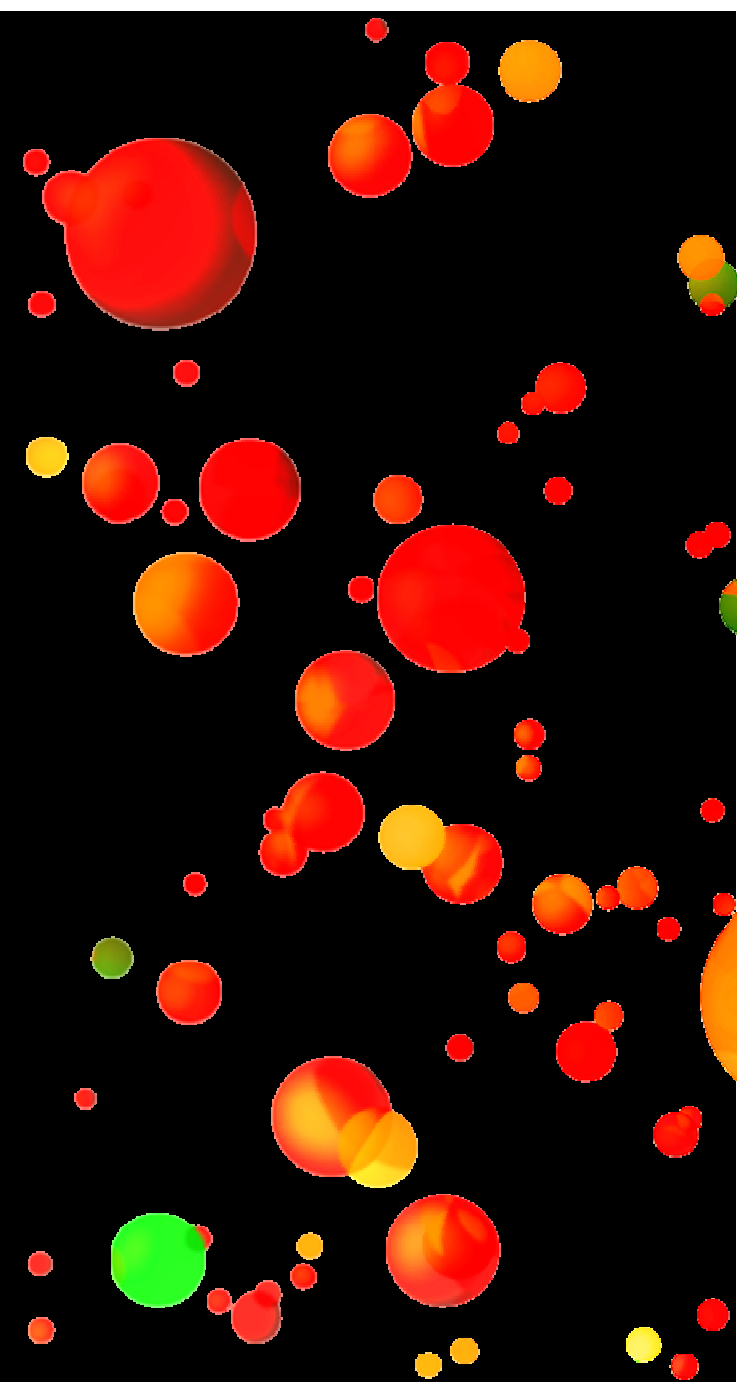


KANTAR MEDIA

BAROMÈTRE INTERNET

1er semestre 2010 vs 2009

23 July 2010



LA MESURE DU MEDIA INTERNET UN PARTENARIAT IAB-SRI-KANTAR

PÉRIMÈTRE DE LA PIGE KANTAR MEDIA SUR LE WEB

– Tous les formats display incluant :

- bannières
- liens contextuels sponsorisés ou liens commerciaux, hors liens recherche
- intégration de contenu (contenu éditorial payant d'un annonceur hébergé sur un site de façon temporaire et sa promotion)
- sponsoring de rubriques
- formats publicitaires sur newsletters
- streaming vidéo
et toute autre opération spéciale de visibilité publicitaire.

– Investissements bruts

UNE NOUVELLE MÉTHODOLOGIE DEPUIS **JANVIER 2010**

Les **avantages** de la nouvelle approche

- Mieux **rendre compte** de la hiérarchie des annonceurs.
- Mieux **valoriser** les différents modes de vente (cpm-cpc).
- Mieux **positionner** le media internet dans le paysage plurimedia.

Une **approche adaptée** aux deux principaux modes de vente du display

- **vente au CPM** :
les plaquettes tarifs ne sont plus la seule et unique base de référence.
les régies revalorisent les campagnes en partant de la valeur nette
mais en plafonnant le taux de négociation à 90% (capping).
- **autres modes de vente** :
les régies revalorisent les campagnes en partant de la valeur nette x2

LA MESURE DU MEDIA INTERNET – UN PARTENARIAT IAB-SRI-KANTAR

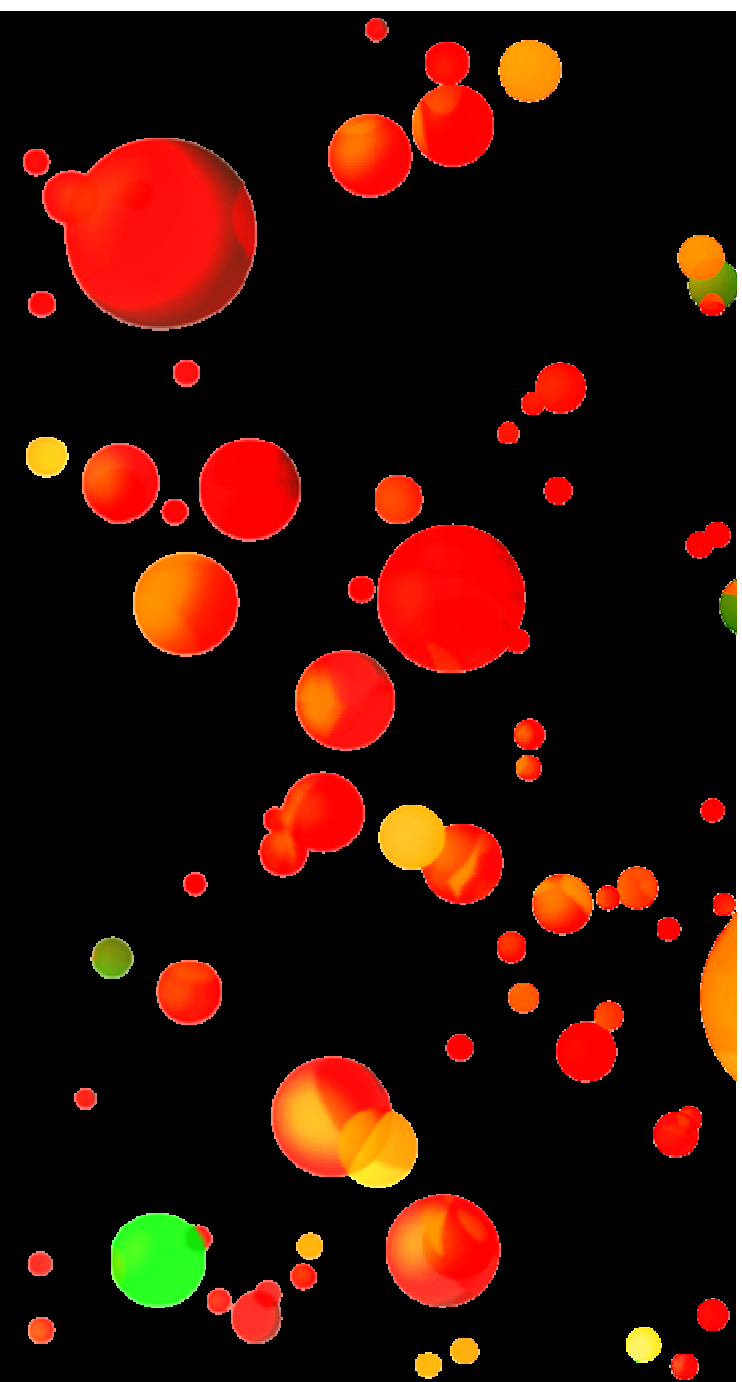
UNIVERS INTERNET : 40 RÉGIES DÉCLARANTES EN 2010 (987 SITES)

- | | | | |
|------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------|
| - 01 RÉGIE | - CARADISIAC | - HORIZON MEDIA | - PAGES JAUNES |
| - 20 MINUTES | - DAILYMOTION | - I REGIE | - PRISMA PRESSE |
| - 24/7 REALMEDIA | - DOCTISSIMO | - INTERPSYCHO | - REGIES OBS |
| - AD MAJOREM | - ECHOS MEDIAS | - KDP GROUPE | - SENIOR PLANET |
| - ADVERLINE | - ESPACES LIBERATION | - LA TRIBUNE | - SPRINGBIRD |
| - ALLOCINE | - EXPRESS ROULARTA | - LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE | - TF1 PUBLICITE |
| - AMAURY MEDIAS | - FIGAROMEDIAS | - M6 PUBLICITE | - YAHOO! |
| - AUFEMININ | - FRANCETELEVISIONS PUB | - MICROSOFT ADVERTISING | |
| - BENCHMARK | - GMC CONNECT | - MISTRAL MEDIA | |
| - BOURSORAMA | - GPE INDUSTRIE SERV. | - NRJ GLOBAL | |
| - CONDENAST | - HI MEDIA | - ORANGE ADVERT. NETWORK | |



