

# Media Focus

## Statistique de la publicité en ligne

### Rapport 2009/02

---

**Rapport semestriel avec chiffres et informations sur  
l'évolution de la publicité en ligne en Suisse**

---

## Le marché de la publicité en ligne

Pour représenter l'ensemble du marché de la publicité en ligne, la statistique de la publicité, qui se base sur les formes publicitaires classiques (Display), a été élargie des formes publicitaires suivantes: publicité par moteurs de recherche, affiliate-marketing et marché des rubriques en ligne. Les descriptions suivantes démontrent la manière dont les différentes formes publicitaires peuvent être caractérisées et délimitées les unes des autres.

On entend par **publicité en ligne classique** les annonces dites Display Ads, donc des surfaces publicitaires comme les bannières, les skyscrapers, les rectangles, par exemple, ou l'intégration de contenus (multimédiatiques) de donneurs d'ordre publicitaires dans le domaine rédactionnel des supports publicitaires en ligne saisis. Les formes de décompte habituelles sont des prix fixes ou des prix selon les contacts obtenus (CPM). Les valeurs d'ordre brutes facturées sont intégrées dans la statistique des imprimés publicitaires.

Par **publicité par moteurs de recherche** on désigne des possibilités publicitaires avec lesquelles le donneur d'ordre publicitaire paie pour une position définie de son lien vers les moteurs de recherche courants. Habituellement, une procédure d'enchères est définie pour l'attribution du meilleur poste. La méthode de décompte de la publicité par moteurs de recherche est le paiement selon le nombre de clics sur les liens basés sur le texte.

Le segment **Affiliate-Marketing** comporte des mises en circuit publicitaires qui sont placées sur de très nombreuses offres Web qui sont en règle générale de faible portée. La différence par rapport à la publicité en ligne classique réside dans la forme de décompte. L'Affiliate Marketing est facturé presque uniquement sur la base des clics réalisés, voire sur la base des contrats de vente conclus.

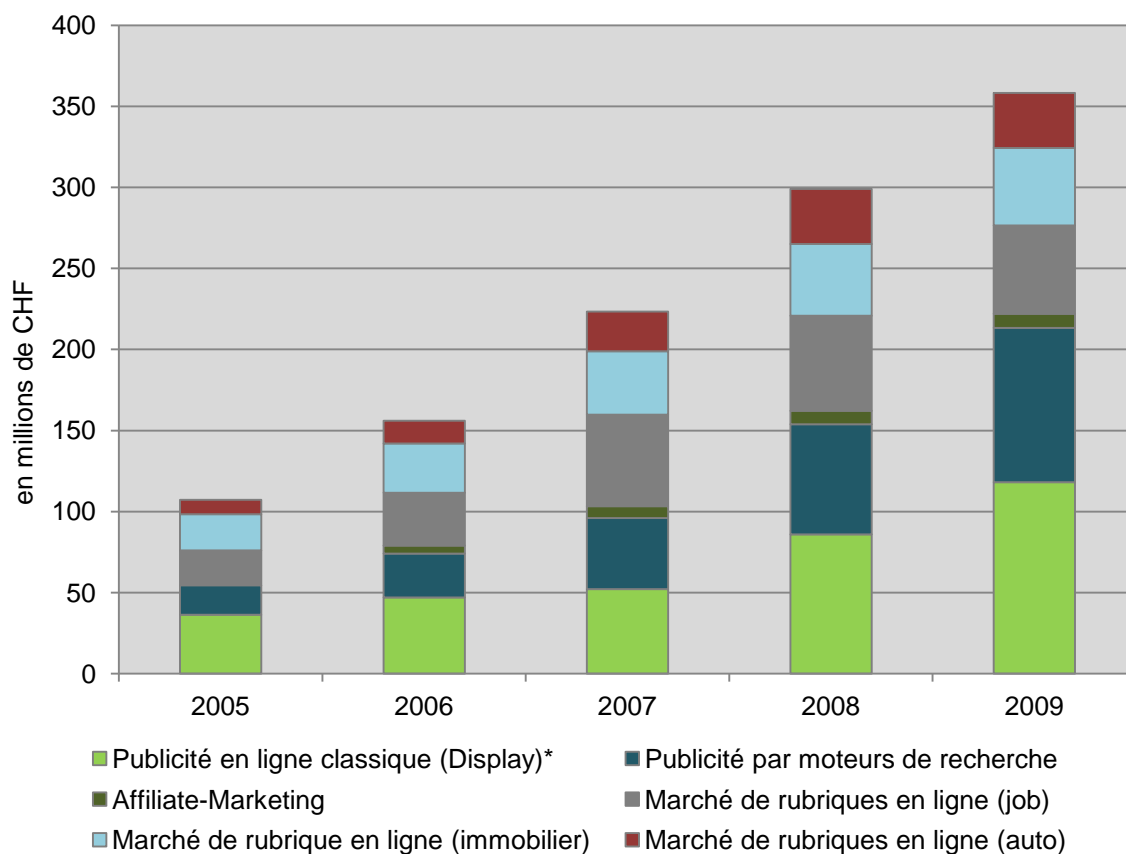
Par le **marché des rubriques en ligne (Classifieds)** on entend les affaires de petites annonces en ligne. Comme base du rapport semestriel, les domaines de rubriques «Immobilier», «Auto» et «Job» sont pris en compte.

