

# Comment internet tisse sa toile

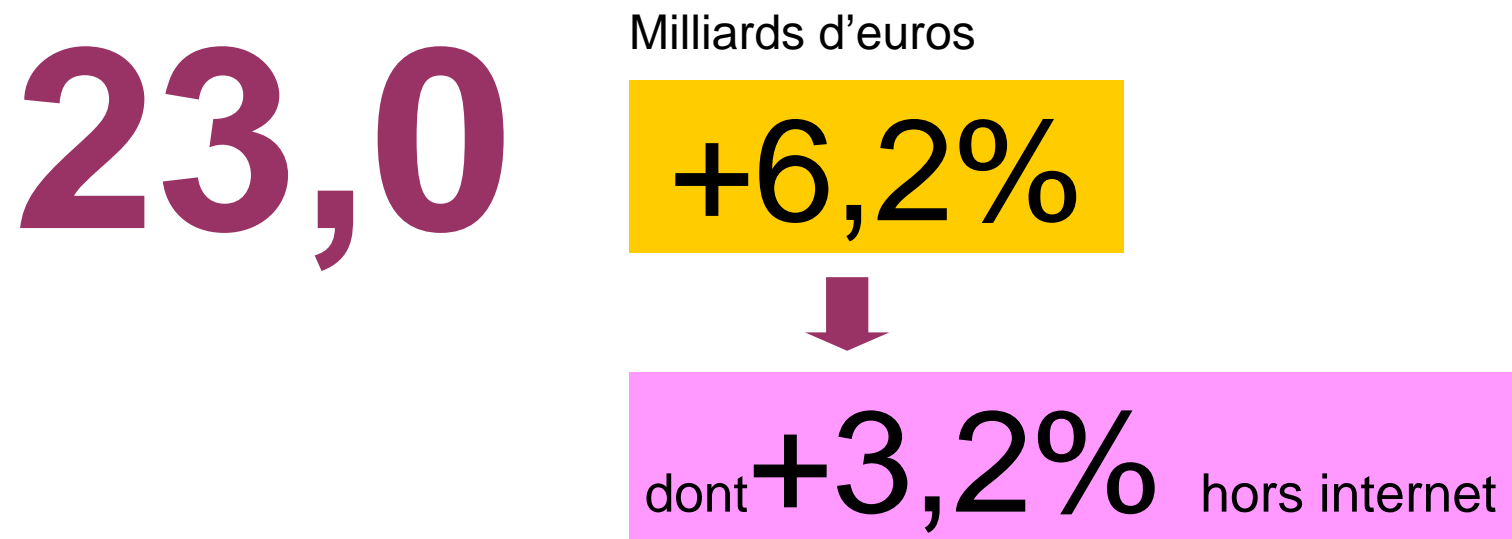
Bilan annuel 2007



# Comment internet tisse sa toile

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

Montant et évolution des investissements publicitaires plurimédia 2007 vs 2006



# Comment internet tisse sa toile

- **Investissements publicitaires bruts sur internet**

- Format display hors search

2 768

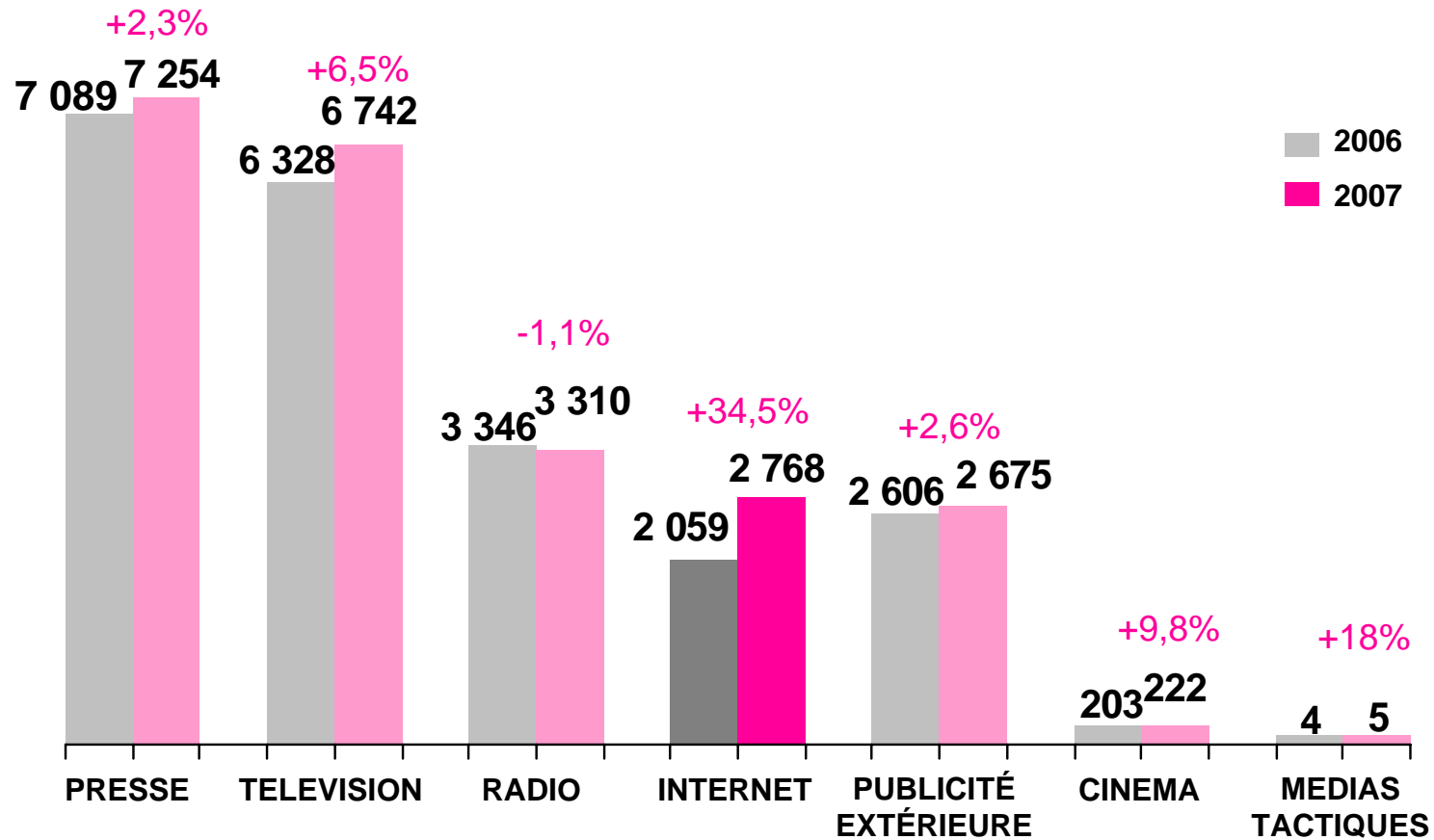
Millions d'euros

+34,5%

# Comment internet tisse sa toile

## ■ Internet: La plus forte progression des médias

■ Investissements publicitaires en millions d'euros



# Comment internet tisse sa toile

- **Part de marché internet dans les plans médias**
  - Format display hors search

