



Lagardère

WEB 2.0 OU BULLE 2.0 ?

Philippe Camus

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

2 mai 2006

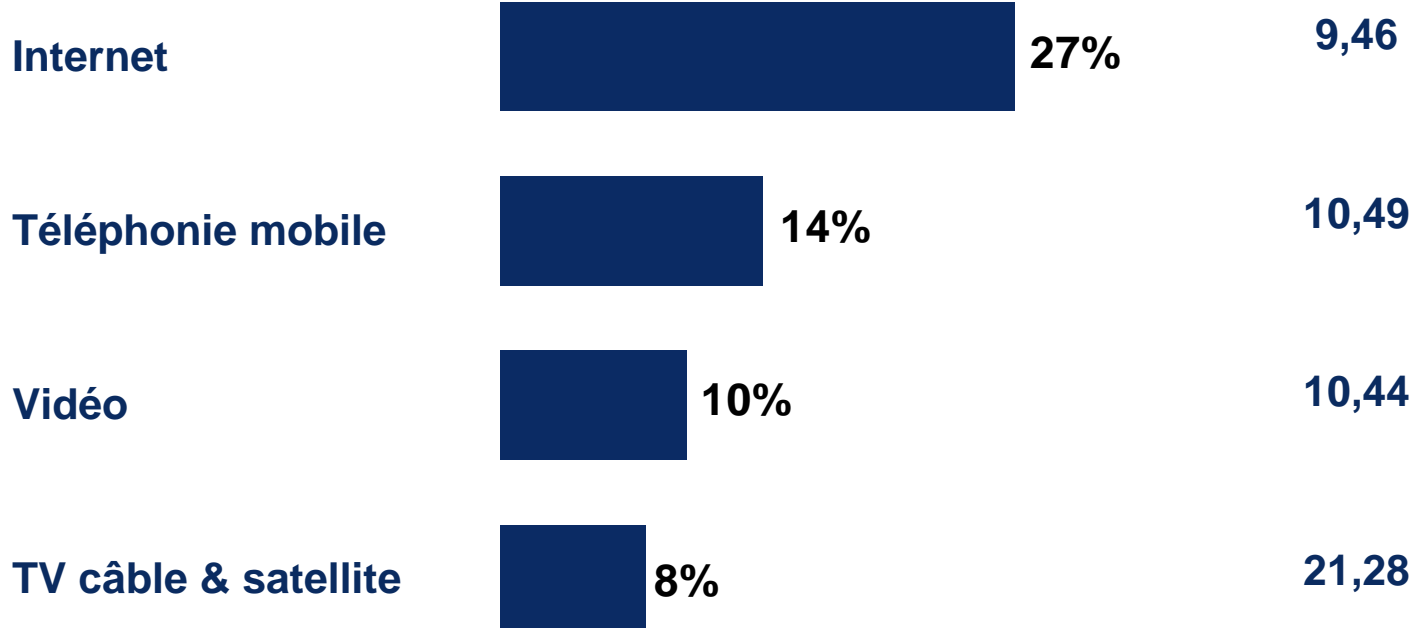


Les médias numériques, notamment Internet, ont connu les plus fortes croissances de consommation et représentent une part importante du budget média des ménages

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Évolution de la consommation des médias
*Les plus forts taux de croissance annuel moyen 1999-2004,
États-Unis, dépenses des foyers*

**US\$ par personne
par mois, 2004**



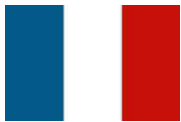


Plus d'1 français sur 2 est connecté à Internet ; plus de 2 sur 3 aux États-Unis

Assemblée Générale du 2 mai 2006

**Internautes
dans la population**

**Foyers haut-débit
(parmi les foyers connectés)**



50%



79%



71%



54%

Source : ARCEP, Mediametrie, PriceWaterhouseCoopers June 2005, FCC, NielsenNetratings

