

News Corp s'offre une société de publicité en ligne

Strategic Data Corp., un spécialiste du placement de publicités sur internet, va rejoindre le portefeuille de **Fox Interactive Media** (FIM), la division internet de **News Corps**, le groupe du magna de la presse *Rupert Murdoch*.

Les conditions de l'acquisition n'ont pas été dévoilées, mais FIM n'a certainement pas payé le prix qu'il a du verser pour s'offrir **MySpace.com**, le site communautaire phénomène qui pourrait, devrait devenir la vache à lait du groupe !

En effet, si News Corp. a défini très clairement une stratégie internet ambitieuse, il lui manque la validation de sa stratégie. La pépite de Fox Interactive Media est sans nul doute MySpace, encore faut-il que le groupe apporte la preuve de la pertinence de son acquisition et de sa capacité à en faire quelque chose de rentable.

Certes, sur les 39,5 milliards de pages vue de FIM en janvier (source Hitwise), MySpace a capitalisé à lui seul 38,7 milliards, et occupe la première place des sites les plus visités. Mais autant le dire tout de suite, si l'on retire MySpace, la présence en ligne de Fox Interactive Media serait négligeable.

Et avec 125 millions de dollars de revenus au dernier trimestre, une goutte d'eau pour le groupe, on peut légitimement se demander comment et quand FIM va-t-il enfin rentabiliser les 73 millions d'utilisateurs de MySpace ?

C'est dans cette perspective qu'il faut replacer l'acquisition de Strategic Data. News Corp. a offert à sa filiale internet l'outil publicitaire qu'il lui manquait, à l'image des Yahoo, Google ou Microsoft qui disposent en interne d'un outil de ce type, au cœur de leur modèle économique.