

### LA MESURE DU MEDIA INTERNET - IAB-SRI-KANTAR

### **UNIVERS INTERNET: 44 RÉGIES DÉCLARANTES EN 2011**

- 01 RÉGIE
- **20 MINUTES**
- 24/7 REALMEDIA
- 3W REGIE
- AD MAJOREM
- **ADVERLINE**
- **ALLOCINE**
- **AMAURY MEDIAS**
- AUFEMININ
- BOURSORAMA
- CARADISIAC

- CCM BENCHMARK
- **CONDENAST**
- DAILY MOTION
- DOCTISSIMO
- ECHOS MEDIAS
- **ESPACES LIBERATION**
- EXPRESS ROULARTA
- **FIGAROMEDIAS**
- FRANCETELEVISIONS PUB
- GMC CONNECT
- **GPE INDUSTRIE SERV.**

- O HI MEDIA
- HORYZON MEDIA
- **I REGIE**
- INTERPSYCHO
- KDP GROUPE
- LA TRIBUNE
- LAGARDERE ACTIVE PUB
- LE POINT MULTIMEDIA
- M6 PUBLICITE
- MICROSOFT ADVERTISING
- MISTRAL MEDIA

- NOTRE FAMILLE
- NRJ GLOBAL
- ORANGE ADVERTISING
- PAGES JAUNES
- PRISMA PRESSE
- REGIES OBS
- **SENIOR PLANET**
- **SPRINGBIRD**
- TF1 PUBLICITE
- VOYAGES-SNCF
- YAHOO!







# LA MESURE DU MEDIA INTERNET - 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

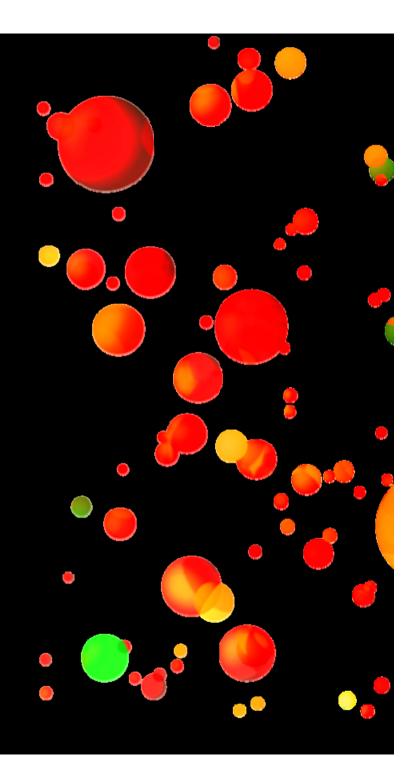






1.0

MARCHÉ PUBLICITAIRE EN VALEUR BRUTE



### PROGRESSION DU MARCHE PLURIMEDIA

1er semestre 2011 vs 2010







# MONTANT ET EVOLUTION DES RECETTES BRUTES DU DISPLAY

1er semestre 2011 vs 2010



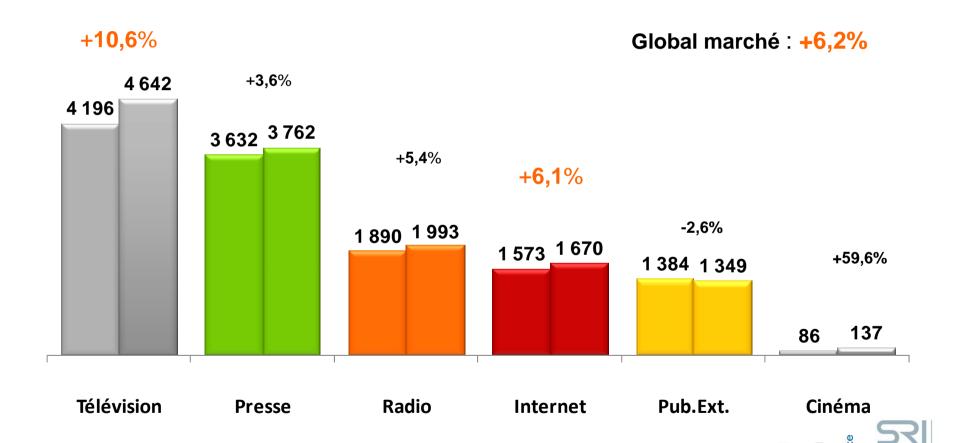
Internet: Format display hors search
Univers constant des régies





### LA TELEVISION ET LE DISPLAY : MOTEURS DE CROISSANCE

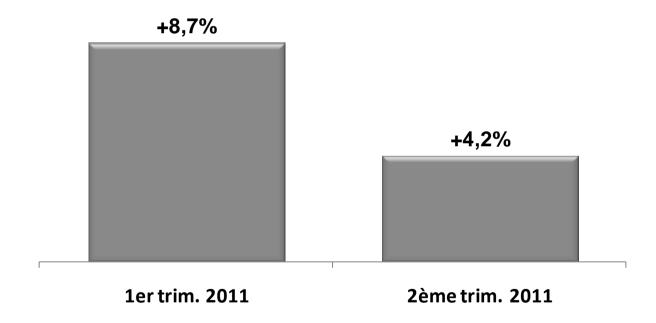
Investissements publicitaires plurimédias en millions d'euros – 1er semestre 2011 vs 2010



