

Qui est le 1^{er}
annonceur ?

Quels secteurs
investissent le plus sur
Internet ?

Les exclusifs Internet ?

K€, PDM, PDV,
Evol... ?

**Quelle CROISSANCE pour le
média Internet ?**

Quelle croissance
pour le marché
publicitaire ?

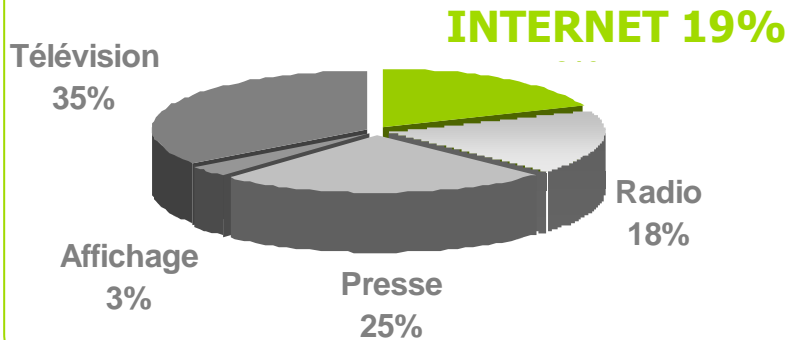
Combien d'annonceurs sur
Internet en 2007, 2008 et 2009 ?

LA PIGE PUBLICITAIRE / Quelles CROISSANCES pour le media Internet ?

Investissements Plurimédias de l'annonceur A / Répartition par média

L'annonceur A fait **CONFIANCE AU MEDIA INTERNET**

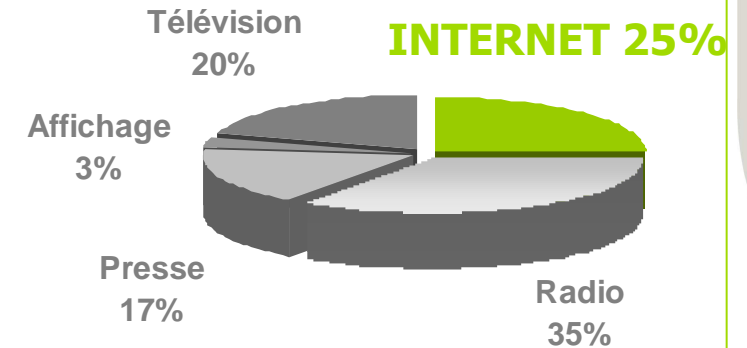
2008



PDM
+ 6pts vs 1 an !



2009



Source: KANTAR MEDIA

Répartition des investissements Internet de l'annonceur A par catégorie - en k€ et en %

	Annonceur A	
	2009	2009 (%)
TOTAL CATEGORIES	896 000	100,0%
FEMININ	343 168	38,3%
ENFANTS FAMILLE	163 072	18,2%
INFORMATION	162 176	18,1%
DIVERTISSEMENT LOISIRS	137984	15,4%
COMMUNAUTES	26880	3,0%
AUTRES CATEGORIES	62720	7,0%

L'annonceur A **PRIVILEGIE** les **SITES FEMININS** et **PARENTAUX** pour être au plus près de sa cible.

Une **STRATEGIE D'AFFINITE.**

Source: KANTAR MEDIA

Appréhender

l'achat d'espace sur Internet,

en mesurant les volumes investis



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

LA PIGE PUBLICITAIRE / METHODOLOGIE

Définition

- La Pige Publicitaire de **KANTAR Media** consolide les **investissements bruts** des annonceurs par média et de façon quotidienne.

Méthodologie

KANTAR Media effectue cette mesure sur **7 médias**

- **PRESSE** : Plus de **1 500** supports pigés en réel, à l'exception du couplage PQR 66 et de la PHR
- **RADIO** : L'ensemble des formats de radios soit les stations généralistes, musicales nationales et régionales, et thématiques est pigé tout ou partie en réel.
Le GIE des indépendants ainsi que Sud radio sont pigés sur déclaratifs
- **TV** : Les chaînes nationales et celles de la TNT gratuite sont pigées en réel
Les chaînes du Câble/Satellite sont pigées sur déclaratifs
- **PUBLICITE EXTERIEURE** : Les **15** principaux afficheurs, tant au niveau national que local, sur déclaratifs
- **CINEMA** : Les déclaratifs des **2** principales régies du media : Screenvision et Mediavision
- **INTERNET** : Les déclaratifs de près de **40** régies concernant environ 500 sites
- **MEDIAS TACTIQUES** : Les déclaratifs provenant de **8** régies

Résultats à disposition

- Investissements publicitaires en **volume** par **support** ou par **produit**.
- **Nombre de messages** et en durée (*Radio et TV uniquement*) par support ou par produit.
- **Nombre de pages** en **Presse**, par support et par produit.

Publications

- Données **Plurimédia** disponibles **mensuellement** via **MEDIAL**.
- Données disponibles sur **ADEXPRESS selon les media** (*quotidiennement sur la Radio, la Presse et la Télévision. A la semaine pour les chaînes Câble/Satellite*)