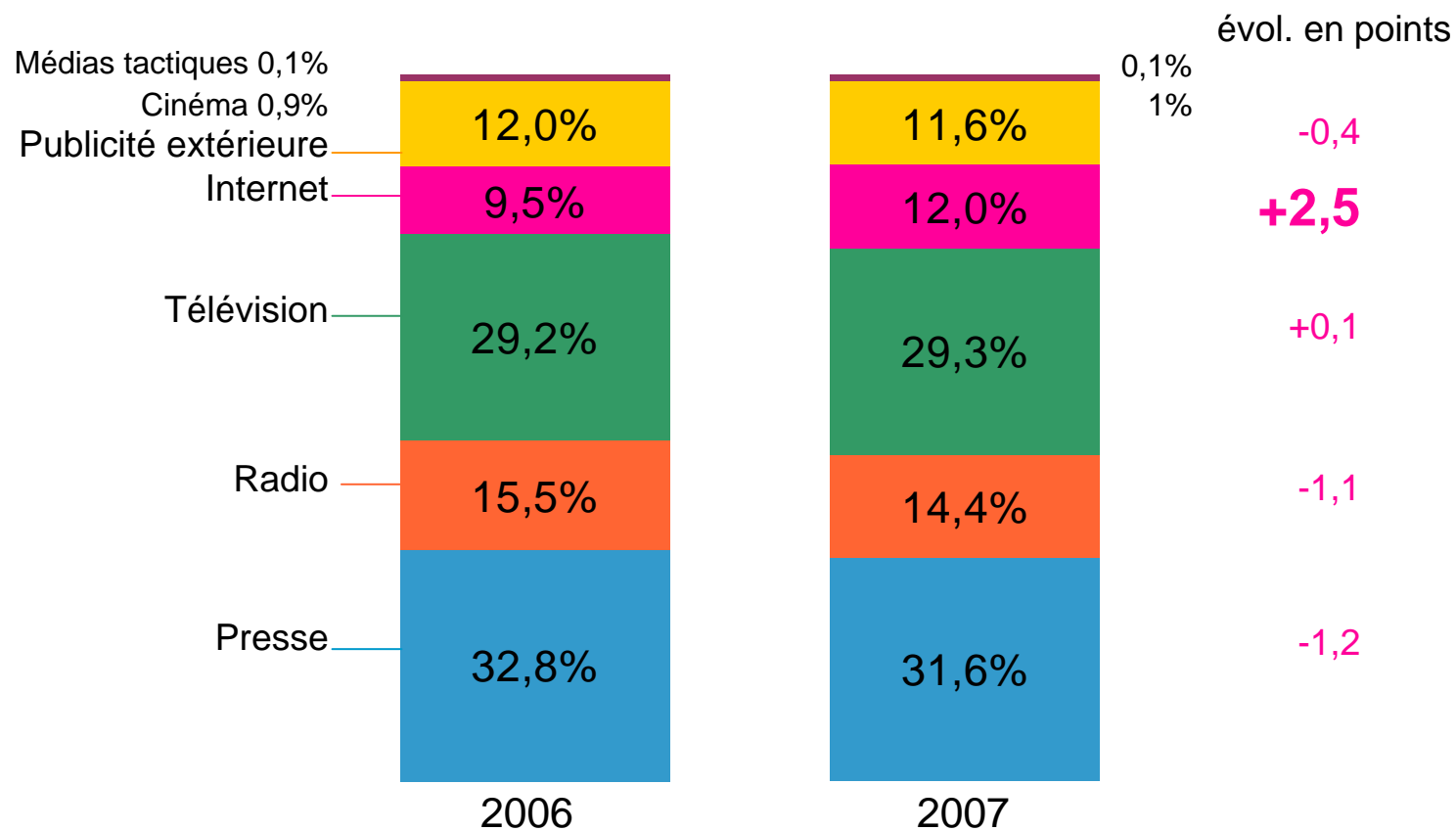
12%

\* Univers constant: 32 régies déclarantes

# Comment internet tisse sa toile

## ■ Internet double la publicité extérieure

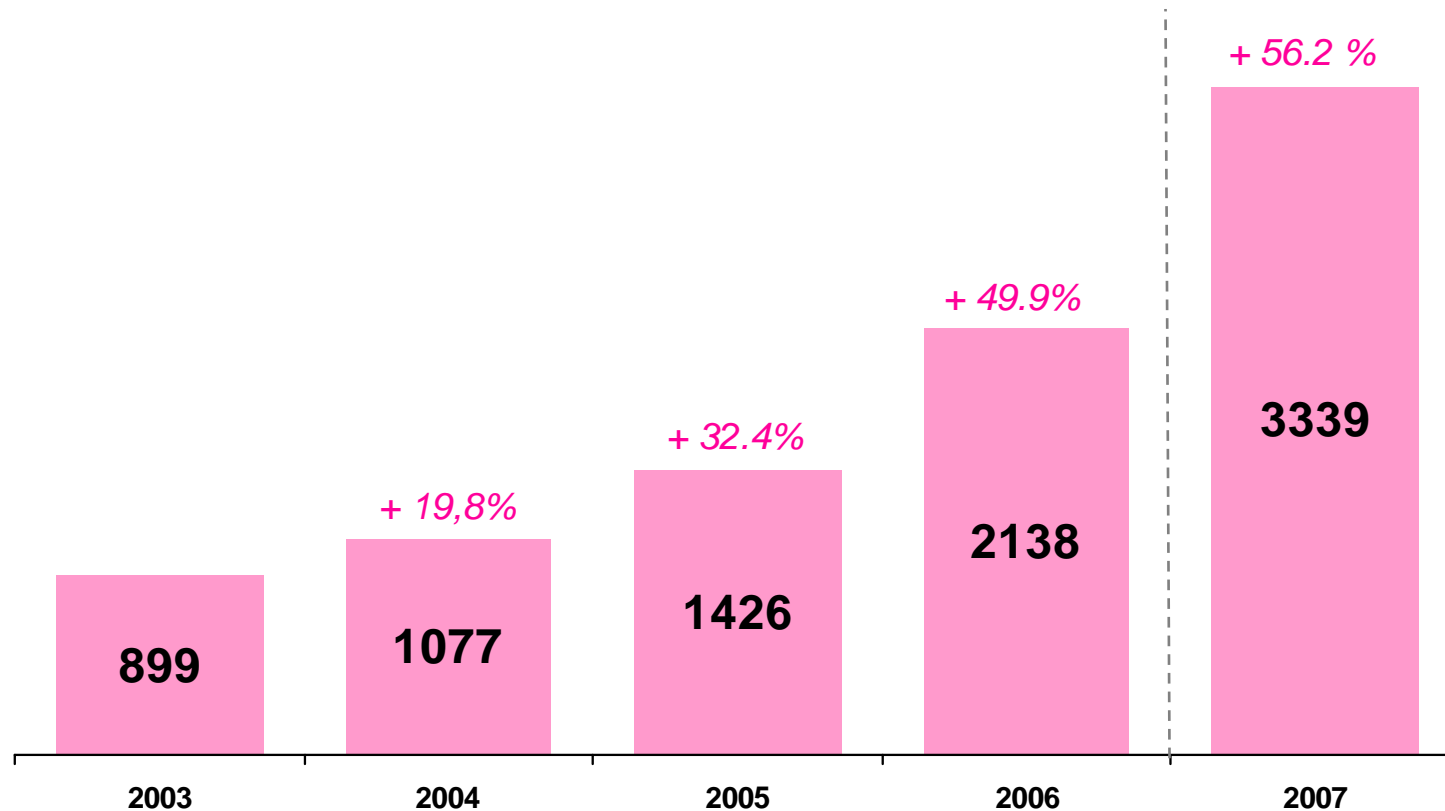
■ Répartition des investissements publicitaires par média



# Comment internet tisse sa toile

## ■ Une forte accélération du nombre d'annonceurs

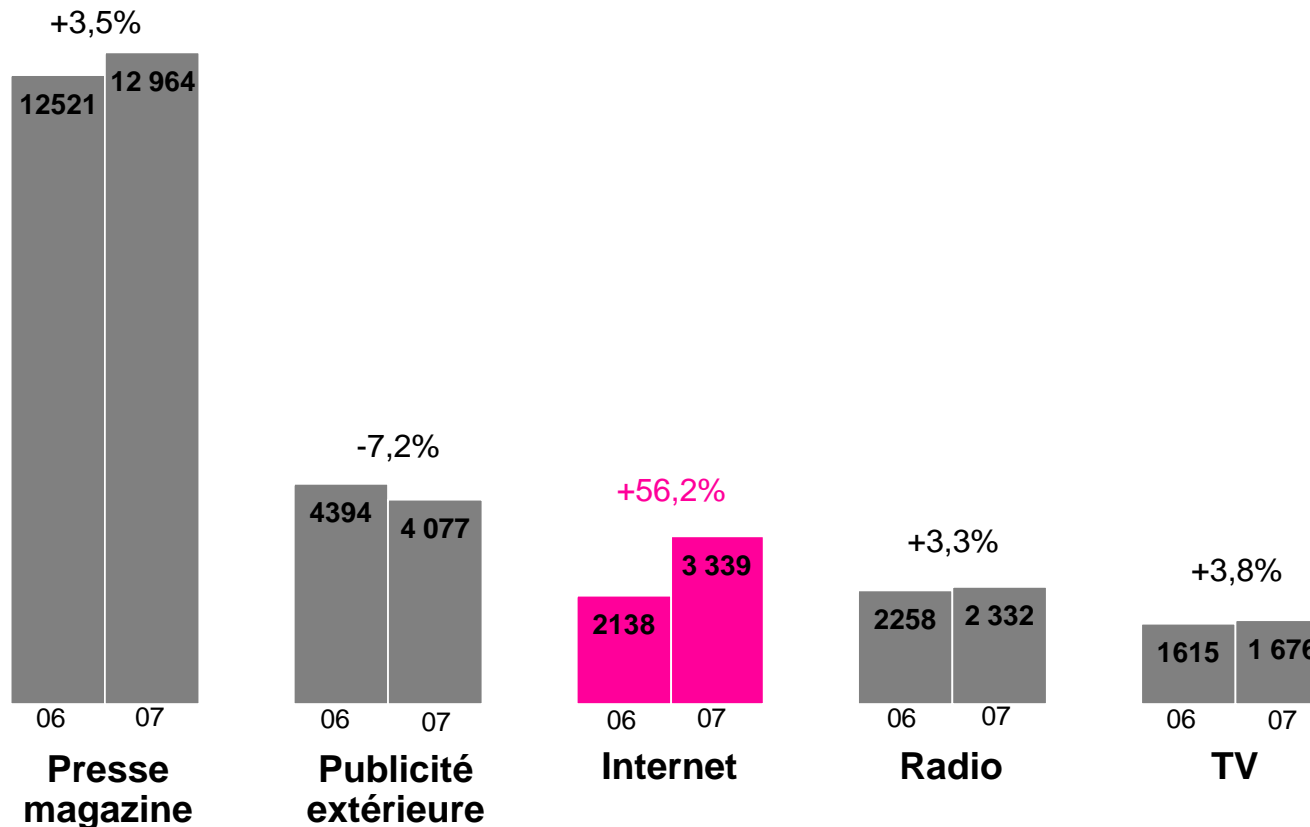
■ Nombre d'annonceurs actifs



# Comment internet tisse sa toile

## ■ 2 fois plus d'annonceurs que la télévision et une progression unique

■ Nombre d'annonceurs par media \*



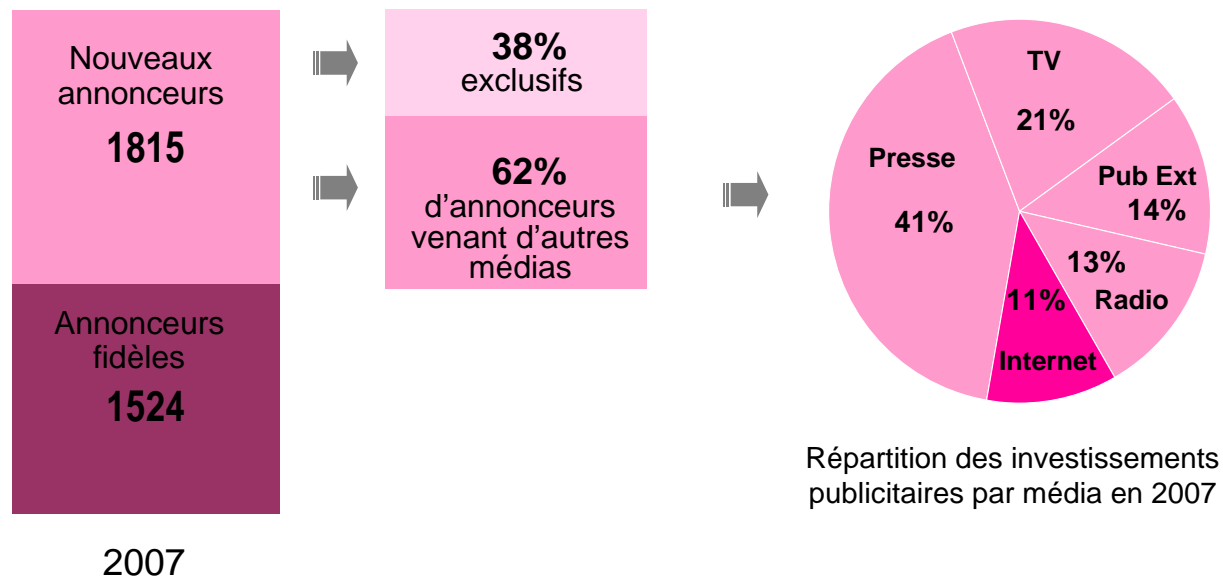
\* univers media nationaux uniquement



# Comment internet tisse sa toile

- **Les nouveaux annonceurs viennent majoritairement des autres médias et attribuent à internet une part de marché significative**