### **UN DEUXIEME TRIMESTRE MOINS FAVORABLE**

Evolution des investissements plurimédias en % – 2011 vs 2010

Evolution 1er semestre 2011: +6,2%







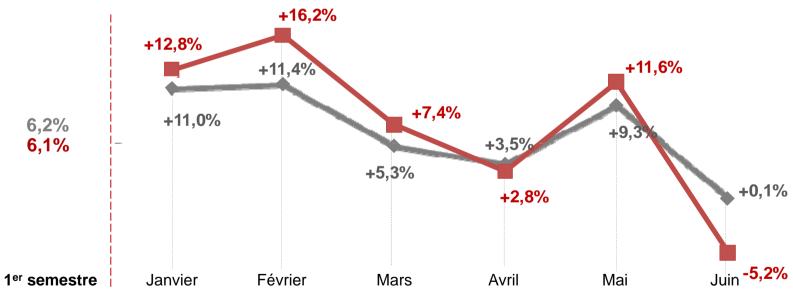
### INTERNET SUIT LES TENDANCES DU PLURIMEDIA

2011 vs 2010

Evolution plurimédia

Total: 1,67 milliard d'euros

Evolution internet (display)

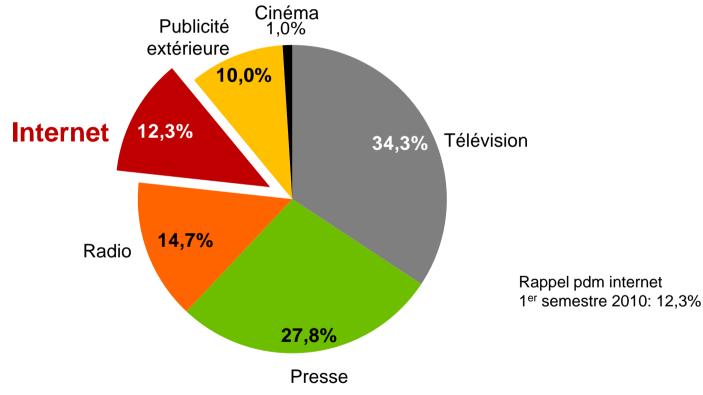






### PART DE MARCHE INTERNET

Répartition des investissements publicitaires par média - 1er semestre 2011



Internet: Format display hors search

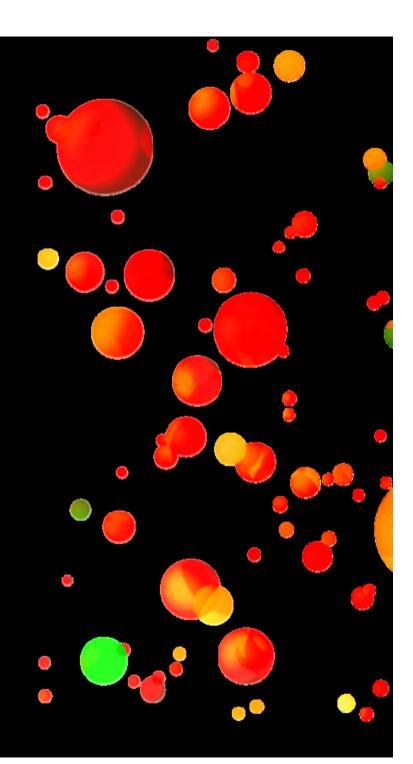






2.0

LE PORTEFEUILLE ANNONCEURS



### UNE BAISSE DU NOMBRE D'ANNONCEURS EN PRESENCE

Nombre d'annonceurs sur le display

3 3 7 9 annonceurs

-5%

vs 1er semestre 2010

-1,3%

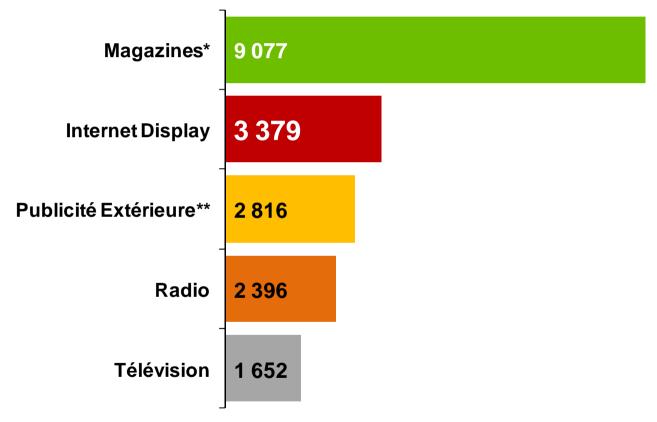
sur l'ensemble des médias





# INTERNET, UN REFERENCEMENT ELEVE

Nombre d'annonceurs actifs par média – 1er semestre 2011



<sup>\*</sup>magazines nationaux





<sup>\*\*</sup>réseaux nationaux

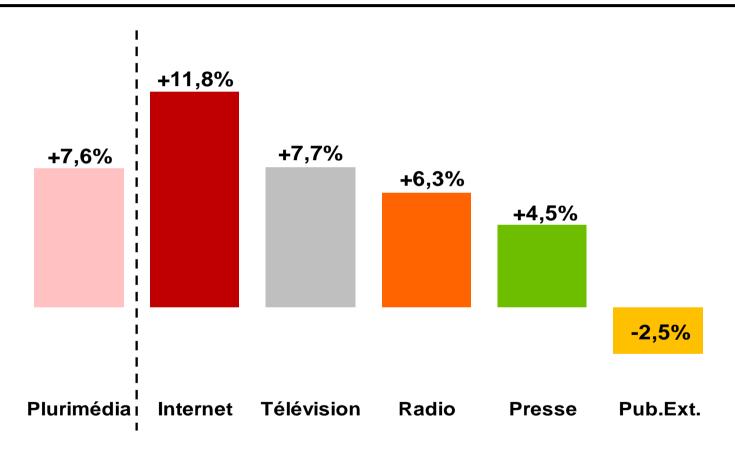
