

# Internet maintient le rythme

Bilan 1<sup>er</sup> semestre 2008 vs 1<sup>er</sup> semestre 2007



# Internet maintient le rythme

- Les grands indicateurs du 1<sup>er</sup> semestre 2008

# Internet maintient le rythme

- **Une croissance décevante du marché publicitaire plurimedia**

Montant et évolution des investissements publicitaires plurimedia - 1<sup>er</sup> semestre 2008

12,5

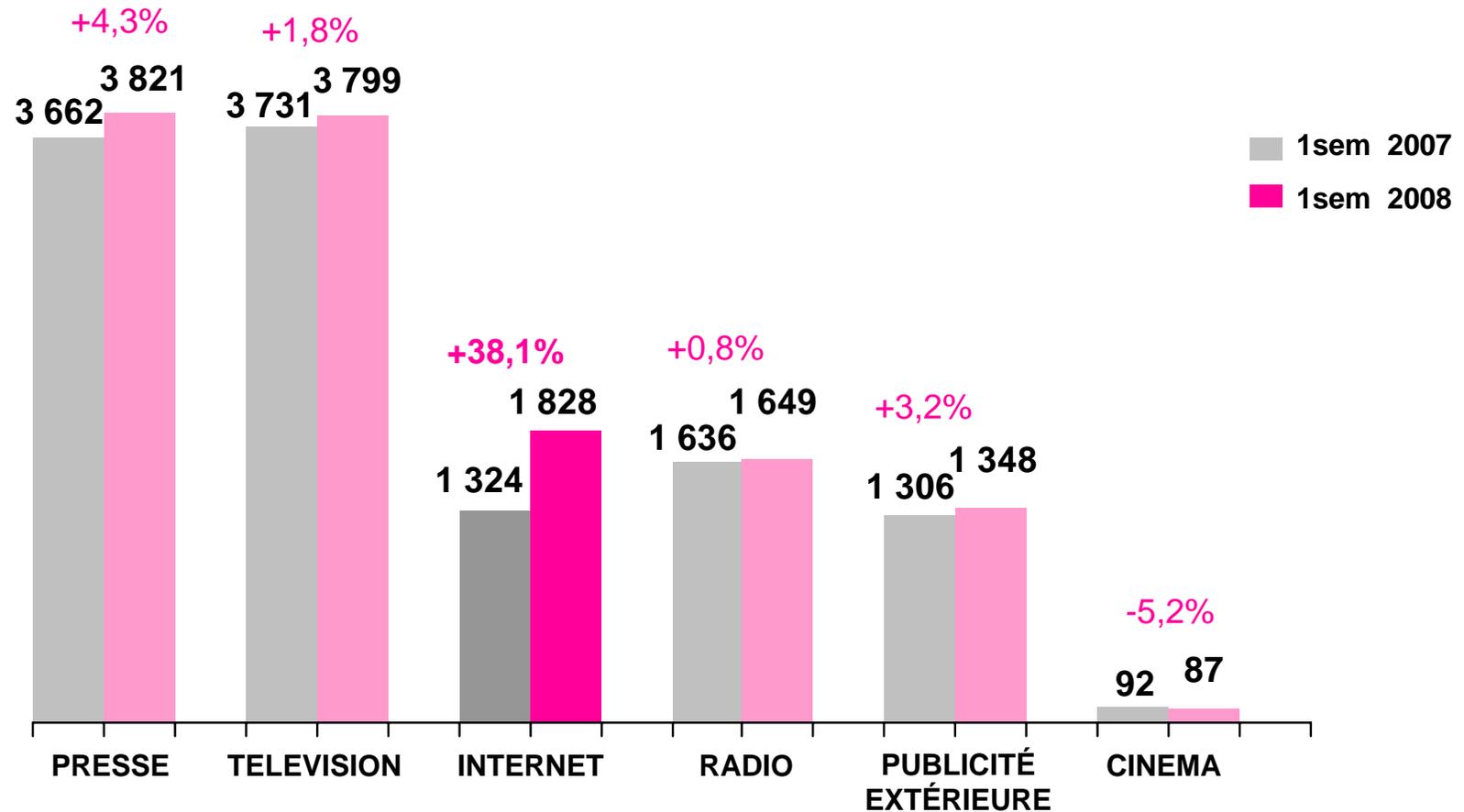
Milliards d'euros

+6,6%

# Internet maintient le rythme

## ■ Internet: La plus forte progression des media

■ Investissements publicitaires en millions d'euros



# Internet maintient le rythme

- **Investissements publicitaires bruts sur internet**

- Format display hors search – 1<sup>er</sup> semestre 2008

1 828

Millions d'euros

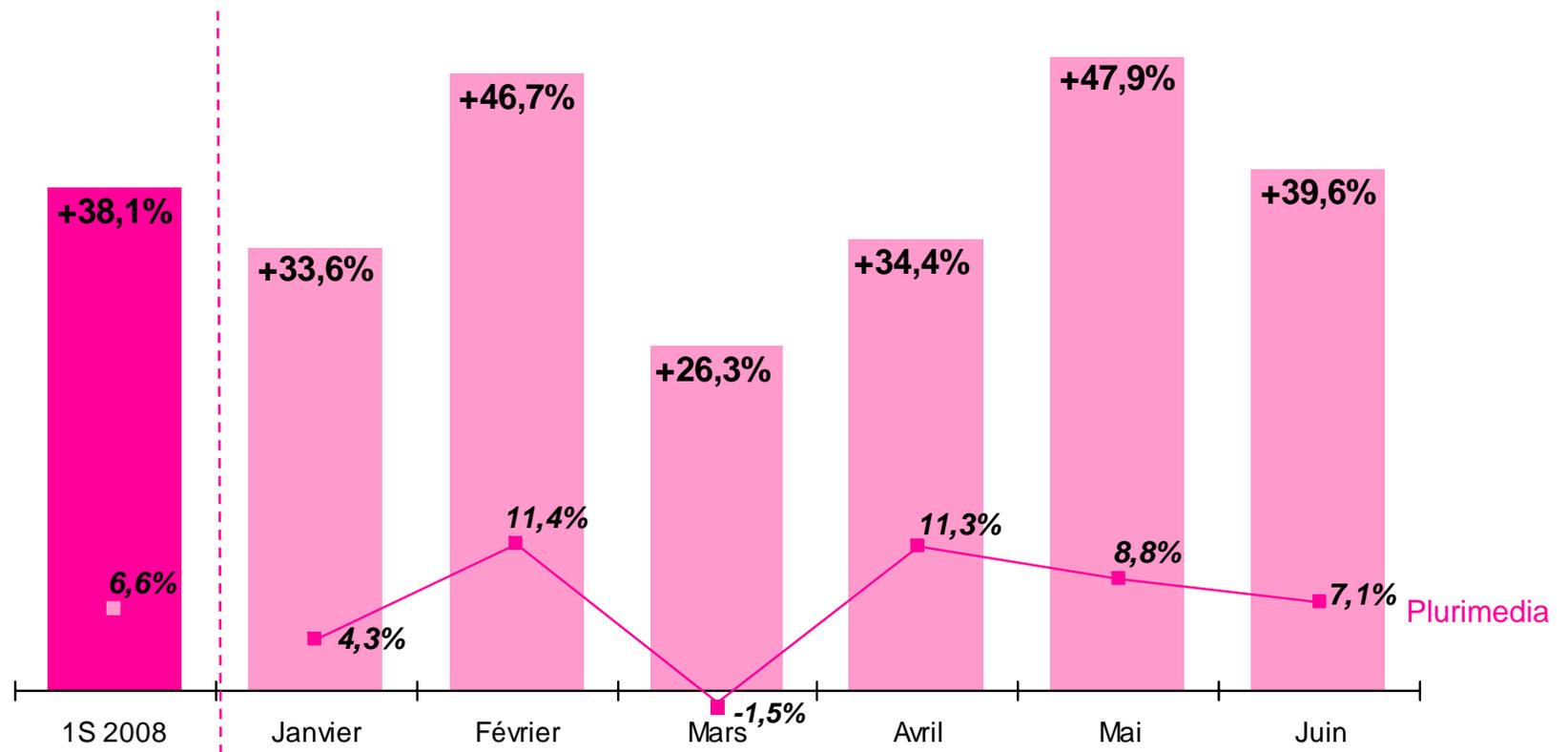
+38,1%

\* Univers constant : 37 régies déclarantes

# Internet maintient le rythme

## ■ Une croissance mensuelle qui suit les variations du plurimedia

- Évolution mensuelle des investissements internet et plurimedia – 1<sup>er</sup> sem. 2008 vs 1<sup>er</sup> sem. 2007



