

Google voudrait glisser ses pubs dans les jeux vidéo

Une nouvelle rumeur... qui n'en est pas vraiment une ! Le buzz enfle en effet autour de l'arrivée des pubs gérées par Google dans les jeux vidéo, après le Net, les journaux papier, les radios et les smartphones.

Une rumeur qui n'en est pas une, car Google est déjà présent sur ce marché depuis le rachat en février dernier de AdScape, une start-up justement spécialisée dans la publicité intégrée aux jeux vidéo.

Et il n'est pas le seul à s'y intéresser. Microsoft a également acquis une start-up spécialisée dans ce domaine, Massive, afin de proposer et contrôler les publicités qui seront placées sur ses jeux sous Windows et sur sa console Xbox 360. Pour Microsoft, il s'agit principalement de renforcer le modèle économique de sa plate-forme de jeu en ligne Xbox Live. Sony, qui fabrique et distribue les déclinaisons de la console de jeu PlayStation, a annoncé le mois dernier la création d'une division dédiée à l'intégration dynamique et en ligne de publicités dans ses jeux. Nintendo, qui propose également sur sa console Wii la connexion Internet, n'est certainement pas loin lui non plus !

Mais revenons à Google. La rumeur évoque l'annonce prochaine par le moteur de l'adaptation de sa plate-forme publicitaire aux jeux vidéo. Les éditeurs pourraient intégrer une routine de mise à jour en ligne des publicités, non disruptive afin de ne pas risquer de toucher à l'expérience du joueur.

Les premiers annonceurs concernés pourraient être les industriels du secteur de l'automobile, dont les pubs envahissent déjà les bordures des pistes des jeux de pilotage, sans pour autant être véritablement intrusives puisqu'elles sont déjà présentes dans la réalité et s'inscrivent dans le contexte de ce type de jeu.

Interrogé, Google n'a pas confirmé la rumeur d'un lancement prochain, mais il a confirmé en revanche qu'il s'y intéresse et qu'il teste actuellement des solutions afin de déterminer la meilleure approche du marché de la pub sur les jeux vidéo.