

# Media Focus

## Tendances du Marché Publicitaire

### Report 2010/08

#### Contenu

1. Mois publicitaire août 2010 – Highlights .....	2
2. Développement de l'impact publicitaire dans l'ensemble du marché .....	3
3. Développement de l'impact publicitaire dans les branches.....	4
4. TOP 10 Year to Date.....	5
5. Développement de l'impact publicitaire dans les médias.....	5
6. Distribution de l'impact publicitaire dans les médias.....	6



## 1. Mois publicitaire août 2010 – Highlights

En août, la Suisse a atteint un point culminant avec les festivals de l'été, et en même temps dépassé l'impact publicitaire brut plus négatif mesuré en juillet 2010. En août 2010, l'impact publicitaire s'est maintenu aux environs de 274 millions de CHF. Ceci correspond à une hausse de 6.3% par rapport à 2009 et dépasse les résultats YTD cumulés de 2008 de 7.1 millions de CHF.

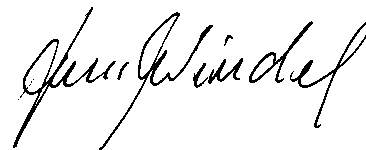
Les nombreux festivals du mois d'août 2010 profitent à la branche „**Manifestations**“. En août, l'impact publicitaire brut de la branche a augmenté de 4.2% pour chiffrer 20.8 millions de CHF ou encore de 4.5% pour se situer aux environs de 163.9 millions de CHF pour l'année en cours. En août 2010, plus de 55% de ce montant est indubitablement revenu au groupe de produits „**Manifestations artistiques et culturelles**“. Ce mois-là, les mieux placés au hit-parade des manifestations artistiques et culturelles étaient manifestement les „*Parties*“, „*Orange Cinema*“ et le „*Zürcher Theater Spektakel*“.

Les fabricants de tabac ont probablement tenté de profiter de la situation – ou des Manifestations Open-Air – et ont multiplié leurs activités publicitaires. Avec une hausse de 277% par rapport à l'année précédente, l'impact publicitaire brut de la branche „**Tabacs**“ s'est chiffré à 810'000 CHF. Par rapport à l'année écoulée, les frais publicitaires ont augmenté de 79.1% et grimpé jusqu'à 10.9 millions de CHF.

La branche „**Télécommunication**“ a certes renforcé l'impact publicitaire de ce mois (+19%; +1.8 millions de CHF), mais le total annuel cumulé reste encore et toujours en dessous de celui de l'année précédente (-13%; -15.3 millions de CHF). De janvier à août 2010, ce sont les groupes de produits „**Internet**“, „**Mobile**“ et „**Fixnet**“ qui ont enregistré le plus important recul en matière de publicité. N'oublions pas la forte croissance du groupe de produits „**Télécommunication**“ (+62.4%; +8.2 millions de CHF). Ce groupe de produits implique entre autres la publicité pour les offres qui dépassent leur cadre habituel. Nous devons principalement cette forte augmentation à la publicité consacrée aux produits „*Cablecom 3 für 2*“, „*Sunrise Free Internet*“ et „*Swisscom Casa Trio*“.

La presse quotidienne, les presses régionales hebdomadaire et dominicale constituent encore le groupe médiatique le plus fort et ont représenté en août 2010 une part d'impact publicitaire brut de 33%. Dans l'ensemble, le média Print détient la majorité (53%) et bénéficie donc d'une longueur d'avance sur les médias électronique (34%) et publicité extérieure (13%).