### **UN BUDGET MOYEN EN HAUSSE**

1er semestre 2011 vs 2010



### LA PLUS FORTE EVOLUTION DU BUDGET MOYEN

Evolution du budget moyen par annonceur et par média % – 1er semestre 2011 vs 2010

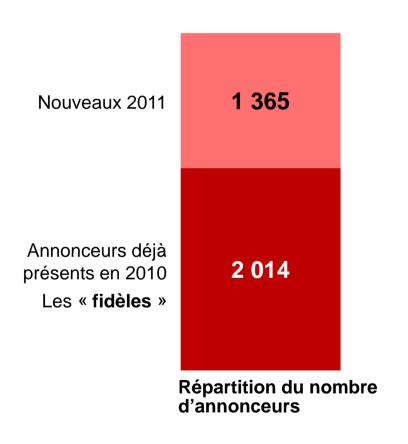


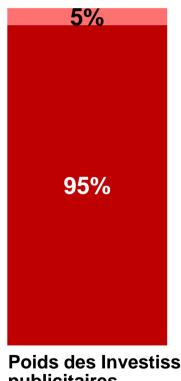




# LES ANNONCEURS FIDELES REPRESENTENT TOUJOURS UN **POIDS PREPONDERANT**

Répartition du nombre d'annonceurs et des investissements publicitaires 1er semestre 2011 vs année 2010











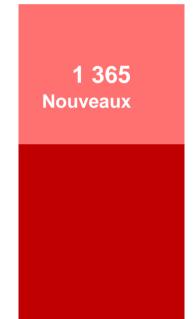






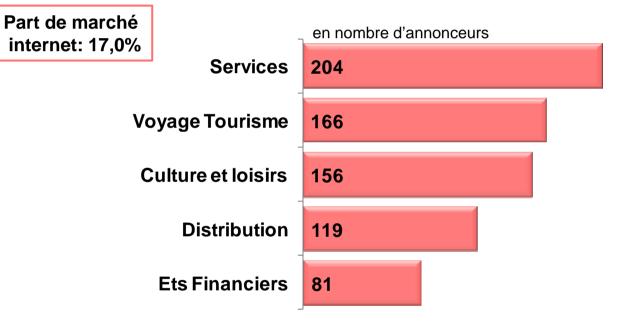
### **INTERNET ATTIRE DE NOUVEAUX ANNONCEURS**

Profil sectoriel des nouveaux annonceurs – en nombre d'annonceurs présents 1<sup>er</sup> semestre 2011 vs année 2010



Répartition du nombre d'annonceurs

### Profil sectoriel des nouveaux annonceurs







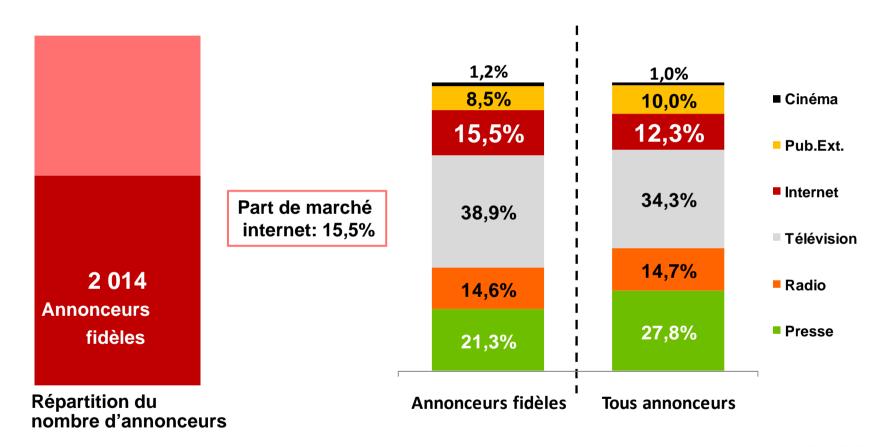






### LES FIDELES RENFORCENT LEUR PART CONSACREE AU WEB

Stratégie médias des annonceurs fidèles – en % des investissements – 1er semestre 2011