- Nombre d'annonceurs



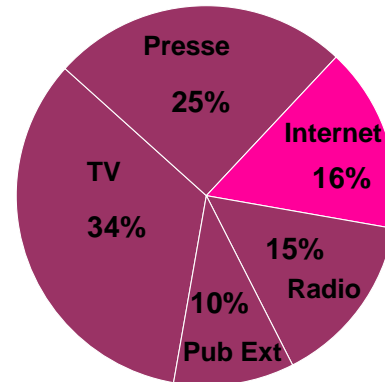
# Comment internet tisse sa toile

## ■ La fidélité renforce la part de marché

- Nombre d'annonceurs



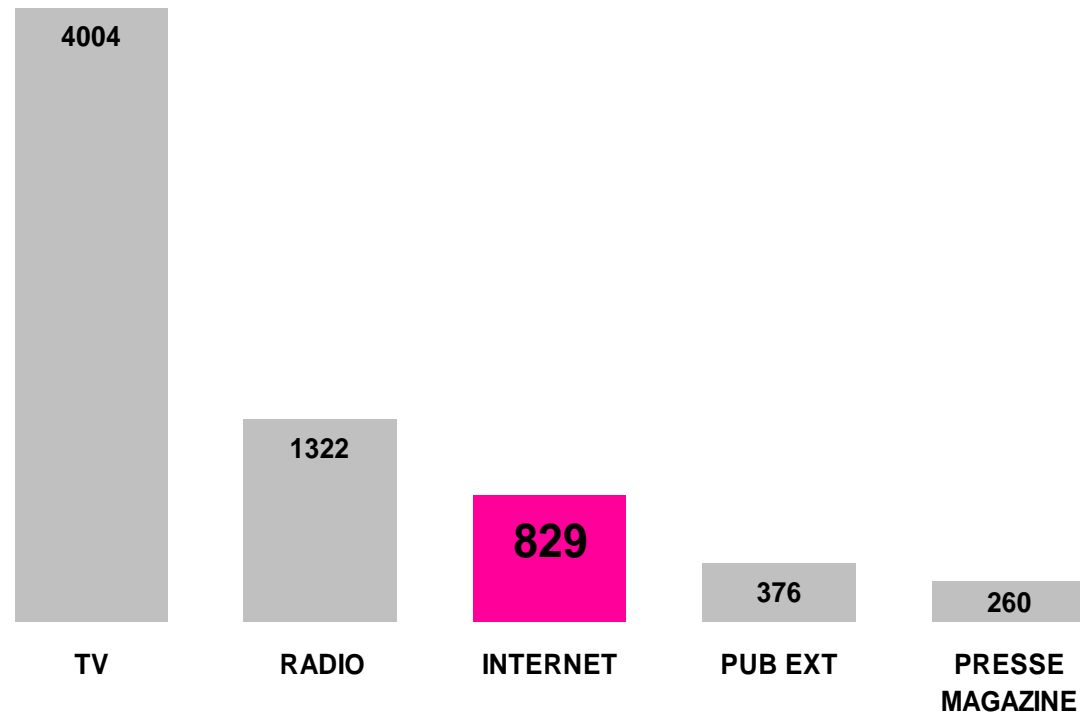
2007



Répartition des investissements publicitaires par média en 2007

# Comment internet tisse sa toile

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



\* univers media nationaux uniquement

# Comment internet tisse sa toile

Sur les **500 premiers** annonceurs plurimédia 2007,

→ **83%** ont communiqué sur internet.

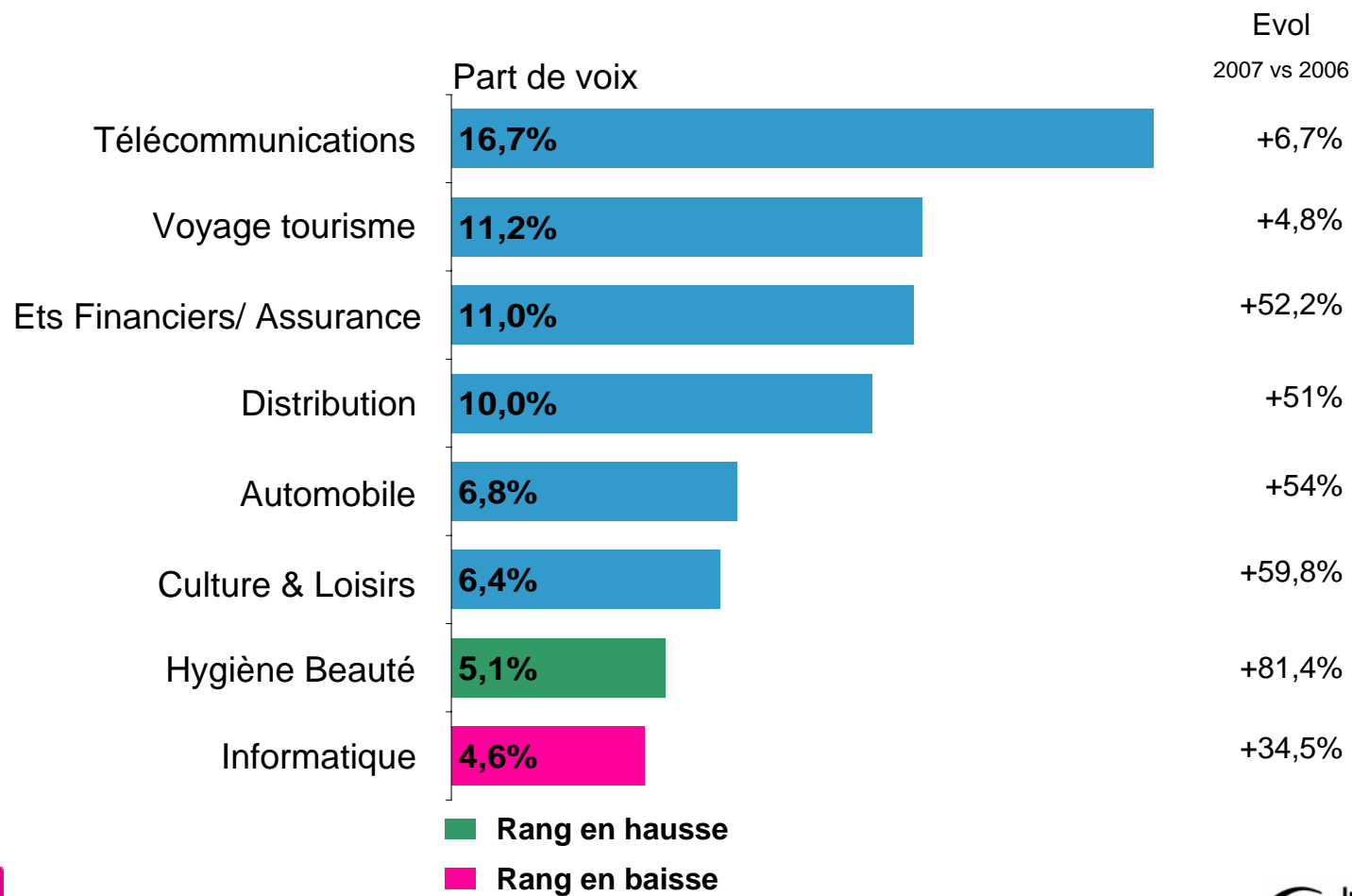
Sur les **100 premiers** annonceurs plurimédia 2007,

→ **99%** ont communiqué sur internet.

