

Yahoo débourse 689 M\$ pour détenir 100% de Right Media

Yahoo débourse 680 millions de dollars pour s'offrir 80% de [Right Media](#). La moitié en action et l'autre en cash.

Le CEO de Yahoo, Terry Semel, explique ce choix sur son [» blog »](#) : « *Right Media met en relation les différents acteurs de la publicité en ligne (les annonceurs, les éditeurs, etc..) d'une façon ouverte et efficace. Cet accord va permettre d'améliorer notre propre solution de mise en relation des annonceurs : Panama ad Network.* »

De son côté le patron de Right Media, Michael Walrath considère : « *Il est important de rappeler que cette acquisition ne va pas avantager Yahoo sur le marché ouvert qu'incarne la solution Right Media Exchange. D'ailleurs, le fait qu'Exchange reste une division indépendante de Yahoo permet de le garantir.* »

Rappelons que Right Media gère une plate-forme d'enchères publicitaires qui permet aux agences d'annonceurs d'acheter un inventaire regroupant les partenaires éventuels.

Environ 20.000 acheteurs et vendeurs exploitent cet outil, soit un volume estimé à quelque 4 milliards de parutions de publicité sur la Toile.

Cette opération illustre une fois encore la concentration du marché juteux de la publicité en ligne. Rappelons que Google s'est offert DoubleClick pour plus de 3 milliards de dollars.

Elle permet donc à Yahoo de se rapprocher un peu de Google alors que sa plate-forme publicitaire maison, Panama, semble avoir quelques retards à l'allumage.