Votre



CEO

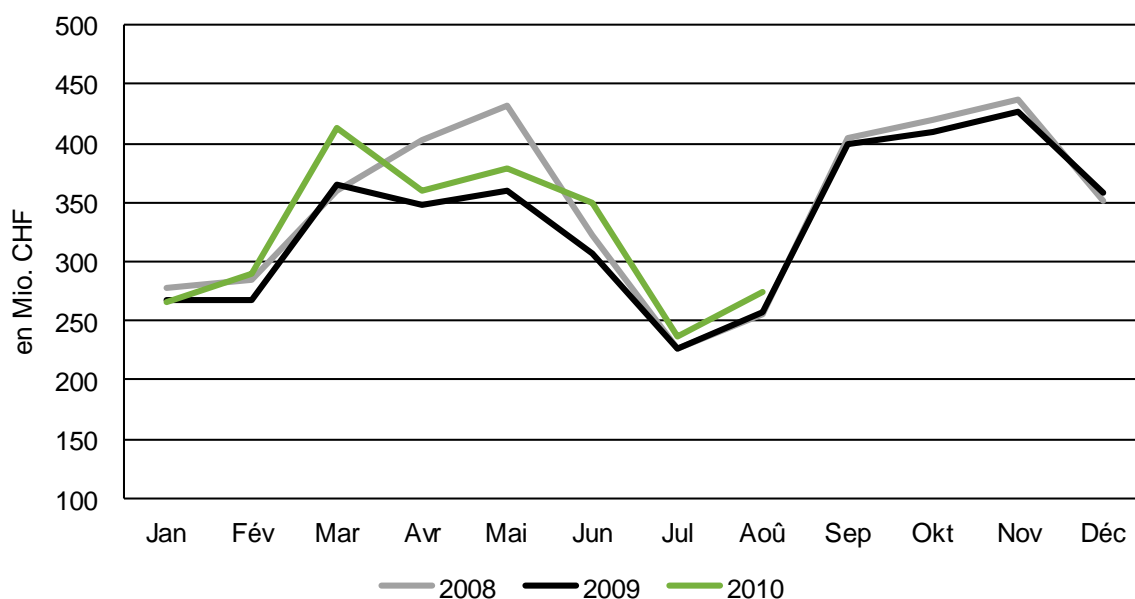
Media Focus

## 2. Développement de l'impact publicitaire dans l'ensemble du marché

Développement de l'impact publicitaire pour août 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'966	267'150	265'626	-0.6%
Février	284'557	267'753	290'092	8.3%
Mars	360'475	365'633	413'390	13.1%
Avril	402'116	348'410	360'363	3.4%
Mai	432'104	359'044	379'128	5.6%
Juin	322'783	306'579	349'944	14.1%
Juillet	226'987	225'479	236'500	4.9%
Août	254'958	257'872	274'022	6.3%
Septembre	404'177	398'823		
Octobre	420'296	408'697		
Novembre	437'015	426'622		
Décembre	350'963	358'827		
<b>Year to Date</b>	<b>2'561'946</b>	<b>2'397'921</b>	<b>2'569'065</b>	<b>7.1%</b>

Développement de l'impact publicitaire mensuel par rapport à l'année précédente



### 3. Développement de l'impact publicitaire dans les branches

Branche / Groupe de produit	YTD		Août 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	119'543	1.9	12'522	21.5
Vêtements + Lingerie	74'026	10.8	8'447	1.6
Commerce de détail	185'245	3.4	21'832	13.0
Services	105'737	3.5	12'507	1.0
Énergie	19'419	10.1	2'121	53.3
Véhicules	256'004	7.9	20'471	-6.6
VP (nouveaux)	205'970	5.4	16'780	-6.7
Finance	173'272	4.5	19'813	-0.5
Assurances	29'916	-0.9	3'417	-50.4
Sport, Loisir, Tourisme	157'062	7.4	16'120	2.0
Boissons	98'274	6.7	8'854	-26.3
Articles ménagers et électroménagers	33'601	2.1	3'181	17.8
Initiatives + campagnes	158'461	-11.1	19'427	-11.4
Campagnes politiques	26'261	-18.0	3'913	-6.6
Informatique + bureau	32'346	7.2	4'602	17.5
Informatique	27'028	3.5	3'563	9.9
Cosmétique + soin du corps	225'133	27.2	25'579	32.2
Medias	41'251	-7.1	5'093	16.7
Produits alimentaires	291'868	22.0	30'170	23.8
Besoins personnels	76'013	9.6	7'196	11.3
Montres + bijouterie	31'320	-0.7	2'068	35.5
Pharmaceutique + santé	75'675	0.3	4'563	-31.8
Nettoyage	58'956	9.9	9'114	31.5
Produits tabagiques	10'868	79.1	810	276.9
Telecommunication	102'944	-13.0	11'489	19.0
Electronique de divertissement / photo	68'117	46.9	5'548	-0.7
Manifestations	163'971	4.5	20'809	4.2
Transports en commun	41'276	-8.7	3'753	-14.2
<b>Tout les branches</b>	<b>2'569'065</b>	<b>7.1</b>	<b>274'022</b>	<b>6.3</b>

La branche Detailhandel (Commerce de détail) contient la publicité au-dessus des branches.

