

France: la pub sur Internet explose: +78%

En France, Internet devient un média mature, un média à part entière pour les annonceurs. Avec l'explosion du haut débit et du nombre d'abonnés, la Toile devient un terrain de jeu véritablement propice aux campagnes de pub.

Les résultats sont là. Alors que les investissements publicitaires globaux ont progressé en 2004 de 10,8%, ceux sur Internet bondissent de 78,1%, selon les chiffres de TNS Media Intelligence. Avec 0,8 milliard investit sur le Web, Internet représente désormais 4% du marché publicitaire français. Loin devant le cinéma (0,13 milliard), le Web renforce sa place de 4e media et grignote des parts de marché face aux médias traditionnels. Parmi les 100 plus grands annonceurs, 85 ont intégré Internet à leurs campagnes. Surtout, ils sont pris conscience que ce média n'est pas seulement un support à bandeaux mais un vrai outil de communication. D'ailleurs, les synergies entre Internet et la TV ou la presse par exemple commencent à se développer. L'arrivée de la TV par ADSL constitue également un formidable moteur pour le média. Enfin, les possibilités techniques offertes permettent de réaliser des campagnes véritablement créatives. Il semble clair que le milliard d'euros investit sera dépassé en 2005. Mais il y a encore du chemin à parcourir avant qu'Internet inquiète sérieusement son premier concurrent direct (voir encadré). **Le marché de la pub en France en 2004**

Total des investissements: 18,2 milliards d'euros, +10,2% 1-Presse: 6,2 milliards d'euros (+8,4%) 2-Télévision: 5,7 milliards d'euros (+6,4%) 3-Radio: 2,9 milliards d'euros (+9,9%) 4-Internet: 0,8 milliard d'euros (+78,1%) 5-Cinéma: 0,13 milliard d'euros (+2,6%)

Source: TNS Media Intelligence