1.0

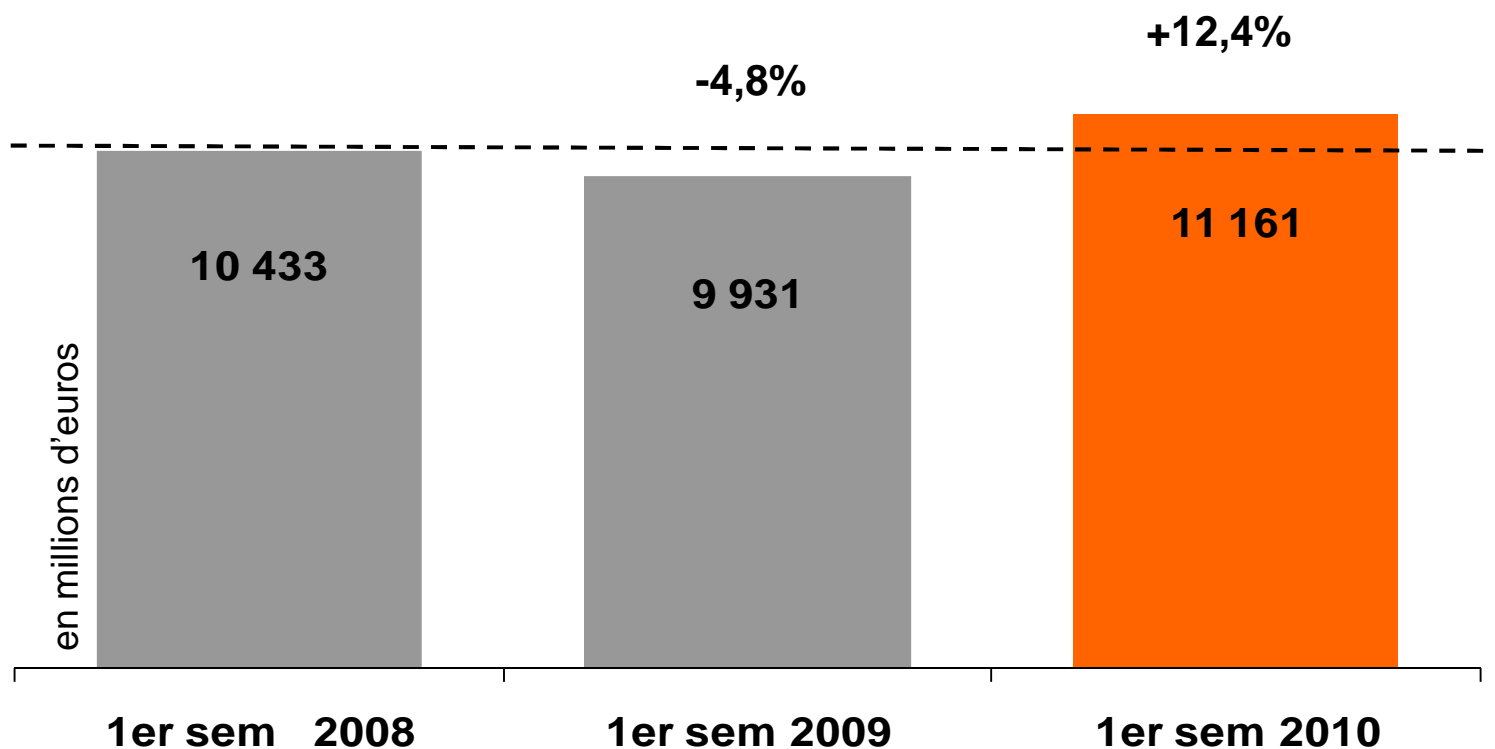
Tendances du marché



BAROMÈTRE INTERNET

UNE REPRISE DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES

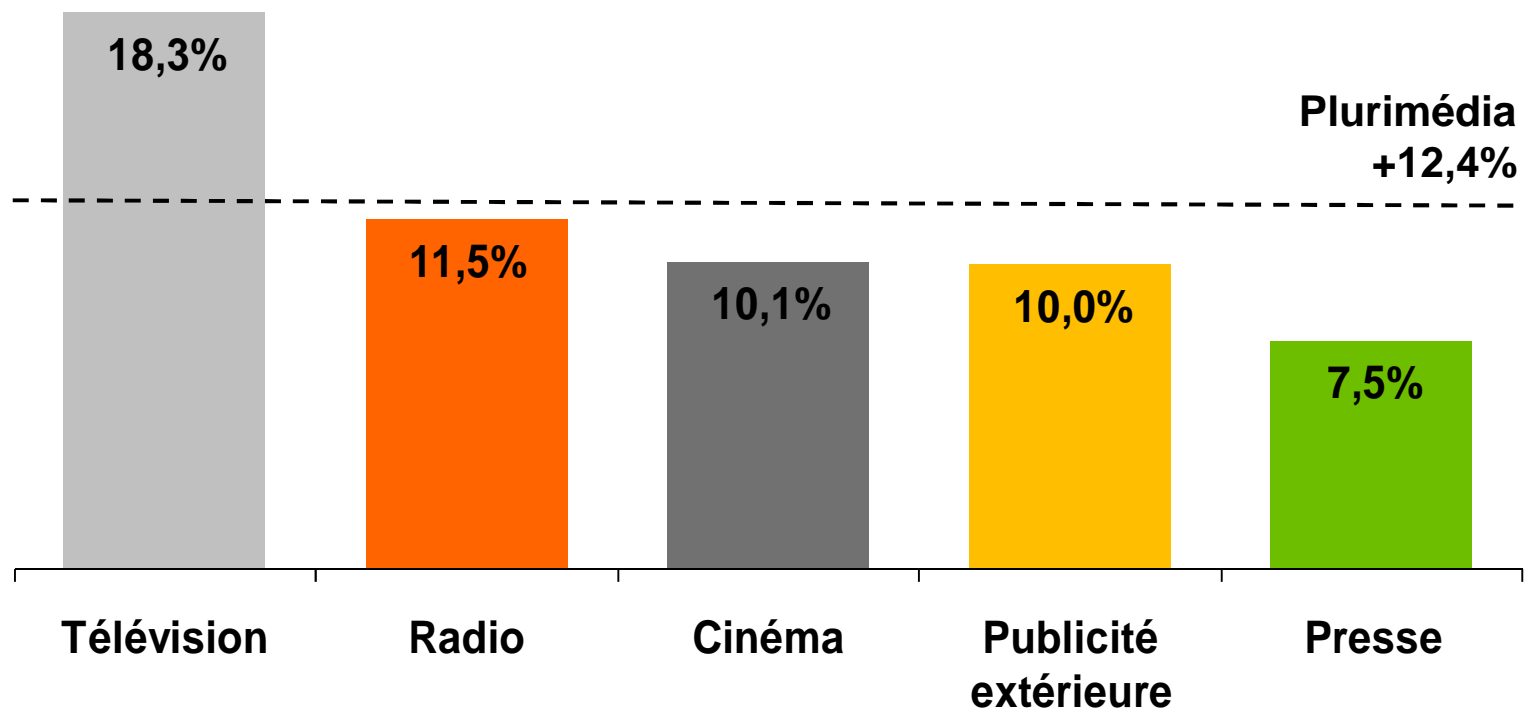
Evolution des investissements publicitaires plurimédias (hors internet)



BAROMÈTRE INTERNET

LES MÉDIAS RETROUVENT UNE DYNAMIQUE POSITIVE

Evolution des investissements publicitaires 1^{er} semestre 2010 vs 1^{er} semestre 2009 (hors internet)



BAROMÈTRE INTERNET

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR INTERNET

1^{er} semestre 2010



1,550

milliards d'euros

* Format display hors search

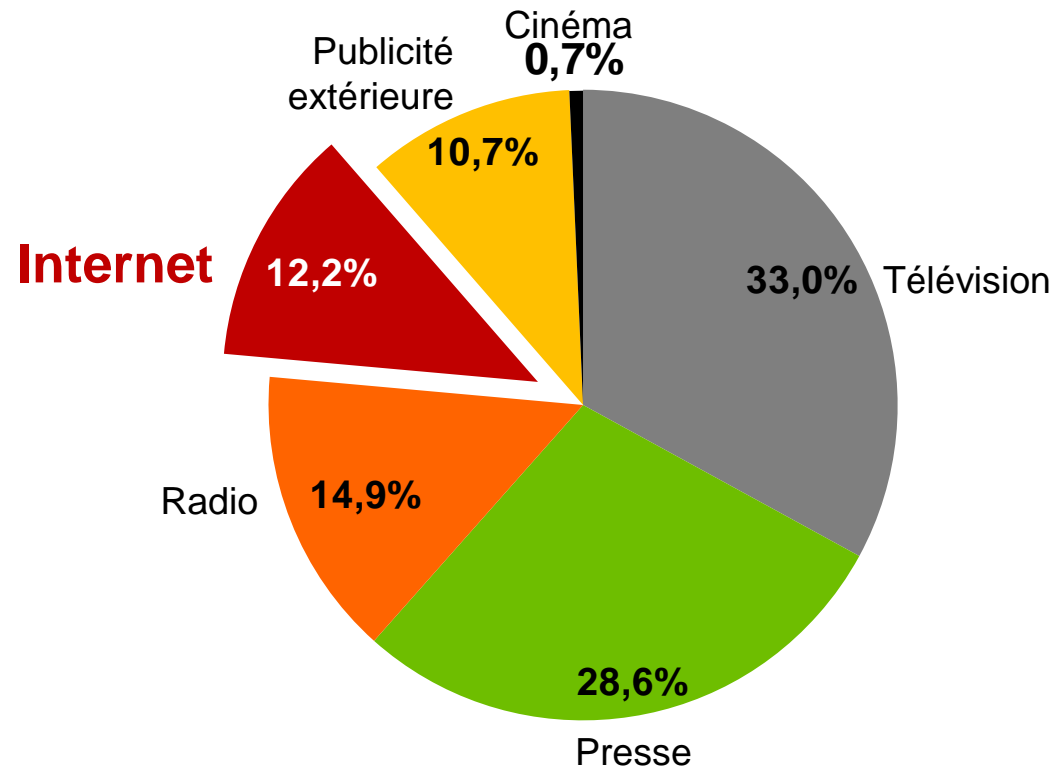
iab.
france

SRI
SYNDICAT
DES RÉGIES
INTERNET

BAROMÈTRE INTERNET

LE MÉDIA INTERNET REPOSITIONNÉ

Répartition des investissements publicitaires par média – 1^{er} semestre 2010

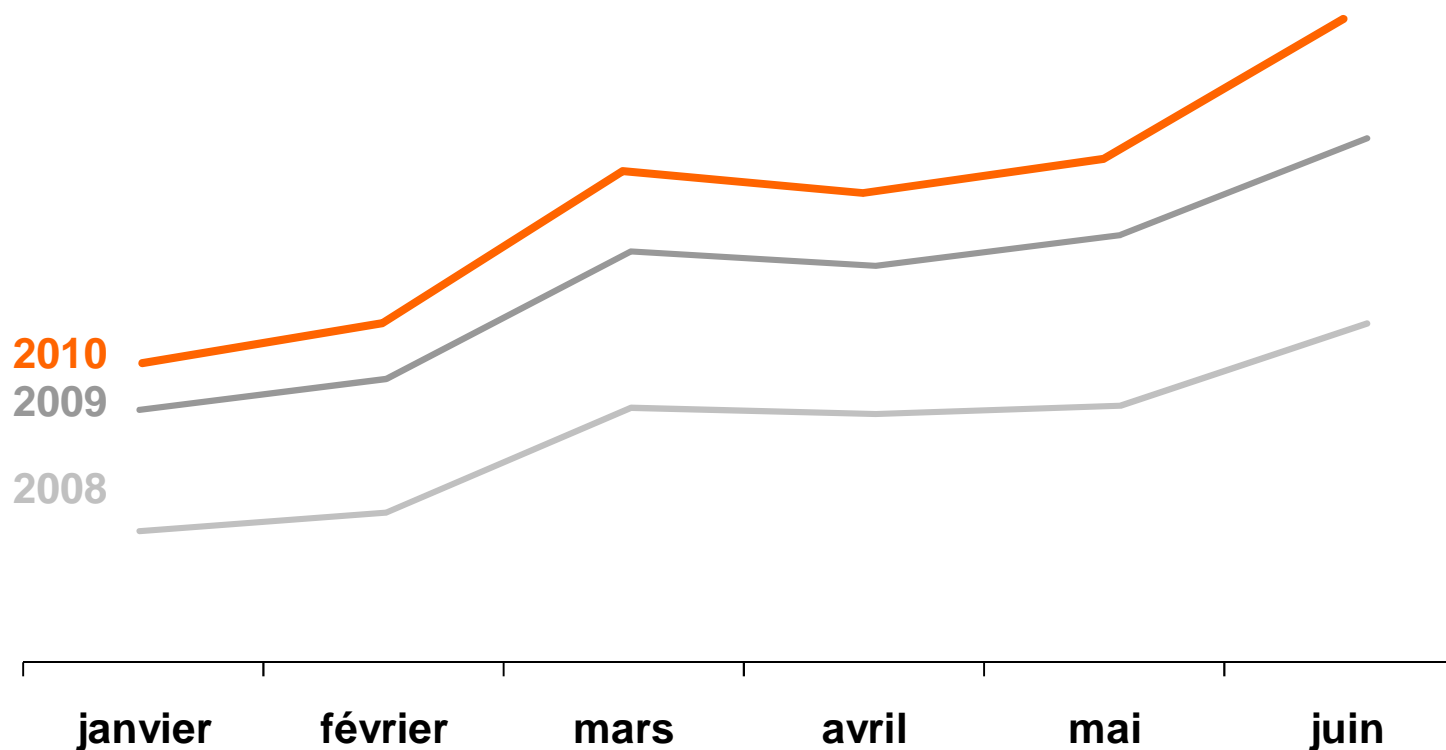


Internet: Format display hors search

BAROMÈTRE INTERNET

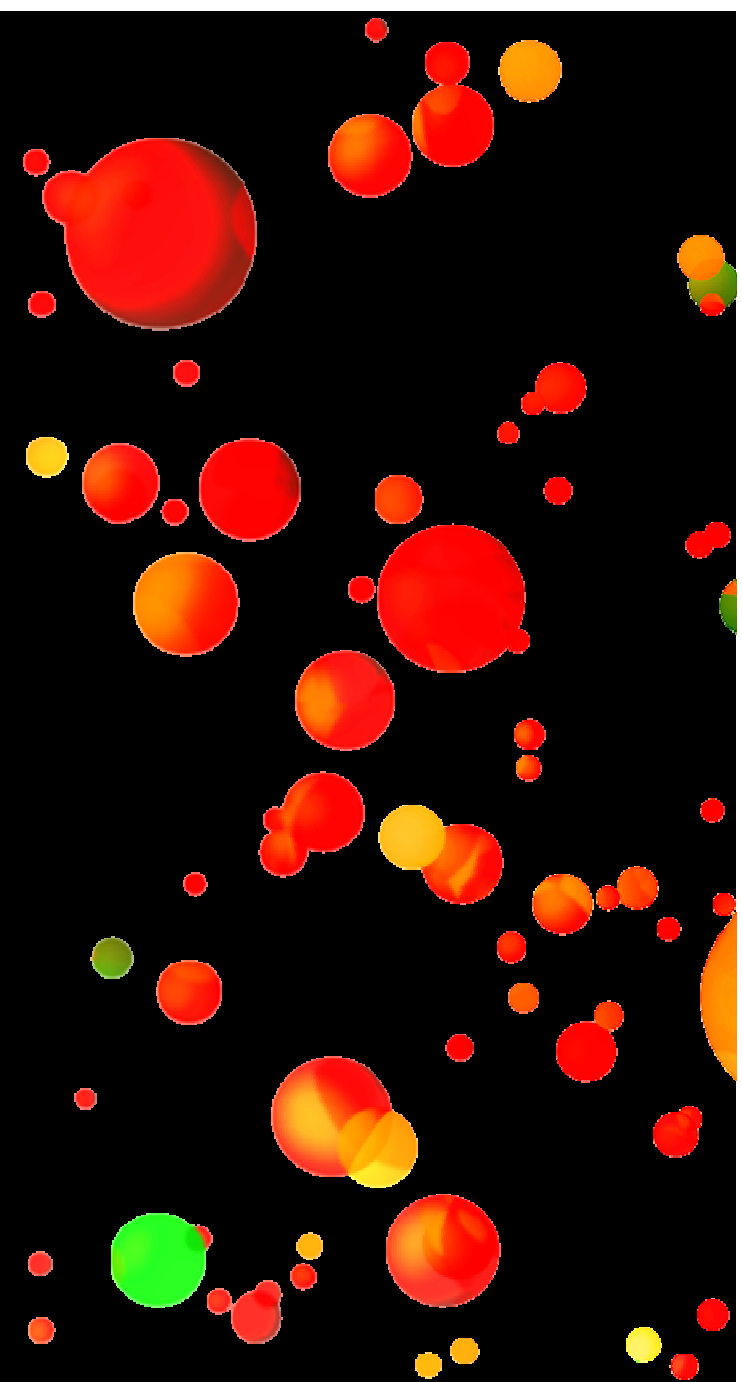
JUIN 2010, UN MOIS DE COUPE DU MONDE ET D'OUVERTURE DES PARIS EN LIGNE

Saisonnalité des investissements publicitaires en millions d'euros – 1^{er} semestre 2010



