

Publicité en ligne : nouveau record aux Etats-Unis

La publicité en ligne a atteint des sommets aux États-Unis. Selon *Reuters*, le chiffre d'affaires du secteur a progressé de **25% à 5,2 milliards de dollars au troisième trimestre**.

Les chiffres d'affaires additionnés des neufs premiers mois de l'année 2007 se situent autour de **15,2 milliards de dollars**, soit 26% de mieux que celui de la même période, un an auparavant.

Pour l'**IAB** (Interactive Advertising Bureau) il s'agit ni plus ni moins d'un nouveau record. « *La croissance massive du secteur indique que les vendeurs comprennent et apprécient de plus en plus les avantages de la publicité interactive* », indique Randall Rothenberg, directeur général de l'IAB.

Derrière cette colossale manne, une bataille pour le contrôle du secteur fait rage. Trois géants des NTIC se livrent depuis plusieurs mois déjà une guerre épique dans le but de disposer d'une avance sérieuse dans le secteur.

Pour mémoire, **le rachat de DoubleClick** (3,1 milliards de dollars), un spécialiste de la publicité en ligne, par Google avait provoqué [une levée de bouclier générale, notamment de Microsoft](#). Une vague de protestations qui n'a pas empêché Redmond de se porter acquéreur de aQuantive, pour 6 milliards de dollars et de Screentonic, tous deux acteurs de la publicité en ligne. [Yahoo, loin d'être en reste, s'était offert BlueLithium pour 300 millions de dollars](#). La jeune start-up spécialisée dans le tracking publicitaire faisait office de partenaire idéal pour le moteur de recherche.

Rappelons qu'en France, le marché de la pub en ligne a progressé de **40,1 %** au deuxième trimestre 2007, soit déjà **10,8%** de part de marché. Internet talonne désormais l'affichage qui revendique une part de 11,4% et même la radio qui détient une part de 14,6%.