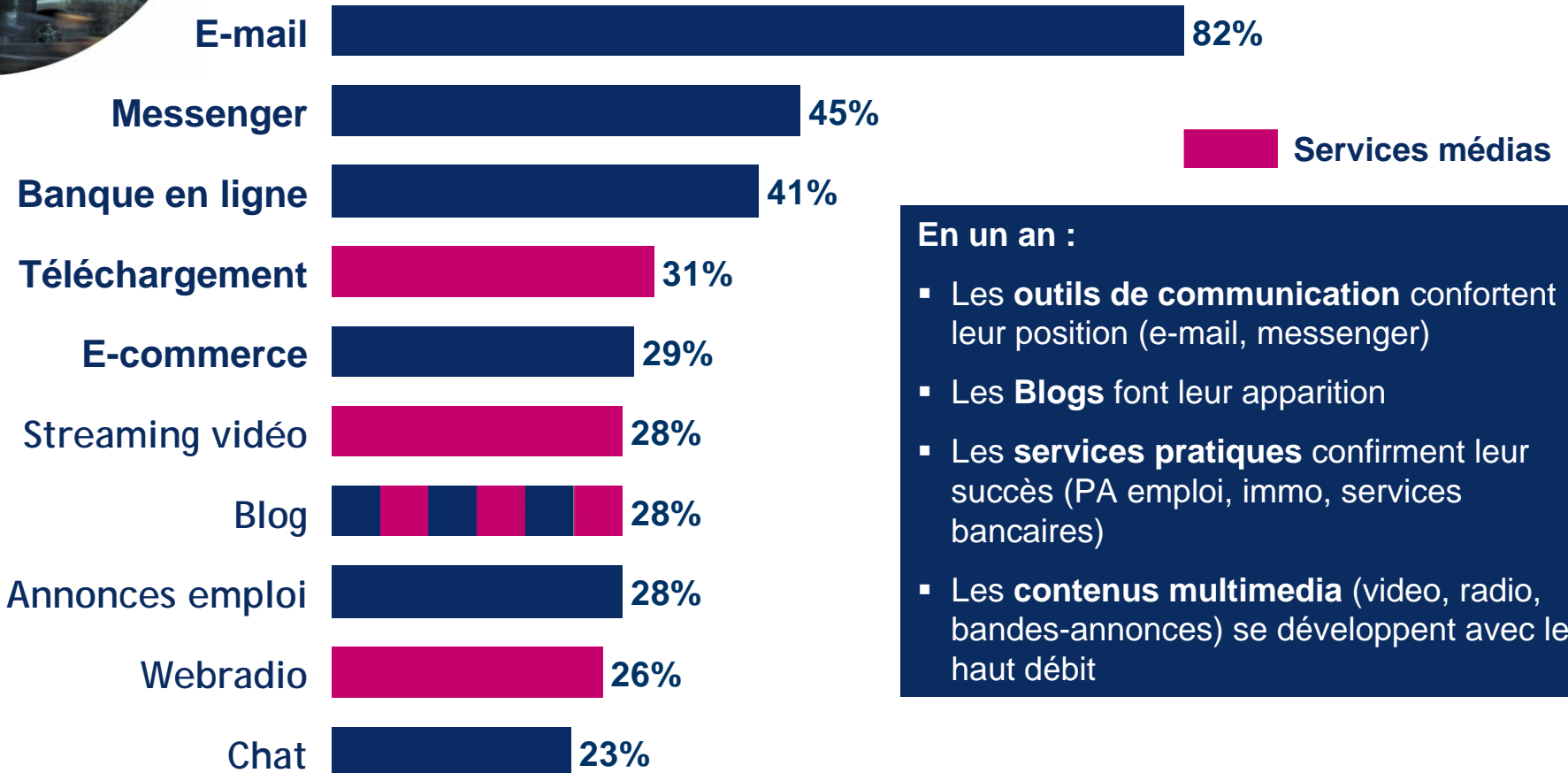


Une partie significative des internautes utilise les services « média »

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Services utilisés « au cours du dernier mois » - France

En % des internautes 16-49 ans, chiffres 2005



En un an :

- Les **outils de communication** confortent leur position (e-mail, messenger)
- Les **Blogs** font leur apparition
- Les **services pratiques** confirment leur succès (PA emploi, immo, services bancaires)
- Les **contenus multimedia** (video, radio, bandes-annonces) se développent avec le haut débit