2.0

Evolution du portefeuille
d'annonceurs internet



BAROMÈTRE INTERNET

UN REFERENCEMENT D'ANNONCEURS ELEVE

1^{er} semestre 2010



3 455

annonceurs

(univers constant vs 1^{er} semestre 2009)

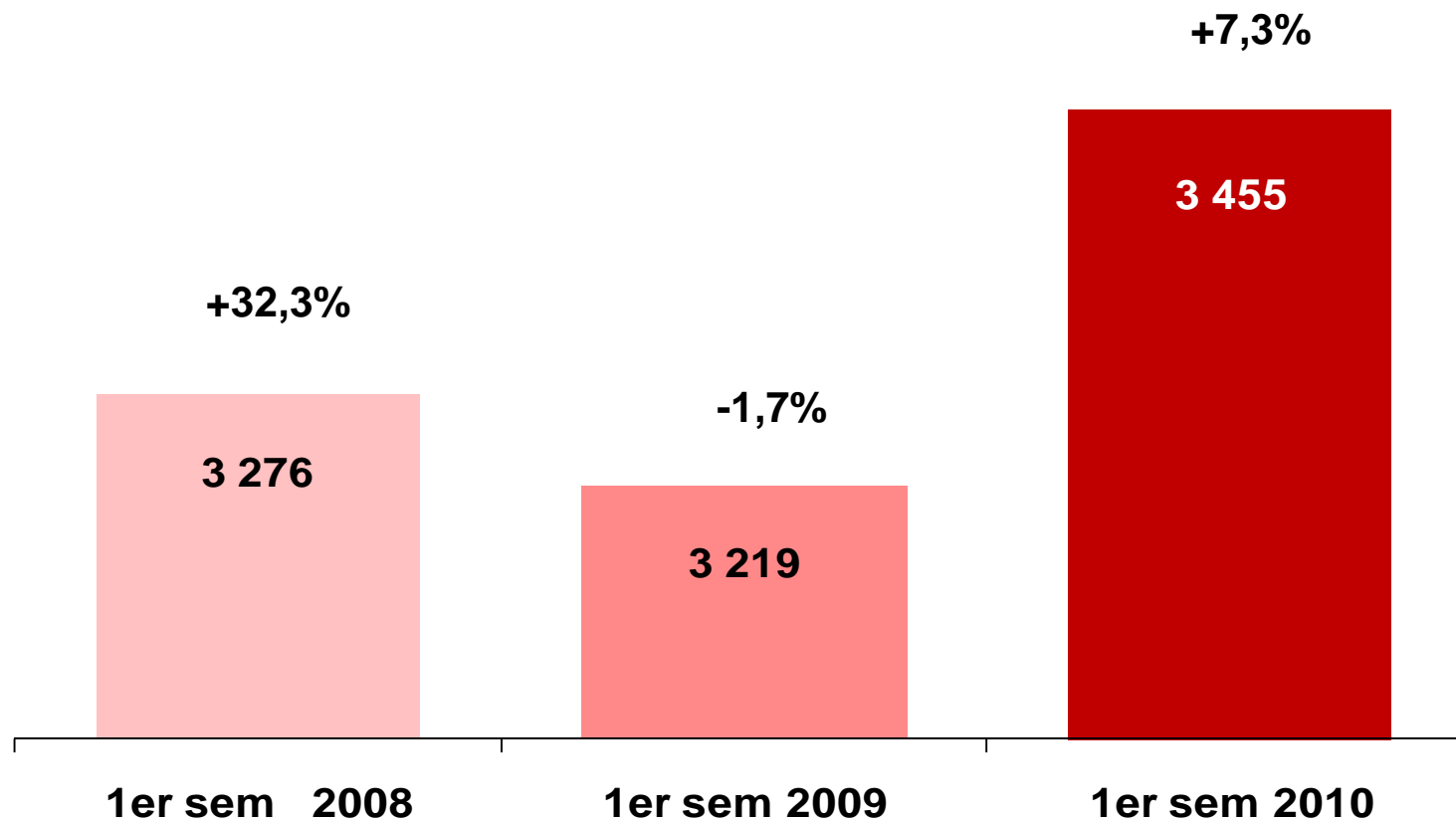
iab.france

SRI
SYNDICAT
DES RÉGIES
INTERNET

BAROMÈTRE INTERNET

UN PORTEFEUILLE D'ANNONCEURS À NOUVEAU EN DÉVELOPPEMENT

Evolution du nombre d'annonceurs



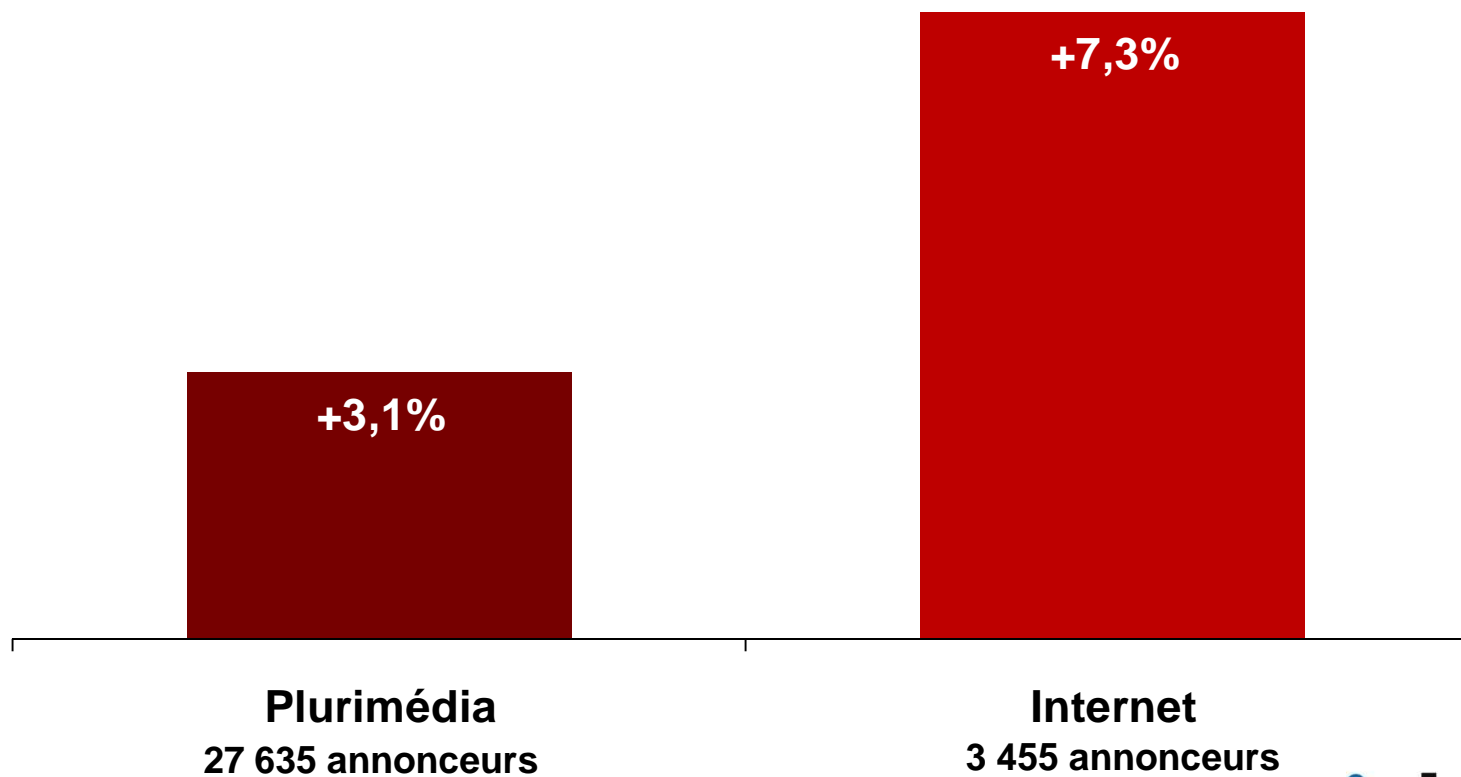
iab.
france

SRI
SYNDICAT
DES RÉGIES
INTERNET

BAROMÈTRE INTERNET

UNE CROISSANCE SUPERIEURE À LA MOYENNE DU MARCHÉ

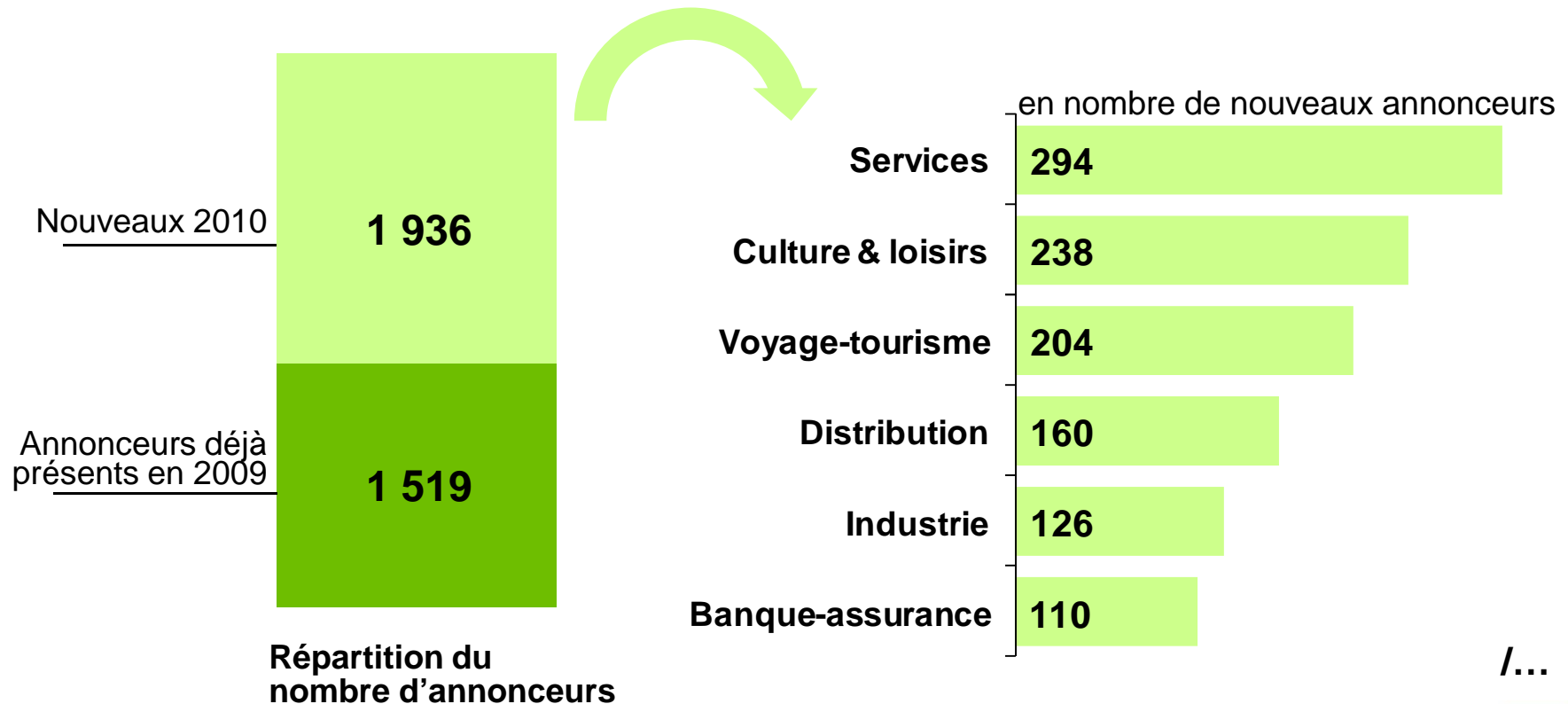
Evolution du nombre d'annonceurs – 1^{er} semestre 2010 vs 2009



