

« Bien acheter sur le Net, c'est aussi acheter cher »

COMMUNICATION

Matthieu de Lesseux, président de Duke, était hier l'invité du « Buzz Média Orange-Le Figaro ».

MALGRÉ un tassement de sa croissance, Internet devrait franchir la barre des 4 milliards d'euros d'investissements publicitaires en 2014, selon le cabinet Precepta. « *La crise ne menace pas Internet. Au contraire, elle accélère la mutation : elle fait prendre conscience aux annonceurs de l'efficacité de ce média* », souligne Matthieu de Lesseux, cofondateur et président de l'agence interactive Duke.

En 2008, Internet a déjà engrangé 2,5 milliards nets de revenus mais le secteur doit faire face à un effondrement des prix. « *Le vrai sujet, c'est le juste prix. Bien acheter sur Internet, c'est aussi acheter cher de temps en temps. Or, on assiste à un nivellement par le bas. Il y a peut-être un petit peu trop d'espaces à vendre sur le Web et surtout des espaces très différents* », avertit Matthieu de Lesseux.

Alors que certains remettent en cause l'efficacité des bannières publicitaires, le patron de Duke estime que les interrogations des annonceurs portent davantage sur la qualité du contenu des messages : « *Le débat, c'est de savoir si la création qu'on propose dans la bannière est efficace ou pas. Une bannière dans laquelle on raconte une histoire, dans laquelle il y a un vrai acte de création surprenant, a une efficacité que vous ne pouvez pas imaginer* », assure-t-il.



J.-C. Marmarati, Le Figaro

le.buzz.media

Matthieu de Lesseux, hier, dans le studio du Figaro.

Fondé en juillet 1999, Duke a été racheté en 2007 par l'américain Razorfish. Ce réseau international, propriété de Microsoft, compte 21 agences en Europe, États-Unis, Asie et Australie. Installé à Paris, Duke emploie 170 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros. Conseil de McDonald's, Levi's Europe, SNCF, Nissan ou Playstation, l'agence est à l'origine de la diffusion de la voix d'Homer (*Les Simpson*) dans les gares SNCF le 1^{er} avril. Une opération qui a démarré par une pétition initiée sur... Facebook.

P.L.



Aujourd'hui à 15 h :
Marco Tinelli,
PDG de FullSIX

SUR LEFIGARO.FR/MEDIAS