

France: la publicité en ligne a explosé en 2003

L'année 2003 a été un excellent cru pour la publicité en ligne française qui s'affirme de plus en plus comme un média à part entière. Selon le bilan dressé par TNS Media Intelligence, les investissements publicitaires sur le toile ont augmenté de 50,8% pour s'établir à 460 millions d'euros.

Dans un marché global qui progresse de 5% en 2003, Internet contribue à hauteur de 20% à la croissance de ce marché. Par ailleurs, Internet conforte sa place de cinquième média, loin devant le cinéma, qui avec l'affichage, connaît un repli des investissements. Conclusion, « *Internet est la bonne surprise attendue avec une année exceptionnelle* », souligne Pierre Marty de chez TNS. **Le marché publicitaire français en 2003**

Marché global: +4,9% à 16,6 milliards d'euros (données brutes avant ristournes) Presse: 5,7 milliards d'euros (+1,2%) Télévision: 5,4 milliards d'euros (+4%) Radio: 2,7 milliards d'euros (+15,7%) Affichage: 2,2 milliards d'euros (-1%) Internet: 460 millions d'euros (+50,8%) Cinéma: 170 millions d'euros (-0,6%)

Source: TNS Media Intelligence