BAROMÈTRE INTERNET

PLUS D'UN ANNONCEUR SUR 2 EST NOUVEAU

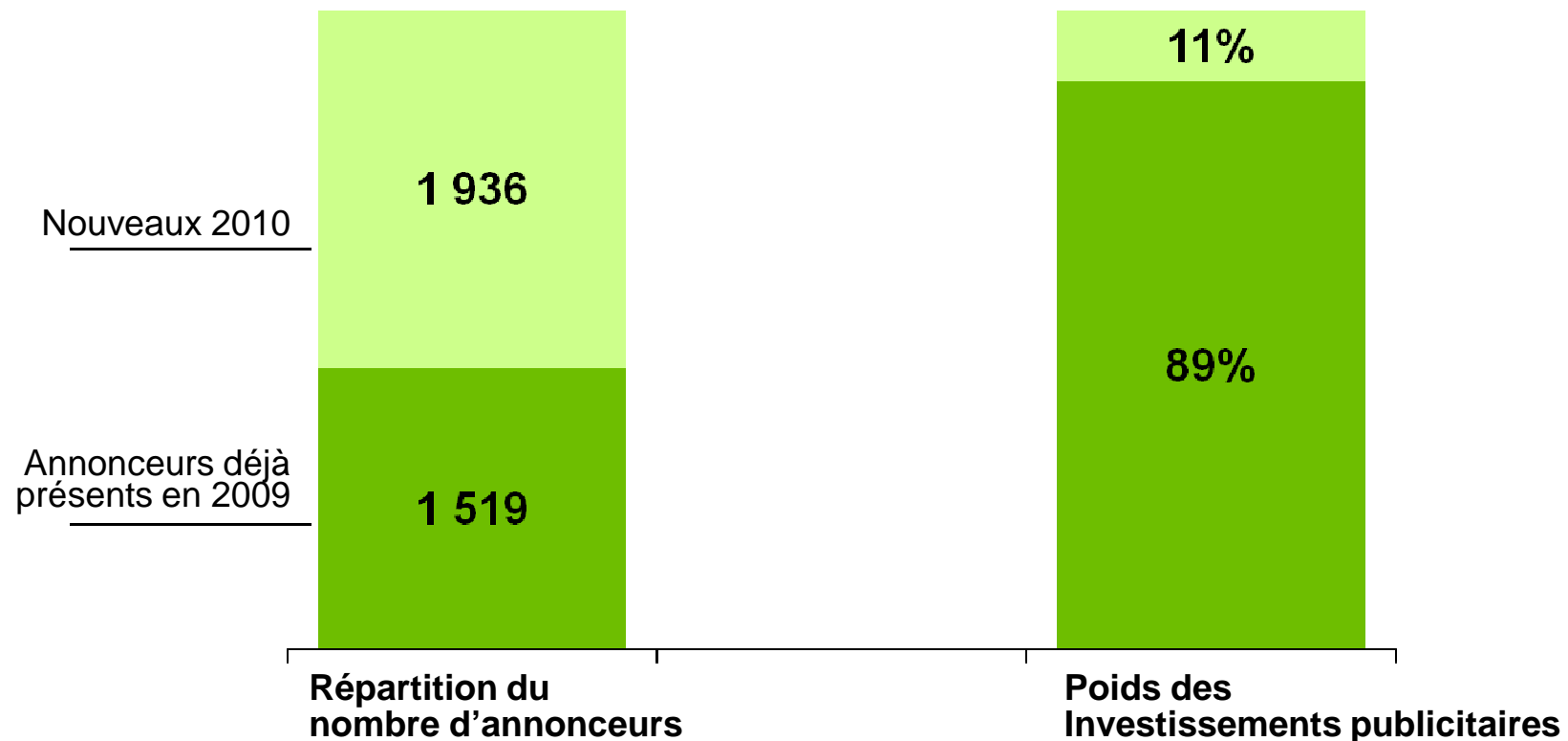
Répartition du nombre d'annonceurs – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

LES « ANNONCEURS FIDÈLES » REPRESENTENT PRES DE 90% DES INVESTISSEMENTS

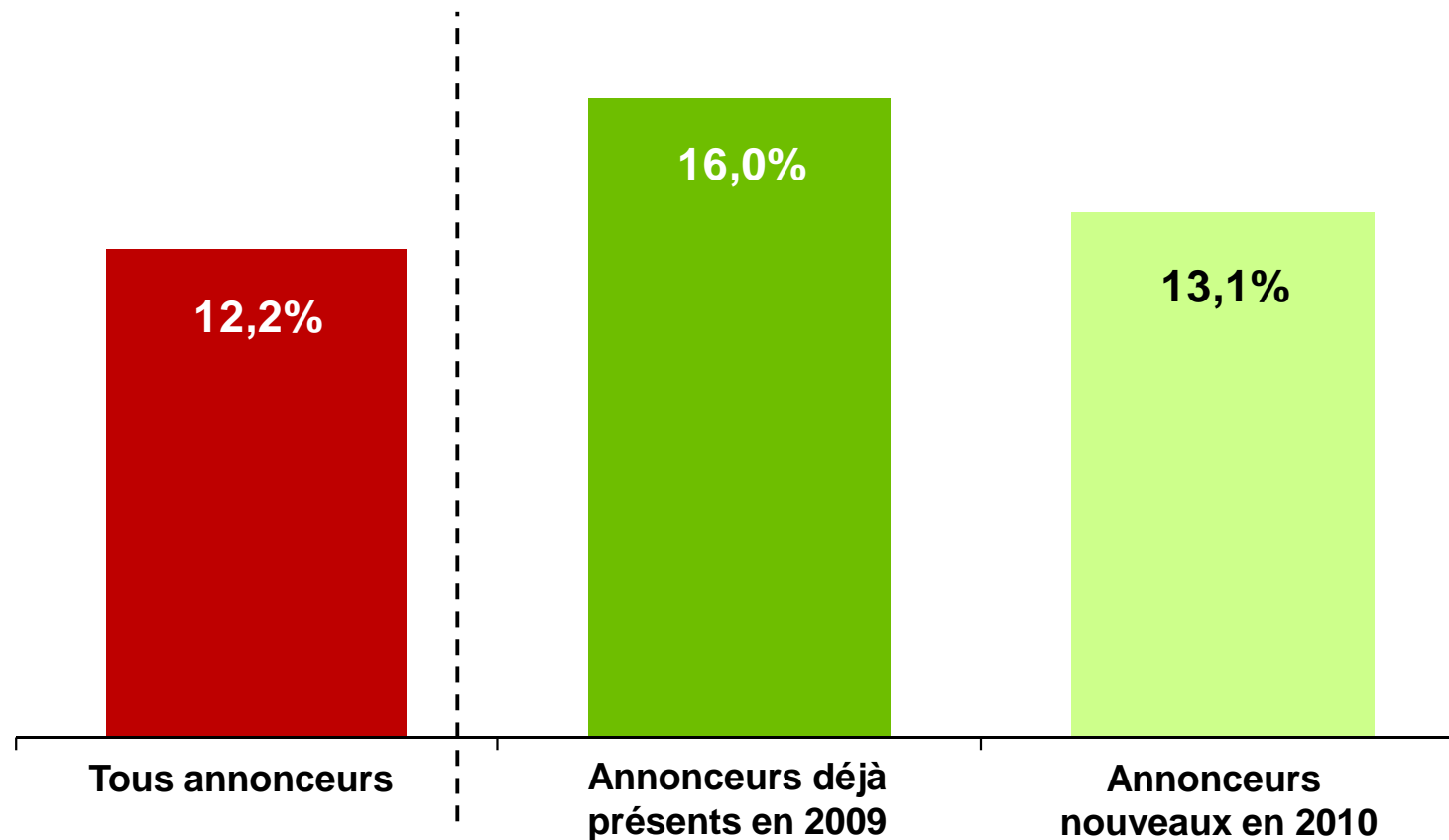
Répartition du nombre d'annonceurs et des investissements publicitaires – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

LES « ANNONCEURS FIDÈLES » SUR-INVESTISSEURS DU MÉDIA

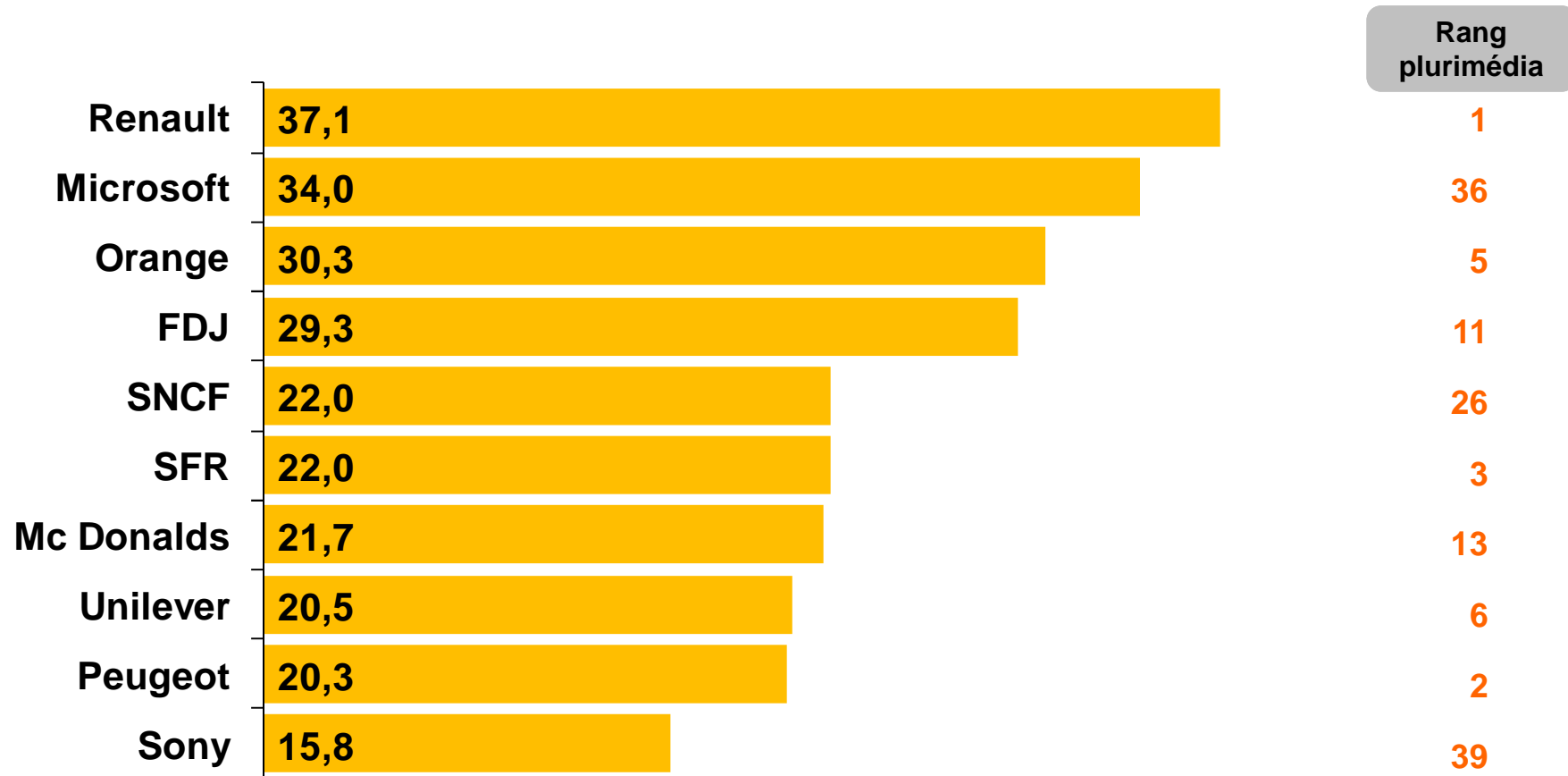
Part de marché internet vs plurimédia – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

RENAULT, LEADER SUR LE WEB ET SUR LE PLURIMEDIA

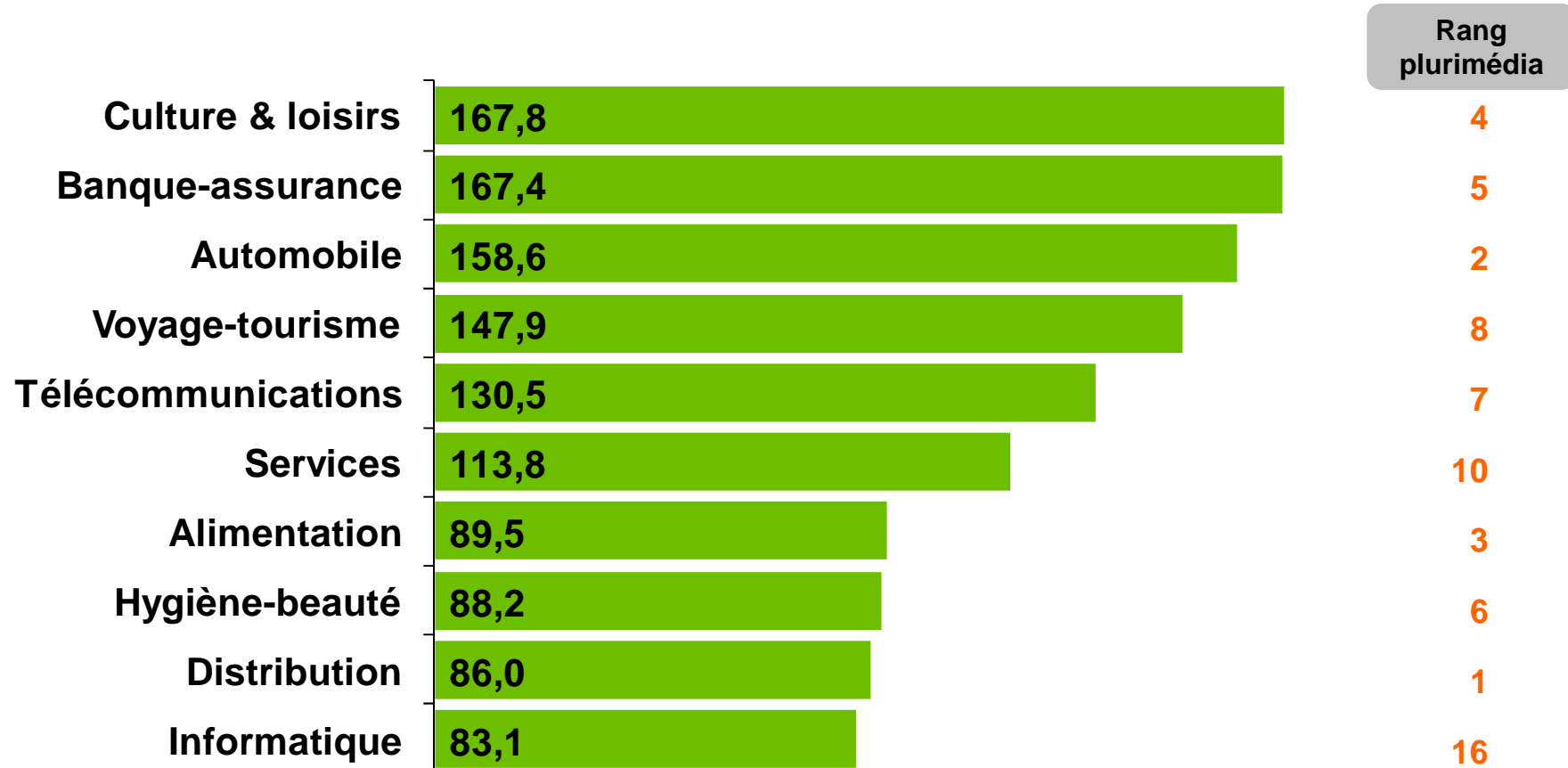
Top annonceurs internet en millions d'euros – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