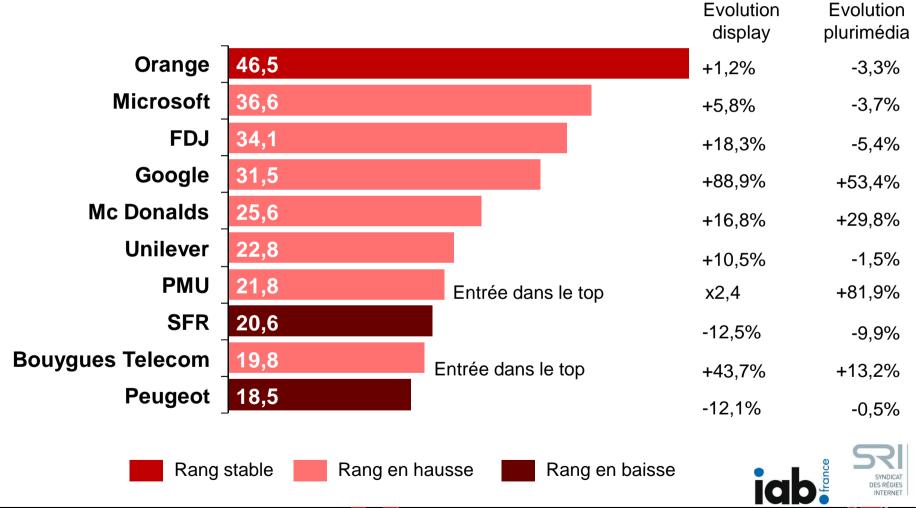






### **LES 10ers ANNONCEURS DU DISPLAY**

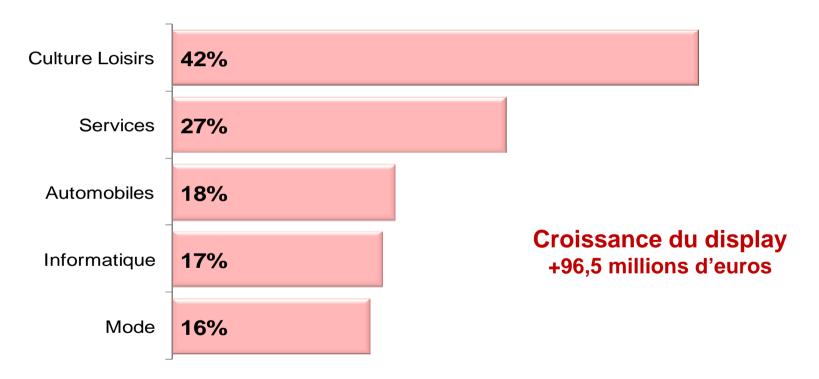
En millions d'euros sur internet – 1er semestre 2011 vs 2010





# LES SECTEURS LES PLUS CONTRIBUTEURS A LA CROISSANCE DU MEDIA

Top 5 secteurs les plus **contributeurs à la croissance** d'internet – 1<sup>er</sup> semestre 2011 vs 2010









# **LES 10ers SECTEURS DU DISPLAY**

Top 10 secteurs internet en millions d'euros – 1<sup>er</sup> semestre 2011 vs 2010

|                    |       | Evolution display | Evolution plurimédia |
|--------------------|-------|-------------------|----------------------|
| Culture et loisirs | 195,6 | +15,0%            | +10,2%               |
| Ets financiers     | 184,5 | +9,1%             | +4,9%                |
| Automobile         | 165,4 | +12,0%            | +1,3%                |
| Services           | 142,4 | +18,8%            | +13,7%               |
| Voyage Tourisme    | 137,7 | -8,9%             | +2,6%                |
| Télécommunications | 133,7 | -1,1%             | +1,9%                |
| Informatique       | 102,1 | +18,8%            | +3,2%                |
| Alimentation       | 101,2 | +11,1%            | +1,4%                |
| Distribution       | 92,7  | +5,8%             | +11,4%               |
| Hygiène beauté     | 83,5  | -8,4%             | +5,4%                |
|                    | _     |                   | $\Box$               |

