

Facebook met la main sur LiveRail, spécialiste de la publicité vidéo

Le champion des réseaux sociaux **Facebook** annonce aujourd'hui l'acquisition de **LiveRail**, société spécialisée dans la publicité présente au sein de vidéos diffusées sur Internet. Le montant de ce rachat n'a pas été communiqué.

En mars, Facebook avait commencé à permettre la diffusion de courtes vidéos publicitaires sur son site. Un mouvement qui reste actuellement limité. De fait, si les vidéos publicitaires sont vendues plus cher (et génèrent donc plus de revenus pour Facebook), elles demeurent plus intrusives que les bannières classiques et sont donc souvent mal acceptées par les internautes.

Avec LiveRail, Facebook va pouvoir affiner son expertise dans ce domaine en proposant **des publicités mieux ciblées**. Un meilleur ciblage semble être au cœur des dernières annonces de la firme américaine. Voir à ce propos notre précédent article « [Facebook ciblera ses publicités en fonction de l'historique de navigation](#) ».

Notez également que les technologies de LiveRail sont utilisées chez de nombreux grands médias (dont **en France le site Dailymotion**). Avec ce rachat, Facebook devrait ainsi être en mesure d'étendre la portée de ses activités.

Acquisitions en série

Facebook n'est pas le seul acteur du web à se renforcer dans le secteur de la publicité. Il y a quelques jours, nous vous signalions le rachat par Twitter de TapCommerce, qui agit dans le secteur de la publicité mobile et du reciblage publicitaire (voir « [Twitter se renforce dans la publicité mobile avec TapCommerce](#) »).

La semaine passée, Opera Mediaworks mettait la main sur AdColony, une société qui travaille également dans le secteur de l'insertion de publicités au sein de vidéos, mais dans le monde mobile cette fois-ci (voir « [Opera s'offre AdColony, spécialiste de la publicité vidéo mobile](#) »).

Crédit photo : © Chris Preimesberger – eweek.com

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Les secrets des noms des grandes firmes de l'IT](#)