

Pub en ligne : Microsoft s'empare d'aQuantive

La guerre pour le contrôle de la publicité sur Internet fait rage, à coups de mega acquisitions. Microsoft annonce ainsi ce vendredi l'acquisition d'aQuantive pour 6 milliards de dollars en cash.

La firme de Bill Gates va payer 66,50 dollars par action, ce qui représente une prime de 85% par rapport au cours de clôture de jeudi.

aQuantive est un véritable poids lourd du secteur de la publicité on-line. Selon le magazine spécialisé Advertising Age, ce groupe est entré en 2007 dans le top 10 mondial des agences de communication tout média confondu avec des revenus de 442 millions de dollars.

Cette acquisition vise à fournir à l'industrie publicitaire une plate-forme de publicité sur Internet de taille mondiale, ainsi qu'un ensemble d'outils et de services, qui permettront à ses acteurs de générer le rendement le plus élevé sur leurs investissements publicitaires, explique Microsoft.

Elle permettra surtout à Microsoft de rattraper ses concurrents qui ont multiplié les acquisitions dans ce secteur.

Fin avril, Yahoo déboursait 680 millions de dollars pour s'offrir 80% de Right Media. La moitié en action et l'autre en cash. Cette entreprise gère une plate-forme d'enchères publicitaire qui permet aux agences d'annonceurs d'acheter un inventaire regroupant les partenaires éventuels.

Quinze jours avant, Google mettait la main sur DoubleClick pour 3,1 milliards de dollars. Un rachat au nez et à la barbe de Microsoft qui a renoncé à racheter DoubleClick quand le prix demandé avait dépassé les 2 milliards de dollars.

DoubleClick possède un large portefeuille de poids lourds comme annonceurs ou de donneurs d'ordres publicitaires et d'éditeurs de contenu en ligne. Parmi ses clients figurent par exemple AOL (Time Warner), ou encore MySpace, le réseau sociétal de News Corp.

L'activité de diffusion de « liens sponsorisés » est devenue une part importante du business, activité qui dépend précisément des requêtes effectuées sur le moteur de recherche.

Rappelons enfin qu'en mai, Microsoft s'est emparé de **ScreenTonic**, le pionnier européen de la publicité sur mobiles.

ScreenTonic apporte à la régie de Microsoft à la fois une plate-forme de publicité mobile, avec ses solutions technologiques, ainsi qu'un réseau de partenaires parmi lesquels figurent des opérateurs télécoms, des annonceurs et des sites éditeurs mobiles.