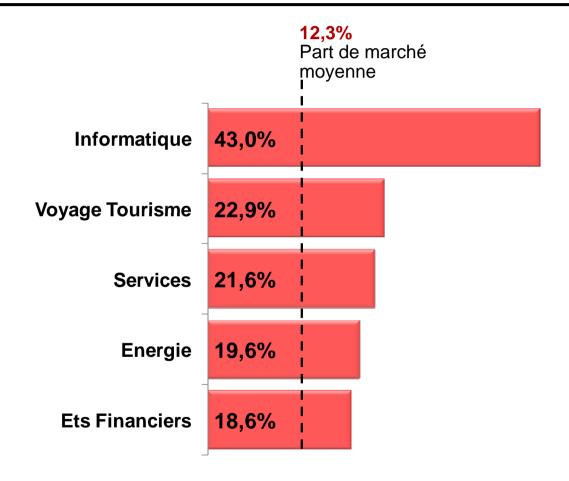






### LES SECTEURS SUR-INVESTISSEURS

Part de marché internet – 1er semestre 2011 vs 2010

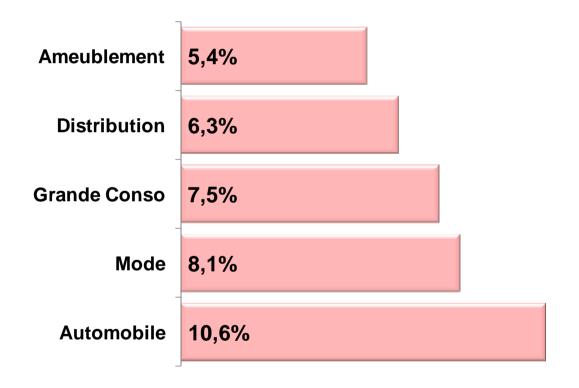






### LES SECTEURS SOUS-INVESTISSEURS

Part de marché internet – 1er semestre 2011 vs 2010



12,3% Part de marché moyenne







# LES 2/3 DES ANNONCEURS MIXENT LE WEB AVEC AU MOINS UN AUTRE MEDIA

Duplications médias – 1er semestre 2011

### 3 379 annonceurs présents sur le display Combinaisons les plus utilisées Exclusifs web. 36% plurimédias Internet + 1 média 25% Web + presse Internet + 2 médias 19% Web + presse + pub.ext Annonceurs Internet + 3 médias 12% Web + presse + pub.ext + radio Internet + 4 et 5 médias 8%









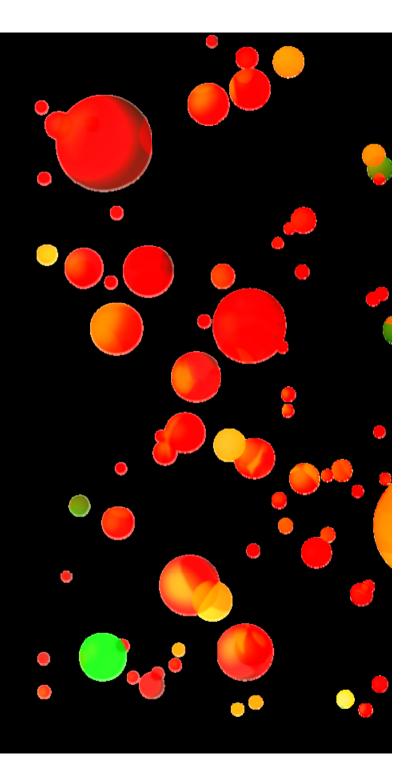
3.0

# TENDANCES SECTORIELLES

- Distribution
- Mode
- Mode Luxe
- Alimentation

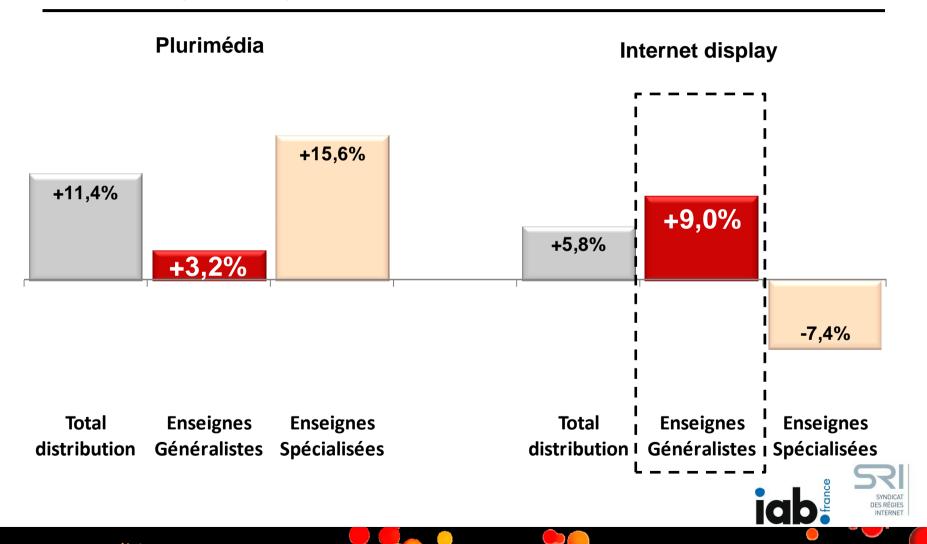






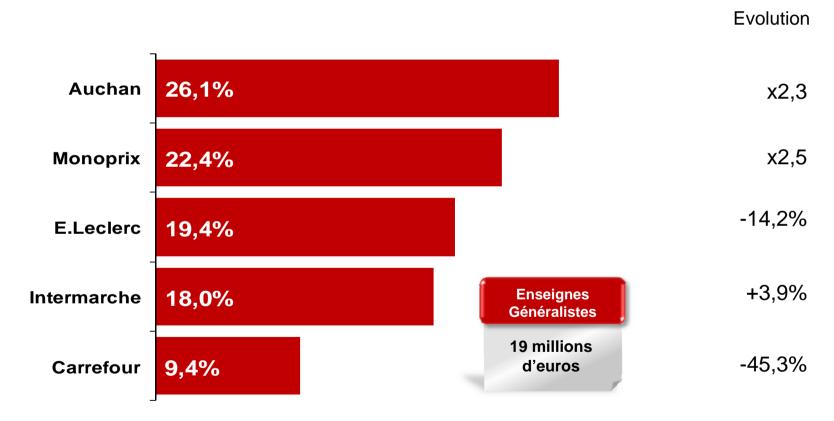
### LES ENSEIGNES GENERALISTES DYNAMISENT LE DISPLAY

Investissements publicitaires plurimédias en millions d'euros – 1er semestre 2011 vs 2010