## 4. TOP 10 Year to Date

### Top 10 supports publicitaires\* YTD +/- VJ%

1 Migros	18.9
2 Coop	17.7
3 L'Oréal	55.4
4 Procter & Gamble	11.6
5 Unilever Schweiz	31.3
6 Nestlé	1.0
7 Swisscom	-3.8
8 Media Markt	36.5
9 Sunrise Communications	-15.5
10 Reckitt-Benckiser (Schweiz)	-20.4

\*Publicité produit, gamme de produits, image

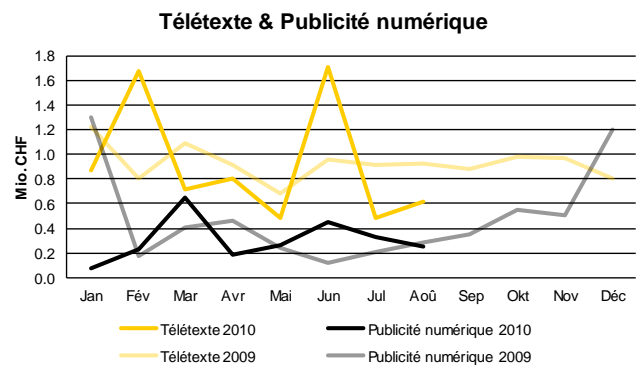
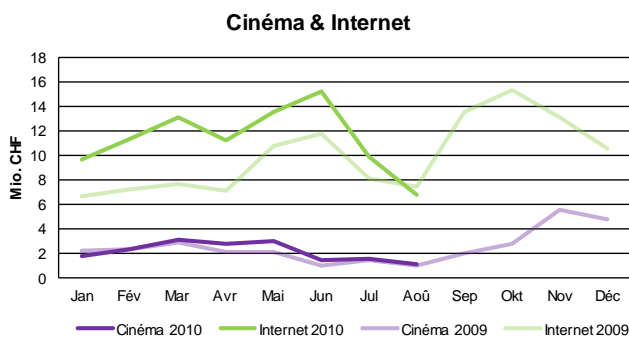
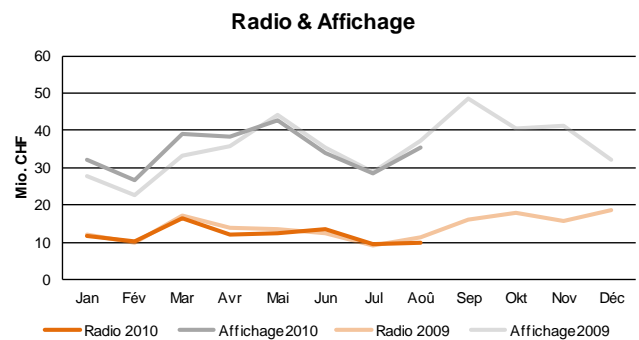
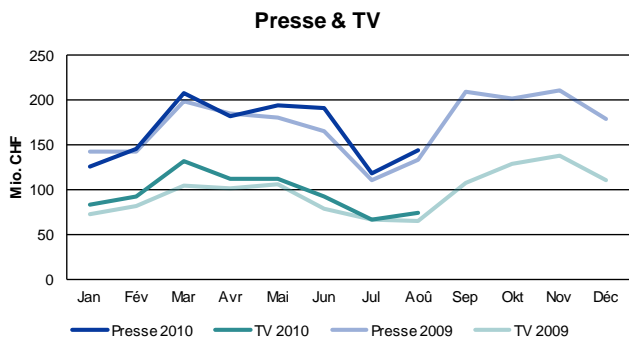
### Top 10 produits\* YTD

1 Mc Donald's Restaurants
2 Swisscom TV
3 SBB
4 Universal Music CD's
5 www.piazza.ch
6 Verband Schweizer Presse
7 Fielmann Brillen
8 Cablecom 3 für 2
9 Danone Activia Joghurt
10 Coca Cola