# Comment internet tisse sa toile

## ■ Certains secteurs ont accéléré leur présence sur internet

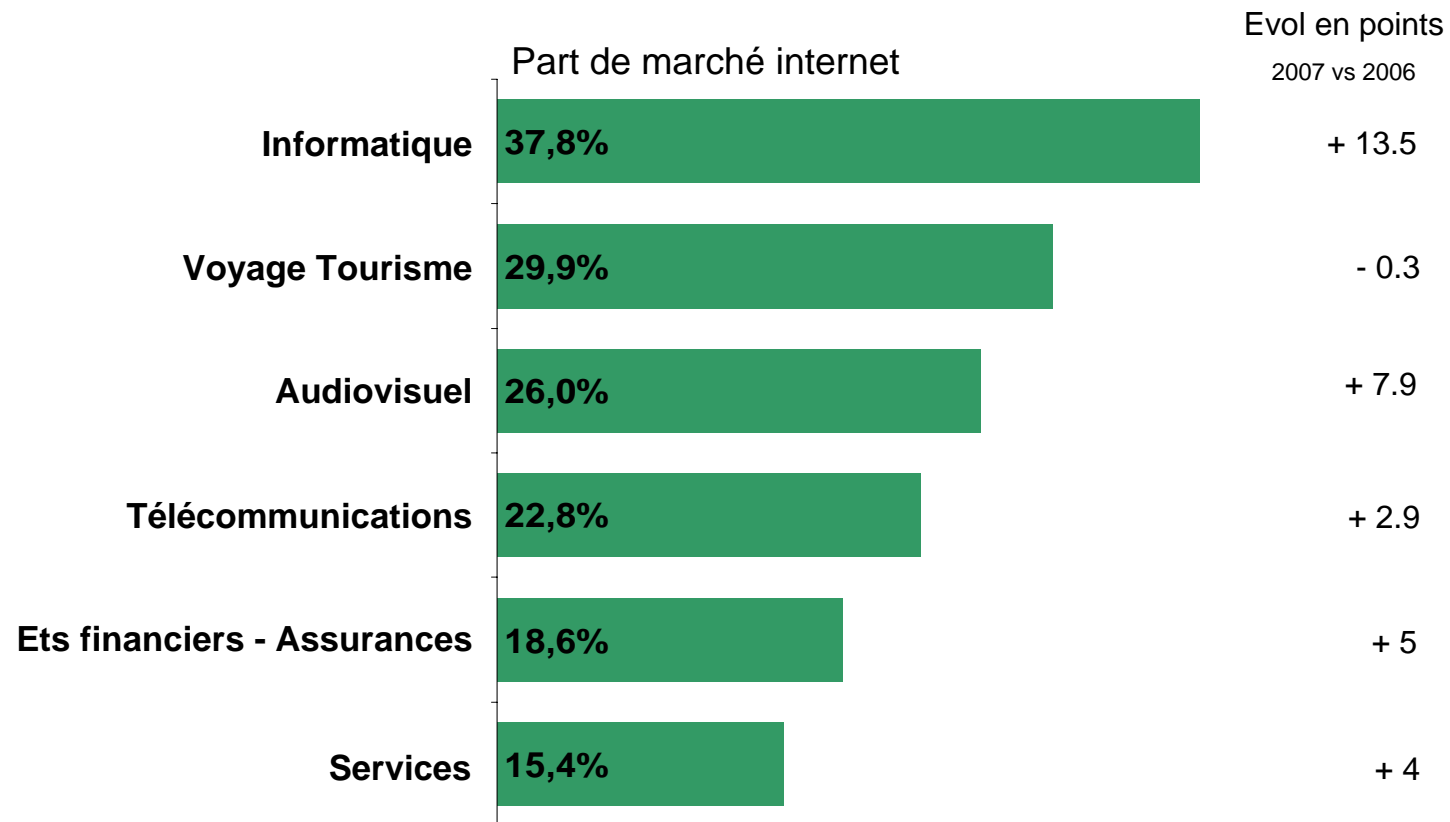
■ Top des secteurs en % des investissements publicitaires



# Comment internet tisse sa toile

## ■ Les secteurs sur-investisseurs

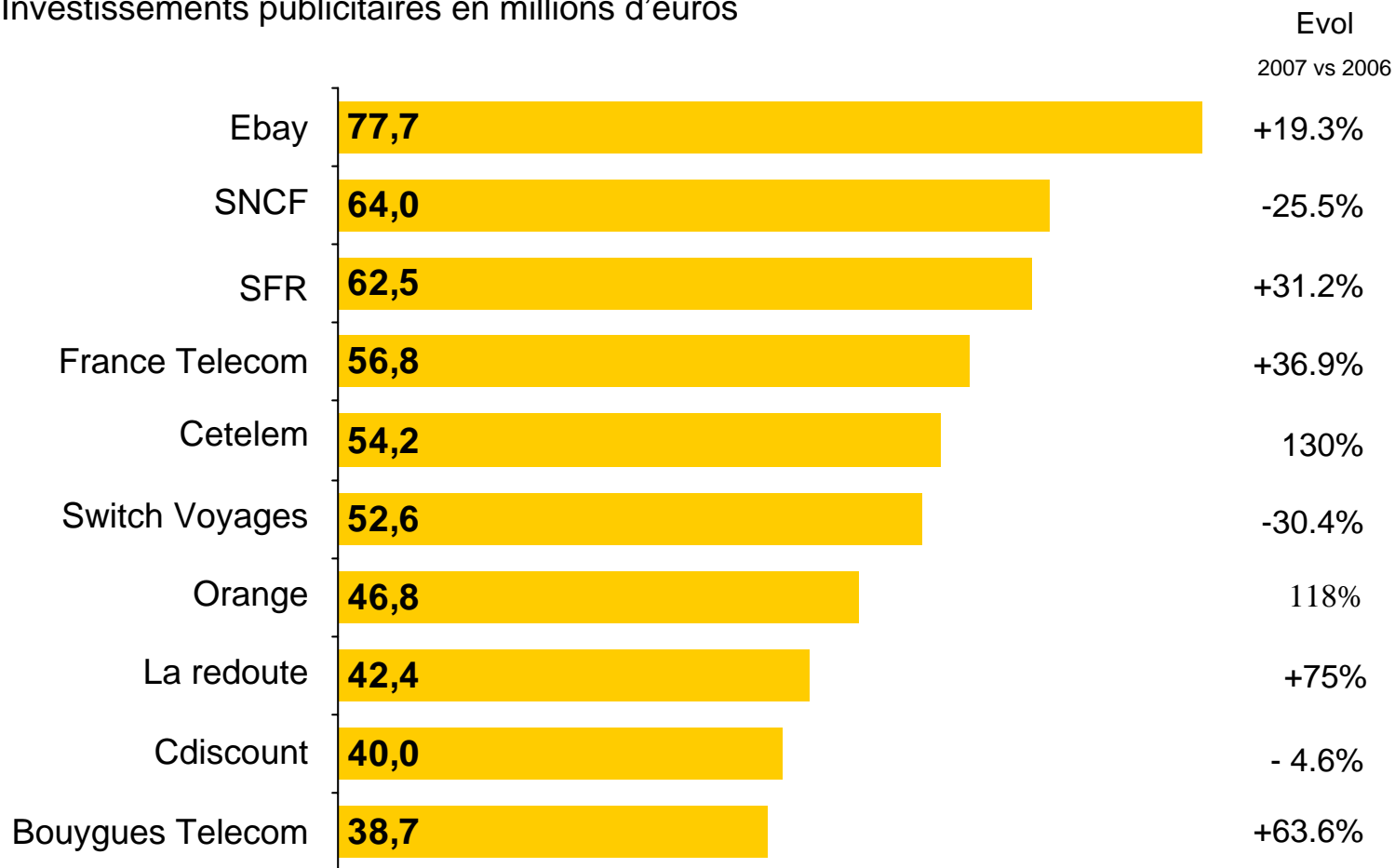
- Top des secteurs dont la part de marché est supérieure à la moyenne (12%)



# Comment internet tisse sa toile

## ■ EBAY, premier annonceur du web

■ Investissements publicitaires en millions d'euros



# Comment internet tisse sa toile

## ■ Toujours plus de marques connues sur internet

### ■ Quelques nouveaux annonceurs (part de marché internet)

Indesit (37%)

Diesel cosmetics (12%)

Boulangier (16%)

Nocibe (11%)

Le Coq Sportif (36%)

Ocean Spray (50%)

Schmidt (11%)

Lierac (13%)

Antargaz (10%)

123 Confection (29%)

Prada Couture (7%)

...



## Idée reçue n°1.

Ce qui fait du bien a toujours mauvais goût.



calypso

+ Légère  
+ Pratique  
- Chère

14,95€  
charge 10 kg  
hors consigne

L'énergie est notre avenir, économisons-la !  
\*Prix maximum conseillé

Lave-linge moon. Le futur vous aime.  
[www.indesit.fr](http://www.indesit.fr)

nocibé

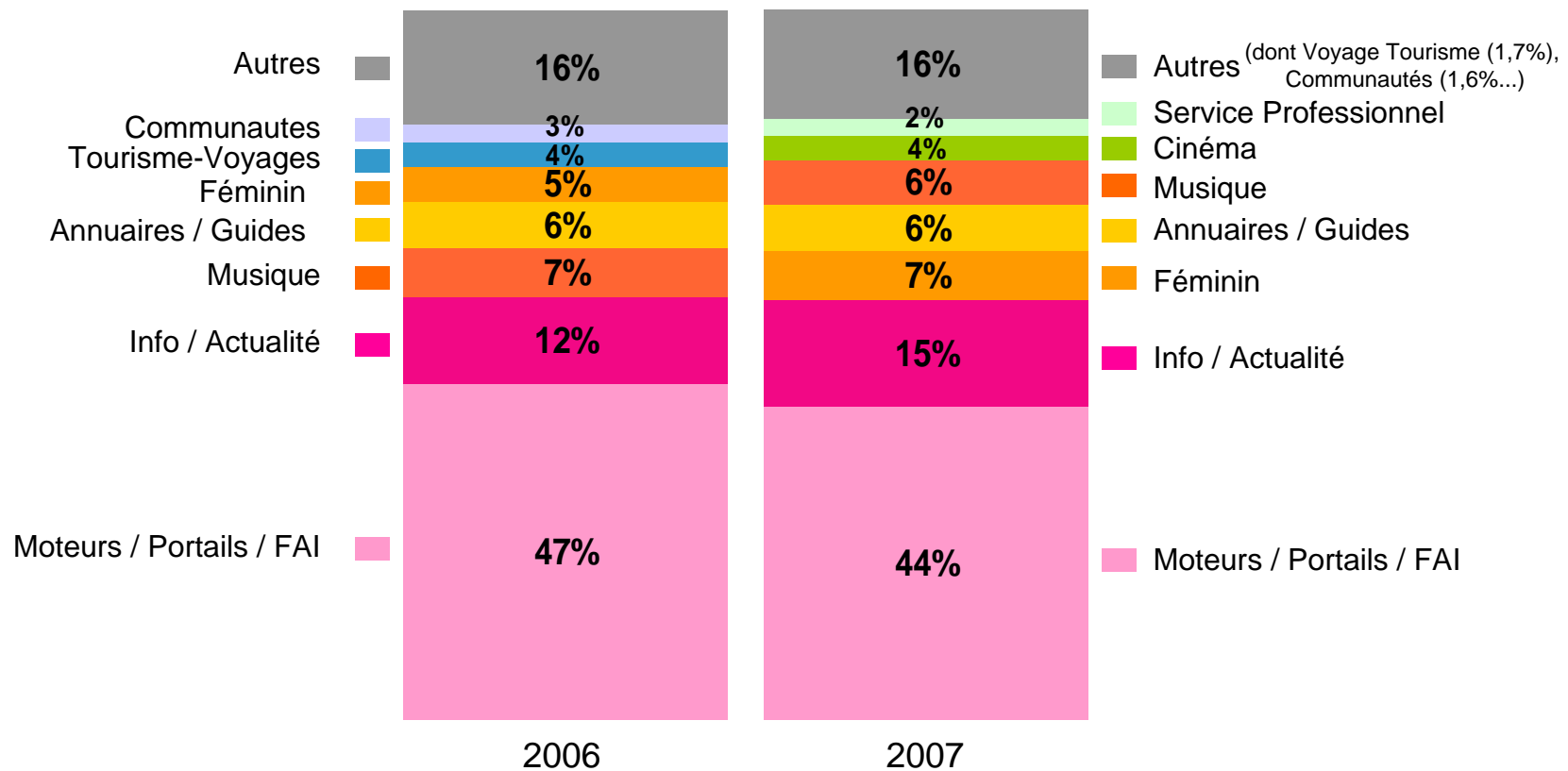
Toutes les grandes  
marques de  
parfum  
sont chez Nocibé

Cliquez  
ici !