# Internet maintient le rythme

- **Part de marché internet dans le plurimedia**

- Format display hors search – 1<sup>er</sup> semestre 2008

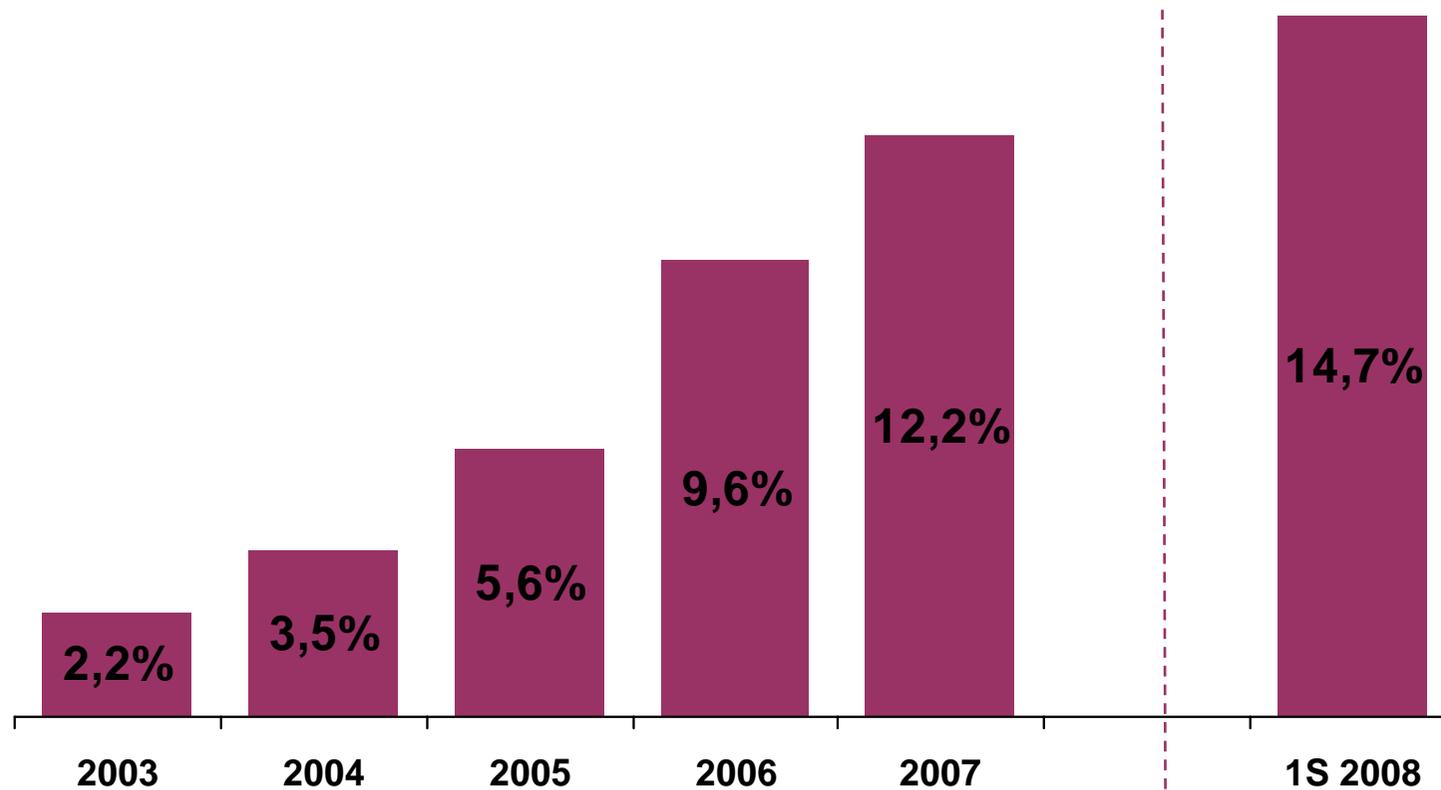
14,7%

\* Univers constant: 37 régies déclarantes

# Internet maintient le rythme

## ■ Evolution de la part de marché internet

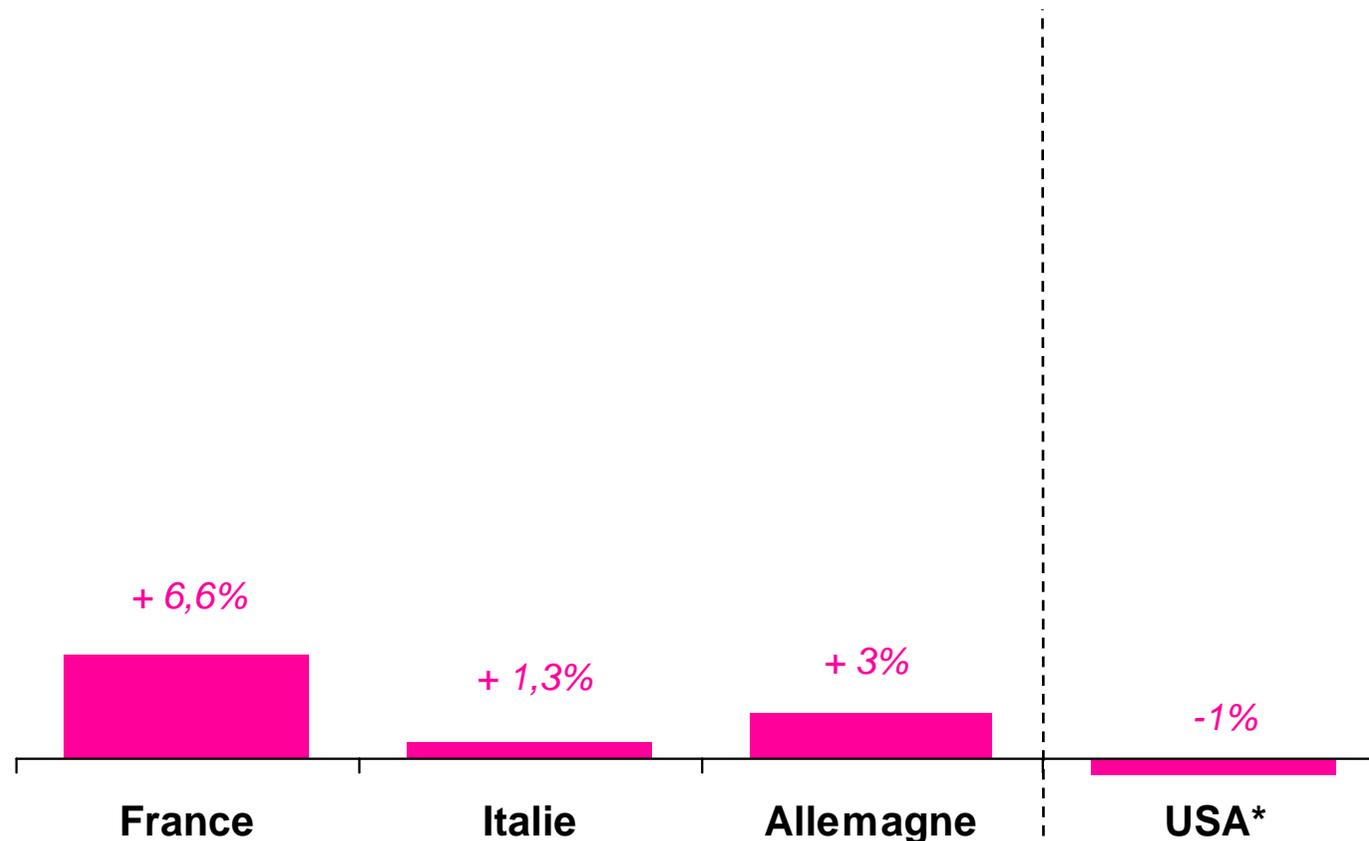
■ Part de marché internet vs plurimedia



# Internet maintient le rythme

## ■ Une faible croissance plurimedia à l'international

- Evolution des investissements publicitaires plurimédia 1<sup>er</sup> semestre 2008 vs 1<sup>er</sup> semestre 2007

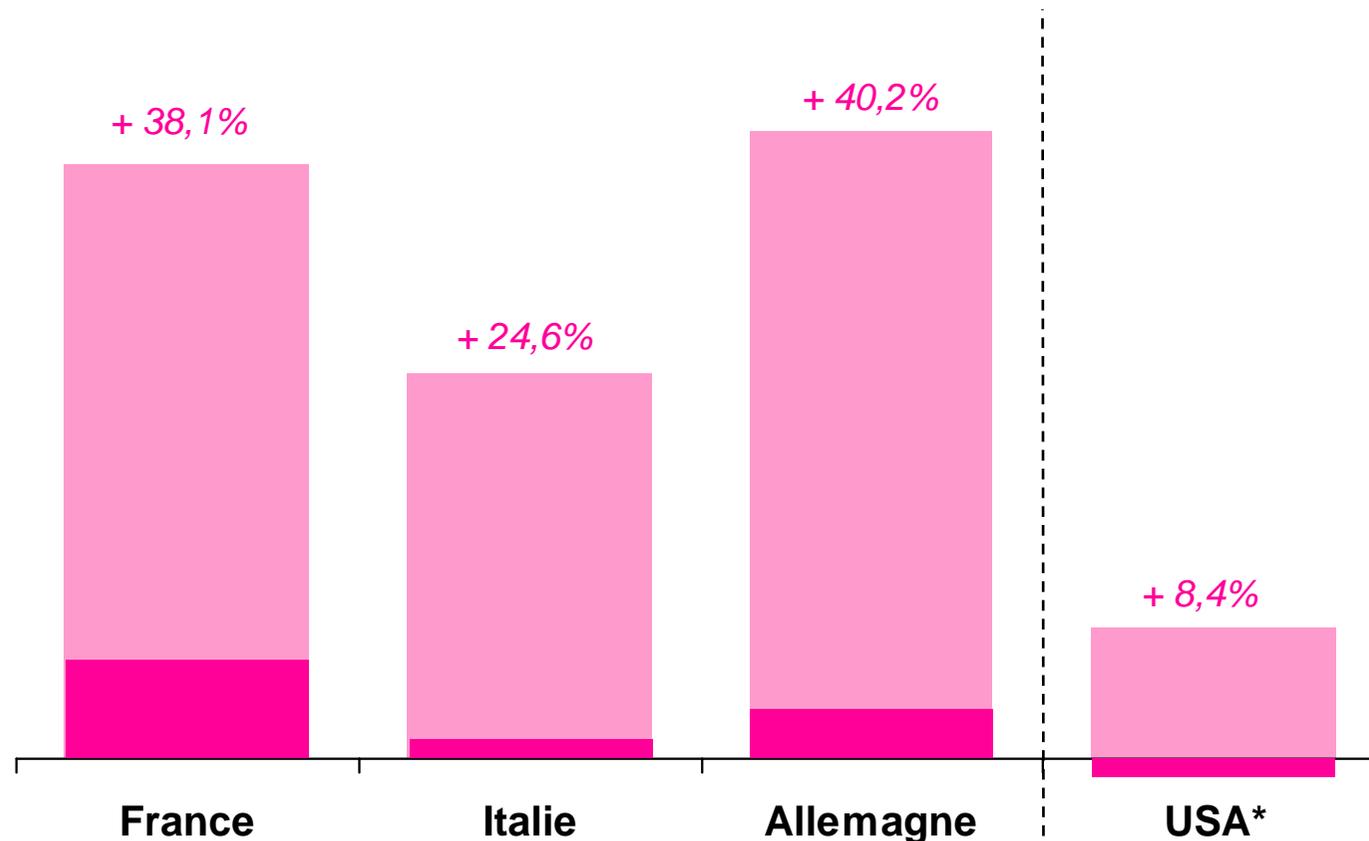


\* À fin avril

# Internet maintient le rythme

## ■ Internet est partout moteur de croissance

- Evolution des investissements publicitaires internet 1<sup>er</sup> semestre 2008 vs 1<sup>er</sup> semestre 2007

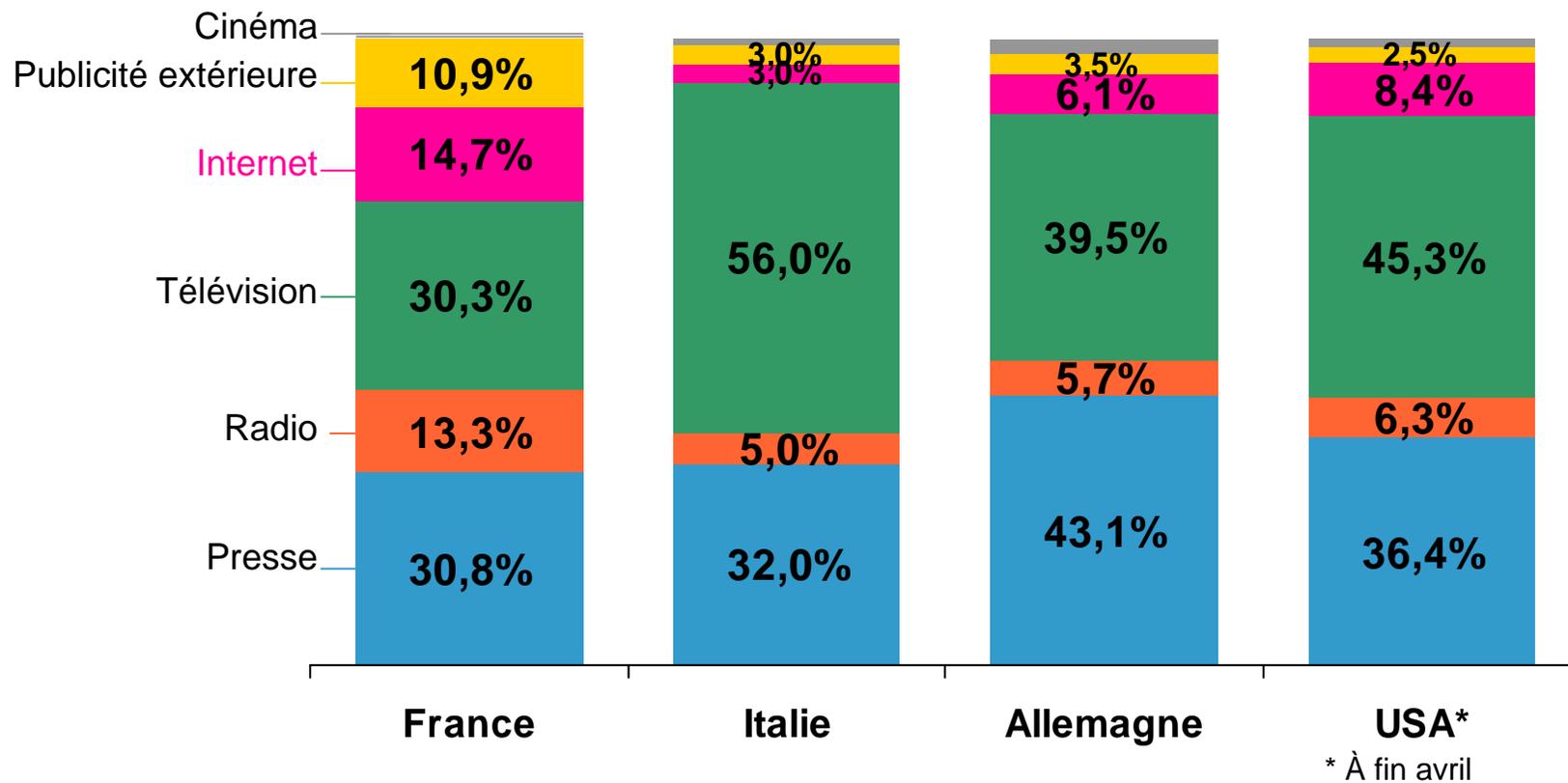


\* À fin avril

# Internet maintient le rythme

## ■ Part de marché internet

■ Répartition des investissements publicitaires par média - 1<sup>er</sup> semestre 2008