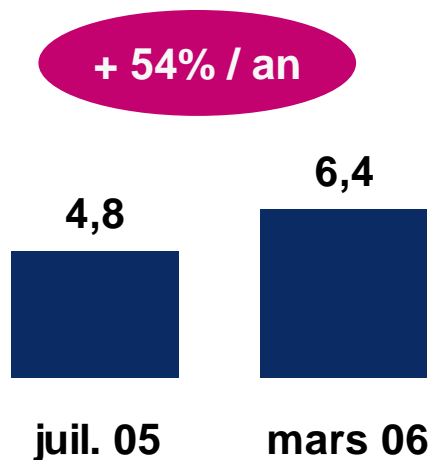


Services Internet parmi les plus utilisés : moteurs de recherche et services communautaires

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Moteurs de recherche

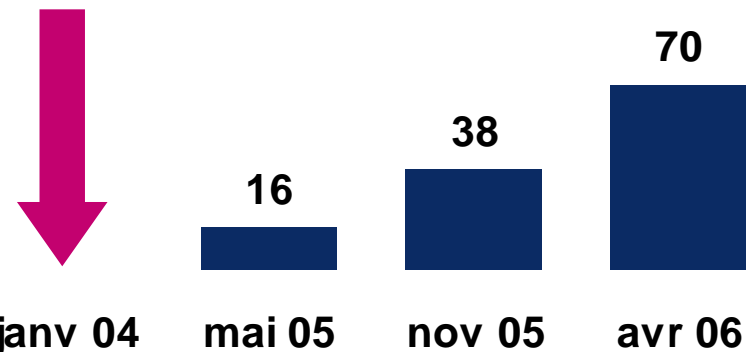
Nombre de recherches par mois aux États-Unis, milliards



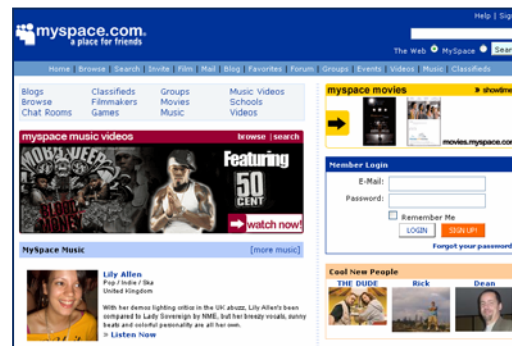
MySpace

Millions d'utilisateurs

Lancement



Google traite près de 3 000 requêtes par seconde dans le monde





4 acheteurs automobiles sur 5 ont recours à Internet au cours du processus. Internet est la seule source d'information en hausse (+15%) depuis 6 ans

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Processus d'achat d'un véhicule

YAHOO! AUTOS

IntelliChoice
20th Anniversary 1986-2006
Choose your car wisely.

edmunds.com
What's the best way to get a car?

Popular Mechanics.com



ROAD & TRACK

CAR AND DRIVER

Kelley Blue Book
THE TRUSTED RESOURCE
kbb.com

MY ESPN

Hemmings Motor News
50 YEARS
Enhancing the Experience of the Collector-Car Enthusiast

MOTOR TREND

mph

J.D. POWER
AND ASSOCIATES®

TIME

Automobile

Source: eMarketer, CNW Marketing Research & Time Inc.

Lagardère

Le numérique a révolutionné le monde de la musique

Assemblée Générale du 2 mai 2006



Téléchargement légal

- Cap du **milliard de téléchargements iTunes** franchi le 23 février 2006
- **20 millions** en France en 2005
- **6% du marché** de la musique en 2005

Échanges de fichiers peer-to-peer

- **10 millions d'internautes** connectés en moyenne à chaque instant à des sites peer-to-peer
- **1 milliard** de téléchargements en France en 2005



Création et édition

- Près de **2 millions d'artistes** « auto-édités » sur Myspace



The Debasers

Genre:

