

# 2 avril 2009 – Challenges N° 162

Les lobbys de la télévision et de la presse s'intéressent beaucoup à un nouvel outil, **Alenty**, qui mesure l'affichage « actif » d'une publicité sur le Web. Le temps d'exposition aux yeux de l'internaute serait supérieur de 50% sur les sites médias.