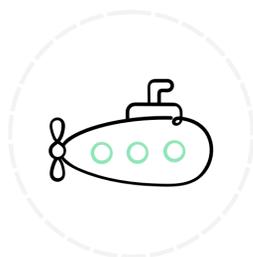


TENDANCES MARCHÉ DES ÉDITEURS

marché de la vente d'articles sponsorisés develink.com
4ème trimestre 2024 vs année précédente



LES TOP CATÉGORIES

1 · MAISON · DÉCO · JARDIN

+ 1,3%

11 · Banque · Finance · Assurance

- 28%

2 · Business · B2B

+ 2,8%

12 · Divertissements · Loisirs

+ 38%

3 · Santé · Bien-être

+ 32%

13 · Informatique · Tech · Logiciel

+ 7%

4 · Actualités

+ 37%

14 · Automobile · Transports

- 11%

5 · Immobilier · Construction

- 12%

15 · Femme

+ 30%

6 · Lifestyle

+ 9,4%

16 · Sports

+ 38%

7 · Communication · Marketing

+ 10,9%

17 · Economie · Marchés Financiers

- 1,7%

8 · Voyage · Langues · Tourisme

+ 49%

18 · Famille · Amis · Enfants

+ 5%

9 · Mode

+ 18%

19 · Emploi · RH

- 13%

10 · Beauté

+ 30%

20 · Nourriture · Boissons

+ 35%



LES PLUS FORTES PROGRESSIONS

SPORTS

DIVERTISSEMENTS · LOISIRS

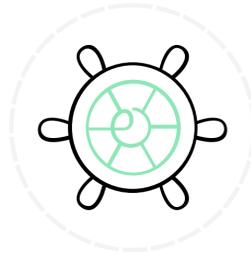
VOYAGE · LANGUES · TOURISME



LES TOP MOTS CLÉS

(recherches annonceurs)

maison	crypto	guadeloupe	beauté	site internet
agence web	finance	sneakers	sommeil	casino
tech	business	gambling	traduction	montagne
news	sport	chien	femme	maman
santé	seo	scpi	informatique	e-commerce
voyage	fashion	enfant	cadeau	immobilier
maison	lifestyle	ski	investissement scpi	bébé
création site internet	mode	finance business	travaux	automobile



LES RECHERCHES À POURVOIR EN SITES

(offre éditeurs faible)

gadget rh antiquités soudure annuaire parentalité	secouristes meublé urbain clinique spectacle horoscope véranda
habitat safari spiritueux résidences cavalier durable	éducation bâtiment savoie spiritualité matcha boissons



FOCUS LE NETLINKING EN 2025

2024 a été une année majeure pour le SEO, que promet 2025 ?



Quelle vision pour le netlinking en 2025 ?

En 2025, les backlinks de qualité seront-ils toujours la clé d'une stratégie SEO durable ?

Avec l'IA, les évolutions des comportements de recherche poussent les marques vers une **diversification des signaux** (mentions presse avec ou sans lien, signaux sociaux).

Les **articles sponsorisés** et les comparatifs semblent déjà jouer un rôle important dans les stratégies SearchGPT.

De là à proclamer la fin du SEO face à ces nouvelles tendances ?

Nous y voyons plutôt une exigence accrue de la part des moteurs envers les annonceurs.

Comme l'ont confirmé les Google Leaks ou l'omniprésence des critères EEAT dans les dernières mises à jour de Google, **le netlinking a encore de beaux jours devant lui** dans l'univers du Search.

L'accent est mis sur la qualité des backlinks plutôt que sur leur quantité.

Les liens sponsored suscitent par ailleurs un intérêt croissant dans les stratégies de netlinking. Lorsqu'ils génèrent des clics, ils apportent un signal supplémentaire, ce qui peut justifier l'espoir d'une **directive rel=sponsored** depuis son introduction en 2018.

Pour les éditeurs, ces évolutions signifient que le temps où l'on pouvait manipuler les métriques des sites est peu à peu révolu. Les annonceurs, plus matures, adoptent **une approche plus réfléchie et stratégique** lorsqu'il s'agit de sélectionner des backlinks.

Profitons-en pour rappeler que la création de backlinks provenant de sources fiables reste tout aussi essentielle pour **améliorer l'indexation**, autre enjeu majeur de 2025.



develink