Location: TALLAHASSEE, FLORIDA

Last Update: Apr 21, 2006

Plays: 10,452

Views: 8,073

Fans: 329



Sonneries

- Un marché mondial de **3,6 milliards d'Euros** en 2005
- **50% des 15-30 ans** ont téléchargé au moins une fois de la musique sur leur mobile

L'évolution des usages touche tous les médias

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Blogs

- Sans doute plus de **100 millions** dans le monde



Webradios

- Plus de **10 000 webradios** dans le monde



Podcasting

- Plus de **45 000 podcasts** disponibles dans le monde



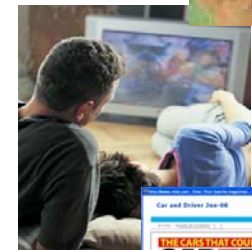
TV on-demand

- **1,4 milliards de sessions VOD** par les clients de Comcast aux Etats-Unis en 2005



Téléphonie mobile

- Plus de **2 milliards d'abonnés** dans le monde
- Un marché des contenus mobiles estimé à **34 Md€** en 2009



Distribution digitale

- Plus de **3 millions d'abonnés** aux magazines au format numérique dans le monde

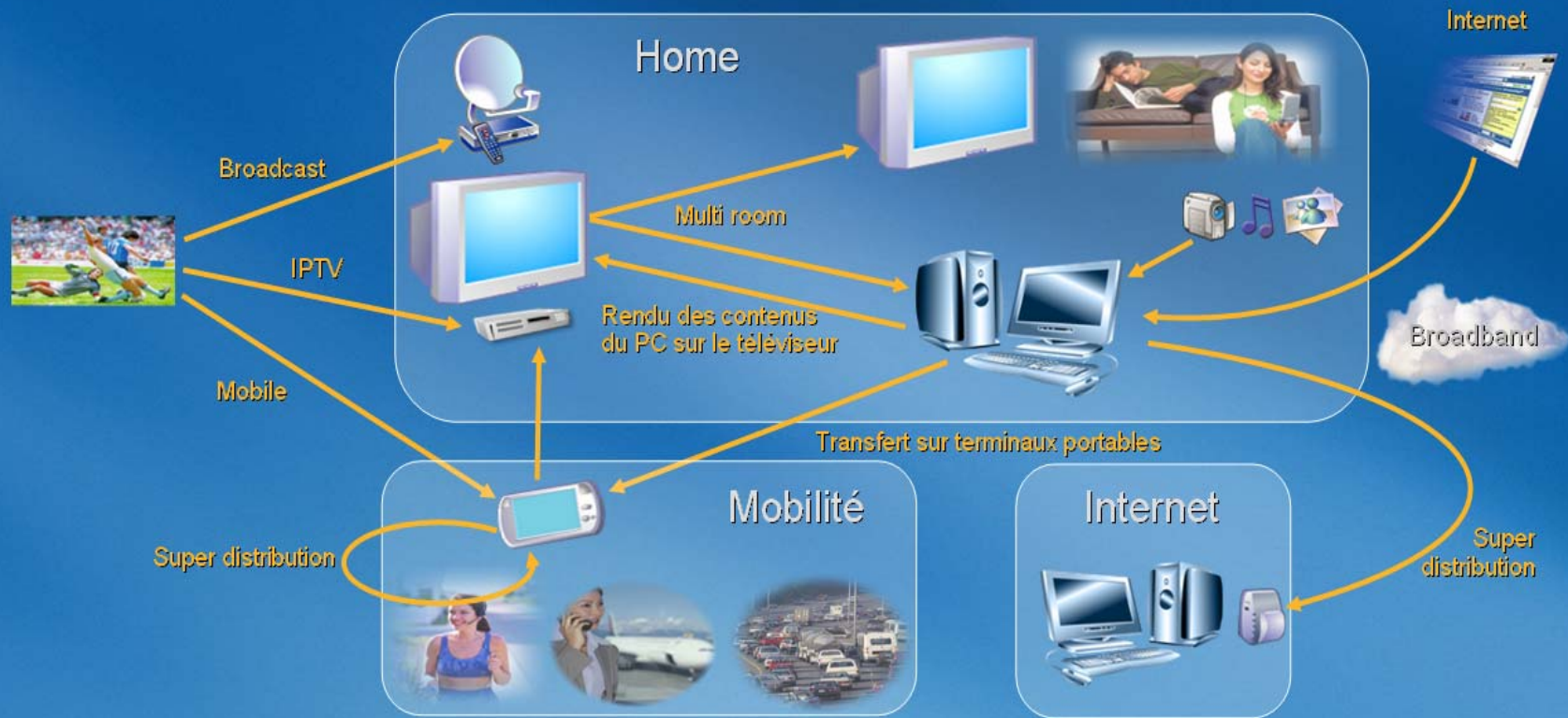


Lagardère

Nous ne sommes pas dans la science-fiction : voici comment Microsoft voit notre environnement actuel

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Le nouvel écosystème media numérique



