

Pub en ligne : 11 milliards d'euros investis en 2007 en Europe

La publicité en ligne est toujours en grande forme en Europe. Selon les résultats d'une étude commandée par l'**IAB** (International Advertising Bureau), puis reprise par *La Tribune*, le budget consacré par les annonceurs aurait grimpé de **40%** pour l'année 2007 pour atteindre un montant de **11 milliards d'euros**. Pour la même année, les dépenses publicitaires en ligne aux Etats-Unis ont de leur côté progressé de 26%, à **14 milliards de dollars**, soit 9 milliards d'euros. L'écart se resserre.

Pour mémoire, le marché de la publicité en ligne en France avait progressé de 40,1% au troisième trimestre de l'année 2007.

Rappelons néanmoins que ces sommes représentent des investissements bruts auxquels il faut déduire les remises annonceurs souvent très importantes dans la pub en ligne.

L'année 2007 a été une période particulièrement mouvementée. Microsoft avait mis la main sur [aQuantive](#) et Google avait choisi de jeter son dévolu sur [DoubleClick](#). La montée en puissance de plates-formes comme **Facebook** ou **MySpace** avaient également aiguisé les appétits.

Le contexte de crise actuelle a également provoqué chez certains observateurs des inquiétudes quant aux budgets consacrés à la publicité en ligne et aux médias traditionnels.

« Si certains analystes prédisent que la publicité sur les médias traditionnels pourrait être touchée par le ralentissement économique, l'étude montre que la publicité en ligne continue à progresser à un rythme rapide », souligne l'IAB dans son rapport.

Reste que les effets de la crise se font sentir aujourd'hui et il faudra être attentifs aux chiffres du premier semestre. Pendant un ralentissement économique, les budgets publicitaires (et notamment ceux concernant Internet) sont les premiers à sauter.

L'étude révèle également que les investissements publicitaires en ligne restent pour le moment cantonnés à certains pays européens. A ce jour, la France, l'Allemagne et la Grande-Bretagne représentent à eux seuls les deux tiers des budgets publicitaires. Pour des pays comme le Danemark, l'Allemagne, la Norvège ou la Suède, la publicité en ligne représente 10% des budgets globaux des annonceurs.