

Publicité vidéo : Amazon teste des spots dans son appli iOS

Super puissance du commerce en ligne, Amazon veut profiter de son leadership pour renforcer sa position sur le marché de la publicité.

Selon les informations de [Bloomberg](#), elle teste depuis plusieurs mois déjà dans son application mobile pour iOS un format de publicité vidéo qui s'affiche dans les résultats lorsqu'un client effectue une recherche.

Un emplacement de tout premier choix pour les annonceurs qui peuvent cibler un acheteur potentiel déjà captif. D'après les sources anonymes citées dans l'article, une version Android serait également en préparation.

Publicité vidéo : un marché de 16 milliards \$

Actuellement, [Amazon](#) vend des publicités sous forme de logos de marques, photos de produits et des descriptions équivalentes à des panneaux publicitaires.

L'ajout des vidéos publicitaires ouvrirait d'importantes opportunités de revenus.

D'après les chiffres de eMarketer cités par Bloomberg, les marques dépenseront près de 16 milliards \$ en publicité vidéo sur mobiles cette année, soit 22,6 % de plus par rapport à 2018.

Amazon aurait fixé un tarif de 35 000 dollars pour diffuser les spots à 5 cents par vue pendant 60 jours.

Mais, précise Bloomberg, les prix peuvent varier selon la catégorie et tout le monde ne paiera pas un taux fixe.