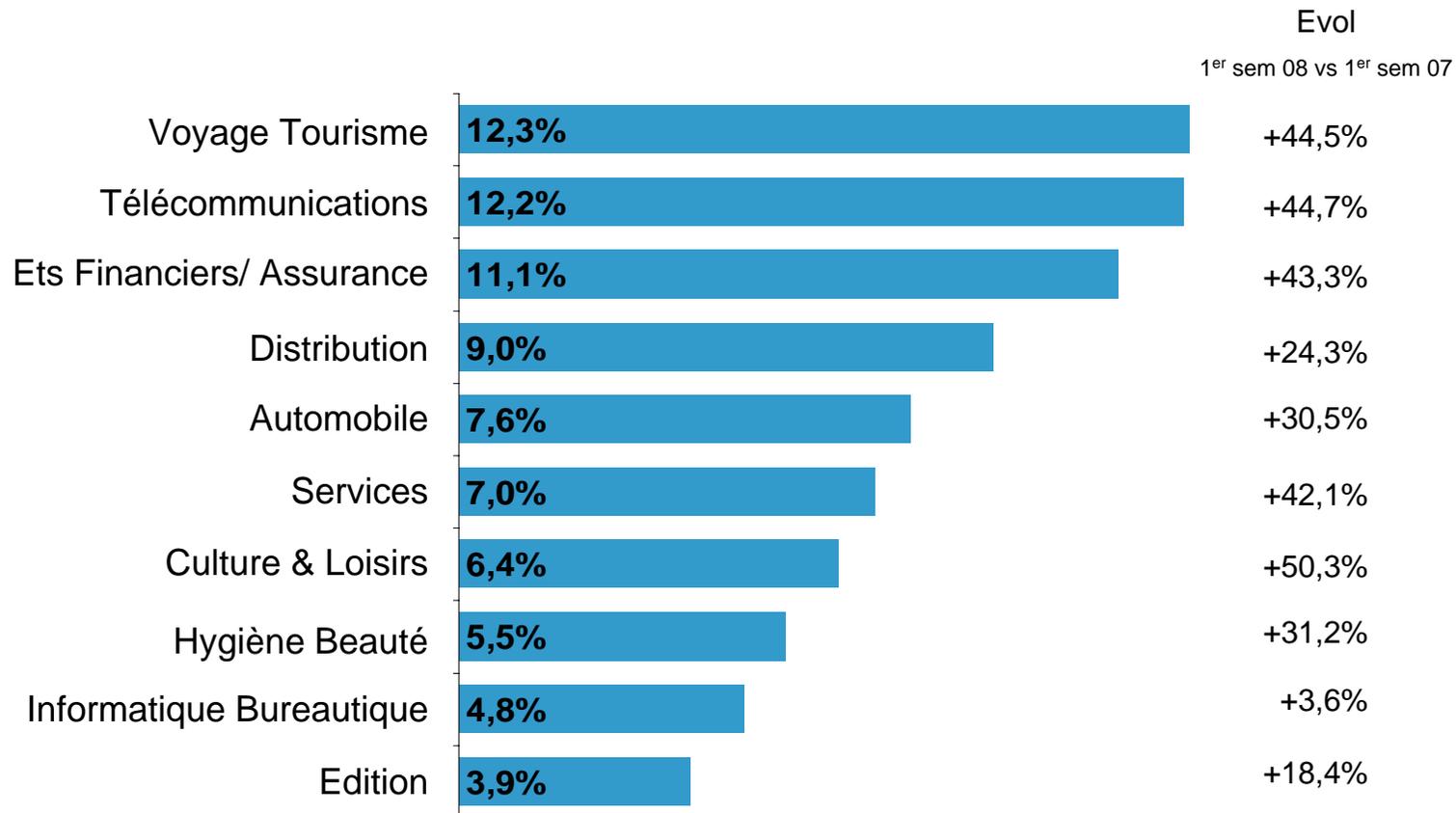
# Internet maintient le rythme

- Les secteurs du web

# Internet maintient le rythme

## ■ De fortes progressions sur les secteurs leaders

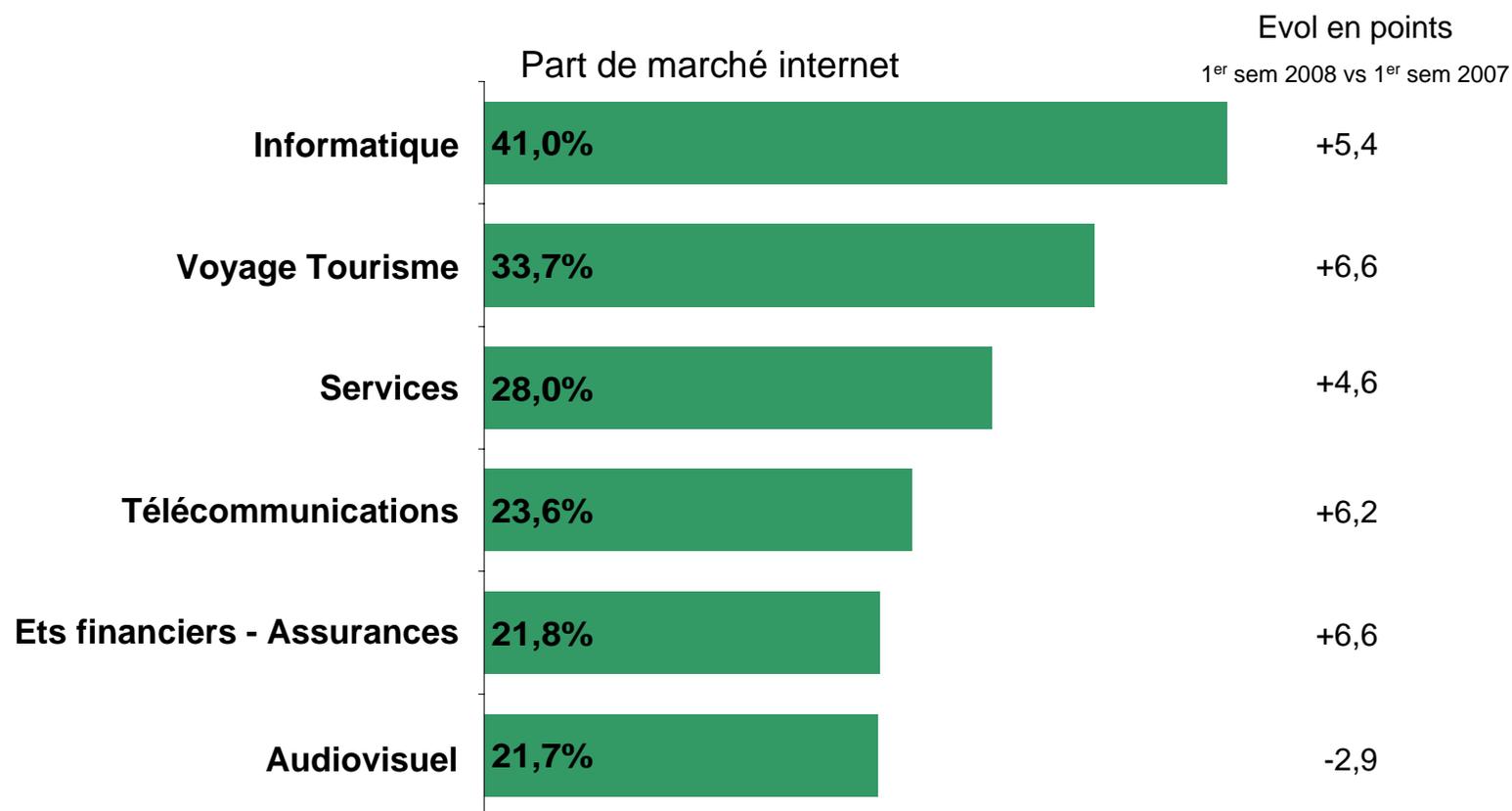
■ Poids des secteurs sur l'investissement total internet (1,8 milliard d'euros)



# Internet maintient le rythme

## ■ Les secteurs sur-investisseurs

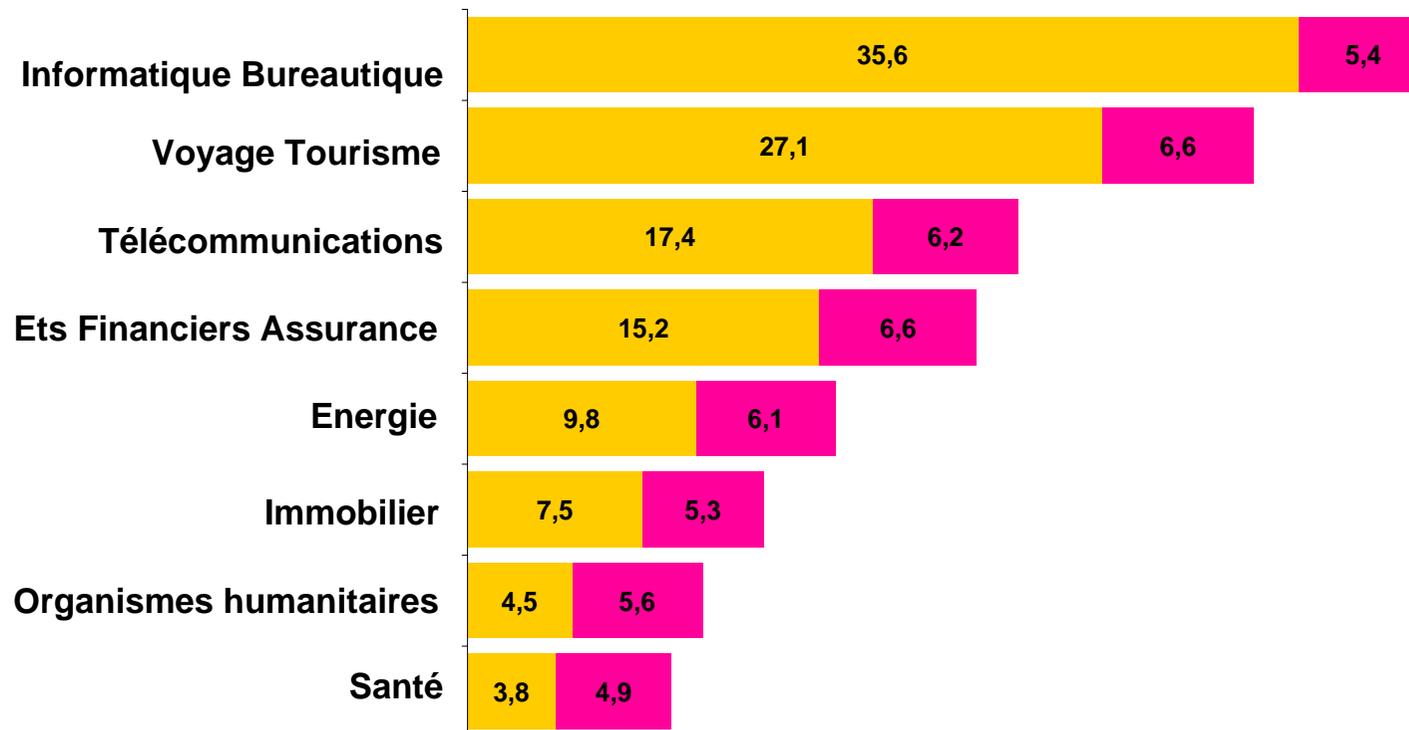
- Top des secteurs dont la part de marché est supérieure à la moyenne (14,7%)



