

Microsoft se paye un spécialiste de la pub

TV

Les petites entreprises sont plus que jamais la proie des géants. **Microsoft** a décidé d'acquérir **Navice Networks**, pour un montant non communiqué, rapporte *Boursorama*.

Cette petite société, installée dans le Massachussetts et comptant 82 employés, propose des solutions destinées à optimiser la gestion des encarts publicitaires ciblés et à « mobiliser les téléspectateurs grâce à l'interactivité ».

'HyperCast Network', l'une des solutions proposées par Navice Networks permet à l'utilisateur de gérer, depuis un centre serveur, l'envoi des publicités. **Time Warner** et **Comcast** figurent parmi les utilisateurs de ses applications.

Navice Networks deviendra une filiale à 100% de Microsoft en intégrant la division *Advertiser & Publisher Solutions (APS)*. « Il s'agit avant tout de renforcer notre ecosystem sur un média très important, la télévision. Ce média détient toujours la part du lion dans les budgets publicitaires », assure Scott Fenris dg chez APS.

Avec cette acquisition Microsoft poursuit sa stratégie de rachat d'entreprises. Rappelons que le géant œuvre depuis de longs mois déjà pour rapprocher l'univers des ordinateurs personnels et la télévision. En juin 2007, la firme de Redmond avait lancé une offensive en ce sens. La solution [Mediaroom](#) mise en place à l'époque permettait d'ajouter à la télévision une plate-forme de photos ou de musique – une initiative qui n'a guère rencontré de succès.

Navice Networks pourrait permettre à Microsoft de trouver un second souffle dans cet univers publicitaire, surtout après l'échec de l'acquisition de Yahoo.