsoft, affirme qu'ensemble Google et DoubleClick pourraient occuper 80 % de la publicité affichée sur les pages Web. Et Jim Cicconi, vice-président d'AT&T responsable des affaires juridiques, craint que Google ne se soit volontairement inscrit en position dominante ou de contrôle.

Pour faire face à cette levée de boucliers, Google va devoir se soumettre au *Antitrust Improvements Act*, qui prévoit des tests préalables avant l'approbation de l'acquisition par les régulateurs.

Que les trois géants AT&T, Microsoft et Time Warner aient figuré parmi les candidats au rachat de DoubleClick ne change semble-t-il rien à la question? Et pendant la durée de la procédure ils gagnent du temps, car une enquête antitrust prend du temps, plusieurs mois parfois !