# Internet maintient son rythme

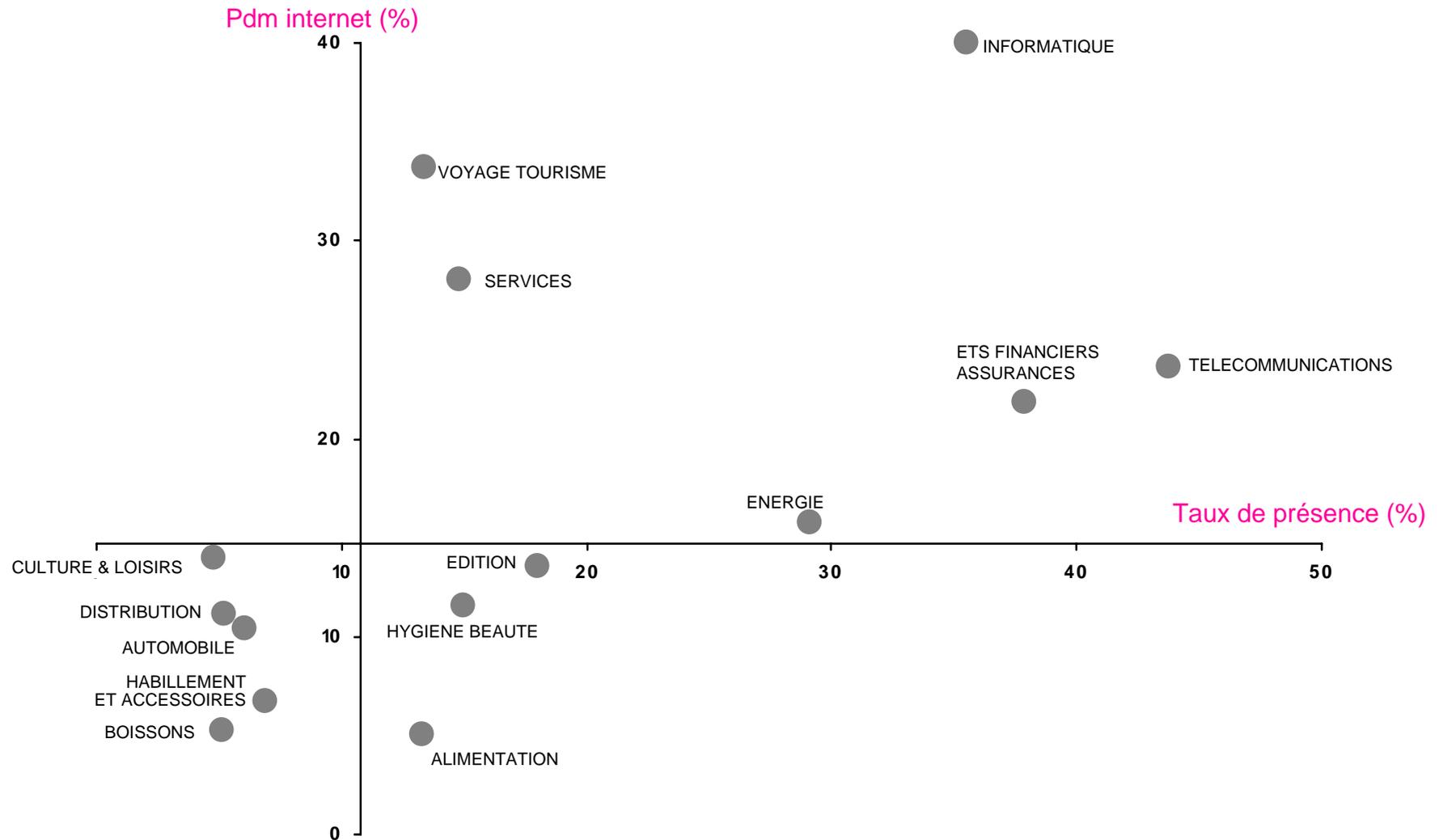
## ■ Les plus fortes progressions de pdm internet

■ Evolution en points de la part de marché internet entre 1<sup>er</sup> semestre 2008 vs 1<sup>er</sup> semestre 2007



