

Le 6ème Rallye automobile marocain du corps diplomatique du 12 au 14 mars Sport

Posté par: Visiteur

Publié le : 11-03-2010 20:29:23

La 6ème édition du Rallye automobile du corps diplomatique accrédité au Maroc, prévue du 12 au 14 mars, sera une occasion pour les participants de découvrir la diversité géographique, culturelle et civilisationnelle dont regorgent les différentes régions du Royaume, a affirmé Mme Fatima Araki, présidente de l'Union Automobile Club du Maroc.

Organisé sous le Haut Patronage de SM le Roi Mohammed VI, ce rallye vise outre la mise en valeur des potentialités naturelles du pays, la contribution à la promotion des secteurs économique, touristique et culturel dans les régions visitées, a déclaré, mercredi à Rabat, Mme Araki lors d'une conférence de presse.

Publicité sur internet: les liens sponsorisés ont supplanté les bannières

Les liens sponsorisés, dont la grande majorité sont gérés par Google, captaient en 2009 34,2% des investissements publicitaires sur internet en France, soit le double de la part des bannières, qui sont en déclin, selon une étude publiée jeudi par le cabinet Precepta

Des écrans d'ordinateurs portables.

PARIS (AFP)

En 2003, la part des liens sponsorisés (qui permettent à un annonceur d'apparaître en tête des réponses à un moteur de recherche) dans ce marché était de seulement 7,9%, contre 34,5% pour les bannières publicitaires. Ces dernières ne représentaient plus que 17,7% des investissements en 2009. Selon Precepta, la publicité en ligne en France a généré 2,5 milliards d'euros en 2009, dont 880 millions via les liens sponsorisés (+10% sur un an), 455 millions pour les bannières (-6%), 470 millions pour les annuaires en ligne (+8%) et 345 millions pour les petites annonces sur internet (-5%). Tandis que "Google détient 95% du marché des liens sponsorisés", celui des annuaires est "dominé par PagesJaunes", a souligné lors d'une conférence de presse David Targy, auteur de l'étude. En revanche, le segment des bannières est "le seul fragmenté en termes de parts de marché". L'étude montre que les sites internet de médias tirent 63% de leurs revenus de la publicité, le reste provenant de la vente de contenus ou du commerce en ligne. Avec la crise, leurs revenus devraient baisser de 6% en 2010, selon Precepta. Mais leur part reste infime dans le paysage médiatique: alors que les médias traditionnels ont engrangé 14,3 milliards d'euros en 2009, les médias en ligne n'ont enregistré qu'un chiffre d'affaires de 410 millions, soit seulement 2,8% du marché. "Parmi les groupes de médias en France, il y en a peu qui tirent plus de 5% de chiffre d'affaires de leurs activités sur internet", a souligné M. Targy, relevant l'"exception" du Figaro, où cette part atteint les 20%.

afp.com