

Opera s'offre AdColony, spécialiste de la publicité vidéo mobile

Opera Mediaworks met aujourd'hui la main sur **la régie publicitaire AdColony**, pour un montant de **75 millions de dollars en cash**, agrémenté d'un bonus qui pourra atteindre les 275 millions de dollars, en fonction des résultats de la société au cours des trois prochaines années.

Opera Mediaworks est une filiale d'Opera Software travaillant dans le secteur de la publicité mobile. AdColony est pour sa part un des leaders de la publicité pour les vidéos mobiles. **La vidéo mobile devrait croître de 14 fois d'ici 2018**, et comptera alors pour 69 % du trafic publicitaire sur les terminaux mobiles, explique Opera Software. Un achat stratégique pour la société donc.

La publicité mobile, offre clé d'Opera Software

Avec la mise à disposition gratuite du navigateur web Opera, l'éditeur norvégien a dû trouver **d'autres sources de financement**. La publicité est devenue rapidement un des moteurs économiques de l'entreprise, laquelle dispose d'un large canal de diffusion, via l'intégration de son navigateur au sein de multiples produits embarqués.

C'est dans le secteur de la publicité mobile qu'Opera Software a concentré ses acquisitions. En plus du rachat d'AdColony, nous pouvons en effet noter celui d'AdMarvel (spécialiste de la publicité mobile) en 2010. Voir à ce propos notre précédent article, « [Opera Software se paye un spécialiste de la publicité mobile](#) ».

Crédit photo : © Estima – Fotolia.com

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Le marché des navigateurs web en 2014](#)