TOP 10 DES SECTEURS ANNONCEURS SUR LE DISPLAY

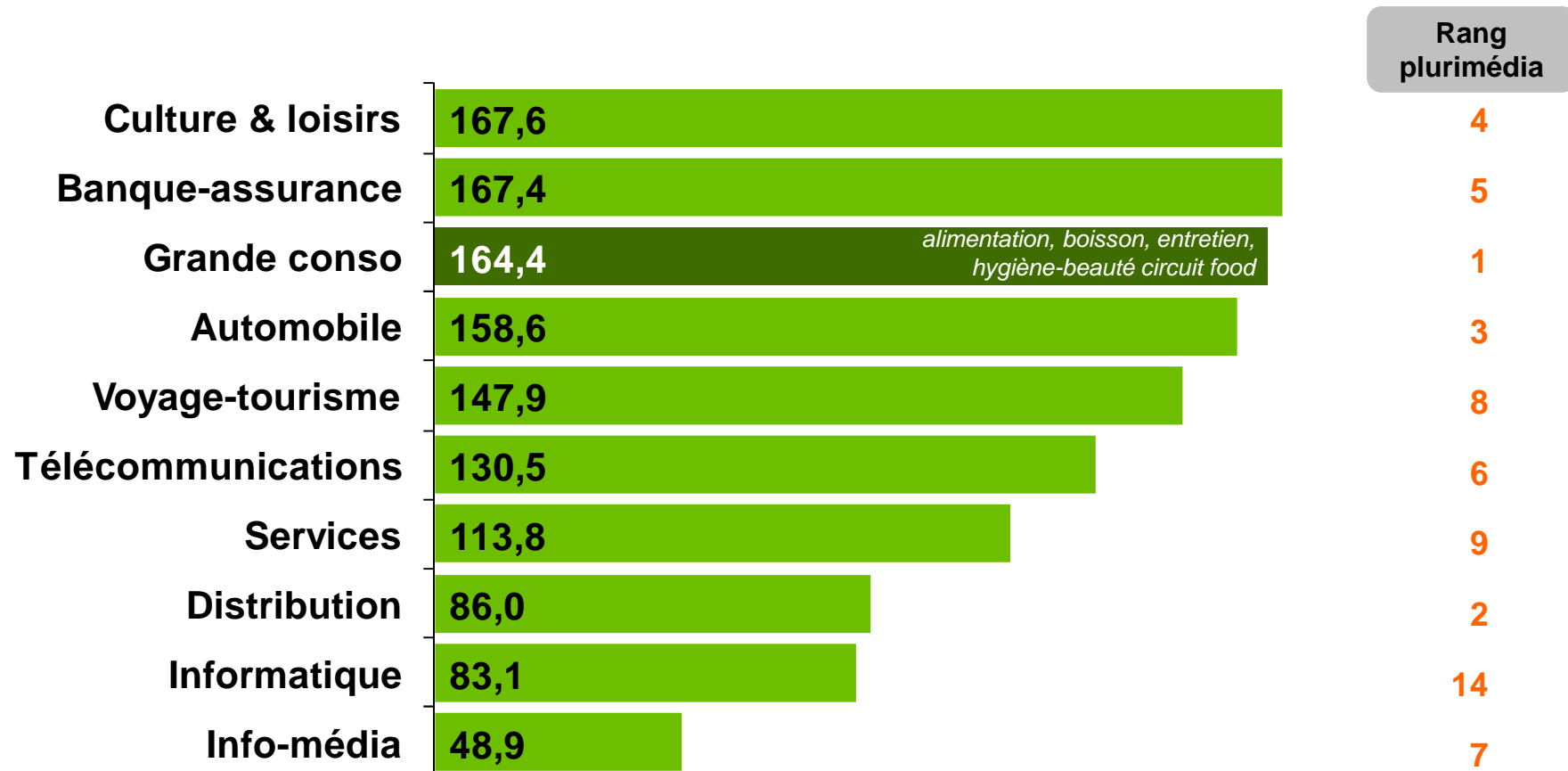
Top 10 des secteurs en millions d'euros – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

LA GRANDE CONSO SE PLACE EN 3^{ème} POSITION

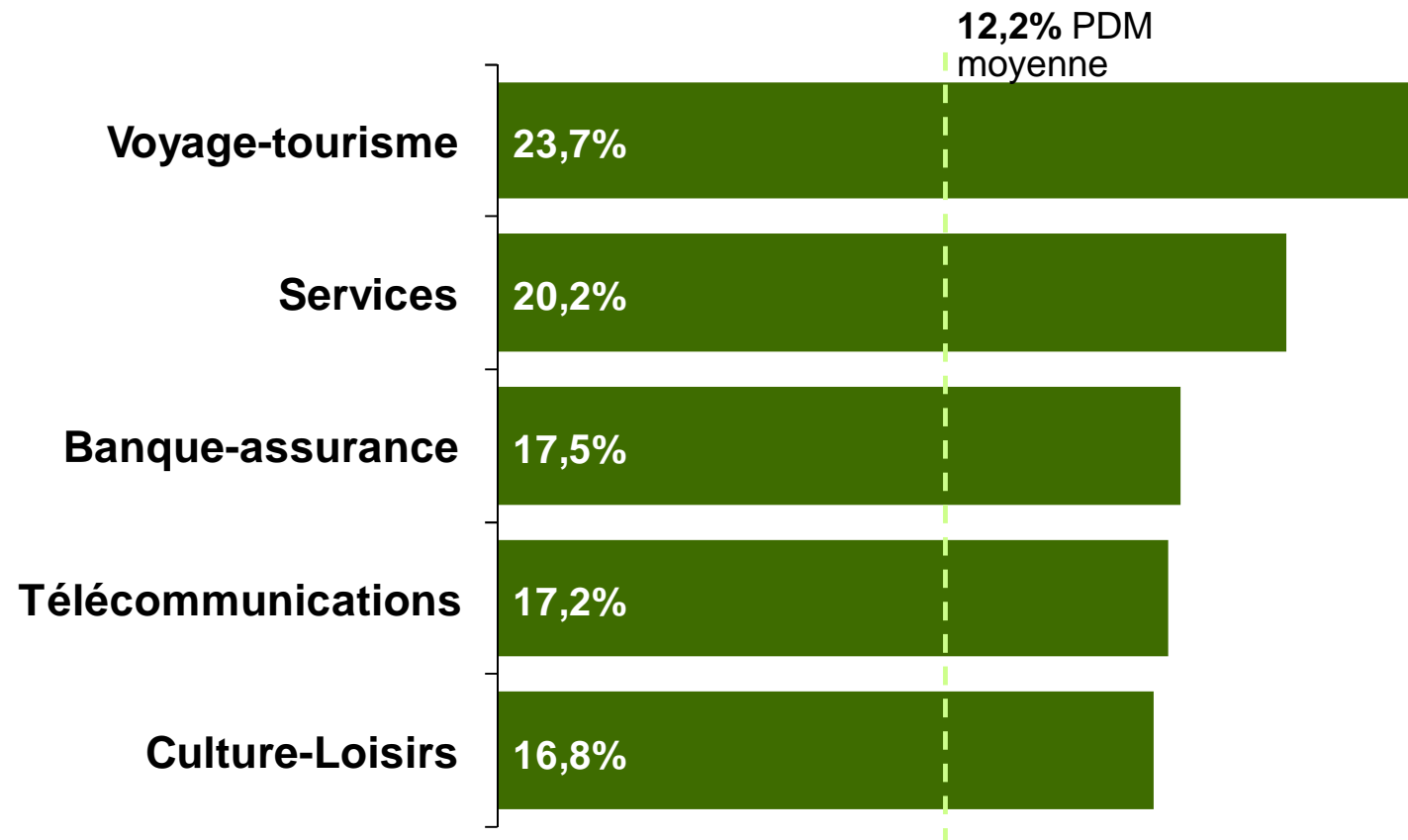
en millions d'euros



BAROMÈTRE INTERNET

UN MEDIA QUI S'IMPOSE SUR CERTAINS SECTEURS

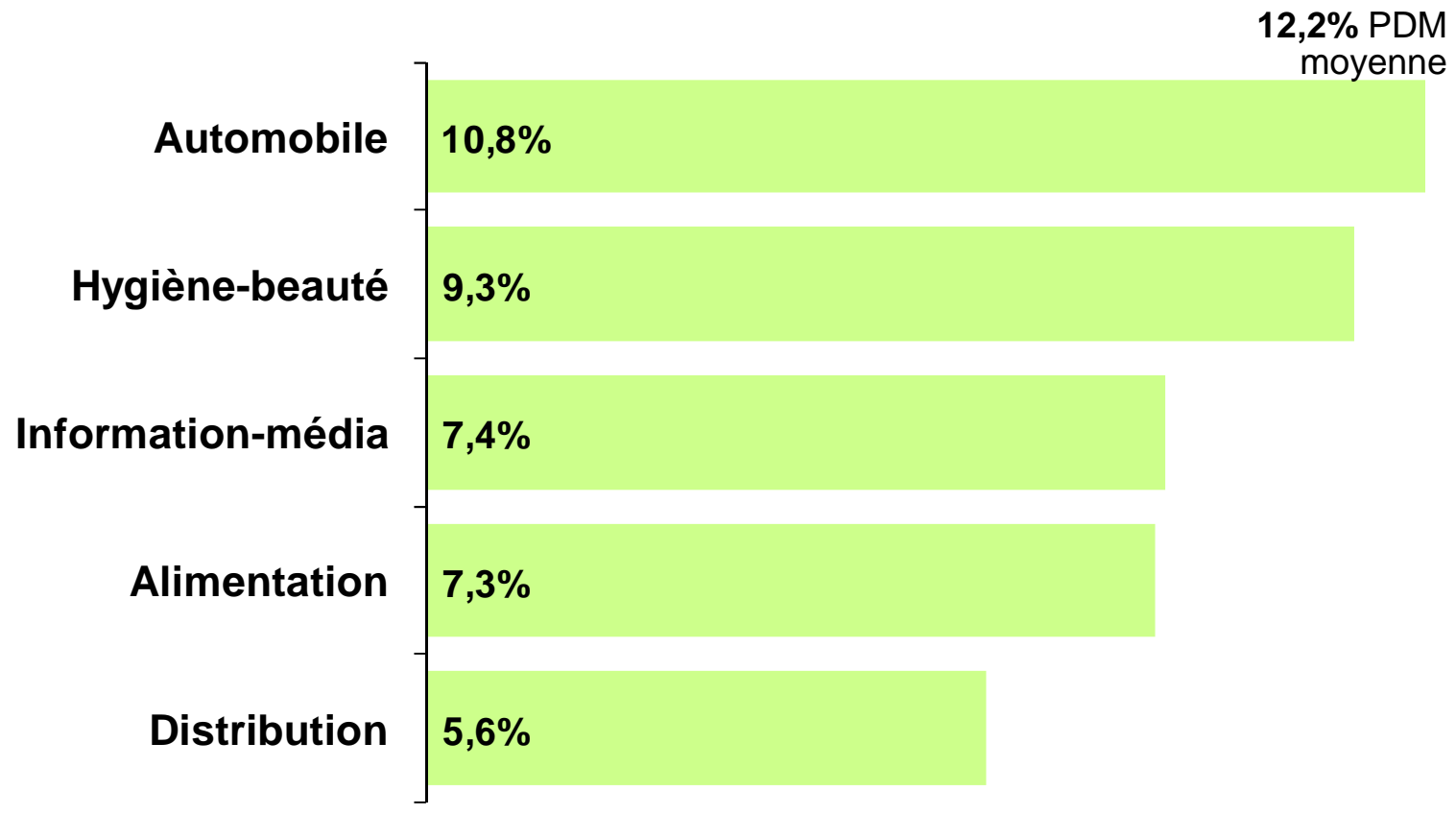
Top des secteurs dont la part de marché internet est supérieure à la moyenne