## Tendance en ligne par formes publicitaires

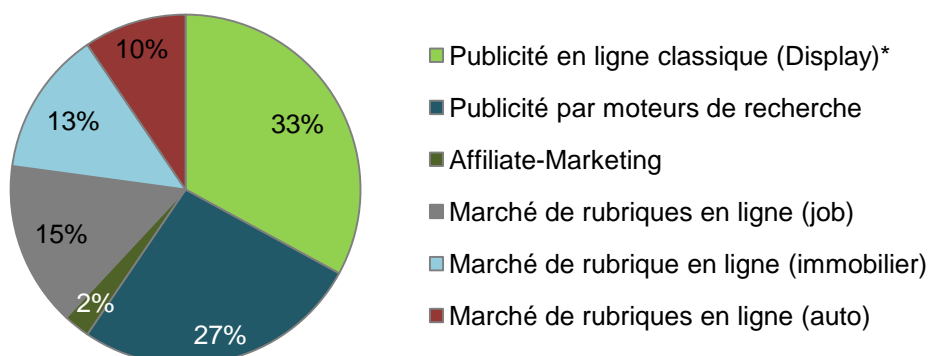
en millions de CHF	2005	2006	2007	2008	2009
Publicité en ligne classique (Display)*	36.4	47.0	52.2	86.0	118.1
Publicité par moteurs de recherche	18.1	27.0	43.7	68.9	95.1
Affiliate-Marketing	-	5.0	7.5	8.3	8.8
Marché de rubriques en ligne (Job)	21.5	32.5	56.3	58.6	54.5
Marché de rubriques en ligne (Immobilier)	22.3	30.5	39.3	44.3	47.9
Marché de rubriques en ligne (Auto)	9.0	14.0	24.5	34.0	34.0
<b>Marché global en ligne</b>	<b>107.2</b>	<b>156.0</b>	<b>223.5</b>	<b>300.1</b>	<b>358.4</b>

Sources: estimations d'experts; \*Statistique des imprimés publicitaires Media Focus

En intégrant toutes les formes publicitaires estimées, le marché global en ligne s'est élevé en 2009 à plus de CHF 350 millions. La croissance du secteur en ligne en 2009 réside entièrement dans les formes publicitaires Display et publicité moteurs de recherche. Ceci se voit nettement à l'appui de la part de 38% seulement des rubriques dans le mélange de segments. En 2007, cette part dépassait encore les 50%.



Sources: estimations d'experts; \*Statistique des imprimés publicitaires Media Focus

**Mélange de segments 2009**


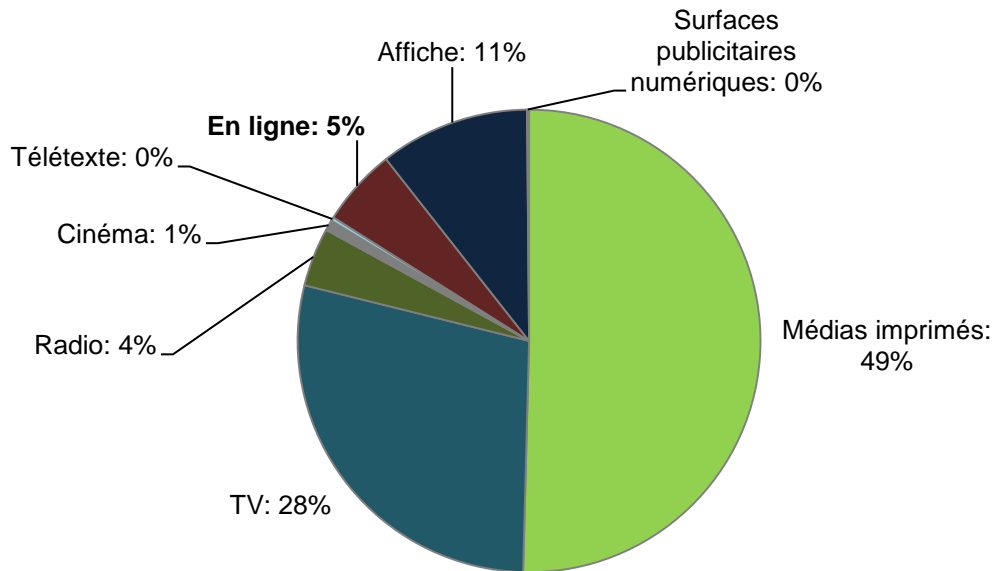
Sources: estimations d'experts; \*Statistique des imprimés publicitaires Media Focus

