

Bourse La publicité en ligne ne connaît pas la crise

Malgré la crise économique, les investissements publicitaires pour Internet en France ont progressé de 11% en 2011 à 2,56 milliards d'euros, d'après la septième édition de l'Observatoire de l'e-pub du Syndicat des régies internet (SRI) qui regroupe la plupart des grands acteurs de la publicité interactive.

Les exercices 2009 et 2010 s'étaient soldés par des taux de croissance de 6% et 9% respectivement.

Un essor sur la téléphonie mobile Principal segment du marché de la publicité en ligne du pays (42%), le Search (liens sponsorisés apparaissant dans les moteurs de recherche notamment) progresse également de 11%, passant ainsi la barre symbolique du milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Parmi les segments les plus dynamiques, le mobile, en hausse de 37%, est tiré par un nombre croissant - 18,3 millions au dernier trimestre 2011 - d'utilisateurs de Smartphones.

Le volume demeure toutefois restreint, à 37 millions d'euros. Plus significative est la progression des annonces Display (publicité graphique sous forme de bannières principalement), deuxième segment en valeur avec un quart du marché total.

Il a connu une croissance plus forte que le Search en 2011 (+14%), portant son chiffre d'affaires à 616 millions d'euros net, grâce au « *dynamisme confirmé de la vidéo et l'accélération des investissements sur les réseaux sociaux* », selon le SRI. De son côté, l'e-mailing se stabilise à 95 millions d'euros après une chute de près de 9% en 2010.

Un marché encore dynamique en 2012 Les prévisions établies par l'Observatoire font état d'une croissance de 8% pour 2012, précisant que la publicité en ligne ne représente encore que 18 à 19% du marché français.

L'étude souligne également la montée en puissance des « *ad exchange* » (places de marché automatisées) qui permettent aux éditeurs de vendre certains espaces publicitaires grâce à un système d'enchères en temps réel.

Pour l'heure, ce mode de commercialisation reste

marginal avec 3% des ventes de publicité graphique contre 13,6% aux États-Unis.

Des sociétés à l'affût Dans ce contexte, plusieurs sociétés cotées du secteur cherchent de nouveaux capitaux pour financer leur développement.

Netbooster, agence de communication interactive, a signé un protocole d'accord pour la modification des termes de son emprunt obligataire convertible et va augmenter son capital garantie d'au moins 4,2 millions d'euros.

De son côté, Holosfind, spécialisé dans le marketing sur Internet, a lancé une levée de fonds d'un million d'euros dans le but d'accélérer la commercialisation de ses deux offres lancées fin 2011.