# Internet maintient le rythme

## ■ Encore un fort potentiel sur des secteurs clés



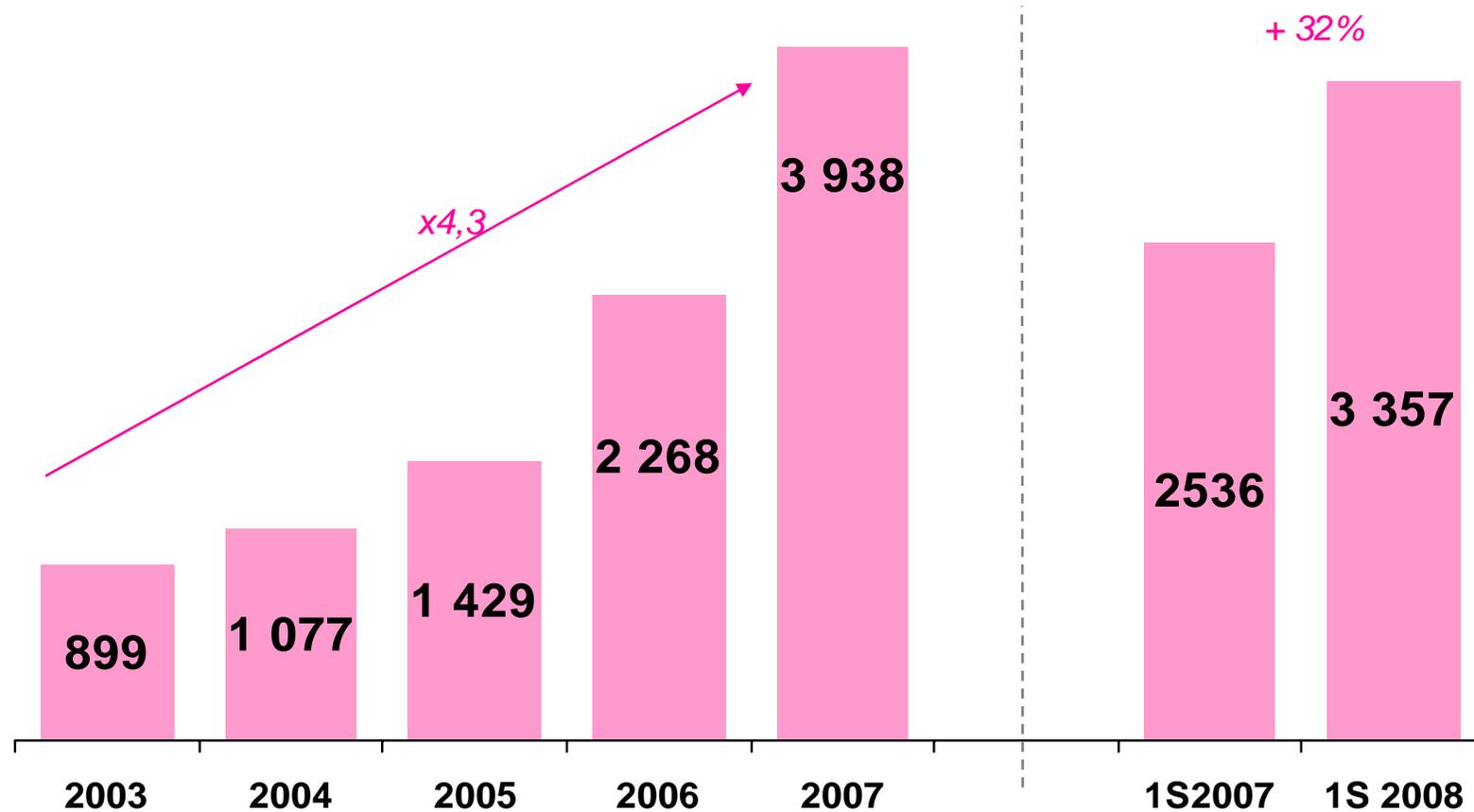
# Internet maintient le rythme

- Les annonceurs du web

# Internet maintient le rythme

## ■ Toujours plus d'annonceurs présents sur le web

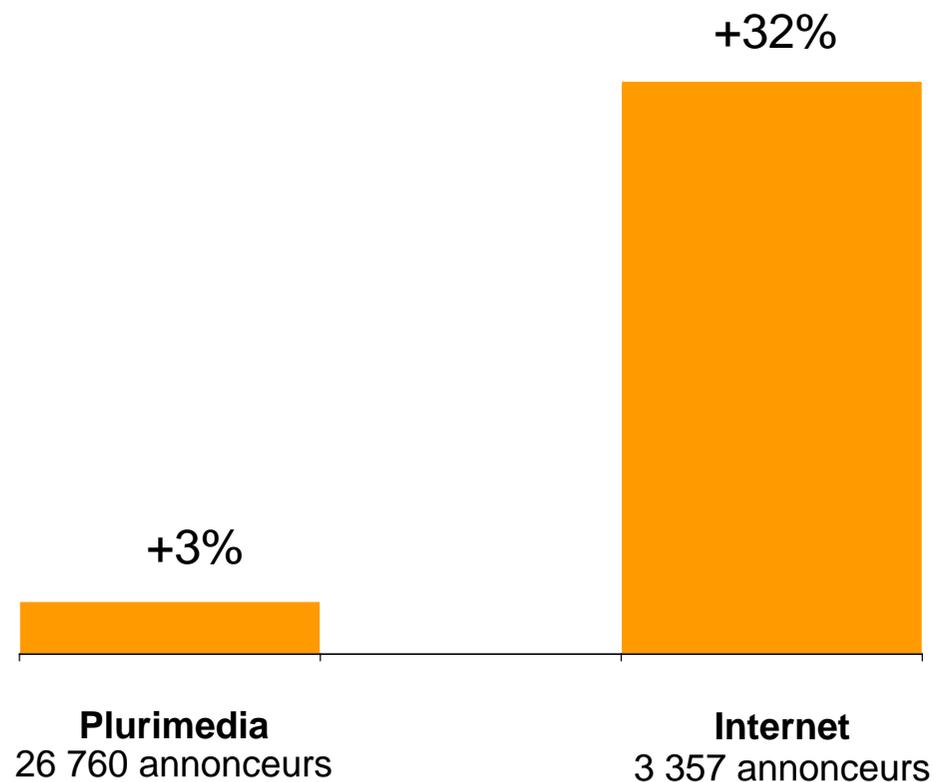
■ Nombre d'annonceurs actifs



# Internet maintient le rythme

## ■ Une progression unique

- Evolution du nombre d'annonceurs



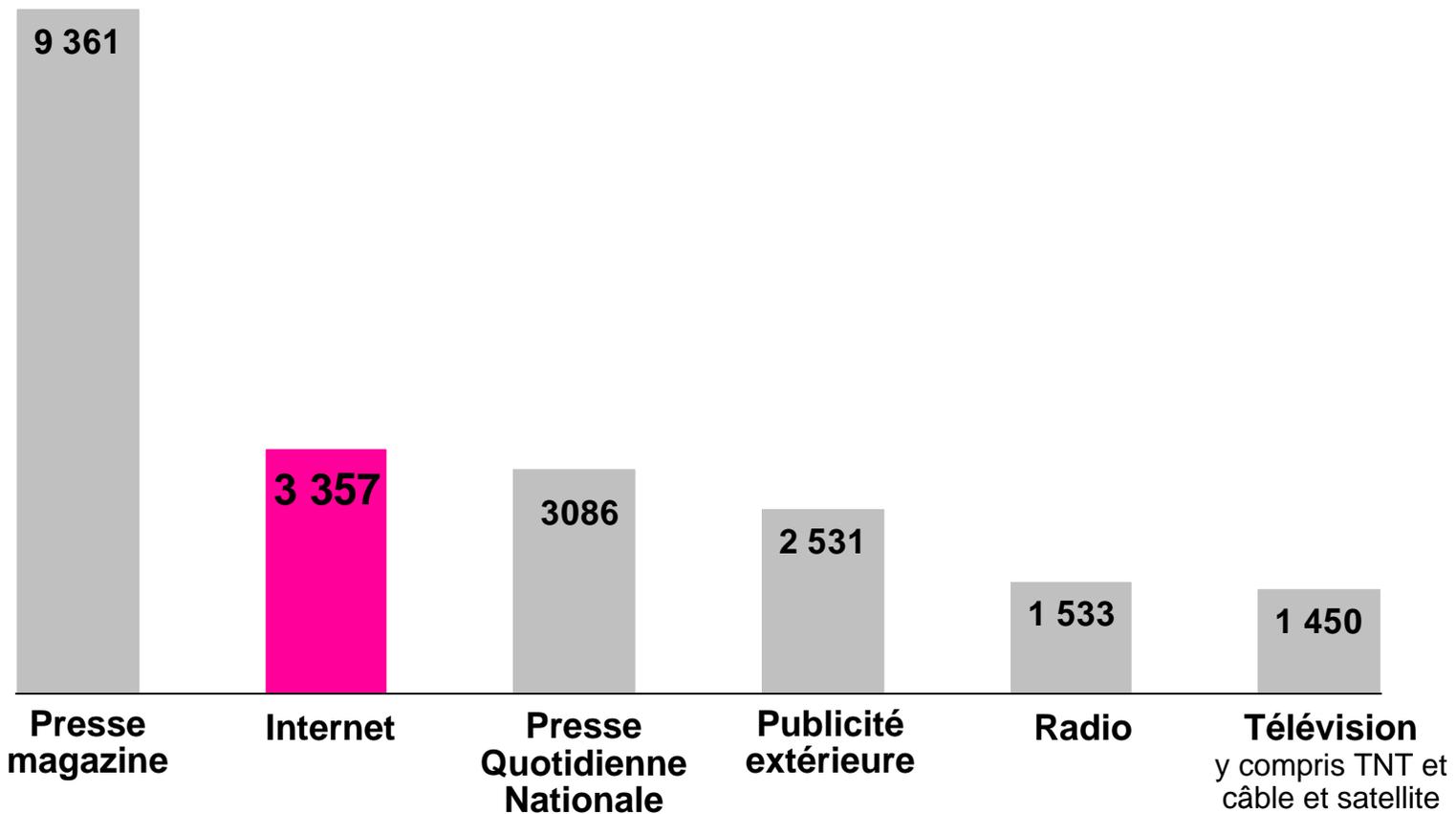
\* univers media nationaux uniquement



# Internet maintient le rythme

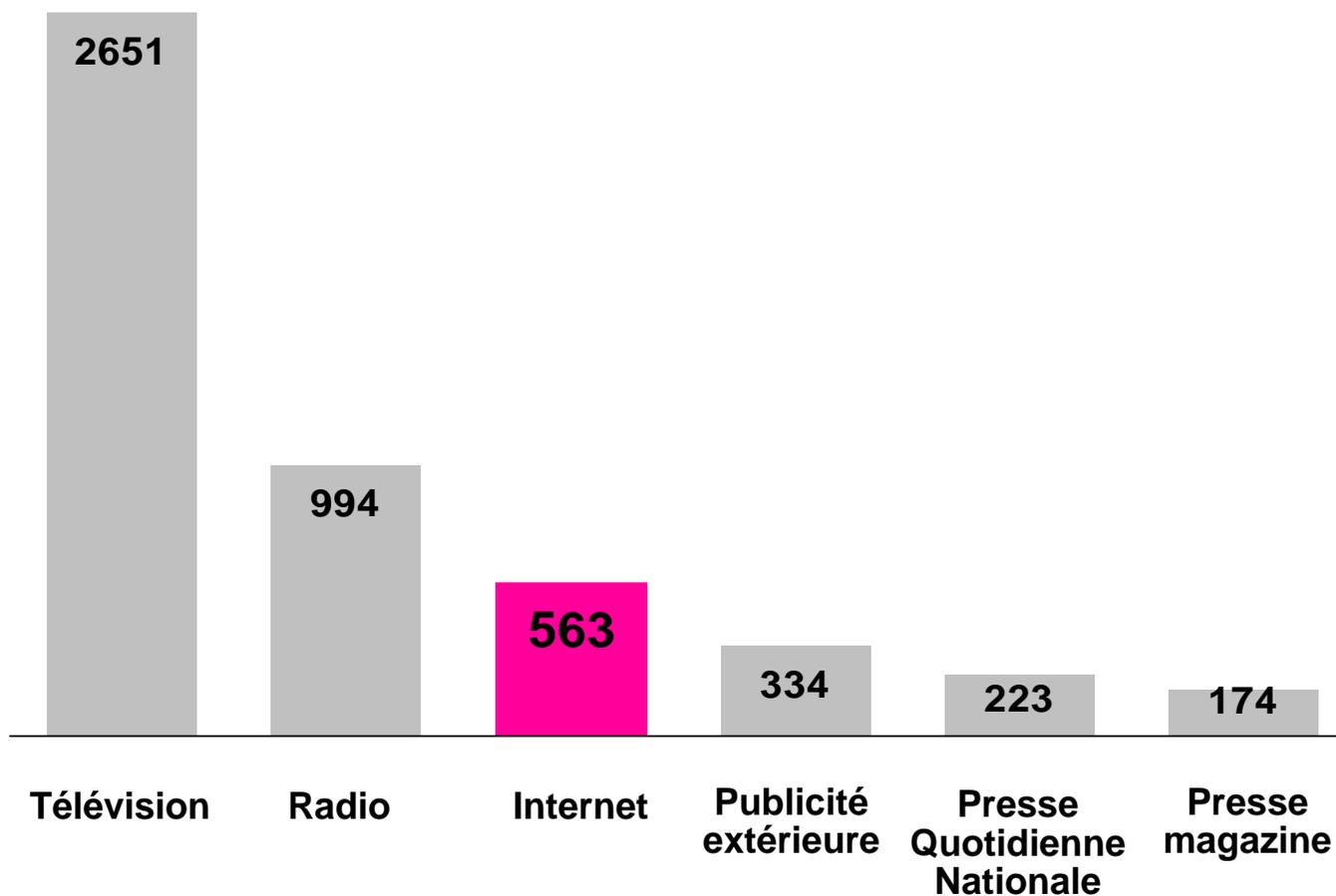
■ 2 fois plus d'annonceurs que la télévision et que la radio

■ Nombre d'annonceurs par media \*



# Internet maintient le rythme

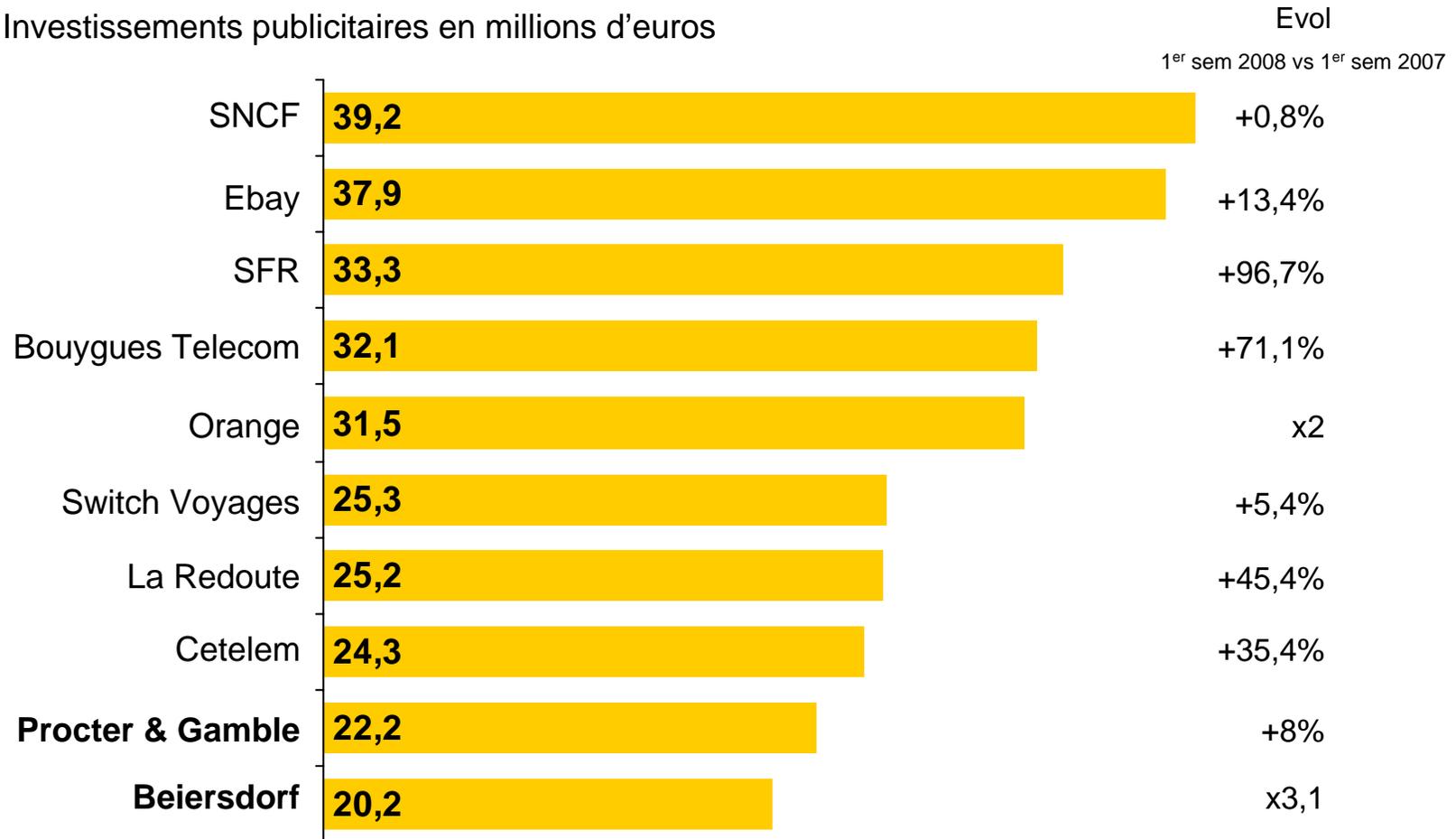
■ **Budget moyen par annonceur** (en milliers d'euros)