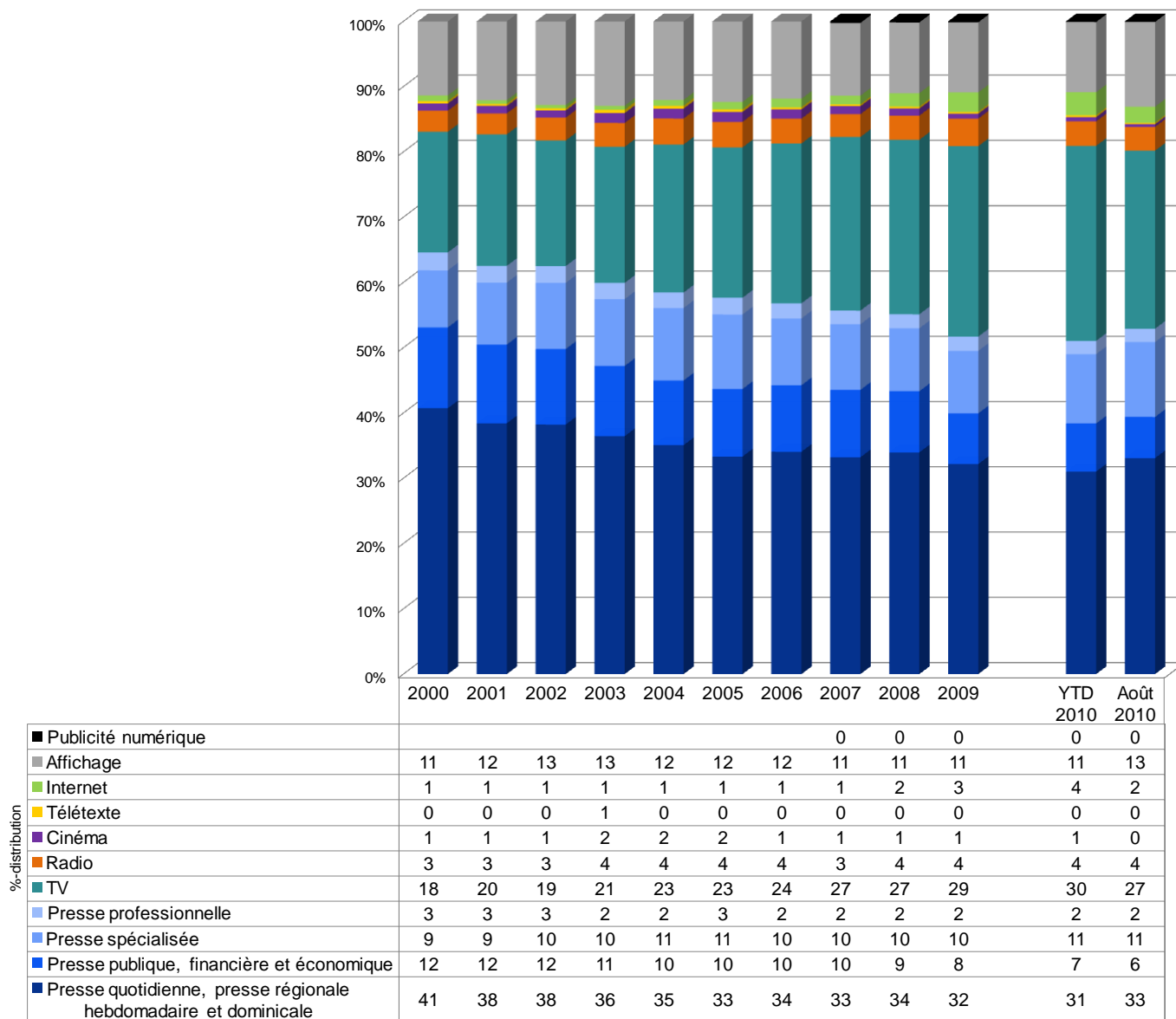
\*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

## 5. Développement de l'impact publicitaire dans les médias

Développement de l'impact publicitaire dans les médias (YTD vs. AP)



## 6. Distribution de l'impact publicitaire dans les médias



## A propos de Media Focus

Media Focus mesure et saisit depuis 1990 l'impact publicitaire en Suisse dans les médias publicitaires classiques tels que presse (presse quotidienne, régionale hebdomadaire et dominicale; presse grand public, financière et économique; presse spécialisée; presse professionnelle), télévision, radio, affichage, publicité numérique, cinéma, télétexte et Internet.

La statistique de l'impact publicitaire réalisée par Media Focus se base sur un recensement exact des produits pour chaque activité publicitaire. Ce niveau de détail est unique en Suisse et permet des analyses en profondeur de tous les marchés publicitaires.

Media Focus offre une statistique publicitaire dite brute, qui mesure l'impact publicitaire. "Brute" signifie que chaque publicité apparue est évaluée selon les tarifs officiels des supports publicitaires respectifs. L'évaluation "brute" est le standard de l'analyse des marchés publicitaires reconnu et utilisé à l'échelle internationale.

En tant que joint venture des deux entreprises d'études de marchés actives au niveau mondial GfK Switzerland AG et The Nielsen Company (Switzerland) GmbH / Nielsen Media Research, Media Focus fait partie d'un réseau leader au plan international dans le domaine de la recherche média et publicitaire.

## Contact

---

Media Focus  
Staufferstrasse 28  
CH-8004 Zürich

Téléphone: +41 (0) 43 322 17 50  
Fax: +41 (0) 43 322 17 55  
E-Mail: [info@mediafocus.ch](mailto:info@mediafocus.ch)  
Website: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)