# Comment internet tisse sa toile

## ■ Une plus grande diversité dans les plans medias

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



# Comment internet tisse sa toile

- Focus sectoriels



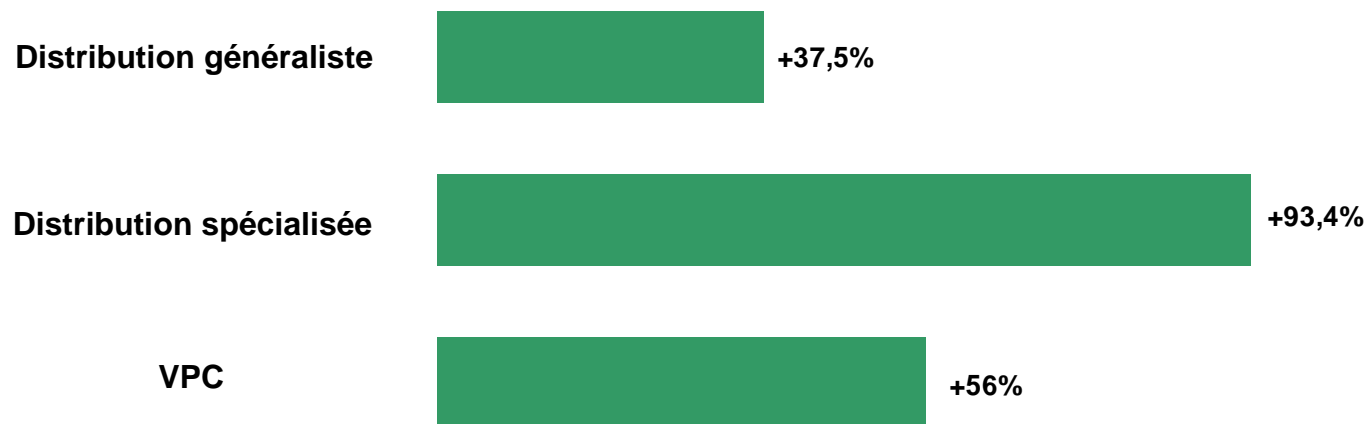
# La distribution

## ■ Evolution des principaux circuits de distribution

- Evolution des investissements publicitaires sur internet

### Evolution globale du secteur Distribution **+ 51%**

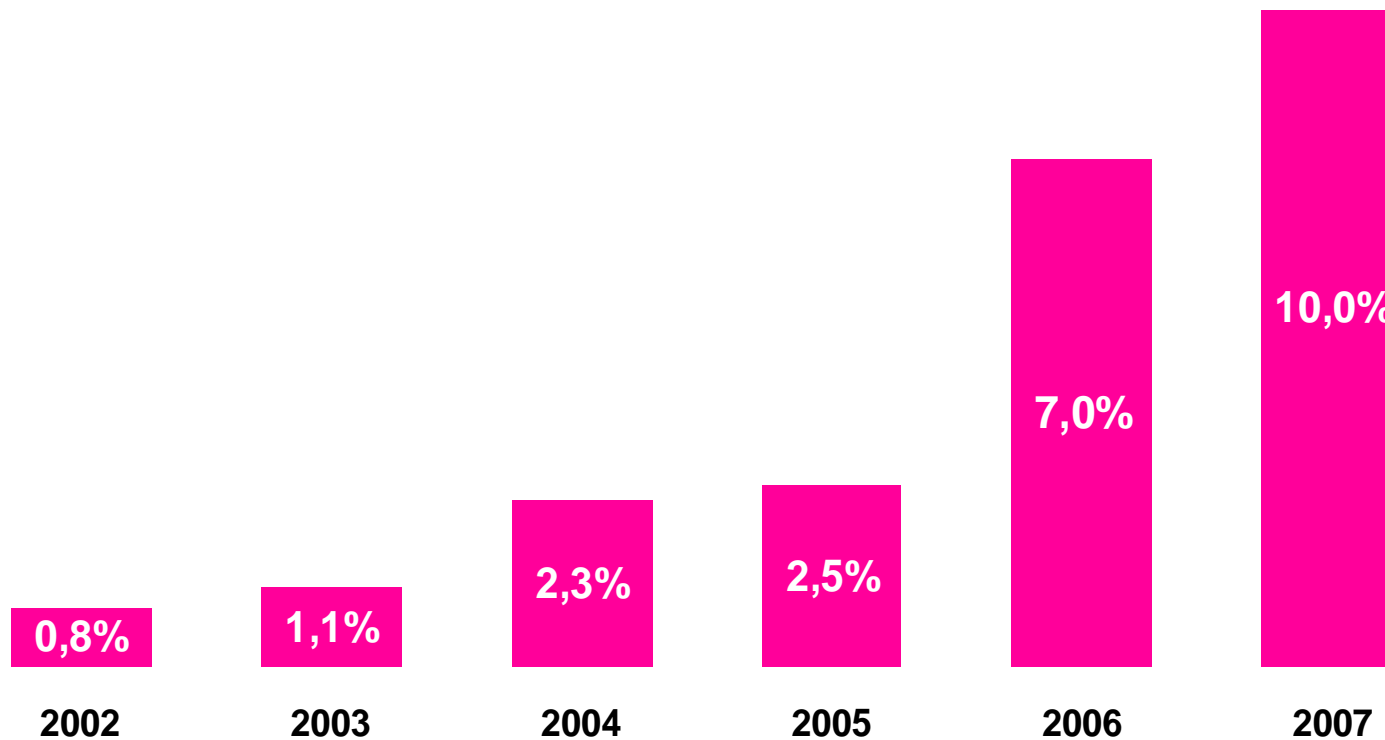
dont



# La distribution

## ■ Forte progression de la pdm internet depuis 2 ans

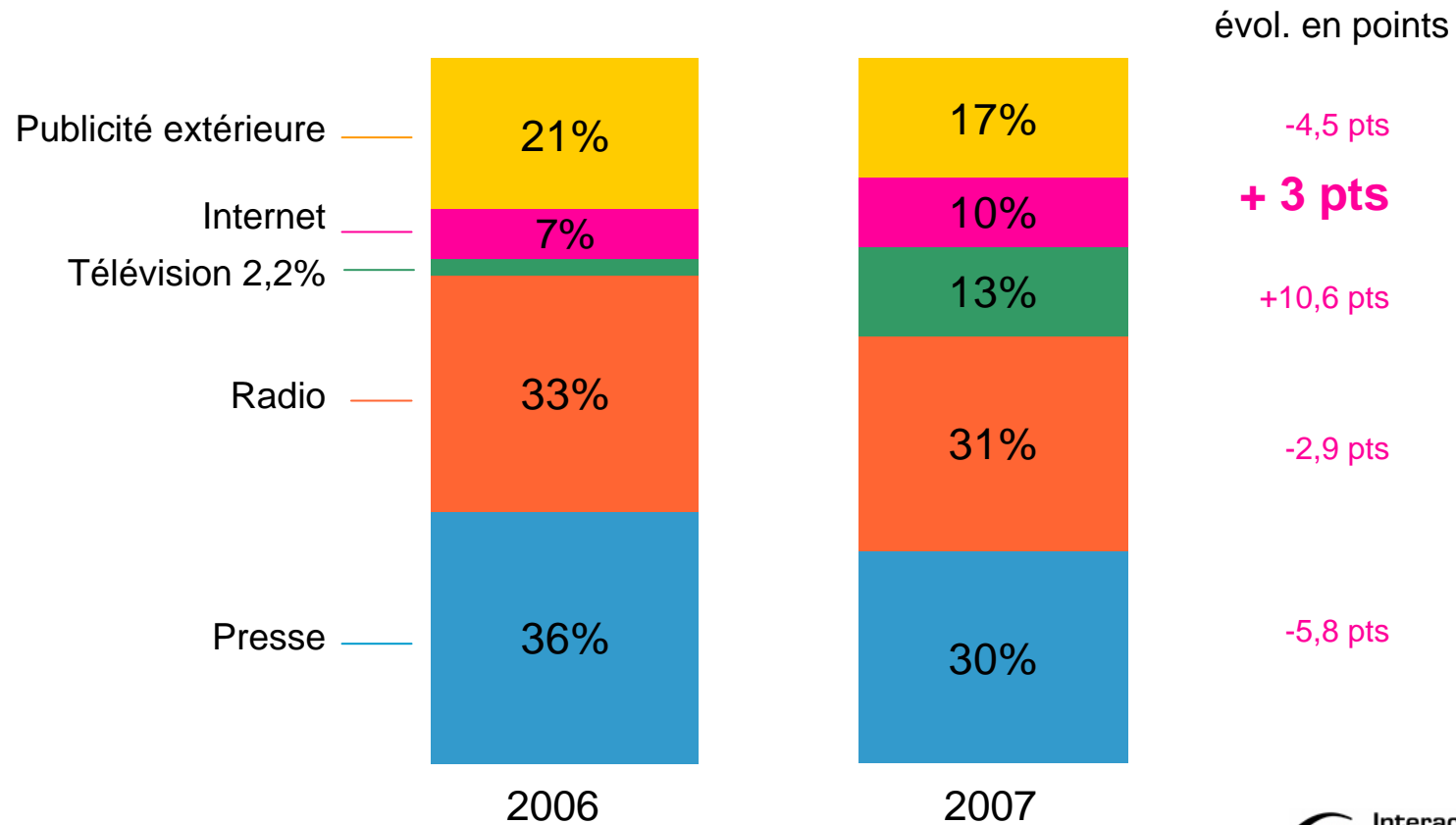
■ Evolution de la part de marché internet du secteur Distribution