# Internet maintient le rythme

## ■ La grande consommation entre dans le top 10

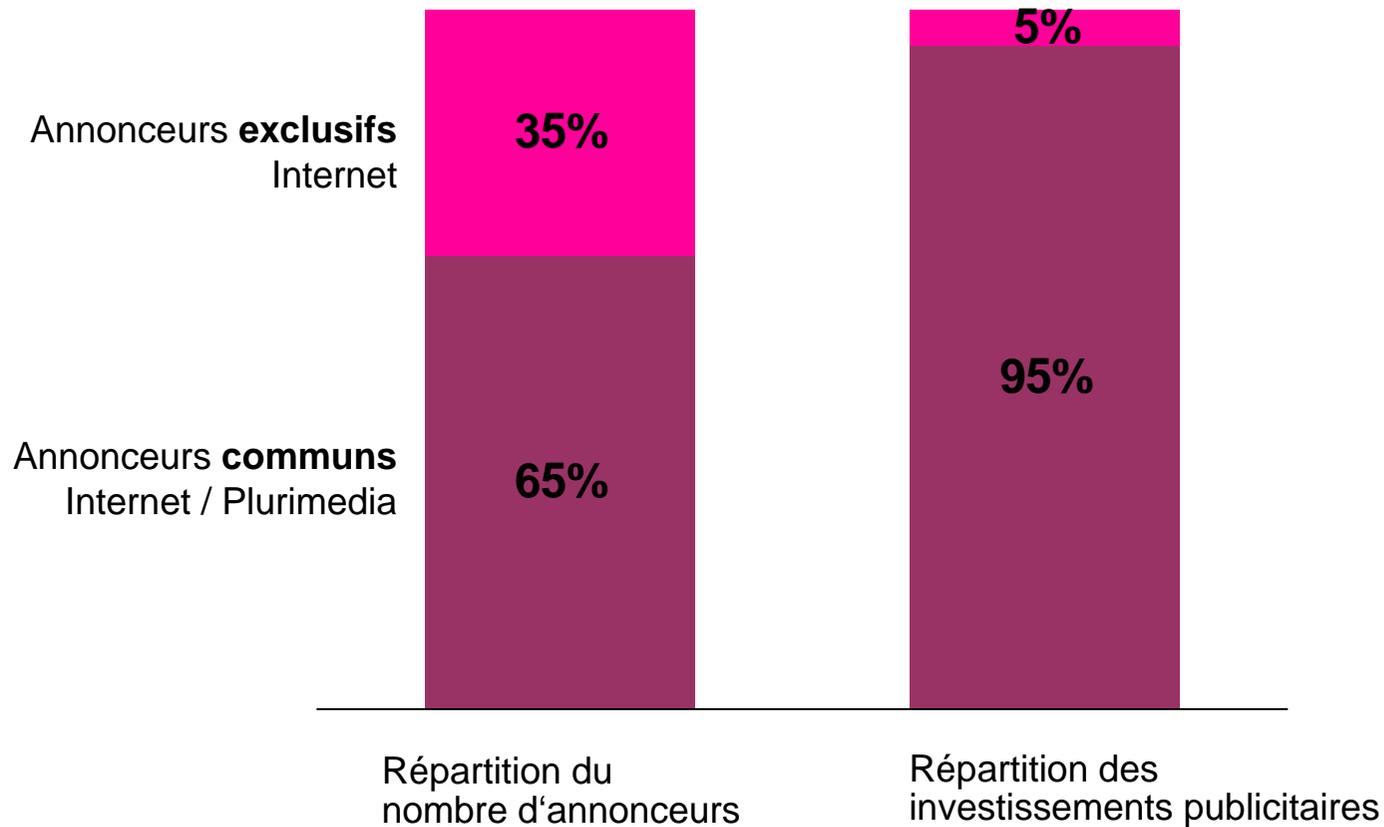
■ Investissements publicitaires en millions d'euros



# Internet maintient le rythme

## ■ 2/3 d'annonceurs plurimedia

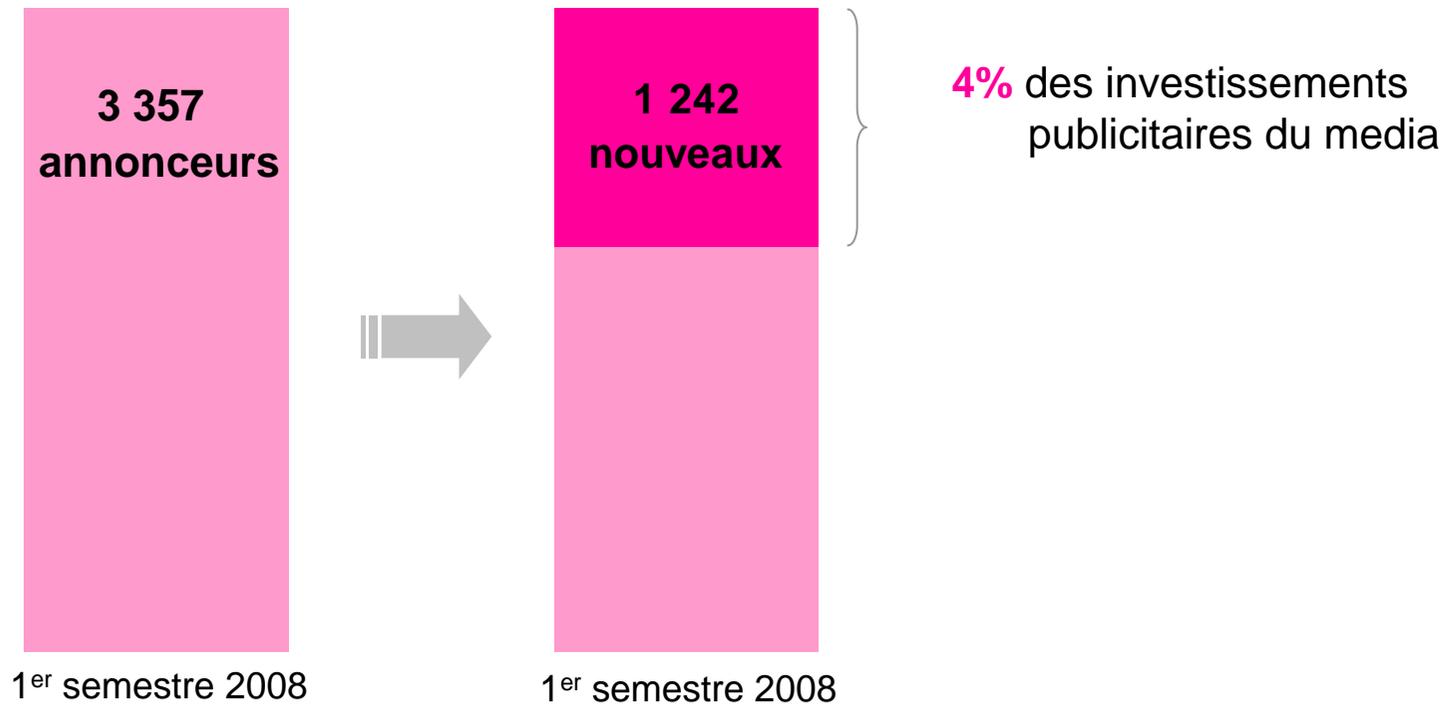
■ 1<sup>er</sup> semestre 2008



# Internet maintient le rythme

## ■ Plus d'1/3 des annonceurs sont nouveaux

- Nombre d'annonceurs actifs



# Internet maintient le rythme

## ■ De nouvelles marques connues sur internet

- Quelques nouveaux annonceurs (part de marché internet)

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| E. Leclerc mobile .....      | (83%)   |
| Maroc off Tourisme .....     | (21,5%) |
| Viktor & Rolf cosmétique ... | (57%)   |
| DeLonghi .....               | (19,5%) |
| Lindt & Sprungli .....       | (4%)    |
| BP France .....              | (60%)   |
| Burberry .....               | (17%)   |
| Roche Bobois .....           | (1%)    |
| Subaru .....                 | (3%)    |

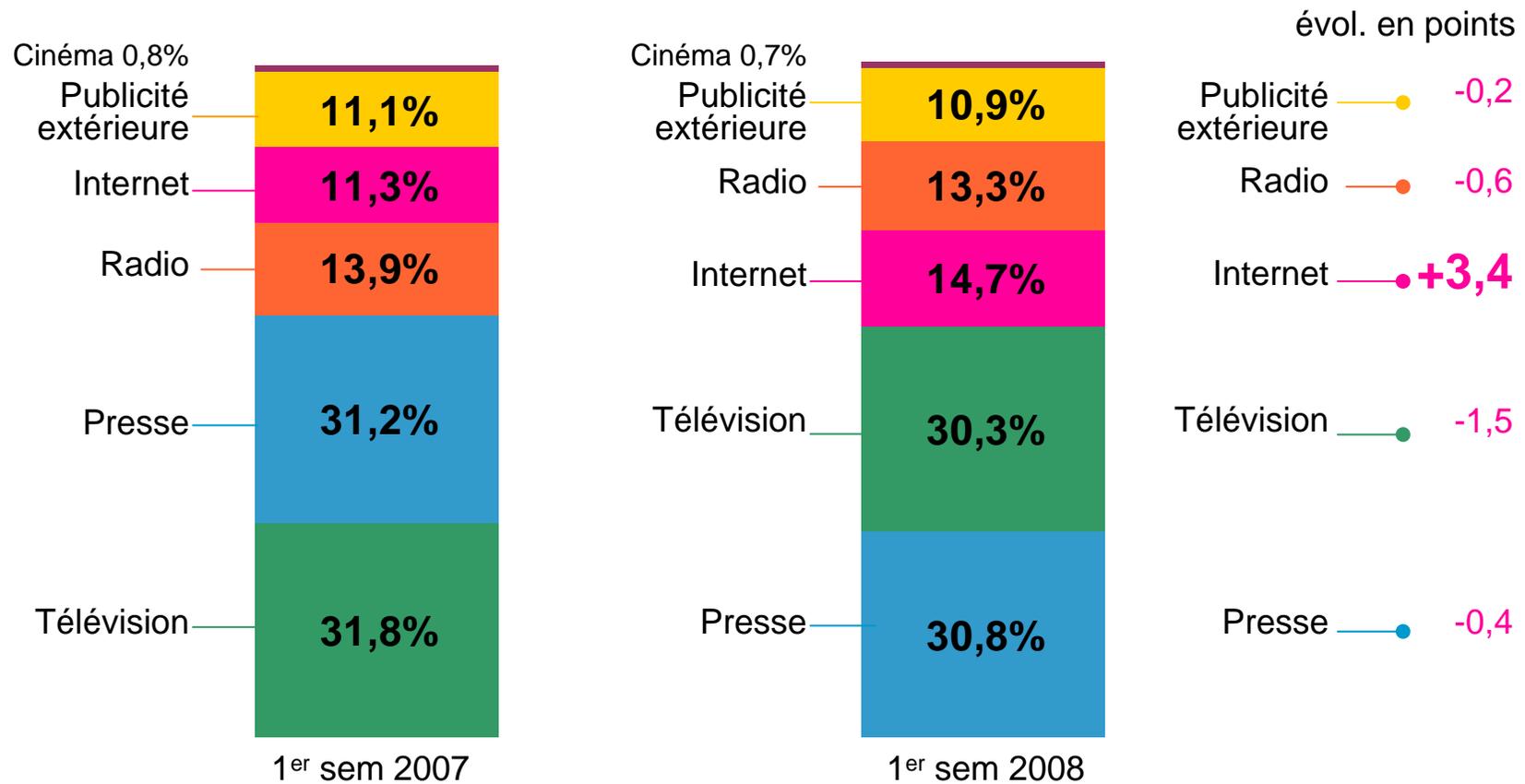
# Internet maintient le rythme

- **Internet dans le mix media**

# Internet maintient le rythme

## ■ Internet, 3<sup>ème</sup> media

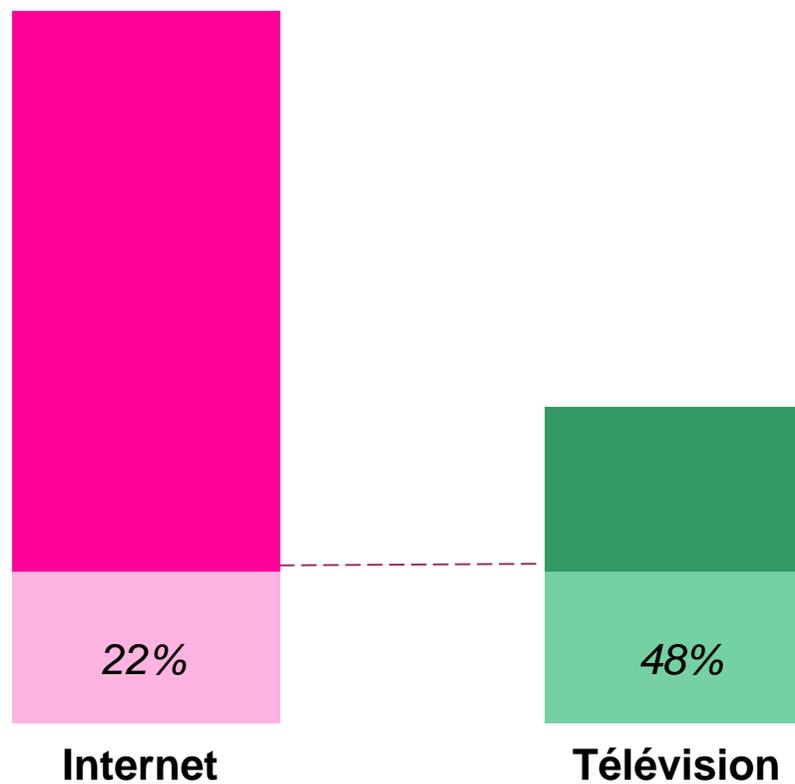
■ Répartition des investissements publicitaires par media