Paris, Janvier 2006

Microsoft

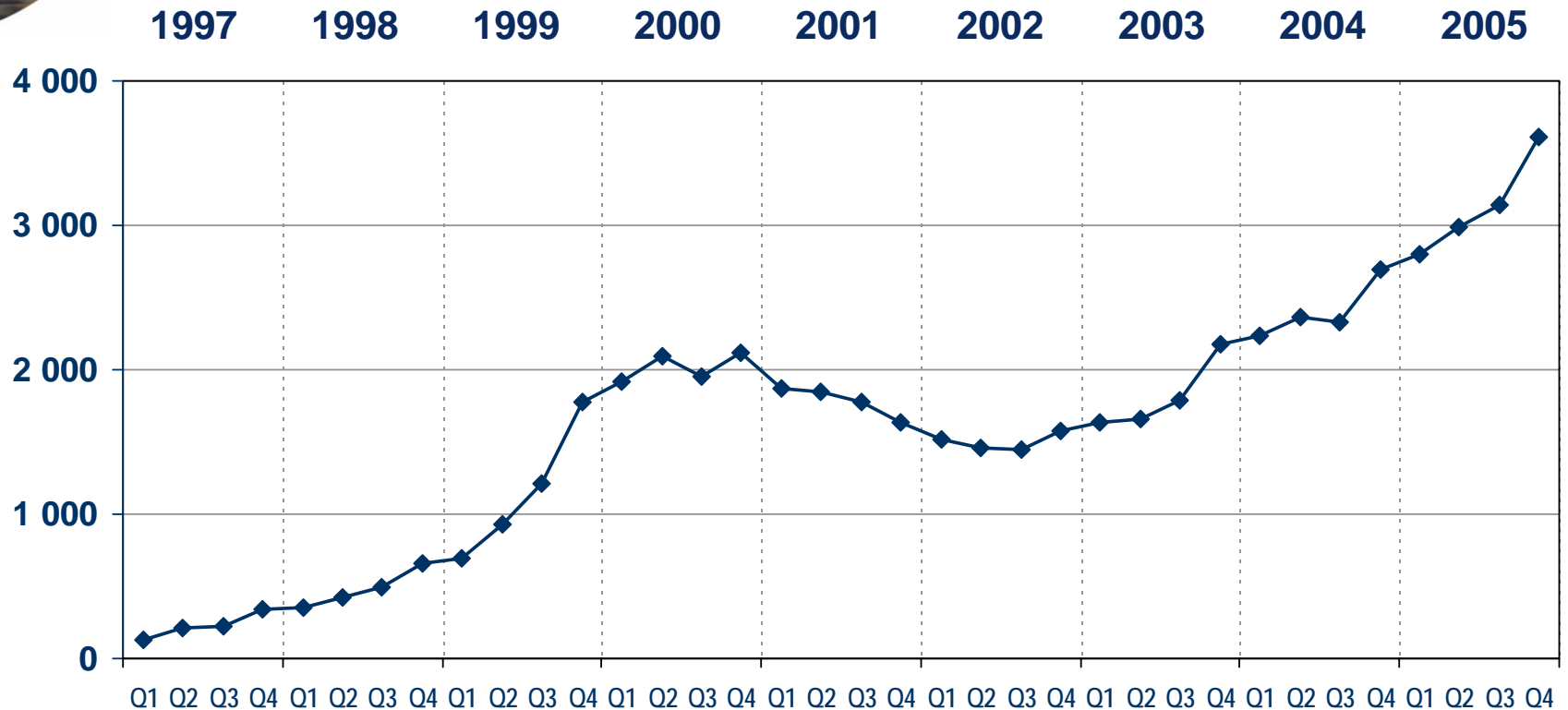


Après un net ralentissement dû à l'éclatement de la bulle, le marché publicitaire sur Internet connaît de nouveau une forte croissance aux États-Unis

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Marché publicitaire sur Internet – États-Unis

MUS\$



Source: IAB

Lagardère

Le marché publicitaire Internet reste limité en part de marché, mais connaît une très forte croissance

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Marché publicitaire Internet – France

M€

Investissements



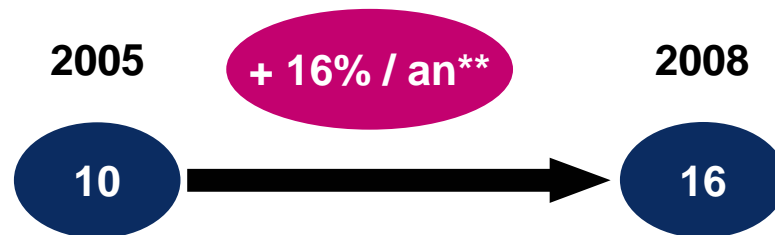
Part de marché



Marché publicitaire Internet – États-Unis

MdUS\$

Investissements



Part de marché



Source : Zenith Mars 2006

* France : croissance annuelle moyenne du marché 2004-2008 : 2,7%

** US : 4,1%

Lagardère

2006 est une année charnière : les grands groupes de médias mondiaux entrent dans une nouvelle ère sous l'influence des évolutions technologiques

Assemblée Générale du 2 mai 2006

1995

2002

2005

?

Internet « autonome »

- Peu de points de convergence réelle avec les médias
- Absence de mobilité
- Le e-commerce comme principal modèle économique

- Les positions sont établies
- Quelques grands acteurs dominants : Google, Yahoo, eBay, Amazon,...

L'ère de l'intégration

- Convergence entre les supports, les canaux de distribution
- L'utilisateur au centre du dispositif : « ce que je veux, quand je veux, où je veux »
- Revalorisation du contenu sous toutes ses formes
- Diversification des modèles économiques

