Publicité : migration des budgets vers Internet

Isabelle Bourgeois

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/3771>

DOI : 10.4000/rea.3771

ISBN : 978-2-8218-0880-5

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2009

Pagination : 36

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

Isabelle Bourgeois, « Publicité : migration des budgets vers Internet », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 92 | juillet 2009, mis en ligne le 01 juillet 2011, consulté le 15 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/3771>

Ce document a été généré automatiquement le 15 septembre 2020.

© CIRAC

Publicité : migration des budgets vers Internet

Isabelle Bourgeois

- 1 Le marché publicitaire allemand a ressenti en 2008 les signes avant-coureurs de la crise : les dépenses totales brutes des annonceurs ont reculé de 2,2 %. Et en 2009, les recettes nettes des supports pourraient diminuer de 5 %, voire de 8 % selon les prévisions de la Fédération de branche ZAW. Cette baisse conjoncturelle fait suite à une progression de près de 3 % des recettes nettes enregistrée par les dix principaux supports de 2005 à 2008. Elle inquiète toutefois moins les acteurs de la branche que les mutations structurelles observées dans la destination des budgets : délaissant les supports classiques, en premier lieu la presse écrite, ils migrent massivement vers les supports en ligne. Une évolution parallèle s'observe entre la forte chute de la diffusion des quotidiens (- 11 % depuis 2005) et l'explosion du nombre de pages Internet consultées par jour (+ 600 %). (IB)

Evolution des recettes publicitaires nettes des dix principaux supports en RFA 2005-2008

	2005	2008	Evol.
	(en millions €)	(en millions €)	(en %)
Quotidiens	4 477	4 373	-2,3
TV	3 930	4 036	+2,7
Mailing postal	3 398	3 292	-3,1
Quotidiens d'annonces	1 898	2 008	+5,8
Presse magazine	1 791	1 693	-5,5
Annuaire	1 197	1 225	+2,3

Périodiques spécialisés	902	1 031	+14,3
Affichage	769	805	+4,7
Internet	332	754	+127,1
Radio	684	711	+4,0
Total	19 378	19 928	+2,8

Source des données : iwd, n° 27 (02-07-2009) / ZAW.

INDEX

Mots-clés : publicité, média, Internet, nouvelles technologies, NTIC, marché, conjoncture, presse