# Internet maintient le rythme

## ■ Un mix internet / télévision toujours en progression

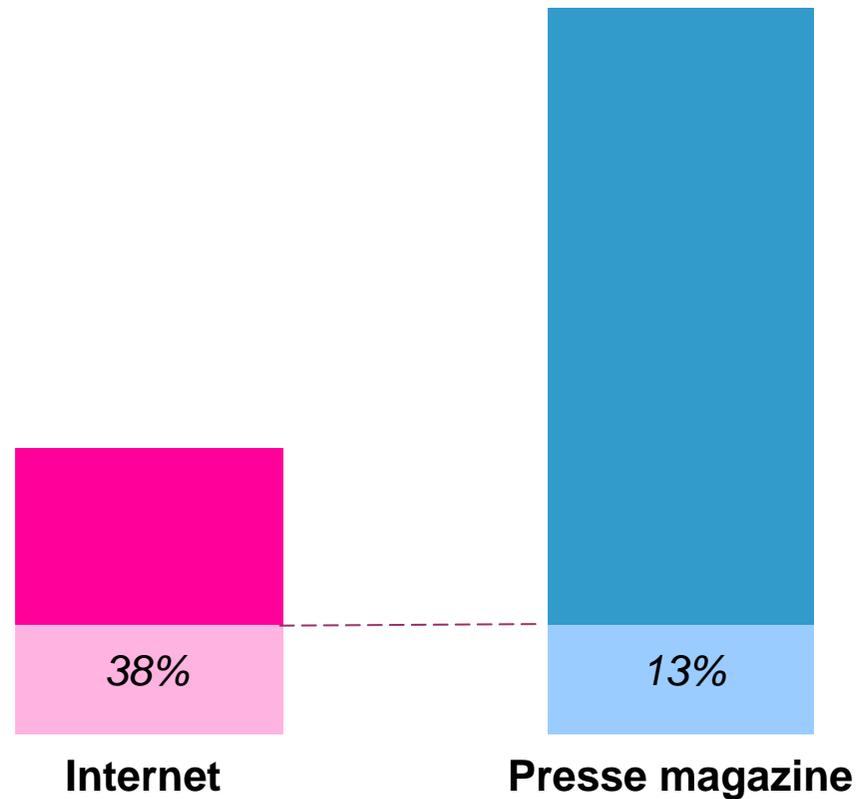
- Nombre d'annonceurs par media et % de mixité



# Internet maintient le rythme

## ■ Un mix internet / presse magazine

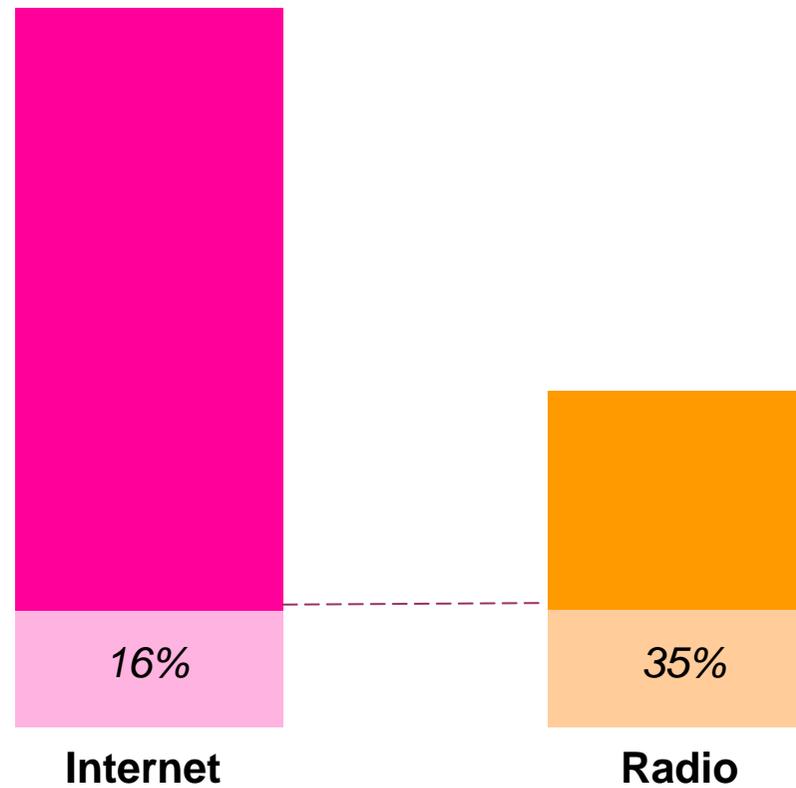
- Nombre d'annonceurs par media et % de mixité



# Internet maintient le rythme

## ■ Un mix internet / radio

- Nombre d'annonceurs par media et % de mixité



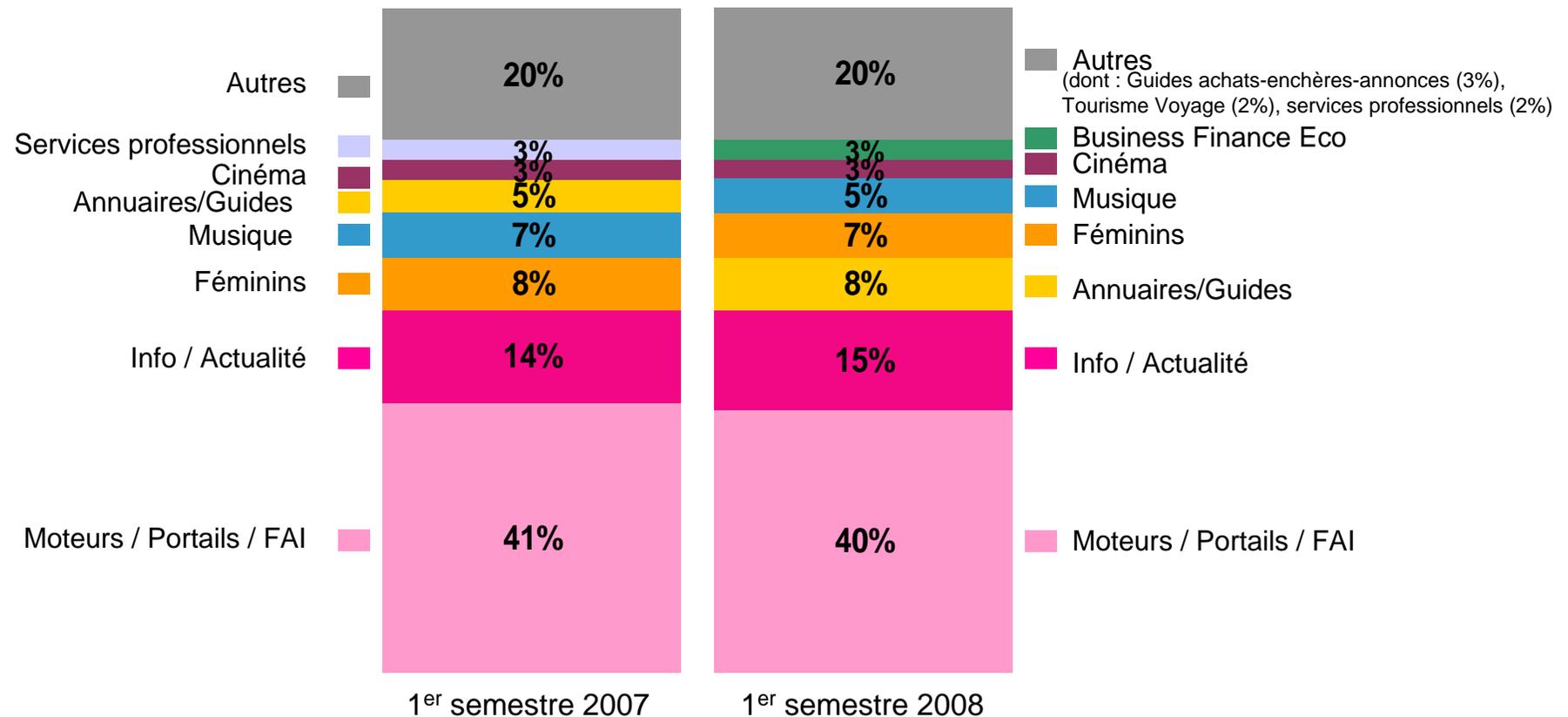
# Internet maintient le rythme

- **Les catégories de sites**

# Internet maintient le rythme

## Vers plus de diversité dans les plans media

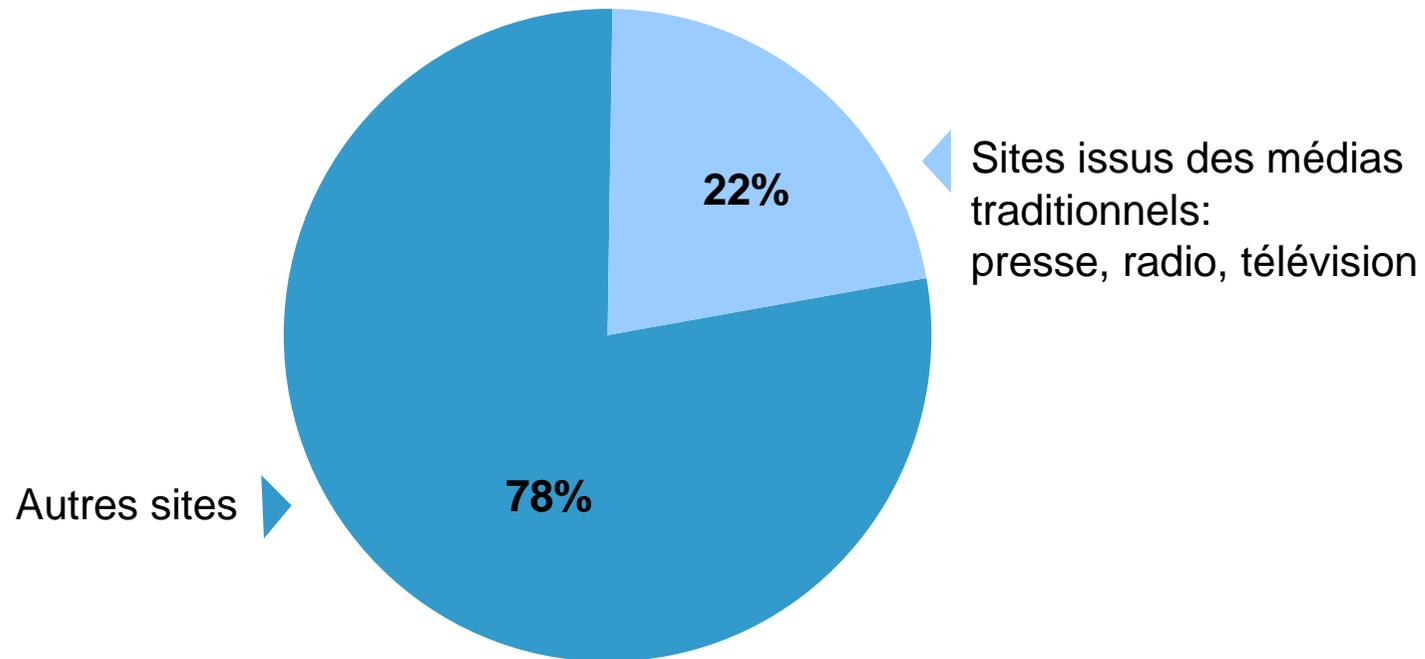
- Poids des catégories de sites dans les investissements publicitaires d'internet



