



Communiqué de Presse

l'Observatoire de l'e-Pub du SRI, en partenariat avec l'UDECAM sera désormais réalisé par PwC

Paris, le 22 avril 2013

Le SRI (Syndicat des Régies Internet) choisit PwC comme partenaire pour l'accompagner dans la réalisation de l'Observatoire de l'e-Pub.

L'Observatoire de l'e-Pub, mené depuis 2009 à l'initiative du SRI et en partenariat avec l'UDECAM, est devenu l'étude de référence pour mesurer le marché français de la communication publicitaire online. Cet observatoire suit l'évolution des différentes composantes de son chiffre d'affaires net (search, display, affiliation, e-mailing, comparateurs de prix et mobile).

Ainsi en janvier 2013, le chiffre d'affaires de ce marché atteint 2,7 milliards d'euros nets en 2012. L'étude démontrait le ralentissement de la croissance des investissements digitaux en 2012 en France (+5%) et cela de manière plus marquée que sur les marchés américain, britannique et allemand.

L'Observatoire de l'e-Pub se base à la fois sur des données quantitatives recueillies de façon strictement confidentielle auprès des membres du SRI et de l'UDECAM, sur la conduite d'entretiens avec les acteurs du marché et sur une veille complète du secteur, afin d'apporter une vision globale et prospective des tendances de la publicité digitale.

Pour Eric Aderdor, Président du SRI : *« PwC s'est logiquement imposé comme nouveau partenaire du fait de sa dimension internationale. La France doit prendre conscience de la nécessité d'accélérer la digitalisation des entreprises quelque soit leur taille. Cela favorisera naturellement la croissance des investissements publicitaires internet web et mobile »*

Matthieu Aubusson, associé PwC, ajoute : *« Réaliser cet Observatoire de l'e-Pub nous permet de renforcer notre position sur la transformation digitale et vient compléter les études similaires que nous réalisons au Royaume-Uni et aux USA. Les entreprises cherchent aujourd'hui à optimiser leurs investissements dans la publicité digitale, cet Observatoire nous permettra de mieux les accompagner dans leurs choix stratégiques. »*

Le 10^{ème} Observatoire de l'e-Pub sera publié en juillet prochain avec les chiffres du 1^{er} semestre 2013. Une attention toute particulière sera portée à la continuité méthodologique de l'étude.

A propos du SRI

Le Syndicat des Régies Internet (SRI) a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France.

La démarche du SRI : soutenir les investissements et le développement du média Internet, valoriser les spécificités et la compétitivité du média, faciliter l'accès au média Internet par une professionnalisation et une simplification des offres, exploiter la créativité du média, et assurer la représentativité du Syndicat auprès de l'ensemble des acteurs de la publicité interactive.

24/7 Media, 3W Régie, Adconion Média Group, AlloCiné, Amaury Médias, Au Féminin, Caradisiac Publicité, CCM Benchmark Advertising, Dailymotion Advertising, Express Roularta Services, Figaro Medias, France Télévisions Publicité, Hi-Média, Horyzon Média, M Publicité, Lagardère Active Publicité, Leboncoin.fr, M6 Publicité Digital, Microsoft Advertising France, Orange Advertising, Prisma Media, Régie Obs, SFR Régie, Specific Media, TF1 Publicité Digital, Weborama et Yahoo! France sont membres du SRI. Le président est Eric Aderdor, directeur général d'Horyzon Media.

Plus d'informations sur : www.sri-france.org

A propos de PwC

PwC développe en France des missions d'audit, d'expertise comptable et de conseil créatrices de valeur pour ses clients, privilégiant des approches sectorielles.

Plus de 180 000 personnes dans 158 pays à travers le réseau PwC partagent idées, expertises et perspectives innovantes au bénéfice de la qualité de service pour leurs clients et partenaires.

Les entités françaises membres de PwC rassemblent 4 000 personnes dans 25 bureaux.

« PwC » fait référence au réseau PwC et/ou à une ou plusieurs de ses entités membres, dont chacune constitue une entité juridique distincte. Pour plus d'information, rendez-vous sur le site www.pwc.com/structure

Pour plus d'informations, RDV sur www.pwc.fr

A propos de l'UDECAM

L'Udecam - Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Medias - réunit les principales Agences medias du marché français : Aegis Medias (Carat et Vizeum), Havas Medias (MPG et Euromedia), Mediabrands (Initiative et Universal), Mediacom, MEC, Media Keys, Mindshare, My Media, Neo@ogilvy, Oconnection, OMG (OMG, Phd), Poster Conseil, Re-mind et Vivaki (Zenithoptimedia, Starcom, FMCG)

Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise l'expertise media et hors-media, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion.

Aujourd'hui les Agences medias de l'Udecam rassemblent près de 4 000 collaborateurs et représentent près de 90% des investissements medias réalisés en France.

Plus d'informations sur : www.udecam.fr

Contacts SRI

Hélène Chartier

Directrice Générale

Tel: +33 1 42 36 49 15

hchartier@sri-france.org

Laurence Temin

Responsable Communication

Tel: +33 1 42 36 49 15

ltemin@sri-france.org

Contact PwC

Hélène Coulbault

Responsable Relations Presse

Tel : +33 1 56 57 88 26

Helene.coulbault@fr.pwc.com

Contact UDECAM

Françoise Chambre

Déléguée Générale

francoise.chambre@udecam.fr