# La distribution

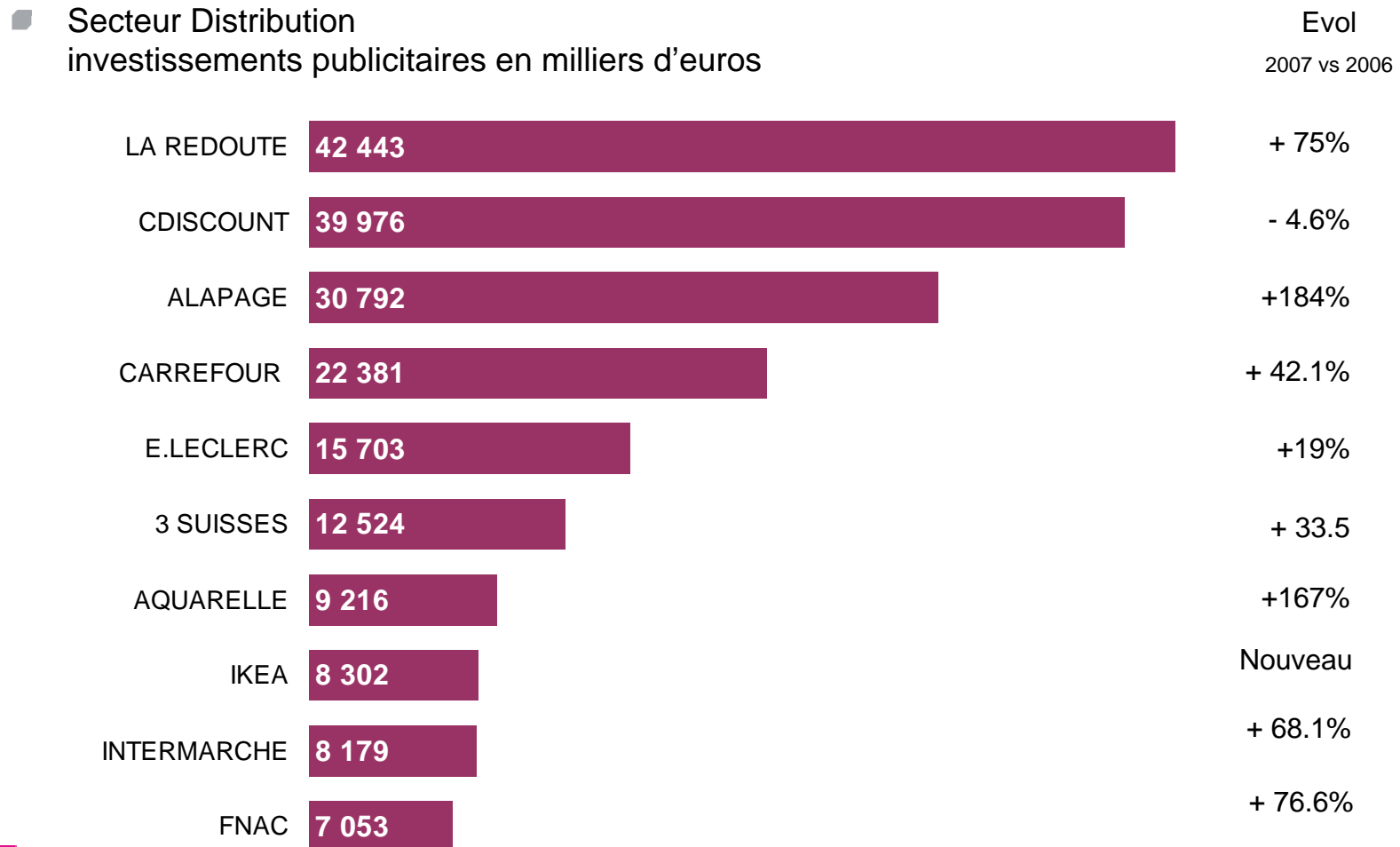
## ■ Télévision et internet, bénéficiaires des nouveaux arbitrages

Répartition en % des investissements publicitaires des distributeurs par média



# La distribution

## ■ Des croissances fortes pour les principales enseignes



# La distribution généraliste

## ■ Carrefour toujours leader

■ Secteur Distribution généraliste  
investissements publicitaires en milliers d'euros

Evol  
2007 vs 2006

|             |        |         |
|-------------|--------|---------|
| CARREFOUR   | 22 381 | +42.1%  |
| E.LECLERC   | 15 297 | +16%    |
| INTERMARCHE | 8 179  | +68.1%  |
| AUCHAN      | 3 800  | -38%    |
| CASINO      | 2 659  | nouveau |
| MONOPRIX    | 2 309  | +255%   |
| CHAMPION    | 2 086  | +26.5%  |
| SYSTEME U   | 1 825  | +176%   |



**3€**  
l'assiette 26 cm

**Assiette 26 cm**  
la vie en rose

Offre non valable dans les magasins Carrefour Market  
Prix maximum conseillé dans les magasins participants

