

# Google s'essaie comme régie publicitaire pour 50 quotidiens US

Décidément, le modèle économique de Google continue de se singulariser.

Après le 'couponing', voici une nouvelle idée. Fort de son volumineux portefeuille d'annonceurs sur le Net -plus de 400.000 ! – le géant de la recherche en ligne a décidé d'inciter ses sponsors à le suivre dans la presse écrite.

Pour commencer, il a réussi à décider une centaine de ses annonceurs publicitaires à l'accompagner sur le papier auprès d'un premier lot de 50 quotidiens américains.

Google ne peut ignorer les 48 milliards de dollars investis chaque année dans les pages publicitaires de la presse américaine.

Le chef de file des moteurs de recherche va donc faire la promotion des journaux partenaires, en proposant une offre avec divers formats publicitaires au choix.