

# USA : les publicitaires retrouvent le chemin du Net

Selon l'étude d'eMarketer, la publicité en ligne devrait atteindre les 8,4 milliards de dollars en 2004, et enregistrer une progression de 15% par rapport à 2003. En 2000, le chiffre record de 8,1 milliards avait été atteint.

Grand vainqueur et moteur de cette progression record, les liens sponsorisés sur les moteurs de recherche. Les deux grands acteurs Google et Yahoo devraient se partager la plus grande part de cette manne publicitaire, qui pourrait dépasser les 5 milliards de dollars. Une perspective qui explique en grande partie la course au recrutement dans laquelle se sont lancés Yahoo et MSN, le portail Internet de Microsoft. Ces deux acteurs majeurs du Web cherchent à renforcer leurs équipes en recrutant des professionnels de la publicité et en apportant de plus en plus de sophistication à leurs campagnes en ligne. Il reste cependant un grand perdant à cette évolution, la télévision, qui selon Reuters perd régulièrement de l'audience au profit du Web.