

# La Grande-Bretagne : championne d'Europe de la pub en ligne

8 milliards d'euros. C'est la somme investie dans 13 pays d'Europe dans la publicité en ligne pour l'exercice 2006. Les résultats de l'enquête réalisée par l'Internet Advertising Bureau (IAB), révélés par *les Echos*, démontrent l'assise de plus en plus stable qu'acquiert la publicité en ligne en tant que modèle économique.

L'analyse souligne la prédominance du marché britannique avec 3,1 milliards d'euros. Une somme qui représente, à elle seule, 39% du total. Viennent ensuite l'Allemagne ses 1,7 milliard d'euros soit 22% du total, puis la France avec 1,18 milliard d'euros soit 15%.

Les Pays-Bas (563 millions d'euros) et l'Italie (480,2 millions d'euros) ont un marché sensiblement équivalent avec respectivement 7 et 6%. En bas de tableau se trouve un chapelet de pays qui ensemble totalisent 12% du marché. Il s'agit de l'Espagne, de la Belgique, du Danemark, de l'Autriche, de la Finlande, de la Grèce de la Slovénie et de la Croatie.

Les moteurs de recherche (liens sponsorisés) ont la part belle. Ils représentent à eux seuls près de la moitié des dépenses (45%). Les formats traditionnels ne totalisent que 31%. Les « e-mails marketings » ne rencontrent que peu de succès. Seulement 1,6 % du marché.

Rappelons qu'en France, la publicité sur la toile a connu un bon de 48,2% en 2006 à 1,688 milliards d'euros. Une hausse moins importante qu'en 2005 (74%). La tendance européenne est similaire à celle de la France, les liens sponsorisés représentent 37% des investissements publicitaires sur le net. De tels chiffres doivent susciter un certain contentement, surtout du côté de Mountain View?