# Internet maintient le rythme

## ■ Les sites issus des médias traditionnels représentent déjà un poids tangible sur le web...

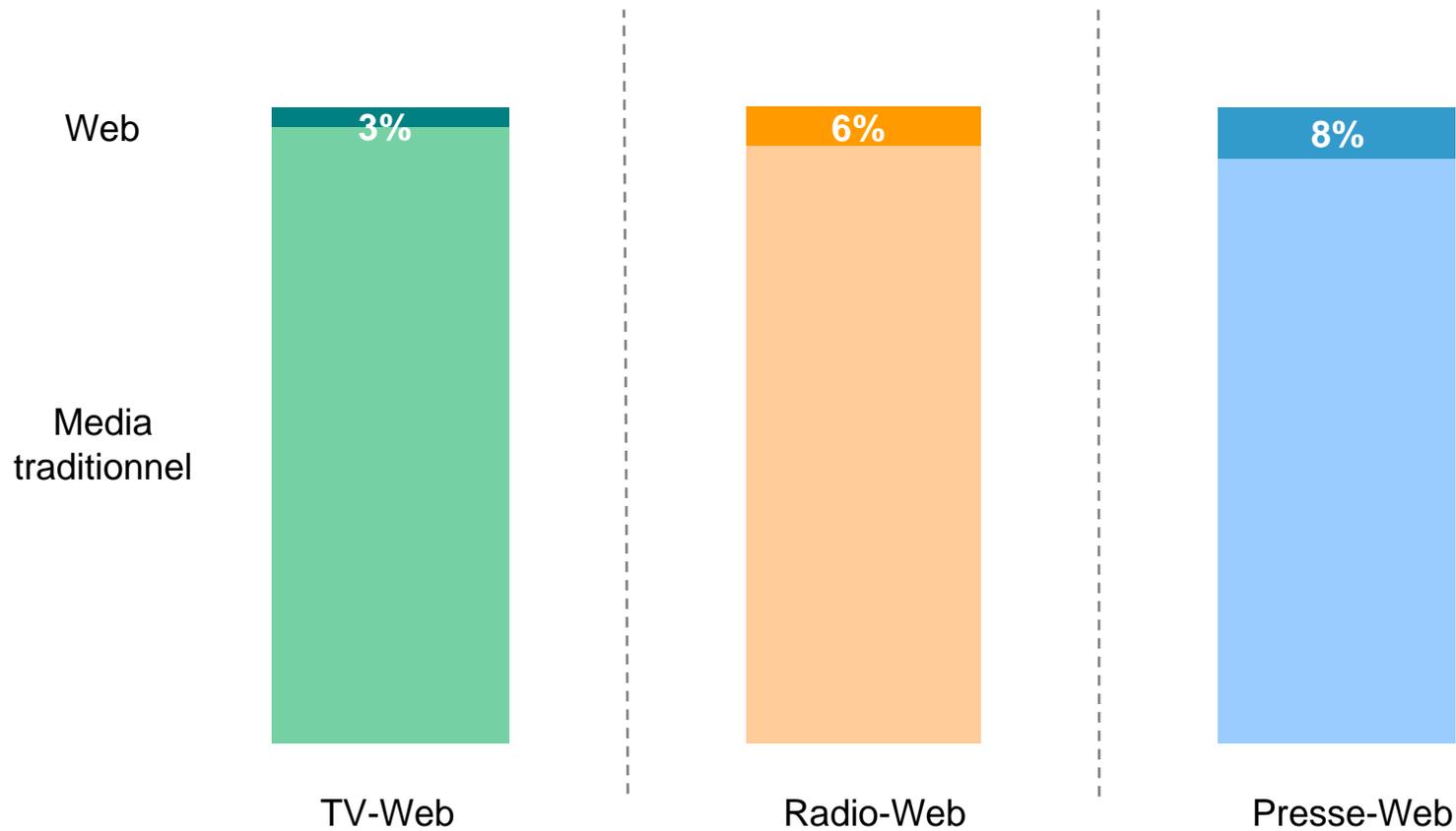
- Poids des sites issus des médias traditionnels dans le total internet – 1<sup>er</sup> semestre 2008



# Internet maintient le rythme

■ ... même si le web ne représente encore qu'un poids marginal

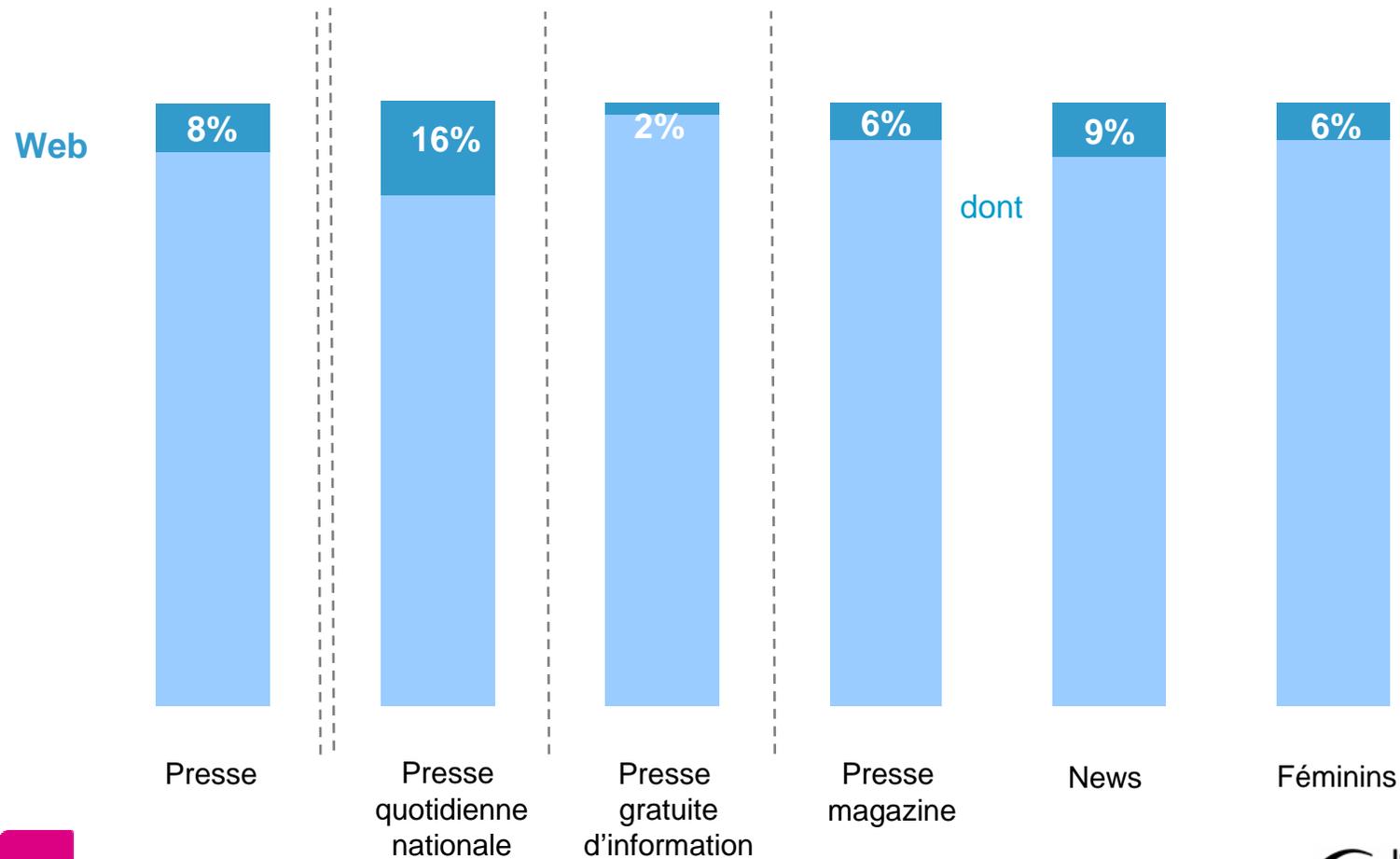
■ Poids des revenus publicitaires par média – 1<sup>er</sup> semestre 2008



# Internet maintient le rythme

## ■ L'information, moteur du développement de la presse sur le web

■ Poids des revenus publicitaires par média - 1<sup>er</sup> semestre 2008



# Internet maintient son rythme

## ■ Conclusions

- 1 828 millions d'euros (+38,1%)
- 3<sup>ème</sup> media avec une part de marché à 14,7%
- Une progression unique du nombre d'annonceurs présents  
3 357 annonceurs (+32%)
- Un media qui s'impose sur certains secteurs avec encore des potentiels de croissance.
- La grande consommation entre dans le top 10 annonceurs.
- De fortes croissances du poids du web pour de nouveaux secteurs: énergie, immobilier, santé...
- Un media qui s'inscrit définitivement dans les stratégies media des annonceurs

# Internet maintient le rythme

Bilan 1<sup>er</sup> semestre 2008 vs 1<sup>er</sup> semestre 2007



# La mesure du média internet - méthodologie

## ■ Univers internet :43 régies déclarantes en 2008 (719 sites)

La méthodologie repose sur un déclaratif mensuel des régies de l'ensemble des campagnes publicitaires au tarif brut (format display hors search)

- |                    |                              |                         |                     |
|--------------------|------------------------------|-------------------------|---------------------|
| ■ .01 REGIE *      | ■ .CAR&BOAT MEDIA *          | ■ .INTERPSYCHO          | ■ .PRISMA PRESSE    |
| ■ .20 MINUTES      | ■ .CONDE NAST                | ■ .KDP GROUPE           | ■ .REGIE OBS        |
| ■ .24 7 REAL MEDIA | ■ .DI REGIE                  | ■ .LA TRIBUNE REGIE     | ■ .SKYREGIE         |
| ■ .AD MAJOREM *    | ■ .DOCTISSIMO                | ■ .LAGARDERE PUBLICITE  | ■ .TF1 PUBLICITE    |
| ■ .ADLINK          | ■ .ECHOFI                    | ■ .LE POINT MULTIMEDIA  | ■ .VOYAGES-SNCF.COM |
| ■ .ADVERLINE       | ■ .ESPACES LIBERATION        | ■ .LYCOS NETWORK EUROPE | ■ .YAHOO            |
| ■ .ALLOCINE        | ■ .FRANCETELEVISIONS PUB     | ■ .M6 PUBLICITE         | ■ .ZEFIR WEB        |
| ■ .AOL             | ■ .GROUPE INDUSTRIE SERV INF | ■ .MANCHETTE REGIE      |                     |
| ■ .AUFEMININ.COM   | ■ .GROUPE MARIE CLAIRE       | ■ .MSN                  |                     |
| ■ .BENCHMARK       | ■ .HI MEDIA                  | ■ .NRJ GLOBAL           |                     |
| ■ .BLUE MEDIA      | ■ .HORYZON MEDIA             | ■ .ORANGE PUBLICITE     |                     |
| ■ .BOURSORAMA      | ■ .I REGIE                   | ■ .PAGESJAUNES          |                     |

\* Nouvelles régies participant en 2008

## ■ Nomenclature produits:

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2008, nous avons effectué des modifications au sein de la nomenclature produits: transferts de variétés de produits de la famille Télécommunications à la famille Services (sites internet emploi - guides d'achat et places de marché).