

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES DES ANNONCEURS 2018 PAR MÉDIA	Valeur 2018	Part de marché	Evol 2018/2017
	en Millions €	en %	en %
Presse	2 183	6,6%	-4,5%
PQN	201	0,6%	-2,0%
PQR	526	1,6%	-4,0%
Presse magazine	758	2,3%	-9,0%
Presse professionnelle	234	0,7%	-0,5%
PHR	86	0,3%	4,0%
Sous total Presse gratuite	379	1,1%	-0,9%
<i>Presse locale et thématique</i>	133	0,4%	-4,5%
<i>Presse quotidienne gratuite d'information</i>	74	0,2%	1,5%
<i>Collectivités</i>	172	0,5%	1,0%
Télévision	4 061	12,2%	2,0%
Radio	824	2,5%	0,2%
Publicité extérieure	1 352	4,1%	2,0%
Cinéma	147	0,4%	-3,0%
Sous Total 5 MEDIAS	8 567	25,7%	0,0%
Marketing direct	7 546	22,6%	-1,8%
Courrier publicitaire	2 696	8,1%	-5,2%
ISA	2 946	8,8%	0,0%
Autre marketing direct	1 904	5,7%	0,3%
Annuaire	692	2,1%	-7,0%
Promotions & PLV	5 747	17,2%	1,4%
PLV	1 320	4,0%	1,5%
Cadeau par l'Objet	1 176	3,5%	-2,0%
Couponing	1 428	4,3%	2,0%
Jeux/autres	1 820	5,5%	3,0%
Parrainage	941	2,8%	4,0%
Mécénat	272	0,8%	2,0%
Foires, Expositions	1 561	4,7%	0,5%
Relations publiques	1 994	6,0%	2,5%
Sous Total AUTRES MEDIAS	18 753	56,3%	-0,1%
MEDIAS DIGITAUX	6 007	18,0%	14,7%
Achat d'espace - Display	1 103	3,3%	20,0%
Liens	1 342	4,0%	7,5%
Emailing	149	0,4%	2,0%
Medias propriétaires numériques	3 413	10,2%	16,8%
MARCHE DE LA COMMUNICATION	33 327	100,0%	2,3%