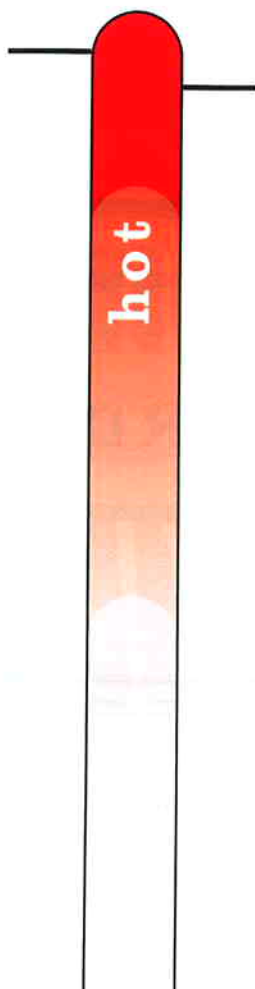


# » Trends

## Le Web commence à faire recette

D'après une étude de Digital Media Association (DMA), -regroupement des régies Internet- les sites Web belges devraient peser en 2007 environ 3% des dépenses publicitaires totales dans les médias. Ces résultats très encourageants se fondent sur les premières données de la publicité en ligne reprises - depuis 2006- dans la Media DataBase du Centre d'Information sur les Médias (CIM) et basées sur les chiffres transmis par les régies MSN, Skynet, Beweb et AdLink, auxquelles s'ajouteront, dès 2007, d'autres régies comme Fred Online (De Persgroep), Corelio et Paratel (VMMa). Par extrapolation, l'association des médias numériques totalise pour 2006 des investissements publicitaires d'un montant global de 42 millions d'euros, soit 1,4% des investissements publicitaires des médias, et table sur 3% en 2007. Pour DMA, l'Internet croît plus rapidement que les marchés publicitaires « traditionnels », même si la télévision et la presse écrite restent les canaux les plus attirants pour les investissements publicitaires, avec respectivement 36 et 25% de parts de marché entre janvier et septembre.



## La pub en ligne a le vent en poupe

Selon InSites Consulting, huit décisionnaires sur dix ayant l'expérience de la publicité en ligne entendent lui consacrer davantage de budget en 2007. Ce mouvement est en augmentation de 15% par rapport à l'année passée. Mais désormais, deux clans s'affrontent. D'un côté, les convaincus de la pub en ligne, de l'autre, les « non convertis » qui perçoivent moins le retour sur investissement potentiel arguant « d'une trop faible pénétration d'Internet chez les consommateurs considérés comme hermétiques à la publicité en ligne ». Ces derniers estiment également que peu de leurs concurrents y ont recours et font preuve d'une connaissance insuffisante des résultats à attendre de l'utilisation des publicités en ligne. Toujours est-il que la majorité des sondés affirme que les campagnes de publicité en ligne menées en 2006 étaient bien intégrées dans le « communication mix ». Les canaux les plus utilisés ? Les campagnes e-mail, les newsletters d'entreprise ou produit, et le display advertising (banners). Le canal de publicité en ligne plébiscité, les campagnes d'e-mailing vers les clients, génèrent habituellement le niveau de satisfaction le plus élevé. Quant à l'achat de mots-clés dans les moteurs de recherche, il reste moins souvent utilisé par les grands annonceurs, bien qu'il offre un degré de satisfaction relativement élevé.

## Vista, vulnérable aux principales menaces Internet

Vista n'a décidément pas de chance. À peine né, le voilà déjà attaqué par les virus. Pourtant, les experts de Sophos sont formels: à la date du lancement du système Windows Vista de Microsoft, trois des virus du top 10 (Stratio-Zip) seront capables de contourner les systèmes de sécurité de Vista et d'infecter les ordinateurs équipés de ce logiciel. Ces trois programmes malicieux (comprenant aussi Netsky-D et MyDoom-O) représentent à eux seuls 39,7% de l'ensemble des virus actuellement en circulation. Un conseil : passez à Linux ou Mac OS X !



## Les Belges pas assez Net!

Si la plupart de nos concitoyens connaissent l'Internet, DNS.be constate qu'ils sont trop peu nombreux à l'utiliser activement. Un chiffre qui en dit long : plus de 4 millions de Belges surfent régulièrement, mais seulement 13 % disposent de leur propre site ! De nombreuses personnes ont l'impression que la création d'un site Web ou d'un Blog est une affaire de professionnels ou de technophiles. DNS.be entend détruire ce mythe et abaisser le seuil « technique » de l'Internet. [www.dns.be](http://www.dns.be)