

# Google cesse son activité publicitaire sur les ondes

**Google** arrête les frais. Après avoir suspendu son programme publicitaire dans les journaux, le géant de Mountain View met un terme à son programme publicitaire pour les stations radios.

Il y a trois ans, le moteur de recherche, bien conscient de son écrasante domination sur le marché publicitaire du Web, avait décidé d'étendre son champ d'influence, notamment en direction des médias sur les ondes. Google était ainsi devenu propriétaire de dMarc Broadcasting, une société à l'origine d'une plate-forme destinée à gérer l'achat d'espaces publicitaires auprès des radios.

Les revenus n'ont pas été au rendez-vous. D'où la décision de Google de se retirer . Il sera mis fin au service dès le mois de mai prochain. Les 40 salariés concernés par cette décision risquent fort de se retrouver sur le carreau.

*« Alors que nous avons investi des ressources[financières]pour développer ces produits (...), nous n'avons pas obtenu l'impact que nous escomptions », explique Susan Wojcicki, vice-présidente responsable de cette activité chez Google.*

Ce programme publicitaire pour stations de radio avait réussi à fédérer près de 1.600 stations.

Toutefois, Google ne devrait pas totalement abandonné la radio. Le géant devrait employer la technologie acquise par le rachat de dMarc pour développer ses ventes de spots publicitaires sur des 'audiocasts', sur le Web.

L'activité radio du géant n'est pas la seule avoir fait les frais d'un recentrage d'activité vers le Web. Il y a quelques jours, le géant des moteurs de recherche a également fermé son [programme de publicité dans la presse](#).