Les médias audiovisuels ont dopé le marché publicitaire en 2016

Le marché publicitaire a connu en 2016 une croissance de près de 7% et dépassé le cap des 4 milliards d'euros selon les chiffres de l'institut Nielsen. Des chiffres qu'il faut nuancer. D'abord, ce sont des chiffres bruts, basés sur les tarifs des régies pub, qui ne tiennent pas compte des ristournes offertes aux annonceurs. Ensuite, ils sont incomplets, l'internet étant largement sous-représenté, les géants du web comme Google et Facebook ne communiquant pas leurs données.

Il s'agit plutôt d'un baromètre de la pression publicitaire dans les médias. Et force est de constater qu'elle a bien augmenté. Les médias audiovisuels sont les grands vainqueurs de 2016. L'été sportif (Euro de foot, JO) n'est sans doute pas étranger à ce bond. À noter que la presse quotidienne reste attractive pour les annonceurs (+ 5,8% de croissance).