- Les concepts gagnants sont en train d'émerger, mais ne sont pas encore structurés
- Les groupes médias, qui cherchent leur voie, disposent d'atouts certains pour créer de la valeur sur ce marché

Lagardère

Lagardère dispose de nombreux atouts pour développer sa présence dans le monde numérique

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Contenus

- Information
- Musique
- Jeunesse
- Féminin
- Agenda culturel
- Automobile
- Voyages
- Catalogue de programmes TV
- Éducation
- ...

Technologies / savoir-faire

- Force de promotion
- Services mobiles
- Webmail
- Webradios
- Régies publicitaires online

Marques



Les branches sont déjà opérationnelles dans l'univers numérique

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Livre

- Kiosque Numérique de l'Education



- Site www.routard.com



Distribution services

- Virginmega.fr  VIRGINMEGA.FR

- Kiosque de presse numérique

Presse

- Site www.caranddriver.com 

- Site www.choc.fr 

- Accord Public – Yahoo!
pour diffuser le
stream Public TV



Lagardère Active

- Régie publicitaire internet

- Podcasts Europe 1

- Webradios musicales

- Personnalisation du mobile



Lagardère



Facteurs clés de succès

Assemblée Générale du 2 mai 2006

Les compétences

- Les femmes et les hommes du groupe Lagardère

La mobilité stratégique

- Se positionner sur de nouveaux contenus porteurs (services associés au numérique et à l'interactivité, droits sportifs,...)

La mobilité opérationnelle

- Pas de frontières, ni externes ni internes

Et toute la rigueur financière nécessaire !