

Amazon Prime Video : la conquête des abonnés par le sport

Le 21 mars dernier, Amazon et la NFL ont annoncé la conclusion d'un accord record de diffusion de la ligue de football américain sur Prime Video pour 10 ans sur le territoire américain. En multipliant par dix son investissement, la firme de Jeff Bezos montre sa volonté de devenir un acteur majeur du streaming sportif. Elle possède déjà plusieurs compétitions premiums dans les marchés audiovisuels les plus importants. A l'inverse, Facebook ne reconduit pas ses diffusions sportives à l'international, et cherche à faire émerger un nouveau modèle pour ces retransmissions.

L'ESSENTIEL

- Amazon a signé avec la NFL un accord de diffusion sur 10 ans du championnat de football américain pour un montant évalué à 1 milliard de dollars par saison

- En Europe et en Inde, Amazon Prime Video continue son offensive d'acquisition de droits premiums en exclusivité, en visant les sports les plus populaires pour chaque pays.

-Au total, le groupe compte 9 compétitions premiums réparties dans 6 territoires

- De son côté, Facebook a abandonné la diffusion de La Ligue des Champions et de La Liga en Amérique du Sud et en Inde, et désire bousculer le modèle traditionnel de diffusion sportive

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter