



Communiqué de presse
Le 23/03/10

71% c'est l'augmentation moyenne des dépenses sur Internet des annonceurs des secteurs Boissons et Alimentation, en 2009

Partenaires pour la 3^e année consécutive, l'Interactive Advertising Bureau (IAB France) et France Pub présentent les dépenses nettes des Annonceurs sur le média Internet, avec une analyse des dépenses par secteurs. Si en 2009 les dépenses de communication des annonceurs ont globalement été réduites de 8,6% (source France Pub Le Marché Publicitaire 2009), certains secteurs ont su suivre l'évolution de la consommation plurimédias, en renforçant leurs investissements Internet.

En effet, bien qu'encore peu présents sur le média Internet, les secteurs de l'Alimentation et des Boissons ont significativement renforcé leurs dépenses sur ce média.

- ➔ Alimentation : avec 49 710 K€ dépensés sur Internet en 2009, les annonceurs du secteur ont augmenté leurs dépenses de +77%, consacrant 5% de leurs investissements plurimedia au média Internet
- ➔ Boissons : avec 13 904 K€ dépensés sur Internet, les annonceurs du secteur ont augmenté leurs dépenses de + 54%, soit une part de marché Internet de 5%.

Avec 1 178 790 K€ dépensés par les annonceurs sur ce média, la part de marché du média Internet atteint 11% en 2009, un score encore en décalage avec la part que représente le média dans la consommation plurimédia en France (14% selon l'étude Media in Life de Médiamétrie¹).

« Internet, média de la grande conso, c'est déjà l'enseignement que nous avait apporté l'étude NetImpact 5, menée pour l'IAB France par Médiamétrie NetRatings-Nielsen début 2009. Les chiffres publiés par France Pub sur les dépenses 2009 des annonceurs montrent que certains secteurs, comme l'Alimentation et les Boissons ont su profiter de 2009 pour augmenter significativement la part du média Internet dans leur stratégie d'investissements plurimédia. 2010 est une bonne occasion pour eux de s'approcher des 14% que représente Internet dans la consommation plurimédia selon Media in Life » commente Jérôme de Labriffe, Président de l'IAB France.

Les 6 premiers secteurs représentent 54 % du total des dépenses des 27 secteurs

1. Services, avec 236 567 K€ investis
2. Télécom, avec 131 201 K€ investis
3. Voyage tourisme, avec 102 440 K€ investis
4. Transport, avec 87 107 K€ investis
5. Culture loisirs, avec 87 538 K€ investis
6. Distribution, avec 84 971 K€ investis

Enfin, bien que ne faisant pas partie des plus gros investisseurs du média, en volumes investis, les acteurs du secteur Bureautique-Informatique-Imprimerie présentent la part de marché Internet dans le plurimedia la plus forte, avec près de 35% de leur budget plurimédia consacré à Internet, les secteurs Voyage-Tourisme et Services arrivant en 2^e et 3^e position, consacrant respectivement au média 23% et 19% de leurs investissements totaux plurimédias.

¹ Internet dont les nouveaux modes de consommation des autres médias (presse sur Internet, radio sur Internet, etc.) hors affichage.



A propos de l'IAB France

Depuis 1998, l'Interactive Advertising Bureau France, association internationale (Amérique du Nord, Amérique du Sud, Europe, Asie, Australie), dédiée à l'optimisation et à la promotion de la publicité interactive, s'adresse aux organisations professionnelles, institutions et médias qui s'interrogent sur l'impact, la tendance et les prochains développements d'Internet en tant que média.

L'IAB France a pour objectif de faciliter l'intégration du média internet dans la stratégie marketing et de mesurer son efficacité. Le Président de l'IAB France est Jérôme de Labriffe, Directeur du Développement et de l'Innovation de la Banque à distance Retail Banking – BNP Paribas. www.iabfrance.com

A propos de France Pub

France Pub département études de Groupe Hersant Média produit depuis 14 ans des études sur la consommation, les médias et la proximité.

Elle publie chaque année deux études de références du marché publicitaire : France pub annonceurs qui mesure l'ensemble du marché de la communication analyser par média et secteur en net et France pub consommateurs une étude média marché qui à partir d'un panel de 30000 interviews analyse les expositions média et hors média sur les cibles consommateurs (fréquentation et postures d'achat). Ces deux études donnent des résultats nationaux et locaux sur l'ensemble des bassins de consommation.

Contacts Presse

IAB France

Agence Le Public Système

Prescilia Holleville 01 41 34 23 02

pholleville@lepublicsysteme.fr

France Pub

Xavier Guillon

Tél. : 04 72 36 57 13

x.guillon@hersant.com