

PUBLICITE SUR INTERNET

En date du 9 novembre 2005, à l'occasion du CC à Sévery, le CC a pris connaissance de la formation d'une commission chargée d'établir un canevas pour la mise en ligne de publicité sur internet.

Composée de Alain Michel, responsable du site internet, Julien Favre, aide pour le site, Denise Hofmann, responsable publicité pour la fédé et Sébastien Galliker, président commission médias, cette commission interne livre ici ses conclusions.

1. Introduction

Voici les statuts et règlements qui concernent la publicité :

Statuts de la commission médias

6.3 Publicité

La CM a toute compétence pour insérer de la publicité dans *La Jeunesse Vaudoise* et, le cas échéant, sur le site internet. Les détails et recommandations concernant la publicité sont spécifiés par le règlement annexe. Les tarifs publicitaires sont approuvés par le CC.

Le contrat d'insertion publicitaire est établi entre la CM et les annonceurs réguliers. Un exemplaire justificatif sera envoyé à chaque annonceur.

Règlement de la commission médias

3.2 Publicité

La CM, sur préavis du bureau central, est libre de fixer des limites quant aux publicités (alcool, tabac,...). Une telle limite peut être prise pour un seul des deux médias fédérés et s'étendra au minimum sur toute l'année en cours.

La CM peut, sur préavis du bureau central, considérer des articles promotionnels comme des articles de diversification s'ils sont liés à des oeuvres de bienfaisance associés à des membres fédérés (Téléthon,...).

Toute modification des tarifs publicitaires sera soumise à l'approbation du CC.

2. Décision

Comme le stipulent les statuts, la commission médias a toute compétence pour faire paraître de la publicité sur les différents médias fédérés. Le site internet www.fvjc.ch étant un média régi par la commission, celle-ci propose d'essayer d'y vendre des espaces publicitaires, dont les tarifs doivent être approuvés par le CC.

Une telle décision est importante pour le respect du budget annuel de la commission, puisque plusieurs gros annonceurs n'ont pas renouvelé leur contrat dans *La Jeunesse Vaudoise* pour l'année 2006.

Peut-être que la possibilité de diffuser de la publicité sur internet pourrait intéresser de nouveaux annonceurs bienvenus.

3. Statistiques du site

En moyenne, le site internet www.fvjc.ch draine 500 à 600 visiteurs par jour.

En moyenne, 225'000 pages sont ouvertes chaque mois, dont la page d'accueil 63'000 fois. L'ensemble des autres pages du site sont consultées 162'000 fois.

4. Publicité sur www.fvjc.ch

La commission interne de la commission médias propose de faire apparaître de la publicité sous forme d'un bandeau en tête de chaque page consultée, à l'exception de la page d'accueil (homepage).

5. Moyens de paiement

Sur internet, trois moyens de paiement de la publicité sont principalement utilisés.

- Au clic: La publicité de l'annonceur s'affiche, aléatoirement avec les autres annonceurs du site, à chaque affichage d'une page, mais il ne paie qu'à chaque fois que l'internaute clique dessus et donc se connecte sur son propre site.
- CPM: Ou coup par mille. L'annonceur paie pour 1000 affichages de sa publicité aléatoirement avec les autres annonceurs du site. Au bout de 1000 affichages, sa publicité n'apparaît plus.
- Forfait: L'annonceur paie un montant pour que sa publicité apparaisse, aléatoirement avec les autres annonceurs du site, pour une durée déterminée.

Le moyen du forfait étant le plus facile à appliquer, la commission propose de choisir ce-dernier, la durée déterminée étant au minimum un mois.

6. Nombre d'annonceurs

Afin de ne pas prêter les annonceurs qui souhaiteraient s'associer à la fédé en réservant de la publicité, la commission propose de limiter à 10 annonceurs au maximum à la fois sur le site internet. Au cas où ce quota serait atteint, l'annonceur verrait ainsi sa publicité s'afficher en moyenne encore 540 fois par jour ou 16'200 fois par mois (en fonction du nombre de pages consultées).

Cette valeur est une base de lancement. Elle pourra évoluer en fonction de l'attrait suscité par ce nouveau moyen de publicité.

7. Tarifs de lancement

La commission propose au CC les tarifs publicitaires de lancement suivants en fonction des statistiques de visites du site internet (juillet et août sont les mois les plus intenses).

Durée	Période	Prix
1 mois		500.—
3 mois été	15 juin au 14 septembre	1000.—
6 mois hiver	1 ^{er} novembre au 30 avril	1000.—
6 mois été	1 ^{er} mai au 31 octobre	1500.—
12 mois		2000.—

Ces prix ont été pensés de façon à ce qu'ils ne soient pas trop chers, ni trop peu coûteux, de façon à ce qu'ils ne concurrencent pas la publicité de *La Jeunesse Vaudoise*.

En effet, si nous souhaitons attirer de nouveaux annonceurs avec ce nouveau moyen de publicité dans les médias FVJC, nous allons aussi proposer cette offre aux clients habituels de *La Jeunesse Vaudoise*.

Ainsi, pour un petit annonceur de *La Jeunesse Vaudoise*, une publicité dans les 6 éditions du journal sera toujours moins chère. Par contre, si un annonceur décide ses 6 pages complètes dans *La Jeunesse Vaudoise* contre un affichage de 12 mois sur www.fvjc.ch, il y sera gagnant.

Mais naturellement, ces prix sont des prix de lancement pour la première année de fonctionnement. S'il s'avère que *La Jeunesse Vaudoise* devait trop en subir les conséquences, les tarifs devraient être réadaptés à la hausse, de même que le nombre limite d'annonceurs sur le site.

D'autre part, si certains annonceurs décident de quitter le journal pour le site, la fédé économisera sur les frais d'impression de certains journaux, alors que la publicité sur internet ne lui coûtera rien.

8. Première mise en ligne

La commission médias souhaite débiter ses démarchages publicitaires pour la période estivale qu'elle a fixée, à savoir dès le 1^{er} mai 2006.

9. Conclusion

La commission médias soumet donc les tarifs publicitaires ci-dessus pour approbation au CC.

Sébastien Galliker
Président commission médias
13 mars 2006