

# Yahoo s'offre un nouveau réseau de publicité en ligne

Confronté à un réel malaise financier qui le pénalise face à son concurrent Google, le portail Internet Yahoo cherche dans la croissance externe un remède au mal qui le mine.

Après l'acquisition voici quelques mois de la solution d'échanges de publicités en ligne Right Media, pour 700 millions de dollars, et la multiplication des accords de distribution de ses liens sponsorisés sur des sites partenaires – comme eBay, Comcast ou des centaines de journaux en ligne -, Yahoo annonce une nouvelle acquisition.

Le portail a investi 300 millions de dollars en 'cash' pour s'offrir la start-up BlueLithium (âgée de trois ans), dont le réseau publicitaire en ligne dispose d'une perle, une technologie de 'tracking' qui identifie les internautes en les accompagnant de site en site afin d'afficher des publicités qui répondent à leurs centres d'intérêt.

Une technologie de 'tracking' qui vient compléter celle déjà déployée par Yahoo sur Yahoo Mail et ses 250 millions d'utilisateurs.

BlueLithium et ses 1.000 sites clients 'invités' est classé par comScore à la cinquième place des réseaux publicitaires en ligne aux Etats-Unis et la seconde place en Grande-Bretagne.

Cette nouvelle acquisition participe à la consolidation du secteur autour de ses trois grands acteurs, Google qui s'est emparé de DoubleClick pour 3,1 milliards de dollars, Microsoft qui a récemment acquis eQuantive pour 6 milliards, et Yahoo. On notera également qu'un autre dinosaure du Web, AOL, a également annoncé son projet d'acquérir une société similaire, Tacoda, pour 275 millions de dollars.

Les marchés ne manqueront pas non plus de souligner que cette acquisition est la première depuis que Jerry Yang, cofondateur du portail, a destitué Terry Semel de la tête du groupe et pris sa place?