



recettes publicitaires des médias  
en valeur nette

	2017 en millions d'euros	évolution 2017/2016 en pourcentage
<b>télévision</b>	<b>3 286</b>	<b>1,0</b>
espaces classiques	3 078	-0,3
espaces parrainage	208	25,4
<b>cinéma</b>	<b>95</b>	<b>8,6</b>
<b>radio</b>	<b>694</b>	<b>-2,6</b>
publicité nationale	539	-3,1
publicité locale et Ile de France	155	-0,6
<b>total presse</b>	<b>2 116</b>	<b>-7,4</b>
publicité commerciale	1 740	-7,7
petites annonces	375	-6,6
<b>quotidiens nationaux</b>	<b>142</b>	<b>-8,3</b>
publicité commerciale	122	-6,5
petites annonces	21	-17,9
<b>quotidiens régionaux</b>	<b>583</b>	<b>-4,6</b>
dont : publicité commerciale	404	-3,7
petites annonces	179	-6,5
<b>hebdomadaires régionaux</b>	<b>108</b>	<b>-2,9</b>
publicité commerciale	66	-3,6
petites annonces	42	0,6
<b>magazines</b>	<b>730</b>	<b>-11,4</b>
publicité commerciale	701	-11,1
petites annonces	29	-18,7
<b>spécialisés</b>	<b>253</b>	<b>-4,1</b>
publicité commerciale	205	-4,5
petites annonces	48	-2,4
<b>gratuits</b>	<b>300</b>	<b>-6,5</b>
dont : publicité commerciale	243	-8,0

petites annonces	57	-2,3
dont : presse gratuite d'annonces	224	-6,3
presse gratuite d'information	76	-7,2
<b>publicité extérieure</b>	<b>1 180</b>	<b>-2,0</b>
<i>dont digital</i>	<i>125</i>	<i>16,1</i>
outdoor	352	-5,4
transport	318	1,5
mobilier urbain	442	-2,9
shopping	69	5,7
<b>Internet (1)</b>	<b>4 094</b>	<b>12,0</b>
display	1 450	20,0
search	2 050	8,0
autres leviers (affiliation, emailing, comparateurs)	695	7,0
<b>annuaires</b>	<b>642</b>	<b>-8,0</b>
<b>courrier publicitaire (2)</b>	<b>961</b>	<b>-6,8</b>
<b>imprimés sans adresse (2)</b>	<b>622</b>	<b>3,5</b>
<b>TOTAL tv cinéma radio presse publicité extérieure</b>	<b>7 371</b>	<b>-2,3</b>
<b>TOTAL tv cinéma radio presse publicité extérieure internet</b>	<b>11 465</b>	<b>2,4</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>13 691</b>	<b>1,2</b>

(1) Données issues de l'Observatoire de l'e-pub du SRI, réalisé par PwC, en partenariat avec l'Udecam

Attention : le calcul du marché total Internet prend en compte la déduplication des canaux, c'est ainsi que la somme des trois canaux est supérieure à ce total

(2) Cette mesure prend uniquement en compte les recettes de distribution et ne comprend pas la production et le conseil

évolution annuelle en %	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>TELEVISION</b>	-4,5	-3,5	0,1	0,6	0,4	1
<b>CINEMA</b>	0,4	-13,3	-9,6	1,8	8,9	8,6
<b>RADIO</b>	-1,2	-0,4	-1,4	-0,8	-1,3	-2,6
<b>PRESSE</b>	-8,2	-8,4	-8,4	-5,9	-6,7	-7,4
<b>PUBLICITE EXTERIEURE</b>	-1,7	-1,7	0,8	-0,6	3,1	-2
<b>INTERNET</b>	5,4	4	4,6	6	8	12
<b>ANNUAIRES</b>	-5	-5,8	-5,4	-6,9	-11	-8
<b>CP</b>	-5,2	-7,5	-9,2	-6,5	-4,0	-6,8
<b>ISA</b>	0,6	-1,8	-2,4	-0,6	0,8	3,5
<b>PIB</b>	0	0,3	0,2	1,2	1,1	2,0