

Publicité mobile : Microsoft acquiert ScreenTonic

Etre un acteur ambitieux de la téléphonie mobile (avec *Windows Mobile*) et faire migrer son modèle économique en ligne vers la publicité, mais ne pas disposer de solutions publicitaires sur la téléphonie, il y avait un vide dans l'offre de *Microsoft Digital Advertising Solutions*, la régie publicitaire du géant Microsoft.

Un vide que la firme de Redmond vient de combler avec le rachat 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.

« *L'Internet mobile est un moyen extraordinaire pour les annonceurs d'atteindre leur audience. En effet, les téléphones portables permettent d'établir une interaction annonceur/consommateur quelque soit le lieu ou le moment de la journée* », a déclaré Steve Berkowitz, senior vice président de la division services, Internet grand public de Microsoft.

L'acquisition, après l'échec du rachat de DoubleClick que lui a soufflé Google, vient confirmer la volonté de Microsoft de consolider son offre sur la publicité, le nouvel eldorado des géants du numérique.

« *L'acquisition de ScreenTonic s'inscrit dans le cadre d'une stratégie à long terme visant à adapter les messages publicitaires à l'environnement du consommateur* », a confirmé Steve Berkowit.