# **AUCHAN ET MONOPRIX A L'ORIGINE DE LA CROISSANCE**

Top 5 GMS sur le display – En % des investissements – 1er semestre 2011 vs 2010



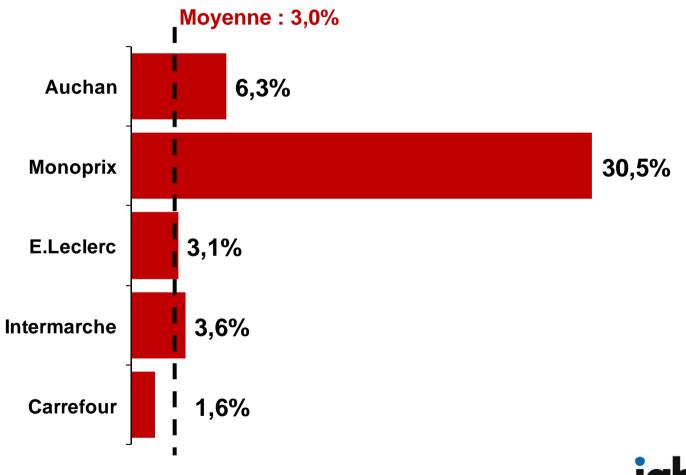






### MONOPRIX CONSACRE UNE PART IMPORTANTE AU DISPLAY

Part de marché du web chez les leaders – En % des investissements – 1er semestre 2011







### MONOPRIX ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE

1er semestre 2011

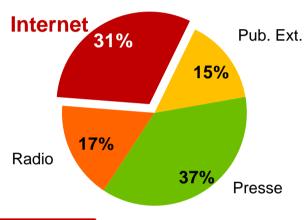
# Dispositif plurimédia







#### Investissements plurimedia: 13,9 millions d'euros bruts



### **Dispositif digital**







Video instream



Campagne virale





Home page

Bannière





### Investissements plurimedia: 78,5 millions d'euros bruts

# **FOCUS DISTRIBUTION**

# **AUCHAN: DE LA TELEVISION AU WEB**

1er semestre 2011

# NEB State Stat

### **Campagnes TV**







Vidéo instream

TV







Campagne virale





### LE SECTEUR DE LA MODE TOUJOURS PLUS PRESENT SUR LE WEB

1er semestre 2011

Montant des investissements

54,8

millions d'euros bruts

Evolution du secteur

+40,4%

vs 1er semestre 2010





### **DES PROGRESSIONS SIGNIFICATIVES**

1er semestre 2011 vs 2010

Evolution du nombre d'annonceurs

+22,7%

157 annonceurs

Evolution du budget moyen

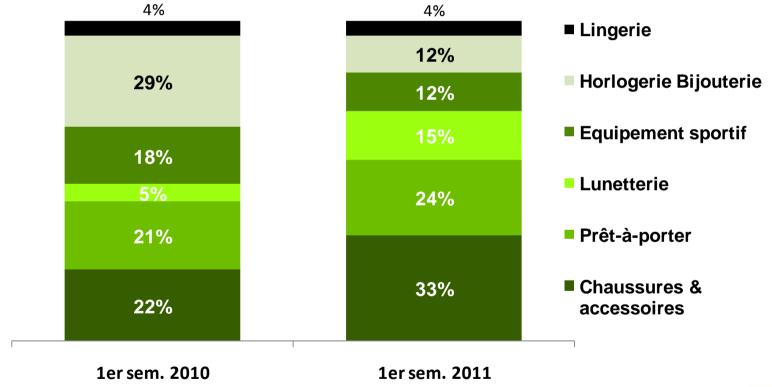
+14,5%





# UNE HAUSSE SIGNIFICATIVE DES SEGMENTS CHAUSSURES ET LUNETTERIE

Répartition des investissements publicitaires par segment



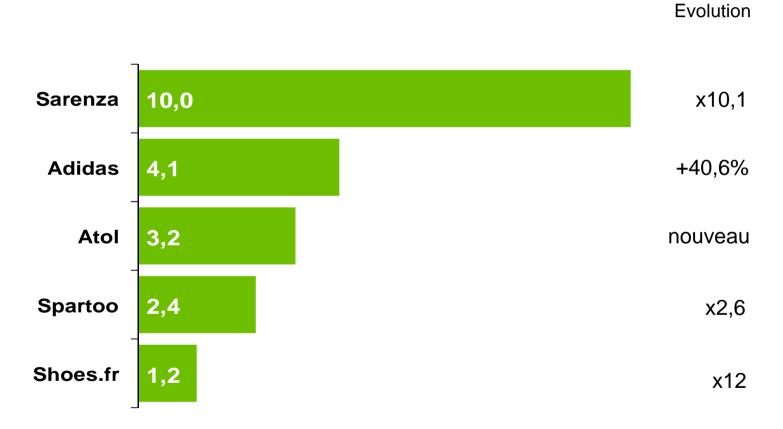






# SARENZA, PREMIER ACTEUR DU SECTEUR

Top 5 annonceurs mode (hors luxe) - En millions d'euros —  $1^{er}$  semestre 2001 vs 2010