BAROMÈTRE INTERNET

LES SECTEURS SOUS-INVESTISSEURS

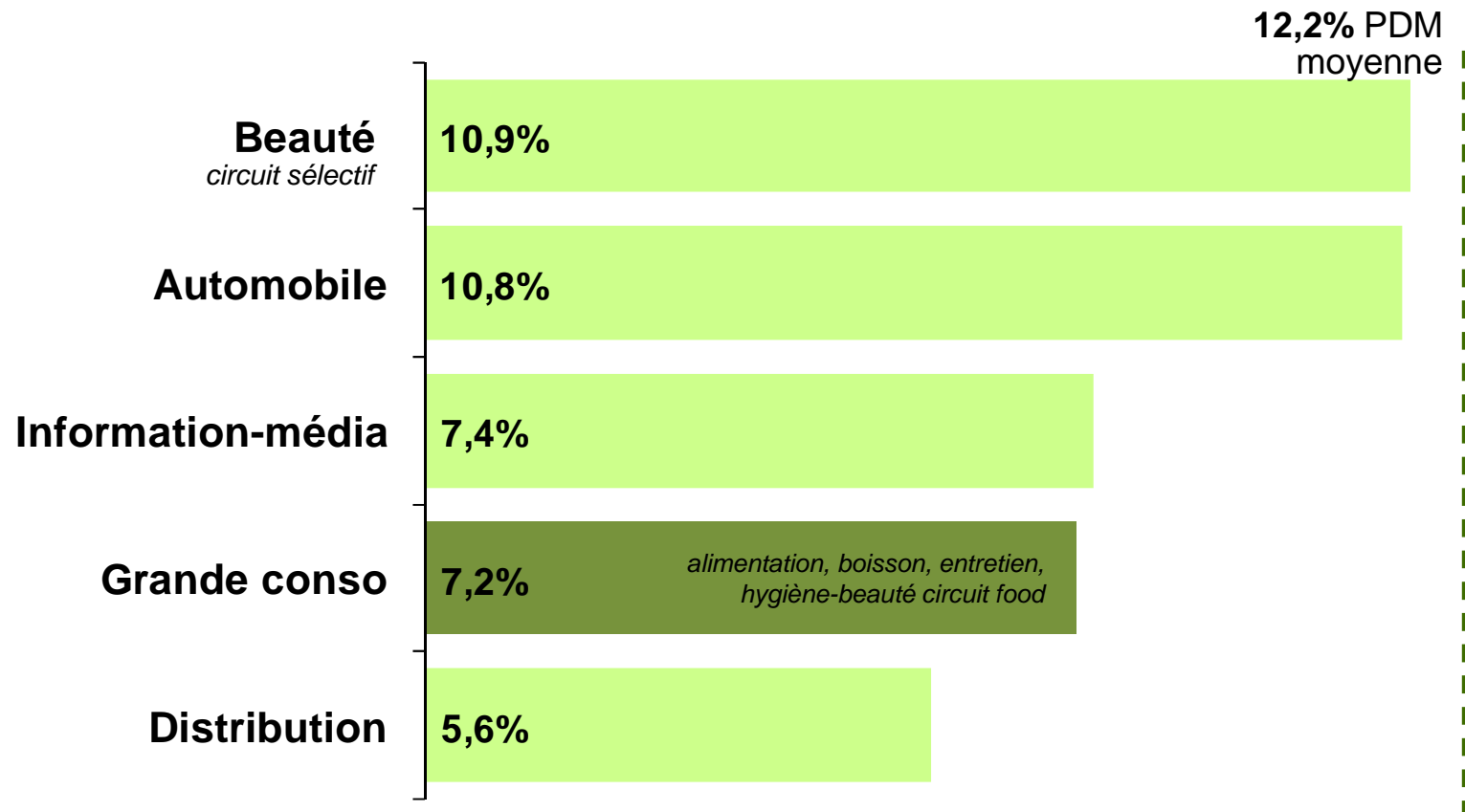
Top des secteurs dont la part de marché internet est inférieure à la moyenne – 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

LES SECTEURS SOUS-INVESTISSEURS

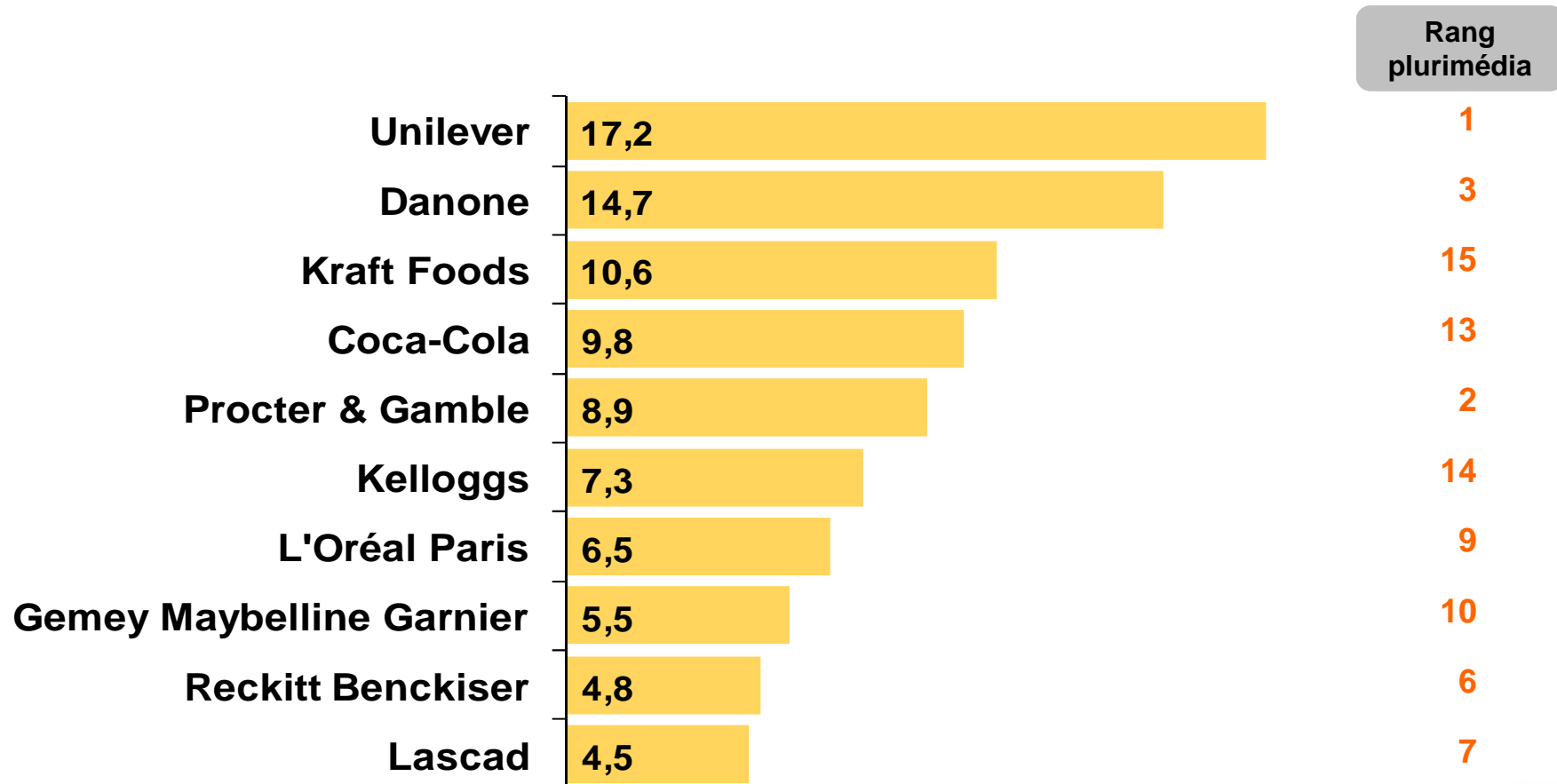
Top des secteurs dont la part de marché internet est inférieure à la moyenne - 1^{er} semestre 2010



BAROMÈTRE INTERNET

UNILEVER, LEADER SUR LE WEB ET SUR LE PLURIMEDIA

Top annonceurs grande consommation en millions d'euros - 1^{er} semestre 2010

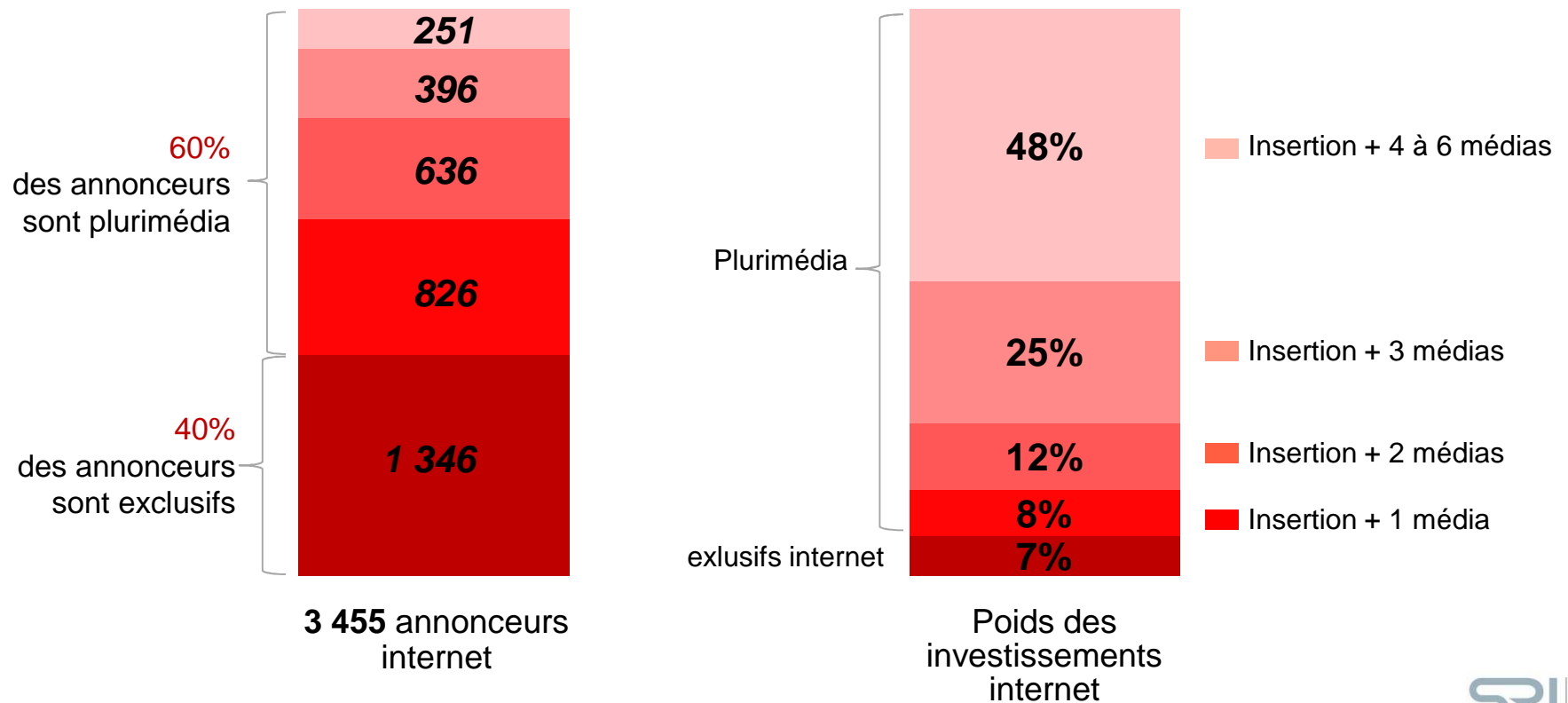


3.0

Stratégies médias des annonceurs

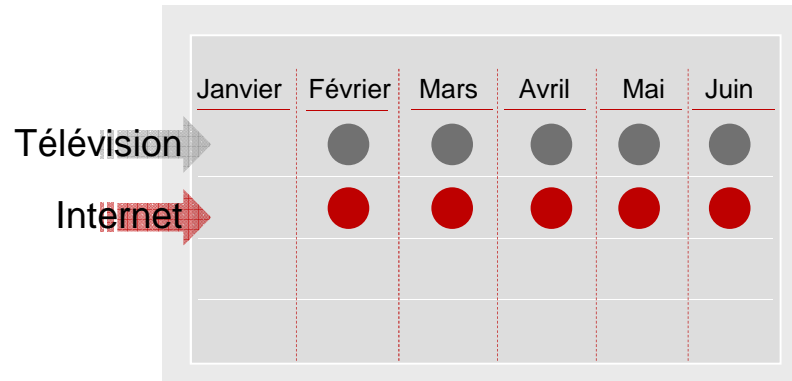
BAROMÈTRE INTERNET

PLUS DE 60% DES ANNONCEURS INTERNET ONT UNE STRATÉGIE PLURIMÉDIA



INTERNET, UN MÉDIA CLÉ DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Campagne de lancement : **VANISH Oxi action**



Plurimédia : 7,7 millions d'euros

Télévision : 74%

Internet : **26%**



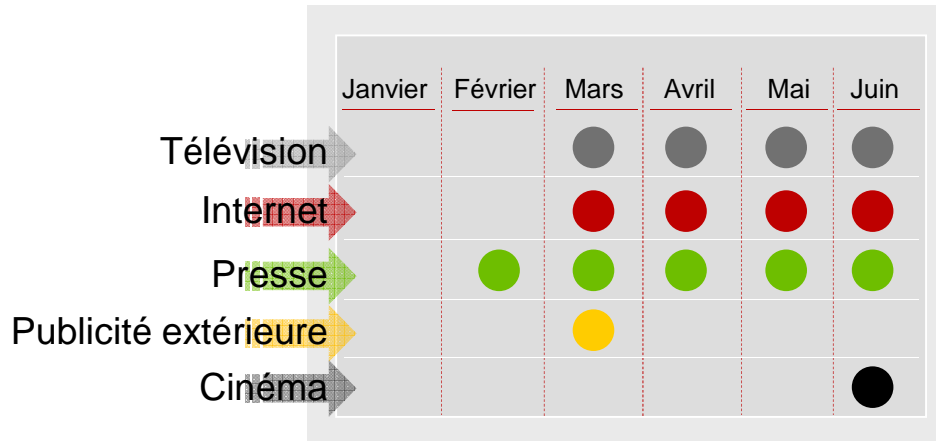
internet

Télévision



INTERNET, UN MÉDIA CLÉ DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Campagne de lancement : MISS DIOR Chérie



