

Ebay fait campagne...à la télévision

Curieuse inversion des rôles que propose le poids lourd de la vente en ligne. **Ebay s'apprête à effectuer sa première campagne de publicité à la télévision française.**

Mais le site d'e-commerce ne va pas faire de la pub pour lui même mais pour ses membres vendeurs... Calquée sur son modèle commercial, la manoeuvre montée avec **Euro RSCG** consiste à proposer à la vente aux enchères un espace de publicité. Les membres peuvent enchérir et proposer la somme la plus élevée en vue d'acquérir l'espace pour un spot de pub vantant le produit ou service qu'ils vendent. « *Les spots mis à prix à 1 euro atteignent aujourd'hui 3.000 euros* », explique à Silicon.fr Cédric Mathorel, directeur marketing eBay France.

L'acquéreur de la plage de publicité disposera **d'une plage publicitaire de 30 secondes** pour faire la promotion de son produit. L'exposition sera double. Le produit montré à la télévision sera en même temps visible sur le site. La réalisations de la publicité sera confiée à des professionnels, histoire d'éviter l'effet « *films faits à la maison* », selon les termes d'eBay.

Pour autant, les enchères pour ces espaces pub n'iront pas droit dans le portefeuille d'eBay. Pas question pour la marque de se rembourser les sommes investis dans l'achat des espaces publicitaires et les tournages.

« *L'argent recueilli dans le cadre des enchères sera reversé à 'Planète urgence'*(ndr: une association humanitaire). *Notre retour sur investissement se fera plutôt sur l'établissement de la marque et la croissance du trafic* », explique Cédric Mathorel.

En fait, selon eBay, le véritable bénéficiaire reste le client. Pour le directeur du marketing, « *ce sont les millions de membres d'eBay qui font notre richesse* » .

Pourtant, il faut rappeler que la vente en ligne malgré sa croissance constante, rencontre toujours des résistances chez certains. La diffusion d'un *spot* publicitaire peut bien évidemment rassurer les plus frileux.

La nouvelle campagne d'eBay vise aussi à créer une proximité, en même temps qu'une campagne « *interactive* ». Ebay devrait démarrer fort. Pas moins de 10 publicités devraient être réalisés en une semaine dans des locaux réservés à cet effet, en banlieue parisienne. Le leader de l'e-commerce, fort de ses 10 millions de membres en France tient aussi à innover.

« *Avec cette campagne, nous faisons ce que nous savoir faire le mieux : innover. Nous avons inventé une manière de faire de la publicité: **la publicité 2.0*** » (ils commencent à nous énerver avec leurs 2.0 à toutes les sauces, NDLR).

Le fait, loin d'être anecdotique démontre qu'à l'heure de la montée en puissance de la publicité en ligne, la télévision n'a rien perdu de son pouvoir d'attraction. La diffusion devrait débuter le 12 novembre.