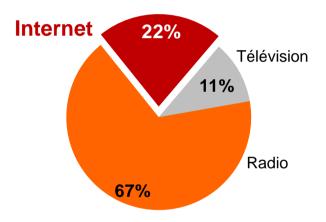
### **SARENZA – OPERATION TV WEB**

1er semestre 2011

# Dispositif plurimédia



#### Investissements plurimedia: 46,8 millions d'euros bruts



# **Dispositif digital**



Vidéo instream



Home page







### ATOL ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE

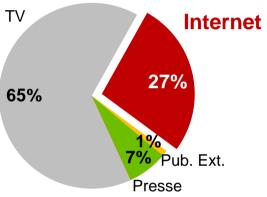
1er semestre 2011

# Dispositif plurimédia





### Investissements plurimedia: 11,8 millions d'euros bruts



### **Dispositif digital**





Home page



Bannière



Vidéo Instream









## LE LUXE PRESENT SUR LE DISPLAY AVEC UNE CROISSANCE SOUTENUE SUR LE SEMESTRE

1er semestre 2011 vs 2010

Montant et évolution des investissements

12,8
millions d'euros

+35,6%

Part de voix du luxe sur le secteur Mode

23%

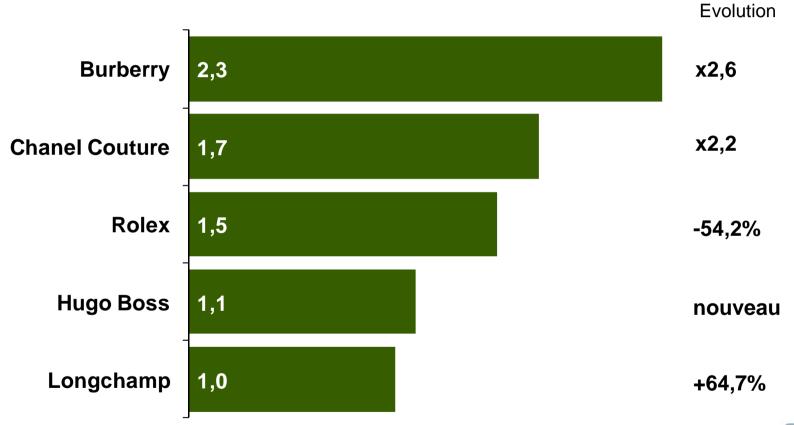
-1 point





## **BURBERRY, PREMIER ANNONCEUR**

Top 5 annonceurs luxe – En millions d'euros – 1er semestre 2001 vs 2010









#### **BURBERRY SUR LE DIGITAL**

1<sup>er</sup> semestre 2011

#### Investissements plurimedia: 3,7 millions d'euros bruts

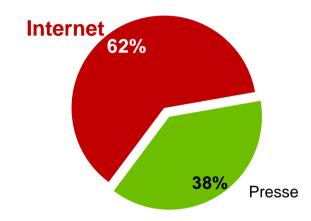
## **Dispositif digital**



Home page



Bannière





Vidéo

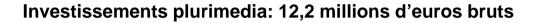




#### **CHANEL ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE**

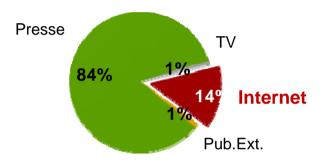
1er semestre 2011

## Dispositif plurimédia









## **Dispositif digital**



Bannière











Home page

#### **UNE CROISSANCE A DEUX CHIFFRES DU BUDGET MOYEN**

1er semestre 2011 vs 2010

Montant des investissements

101,2

millions d'euros

Evolution du secteur

+11,1%

120 annonceurs actifs: stable





## **DE FORTES AMPLITUDES DANS LES EVOLUTIONS**

Top 10 annonceurs - En millions d'euros - 1er semestre 2011 vs 2010

|                       | 7    | display | plurimédia |
|-----------------------|------|---------|------------|
| Danone                | 10,9 | -26,2%  | -5,6%      |
| Unilever              | 8,2  | +22,6%  | -9,3%      |
| Kraft Foods           | 7,5  | -35,9%  | -8,6%      |
| Mars Chocolat         | 5,4  | x2,1    | -10,0%     |
| Nestlé                | 4,9  | +57,2%  | -19,4%     |
| Mars Petfood          | 4,6  | +60,7%  | +0,1%      |
| Sara Lee Coffee & Tea | 4,6  | x17,5   | +11,7%     |
| Kelloggs              | 4,1  | -43,6%  | -8,7%      |
| Lactalis              | 3,8  | x3,2    | +40,8%     |
| Cadbury               | 3,6  | +88,6%  | +26,2%     |
|                       |      |         |            |