**On a droit à la qualité même quand on paye moins cher.**

La qualité pour tous

**S**

**Pour sentir le parfum du comté, augmentez le son en appuyant sur "S".**

La qualité pour tous

**AUJOURD'HUI**

**MARDI**  
**2**  
**OCTOBRE**

**La qualité pour tous**

bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil

bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil  
bonne mine  
soleil

**La qualité pour tous**

**MONOPRIX**  
la tendance  
C'EST

3€ max par produit



Résolution 1280x800  
Prix PC



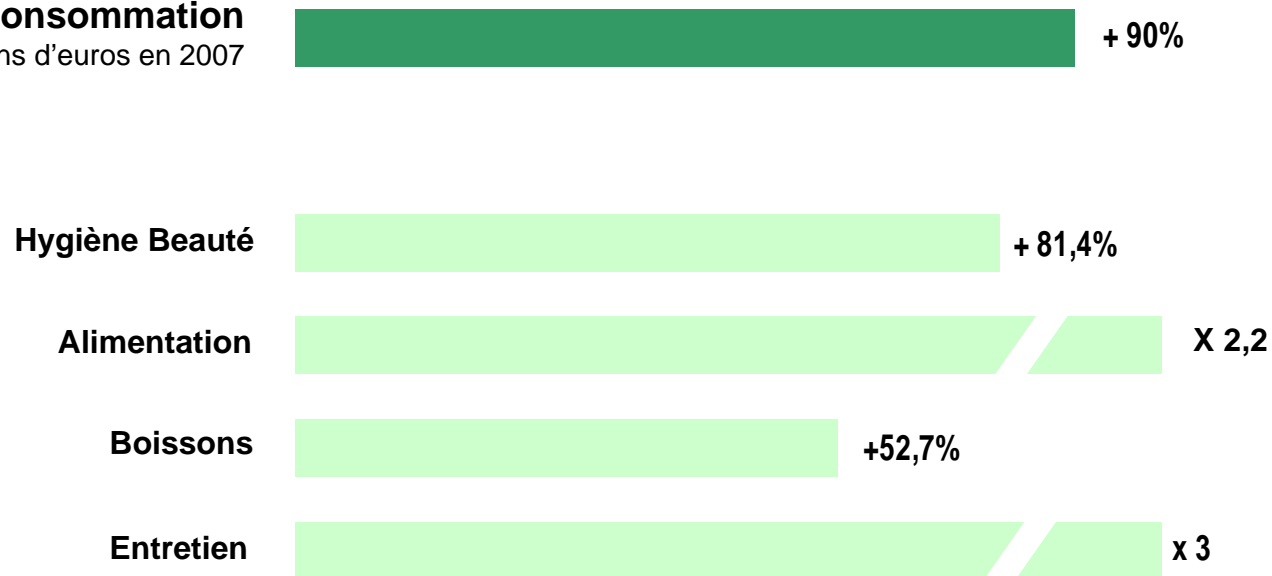
# La grande consommation

## ■ Evolution des secteurs de la grande conso

### Grande consommation

269,8 millions d'euros en 2007

dont

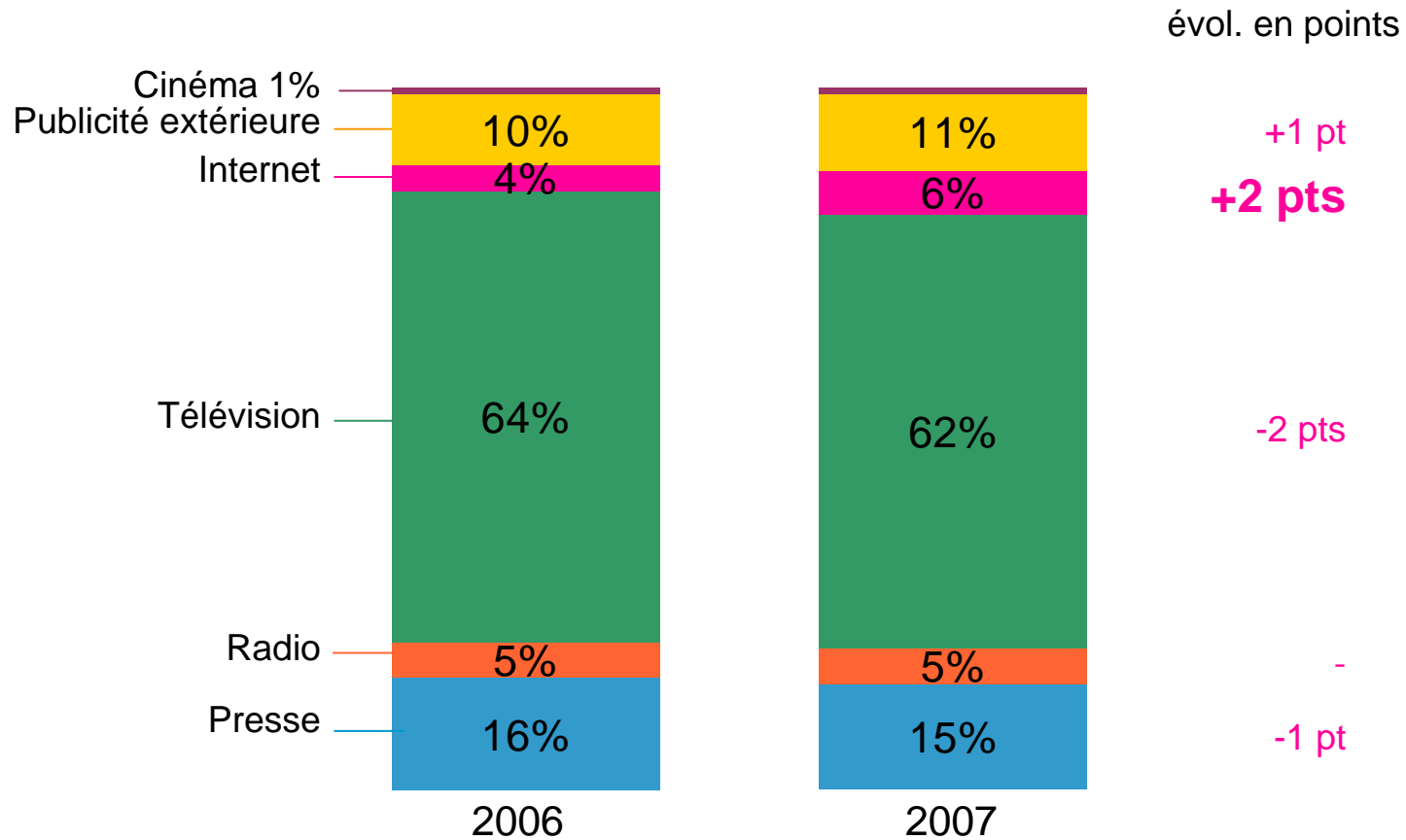


Classement par ordre d'importance

# La grande consommation

## ■ Vers une diversification du mix média qui profite à internet

Répartition en % des investissements publicitaires grande consommation

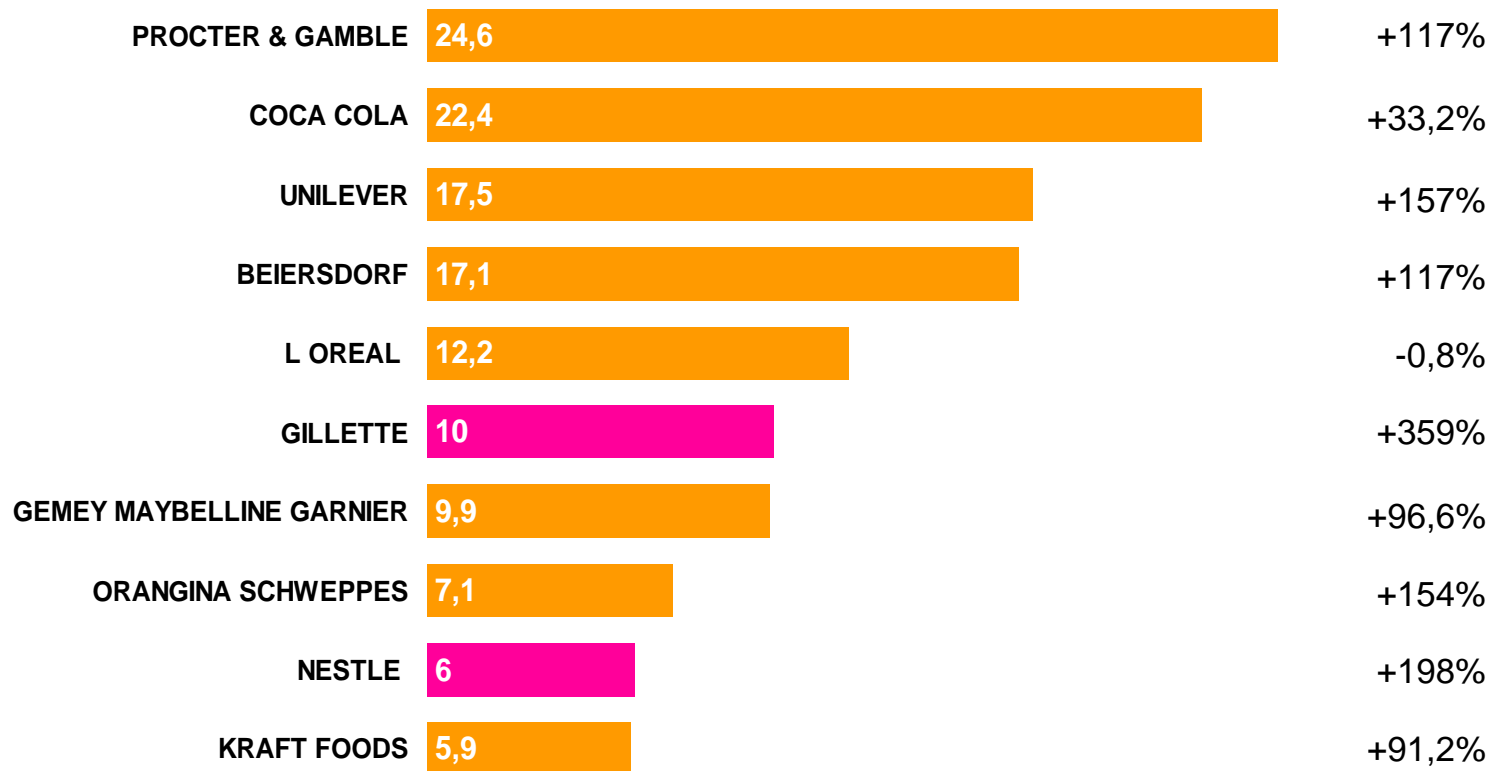


# La grande consommation

## ■ Une nouvelle hiérarchie d'annonceurs

■ Top 10 annonceurs sur internet (en millions d'euros )

Evol  
2007 vs 2006

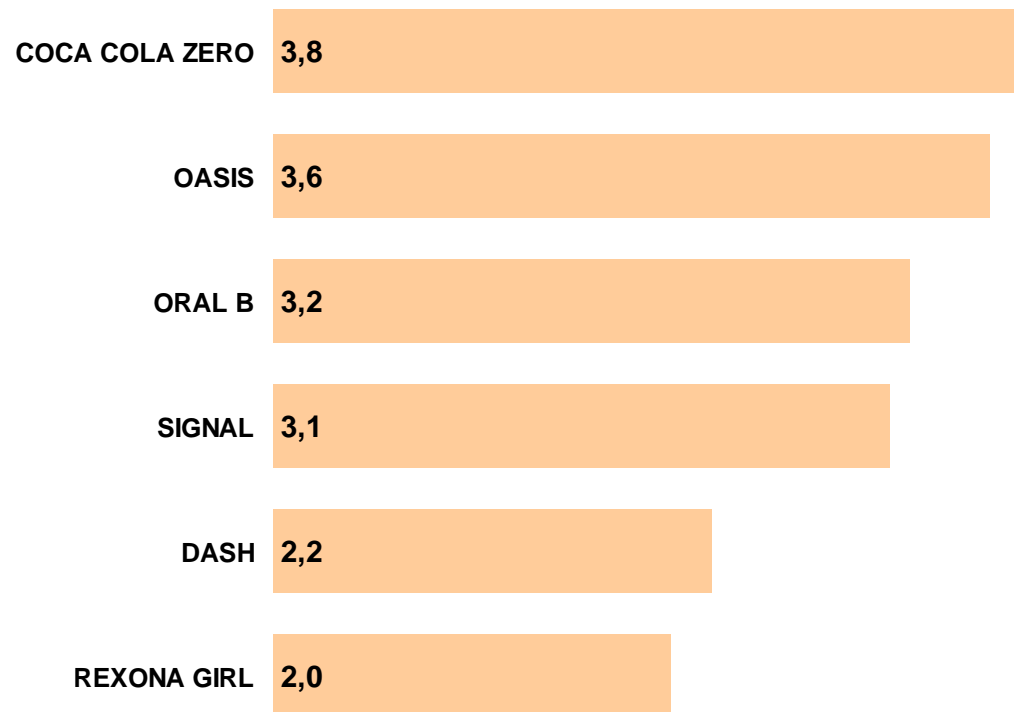


■ Nouveaux dans le Top 10

# La grande consommation

## ■ Des marques historiques se développent aussi sur internet

- Nouvelles marques actives sur internet (en millions d'euros)

