

Experian s'offre Hitwise, expert en mesure d'audience

Experian, spécialisée dans le conseil et les analyses de risques financiers et commerciaux à l'intention des entreprises et des particuliers, a annoncé l'acquisition de Hitwise, spécialiste de la mesure d'audience du Web, pour un montant de 240 millions de dollars.

Hitwise assure la collecte et le recoupement d'informations auprès des fournisseurs d'accès à Internet concernant les habitudes d'utilisation et de recherche de plus de 25 millions d'internautes répartis aux Etats-Unis et au Royaume-Uni ainsi qu'en Australie et dans d'autres pays de la zone Asie-Pacifique.

Hitwise utilise une technologie propriétaire pour rendre compte chaque jour de près d'un million de sites Web et vendre ces informations aux sociétés qui utilisent Internet pour commercialiser leurs propres services. Ses **concurrents sont ComScore** ou Nielsen **Net Ratings**.

L'acquisition de Hitwise marque la continuité du repositionnement des activités de solutions marketing d'Experian. Selon la société acquéreuse, les entreprises délaissent les méthodes marketing de masse, c'est-à-dire via des médias bien établis comme l'envoi direct de courrier postal, au profit de solutions marketing plus ciblées grâce aux e-mails, à Internet et aux terminaux mobiles.

« Nous sommes parvenus à repositionner avec succès notre activité solutions marketing afin de répondre aux besoins de nos clients à l'heure où augmentent leurs dépenses publicitaires en ligne », déclare Don Robert, p-dg d'Experian. « Hitwise est une entreprise à succès et à croissance rapide qui offre à Experian de nouvelles données uniques et complète les données, outils et expertise existants que nous offrons déjà à nos clients dans d'autres domaines comme les services de recherche et la distribution d'e-mails ».