<b>Croissance en %</b>	<b>05/06</b>	<b>06/07</b>	<b>07/08</b>	<b>08/09</b>	<b>09/10 Prognose</b>
Publicité en ligne classique (Display)*	29.2	10.9	64.8	37.3	16
Publicité par moteurs de recherche	49.3	61.9	57.6	38.1	23
Affiliate-Marketing	-	49.3	10.5	7.1	12
Marché de rubriques en ligne (Job)	51.3	73.3	4.1	-7.1	-2
Marché de rubriques en ligne (Immobilier)	37.1	29.0	12.7	8.0	9
Marché de rubriques en ligne (Auto)	55.6	75.0	38.8	0.0	8
<b>Marché global en ligne</b>	<b>45.5</b>	<b>43.3</b>	<b>34.3</b>	<b>19.4</b>	<b>18</b>

Sources: Estimations des experts; \*Statistique des imprimés publicitaires Media Focus (nouveau concept de saisie depuis 05/08)

Selon le rapport semestriel, l'ensemble du marché en ligne a augmenté de près de 20% entre 2008 et 2009. En vue de la situation de l'économie de marché en général et de l'évolution de l'économie de la publicité en particulier, ceci est un très bon résultat. Pour 2010, le comité d'experts part du principe d'une croissance comparable. Il faut s'attendre de nouveau à la plus grande croissance dans la publicité display et moteurs de recherche.

## Part de la publicité en ligne sur le marché global 2009



Sources: statistique des imprimés publicitaires Media Focus; \*estimations d'experts

La part d'en ligne en 2009 est calculée sur la base des formes publicitaires Display, publicité par moteurs de recherche et Affiliate-Marketing. Pour maintenir la comparabilité, les rubriques en ligne n'ont pas été prises en compte pour cette considération, car aucune rubrique n'a été saisie dans les autres groupes de médias non plus.

En intégrant les formes publicitaires susmentionnées, la part d'en ligne au marché publicitaire général s'élève à 5%, et elle est donc supérieure à la part des groupes de médias Télétexte, cinéma, surfaces publicitaires numériques et radio.

## Publicité en ligne (Display) par secteurs en 2009

Secteur	Imprimés publicitaires bruts en millions de CHF	Part en ligne dans le mélange des médias en %
Finances	24.47	8.3
Télécommunication	14.86	7.6
Prestations de services	13.49	8.1
Initiatives & campagnes	10.74	1.7
Loisirs, sport, tourisme	9.87	4.4
Véhicules	8.88	2.5
Electronique de divertissement & photo	4.98	4.8
Industrie & commerce	4.87	4.4
Aliments	4.52	1.2
Entreprises de transport	4.28	6.6
Boissons	3.52	2.4
Cosmétique & soins corporels	2.73	0.9
Médias	2.69	4.4
Construction de maison/jardin & aménagement	1.76	1.2
Informatique & bureau	1.54	3.4
Vêtements & linge	1.32	1.4
Manifestations	1.07	0.4
Energie	0.79	2.6
Effets personnels	0.70	0.6
Articles/appareils électroménagers	0.48	0.9
Pharma & santé	0.35	0.3
Nettoyage	0.15	0.2
Articles pour fumeurs	-	-

Source: statistique d'imprimés publicitaires Media Focus

Le secteur «Finances» a également réalisé en 2009, avec CHF 25 millions (8,3% de part du mélange des médias) l'impression publicitaire brute la plus élevée dans le groupe de médias Internet (Display). En outre, les secteurs Prestations de service (part de 8,1% dans le mélange des médias), télécommunication (7,6%) et entreprises de transport (6,6%) font partie des marchés de produits compatibles en ligne. Les 5 meilleures branches par pression publicitaire brute représentent plus de 60% du marché global.

## Sur la méthodologie de la statistique publicitaire en ligne Media Focus

Les données des formes publicitaires classiques (Display) se basent sur la statistique de pression publicitaire de Media Focus et sont des valeurs déclarées au produit près (facturées brut) de nos partenaires en coopération.

Liste des partenaires en coopération:

- AdLINK Media Schweiz AG
- Publicitas Web2com
- Romandie Online
- azonline.ch
- NZZ Online
- Tamedia AG
- search.ch
- bluewin.ch
- SevenOne Media [Schweiz] AG
- Ringier Online

Les données de tous les autres segments se basent sur les estimations d'experts des usagers du marché suivants:

- AdLINK Media Schweiz AG
- Angelink yourposition GmbH
- car4you (Schweiz) AG
- homegate AG
- jobs.ch ag
- Jobup AG
- orange8 interactive ag
- Publicitas web2com AG
- Scout24 Schweiz AG
- TradeDoubler AG
- Worldsites GmbH

### **Contact**

---

Media Focus  
Stauffacherstrasse 28  
CH-8004 Zürich

Telefon: +41 43 322 17 50  
Fax: +41 43 322 17 55  
Web: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)