Plurimédia : 7,3 millions d'euros

Télévision : 34%

Internet : **28%**

Presse : **28%**

Publicité extérieure : 4%

Cinéma : 6%

**Publicité
extérieure**



Presse



Internet

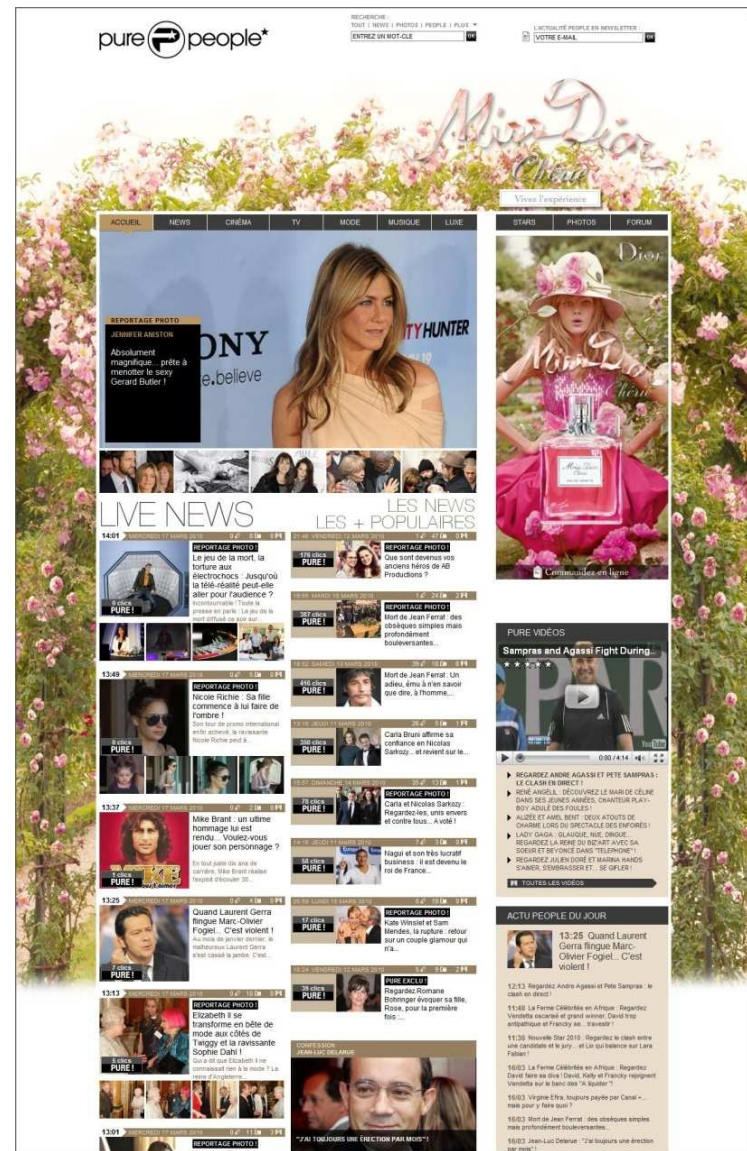


Télévision



MISS DIOR Chérie

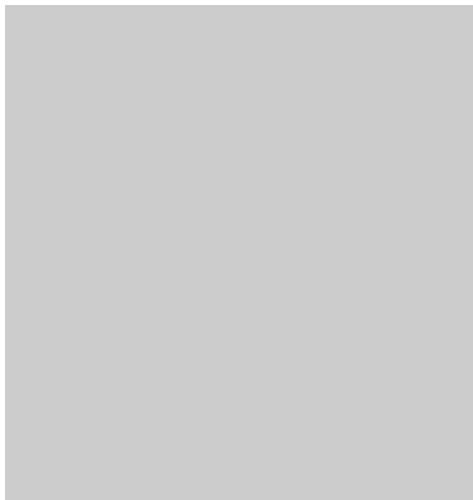
créations web



INTERNET, UN MÉDIA CLÉ DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Campagne de lancement : TAILLEFINE Jardins gourmands

Internet



	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Télévision	●	●	●	●		
Internet	●	●	●	●		
Pub. extérieure		●		●		

Plurimédia : 6,6 millions d'euros

Télévision : 60%

Internet : 23%

Publicité extérieure : 17%

Homepage web

Publicité extérieure

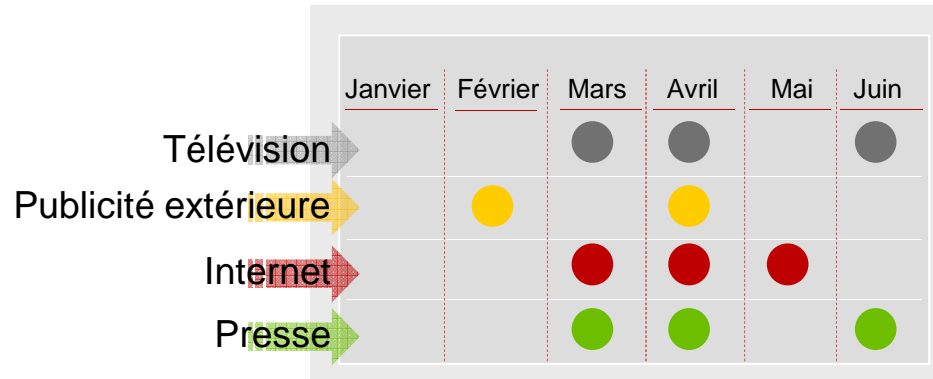


Télévision



INTERNET, UN MÉDIA CLÉ DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Campagne de lancement : OASIS Thé



Plurimédia : 5,7 millions d'euros

Télévision : 62%

Publicité extérieure : 32%

Internet : 5%

Presse : 1%

Presse



Télévision



Publicité extérieure



iab.france

SRI
SYNDICAT
DES RÉGIES
INTERNET

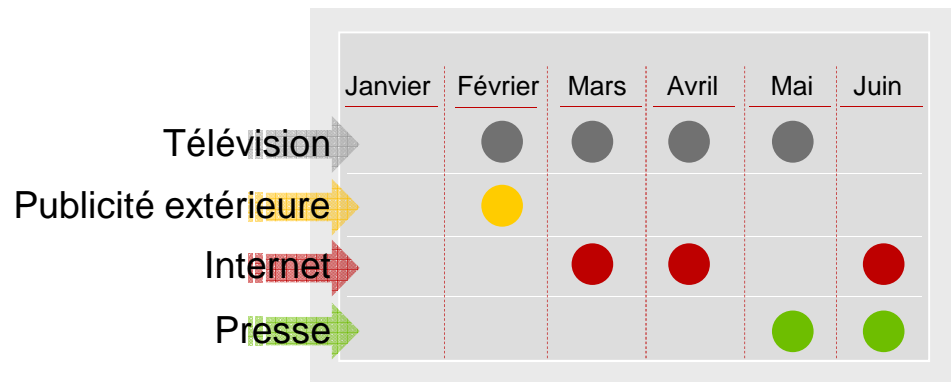
OASIS Thé

créations web



INTERNET, UN MÉDIA CLÉ DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Campagne de lancement: **GARNIER MINERAL** déodorant



Plurimédia : 5,3 millions d'euros
 Télévision : **69%**
 Publicité extérieure : **15,5%**
 Internet : **14,5%**
 Presse : **1%**

