

Information presse

Paris, le 15 février 2006

Les annonceurs, de plus en plus liés aux réseaux publicitaires on-line, selon une étude américaine de ValueClick

ValueClick, principal fournisseur mondial de solutions pour la gestion de campagnes marketing sur le Net à destination des annonceurs, agences et éditeurs de sites Internet, annonce aujourd'hui les résultats d'une étude de marché commandée au cabinet américain Insight Express.

Réalisée au cours du troisième trimestre 2005, l'enquête a touché 300 décideurs américains dans le domaine de l'achat publicitaire on-line (direction marketing, médias planners, acheteurs d'espace, etc...).

Les résultats de l'étude révèlent une **dépendance en forte croissance envers les réseaux publicitaires on-line** ainsi que de nouvelles tendances sur la façon dont les annonceurs les voient, les utilisent et les comprennent.

- 78% des personnes questionnées travaillent actuellement avec un réseau publicitaire on-line
- 65% sont persuadés que les réseaux publicitaires sont incontournables dans un plan média global
- 42% ont révélé que leurs dépenses liées à un réseau publicitaire ont augmenté durant les deux dernières années
- 40% des sociétés citées avancent l'accessibilité comme argument majeur dans l'utilisation d'un réseau publicitaire, suivi par le ciblage (19%) et la performance/ROI (15%)
- Lors de la demande de l'argument orientant le choix d'un réseau publicitaire, 30% citent la réputation, 26% la performance et 13% la qualité des éditeurs.

« Cette étude reflète la bonne santé du secteur de la publicité et la valeur qu'offrent les réseaux publicitaires aux annonceurs et à leurs agences » commente Amaury Delloye, Directeur Général de ValueClick France. *« La qualité des sites ainsi que les capacités de ciblage et d'adressage de nos réseaux publicitaires se sont améliorées de manière significative depuis deux ans. La facilité d'accès à un réseau puissant et les outils offerts donnent clairement l'avantage à des sociétés comme ValueClick; ils nous permettent de monter en puissance avec nos clients, très rapidement et en toute simplicité, avec des services que les régies classiques sont bien incapables d'offrir. Cela permet aussi de dynamiser le marché en le rendant accessible à un plus grand nombre d'acteurs. Enfin, nous allons accélérer le renforcement de nos outils en 2006 pour aider d'avantage les webmaster et éditeurs de sites Internet dans la valorisation de leur trafic sans nécessiter qu'ils aient un positionnement de leader sur leur marché. »*

A propos de ValueClick :

Créé en 1997 aux Etats-Unis, et coté au NASDAQ (code : VCLK), ValueClick est devenu l'interlocuteur privilégié pour mettre en relation les annonceurs et les internautes. La société assemble les internautes via un réseau de sites partenaires, optimise les campagnes marketing grâce à ses technologies et son expertise du marché on-line et génère du trafic et de la visibilité pour les annonceurs via différents canaux : un réseau media (ValueClick Média), une plate-forme

d'affiliation (Commission Junction), un site marchand (Pricerunner). ValueClick propose aussi sa technologie d'adserving Mediaplex.

Implanté en Angleterre, en France, en Allemagne, en Suède, en Amérique du Nord et au Canada, ValueClick a annoncé un chiffre d'affaires 2004 de 169 millions de dollars.

Contacts presse :

VALUECLICK

Amaury Delloye

Tél : 01 46 51 40 71

Fax : 01 46 51 47 71

E-mail : adelloye@valueclick.com

EUROTANDEM

Sonia Bonvalet / Marie Myrmigelis

Tél : 01 41 63 20 00

Fax : 01 41 63 20 10

E-mail : s.bonvalet@eurotandem.fr
m.myrmigelis@eurotandem.fr