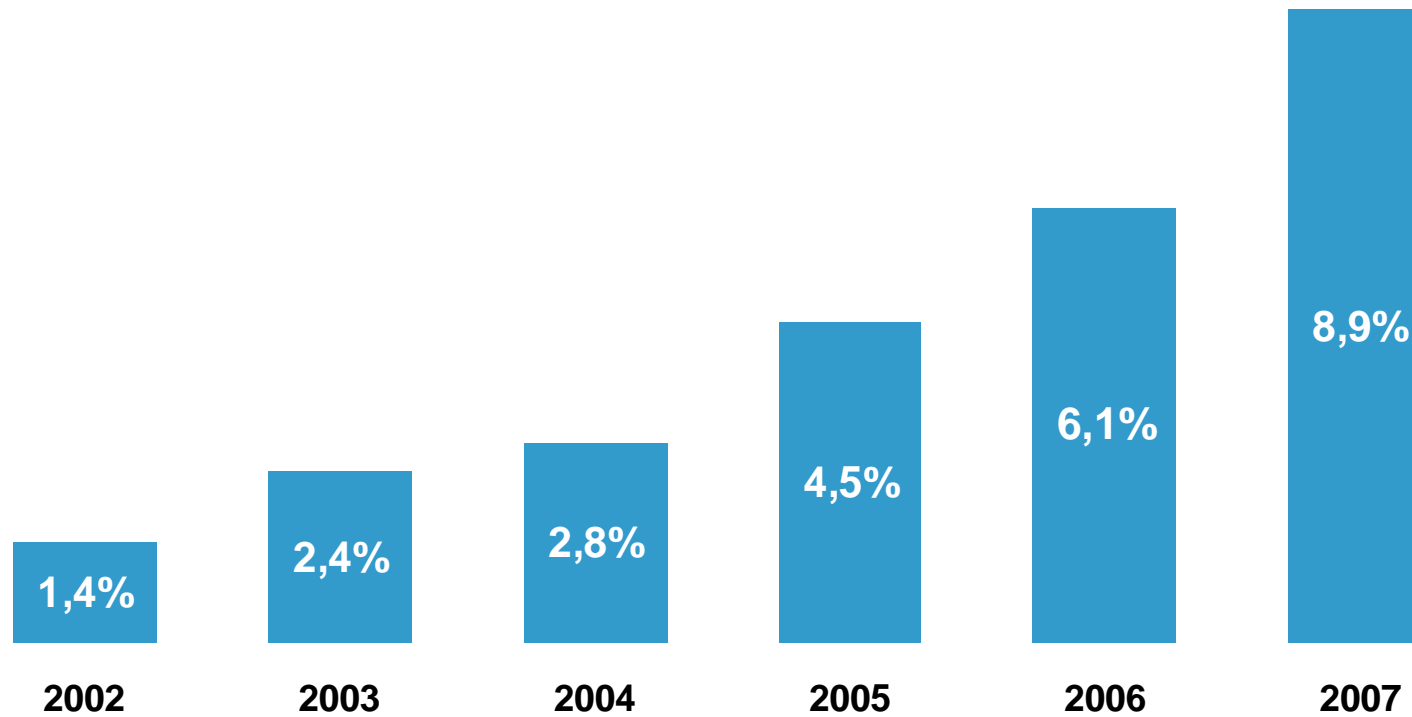




# L'automobile

## ■ Une progression constante de la pdm depuis 5 ans

Investissements pub du secteur sur internet en 2007: 188,5 millions d'euros



# L'automobile

**65 constructeurs automobiles ont communiqué en plurimédia sur 2007,**

→ **58%** sont présents sur internet (+22%)

**les grands absents:**

→ Suzuki, Jeep, Korauto, Subaru, Lada..



# L'automobile

## ■ Renault, premier constructeur auto du web

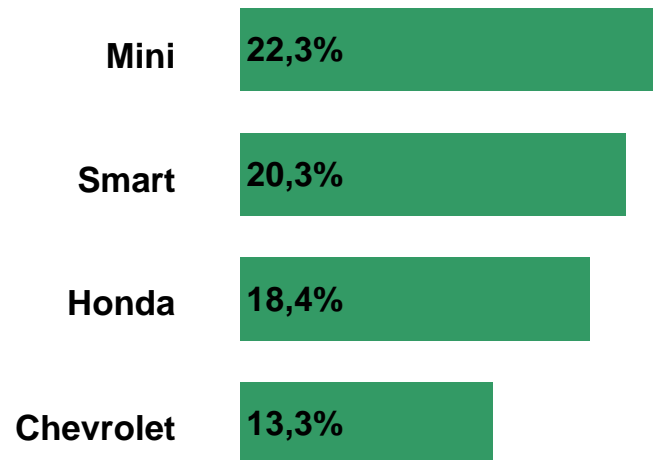
■ Top 10 annonceurs sur internet (en milliers d'euros )

|            |        | Evol<br>2007 vs 2006 |
|------------|--------|----------------------|
| Renault    | 33 404 | +52,7%               |
| Peugeot    | 23 638 | +84,4%               |
| Toyota     | 14 203 | +132%                |
| Opel       | 13 679 | +13,4%               |
| Citroen    | 11 121 | +308%                |
| Nissan     | 9 812  | +72,5%               |
| Volkswagen | 8 865  | -8,1%                |
| Ford       | 8 537  | -12,9%               |
| BMW        | 8 259  | +95%                 |
| Honda      | 7 823  | +71,2%               |

# L'automobile

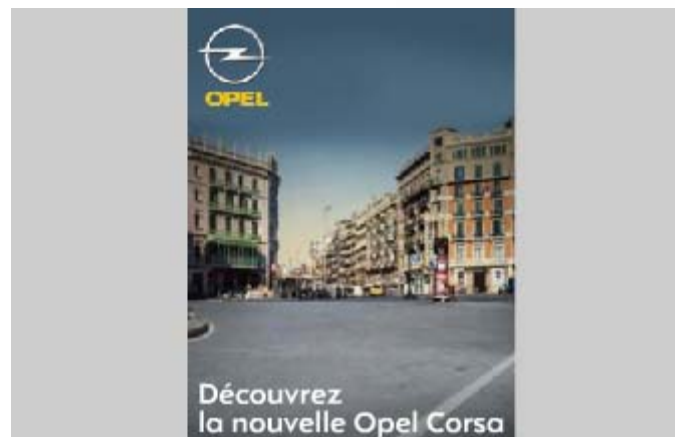
## ■ Des constructeurs automobiles gros utilisateurs du web

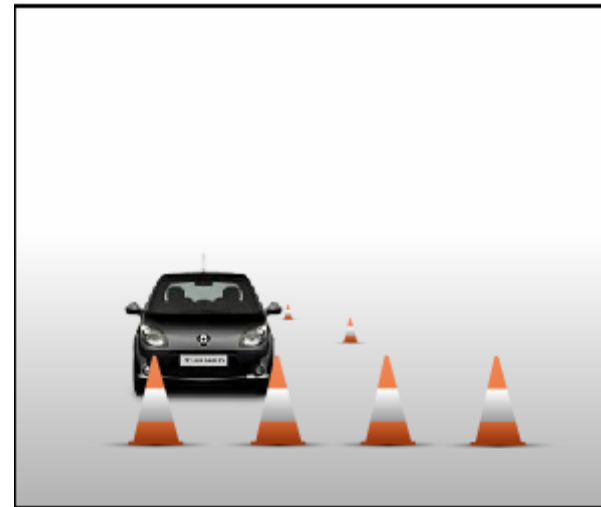
- Top des annonceurs dont la part de marché est supérieure à la moyenne (12%)



# L'automobile

- BMW Serie 1 (19,3%)
- Peugeot 1007 (40,1%)
- Dodge Nitro (24,2%)
- Jaguar XF (69,6%)
- Chevrolet Captiva (18,4%)
- Opel Corsa (18,6%)

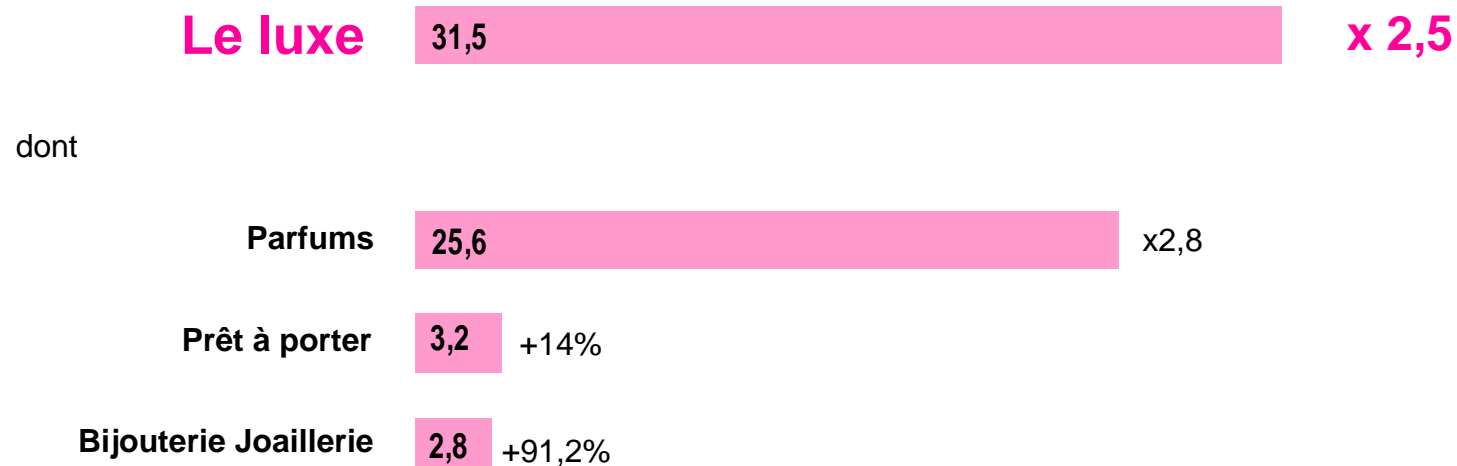




# Le Luxe

## ■ Une présence croissante du luxe sur internet

- Investissements publicitaires bruts (millions d'euros)



# Le Luxe

## ■ Les nouveaux annonceurs



# Comment internet tisse sa toile

- **En 2007, internet a construit une croissance solide par:**
  - Une évolution inégalée dans le marché publicitaire
  - Un apport massif de nouveaux annonceurs
  - Un portefeuille d'annonceurs et de marques particulièrement large
  - Une diversification des secteurs actifs
  - Un ancrage encore plus évident dans les plans plurimédia des annonceurs

# Comment internet tisse sa toile

Bilan annuel 2007