Télévision



Internet

Publicité extérieure



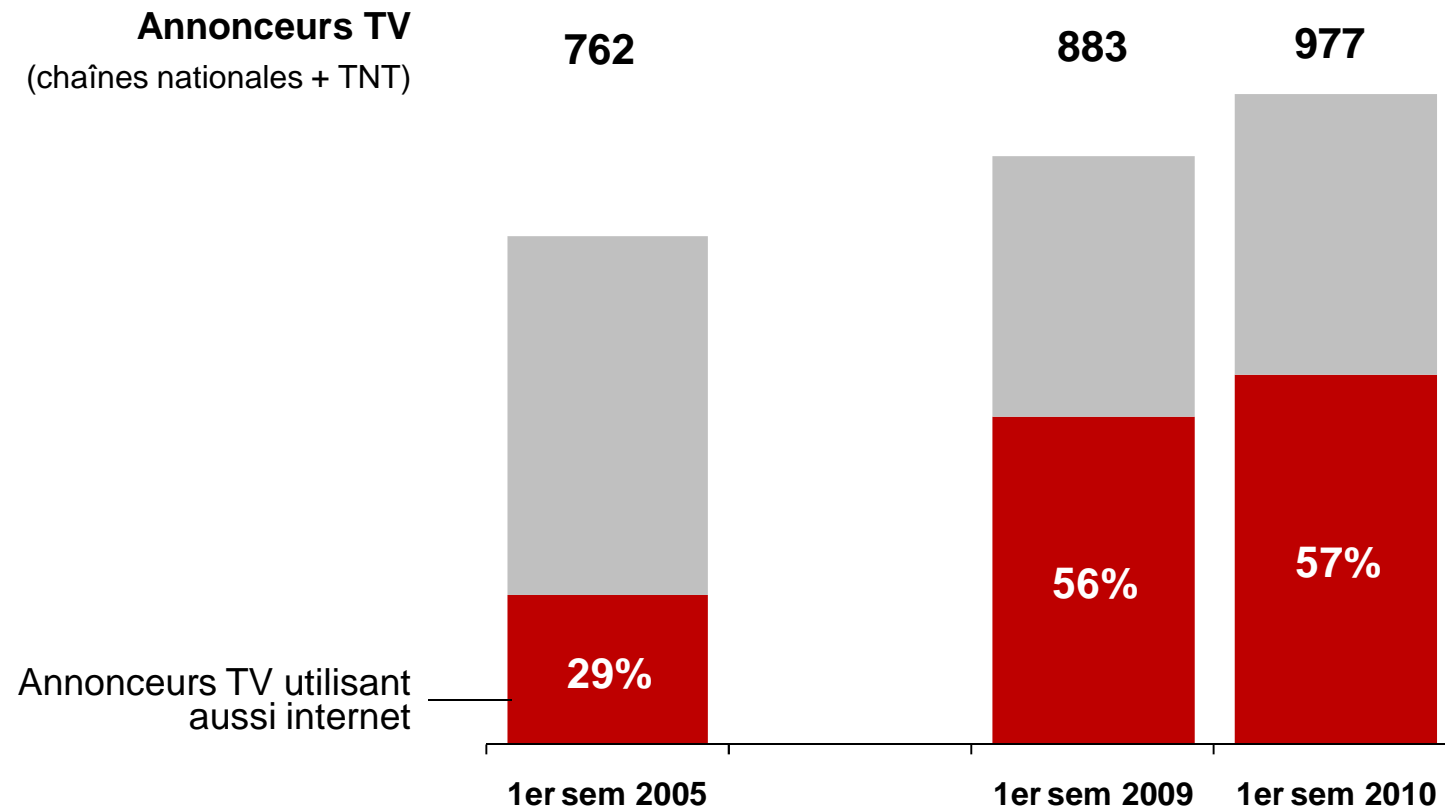
GARNIER MINERAL Déodorant créations web



BAROMÈTRE INTERNET

UNE PROXIMITÉ CROISSANTE DU MIX WEB-TV

Nombre d'annonceurs

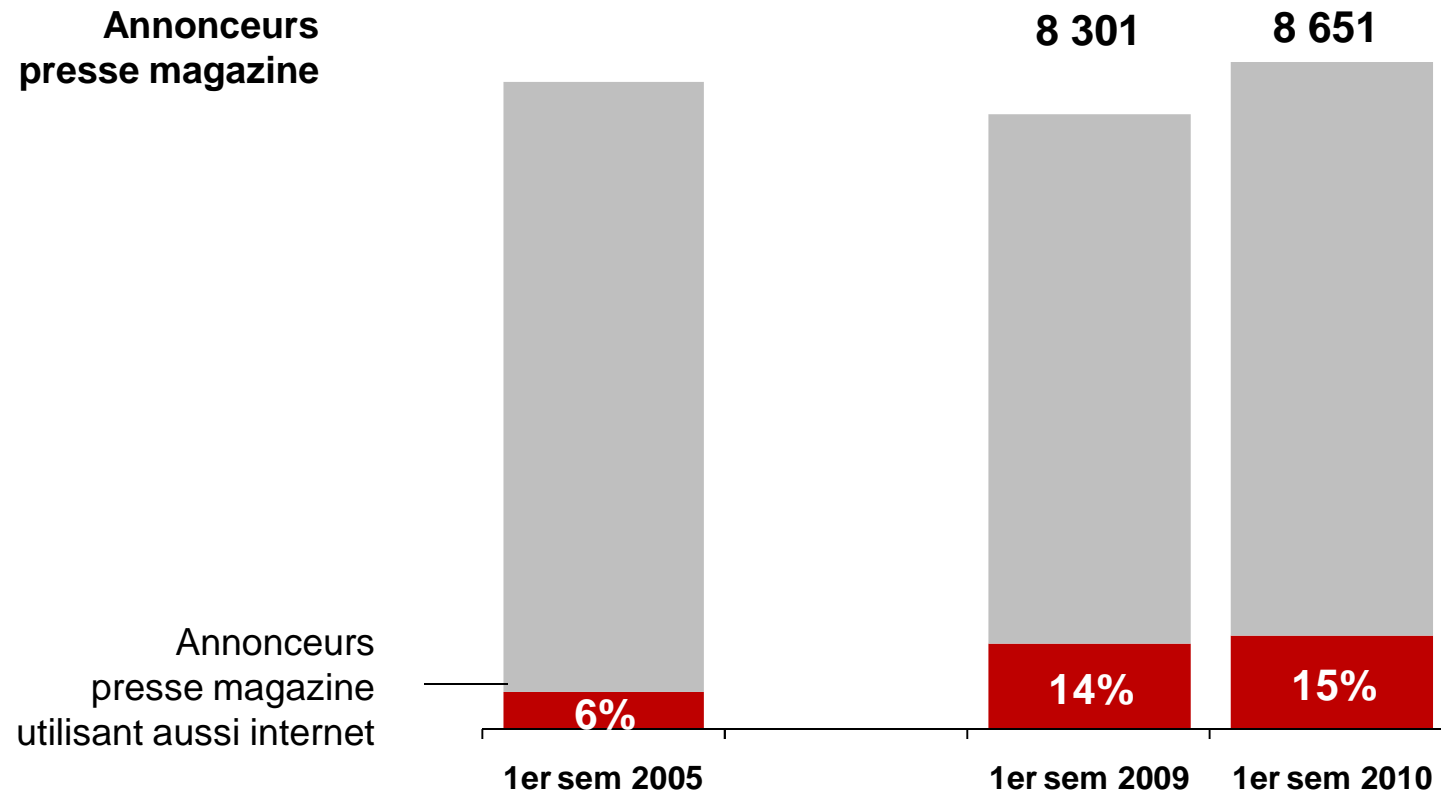


Annonceurs TV utilisant aussi internet

BAROMÈTRE INTERNET

UN MIX WEB-PRESSE MAGAZINE

Nombre d'annonceurs



Annonces presse magazine
utilisant aussi internet

4.0

L'ouverture des paris en ligne

BAROMÈTRE INTERNET

18 OPÉRATEURS ONT OBTENU UNE LICENSE DE L'A.R.J.E.L

8 juin 2010 → autorisation des sites de **paris** en ligne

25 juin 2010 → autorisation des sites de **poker** en ligne

2 opérateurs historiques



et 16 autres opérateurs

888 Regulated Markets 

France Pari 

SAjoo 

BES SA 

Iliad Game 

Sté Fr. des Jeux sur Internet 

Betclic 

Iliad Gaming SAS 

SPS 

Beturf 

Lil Managers limited  Table 14 

Electraworks 

Partouche 

Everest Gaming 

Reel malta lited 

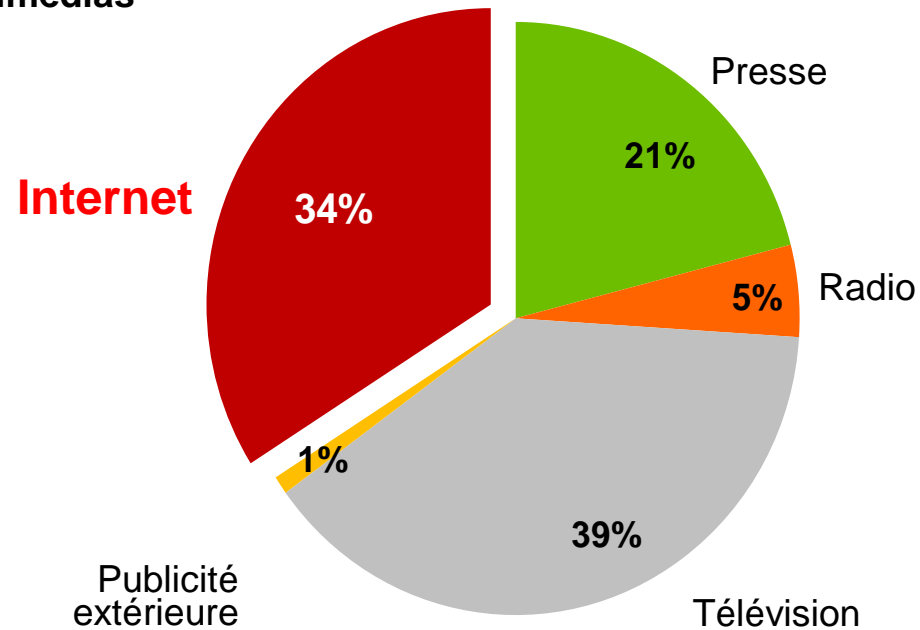


BAROMÈTRE INTERNET

INTERNET ET TV, DEUX MEDIAS PRIVILÉGIÉS

Répartition des investissements publicitaires par média des paris sportifs / poker en ligne - juin 2010

50 millions d'euros d'investissements publicitaires bruts plurimédias

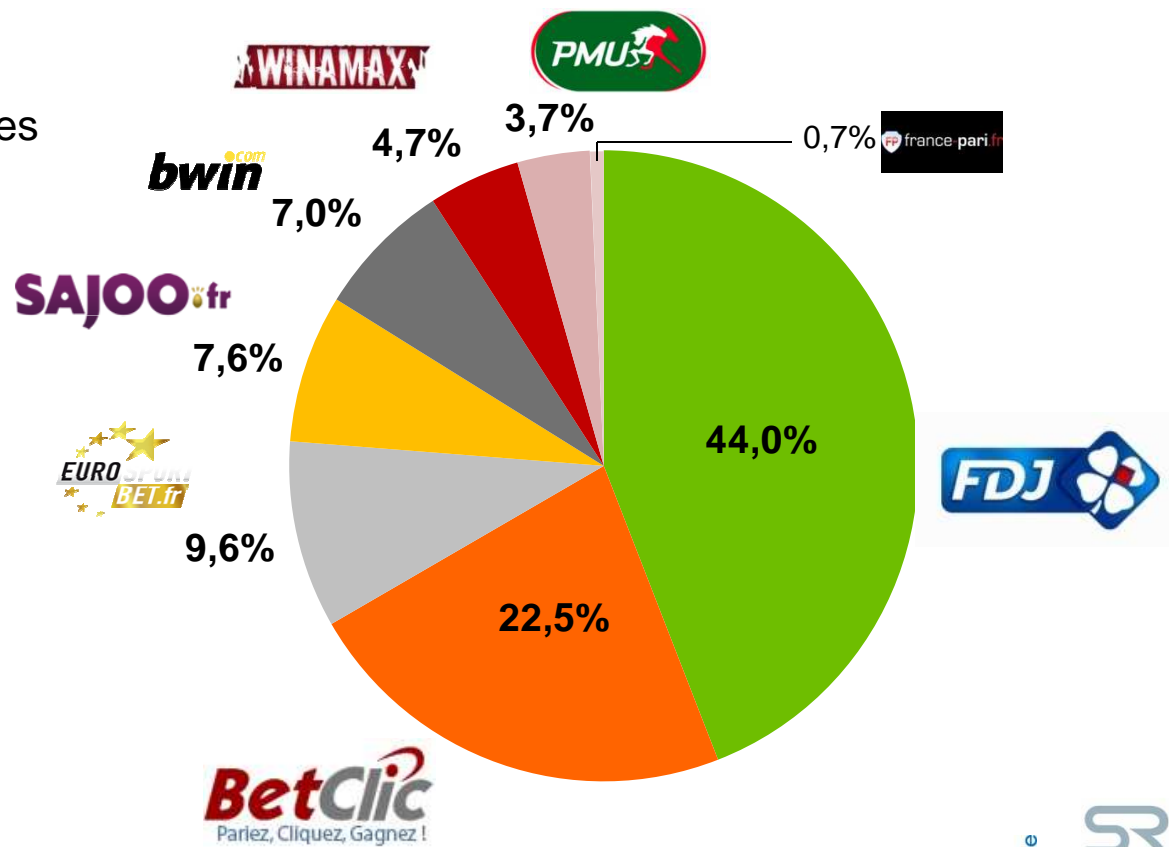


BAROMÈTRE INTERNET

UNE PRÉSENCE FORTE DE LA FRANÇAISE DES JEUX

Parts de voix annonceurs internet des paris sportifs / poker en ligne - juin 2010

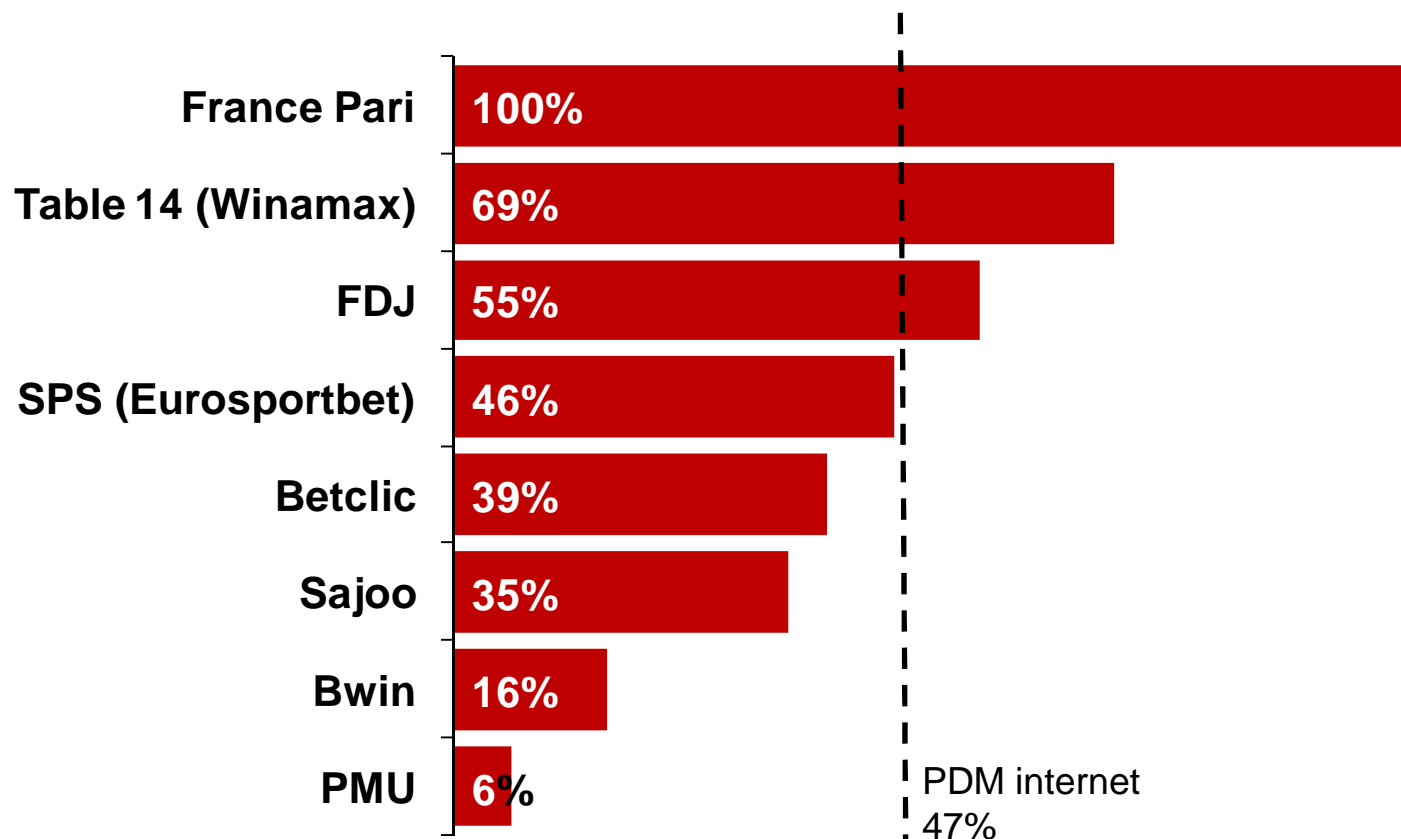
16,7 millions d'euros
d'investissements publicitaires
bruts internet



BAROMÈTRE INTERNET

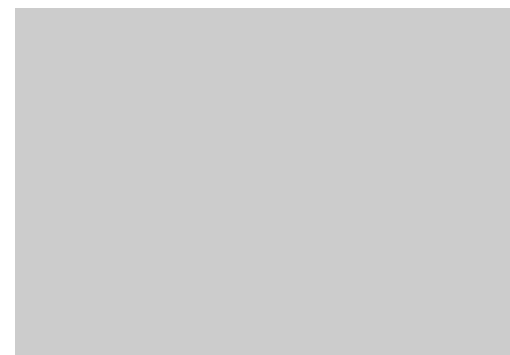
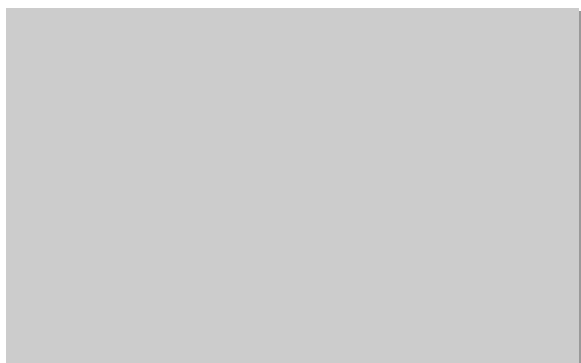
UNE PRESENCE INTERNET TRES SOUTENUE POUR CERTAINS OPERATEURS

Parts de marché internet vs plurimédia des annonceurs paris sportifs/poker en ligne – juin 2010



BAROMÈTRE INTERNET

LES PARIS SPORTIFS / POKER EN LIGNE



iabfra

SYNDICAT
DES RÉGIES
INTERNET

Conclusion

CONCLUSION

- 1 550 millions d'euros bruts
- 4^{ème} media avec une part de marché à 12,2%
- Un retour à la croissance du nombre d'annonceurs : 3 455 (+7,3%)
- Un media qui s'impose sur certains secteurs avec un fort potentiel de croissance.
- La grande consommation dans le top 3 des secteurs investisseurs.

MERCI !