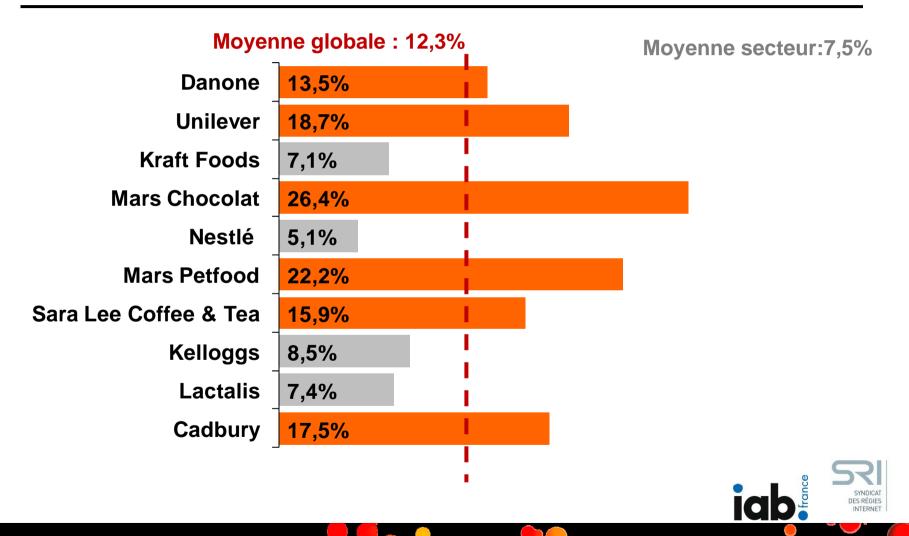
Evolution

Evolution



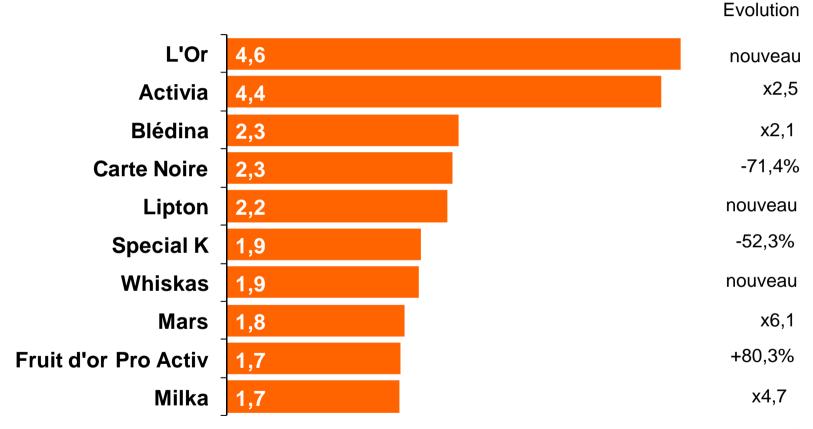
#### **DES ANNONCEURS SUR-INVESTISSEURS**

Part de marché du web chez les leaders – En % des investissements – 1er semestre 2011



#### LES 10ères MARQUES ALIMENTAIRES SUR LE DISPLAY

En millions d'euros – 1er semestre 2011 vs 2010





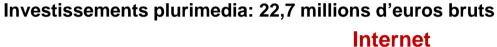




#### L'OR ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE

1er semestre 2011

## Dispositif plurimédia





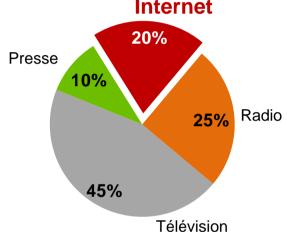
**Dispositif digital** 



Bannière









Home page





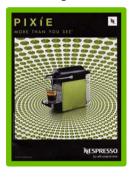


#### **NESPRESSO PIXIE ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE**

1er semestre 2011

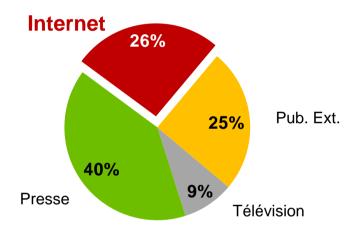
## Dispositif plurimédia

#### Investissements plurimedia: 6,7 millions d'euros bruts









## **Dispositif digital**



Bannière



Home page



Vidéo virale







#### HOLLYWOOD STYLE ET SES DISPOSITIFS OFF ET ONLINE

1er semestre 2011

## Dispositif plurimédia



Investissements plurimedia: 3,4 millions d'euros bruts

Internet

Vidéo Instream



73%
Télévision

**Dispositif digital** 



Bannière







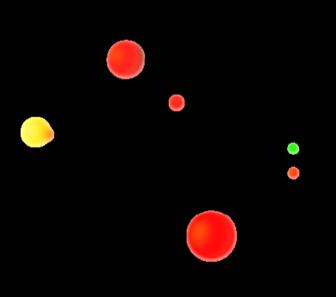




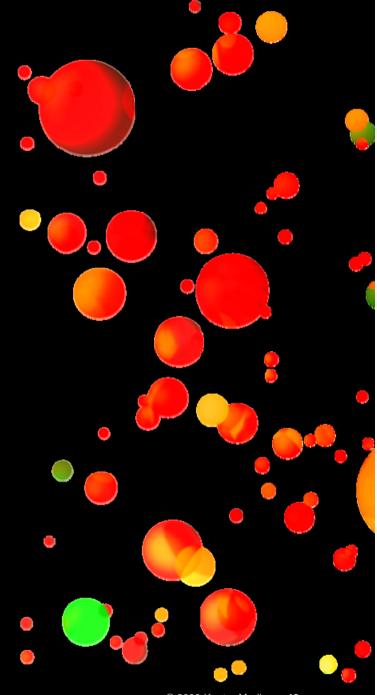




# MERCI!







22 July 2011

© 2009 Kantar Media

48