

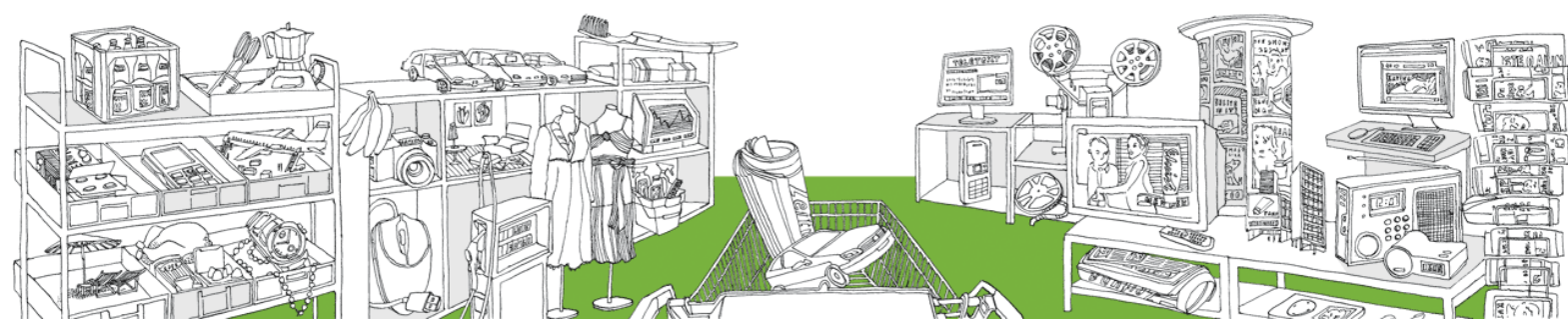
Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Report 2010/04

Contenu

1. Mois publicitaire avril 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 avril 2010 – Highlights

La tendance positive s'affirme de plus en plus. Avec une croissance de 2,8% (+ 9,6 millions de CHF) par rapport à l'exercice précédent, le mois d'avril 2010 avance lui aussi des chiffres satisfaisants. Les imprimés publicitaires de l'année en cours se positionnent donc, exception faite du mois de janvier 2010, au-dessus des chiffres de 2009. En comparaison avec l'exercice précédent, il en résulte donc une croissance de 6,1% (+ 75,9 millions de CHF) pour la période de janvier à avril.

Cette année, les branches **„electronique de divertissement / photo“**, **„produits alimentaires“** et **„cosmétique + soins du corps“** affichent dans les médias publicitaires une présence encore nettement plus forte qu'en 2009.

Pendant les 4 premiers mois de l'année, c'est la branche **„electronique de divertissement / photo“** qui a connu la plus forte croissance, affichant une hausse de 76,5% par rapport à l'exercice précédent (+ 15,1 millions de CHF). L'impact publicitaire brut a pris un essor massif dans le segment **„electr. de divertissement + photo image“** (+1227,2%; +10,3 millions de CHF). Il semble que les fournisseurs d'électronique de loisir tentent tous de se différencier par le biais d'une promotion de leur image de marque, cherchant ainsi à se distinguer de la concurrence.

Avec un impact publicitaire brut de 147,3 millions de CHF, la branche **„produits alimentaires“** est celui qui a produit le plus de publicité pour les mois de janvier – avril 2010. Au cours de la période mentionnée, l'augmentation de l'impact publicitaire de 31,6% (+ 35,3 millions de CHF) par rapport à l'exercice précédent est elle aussi étonnante. Tout comme dans la branche **„electronique de divertissement / photo“**, la branche **„produits alimentaires“** a elle aussi investi d'importants

montants dans la promotion de son image de marque. Le segment **„aliments Image“** est celui qui a enregistré le plus d'impact publicitaire brut parmi les segments de la branche **„produits alimentaires“** et comptabilise près de 16,7 millions de CHF. Les segments **„aliments PS“** (Promotion de l'assortiment des produits) et **„Jaourts“** suivent directement avec, respectivement, près de 11,3 millions de CHF et 10,6 millions de CHF, s'appropriant ainsi la seconde et la troisième place. Il est intéressant de constater qu'à lui seul, pendant les 4 premiers mois de l'année, le produit **„Danone Activia Joghurt“** a fait l'objet de publicités pour près de 3,5 millions de CHF et représente donc 33% environ du segment.

La branche **„cosmétique + soins du corps“** a elle aussi publié nettement plus d'imprimés publicitaires que l'année dernière depuis le début de l'année 2010 (+ 23,6%; + 21,2 millions de CHF). Pour les groupes de produits **„cosmétique soignante corps“**, 4,7 millions de CHF de plus ont été constatés pour l'impact publicitaire brut (+39,8%) par rapport à la même période de l'exercice précédent. Cette année, le secteur **„soins cheveux“** a bel et bien disposé de près de 50% (+ 3,7 millions de CHF) de plus de fonds publicitaires que l'exercice précédent.

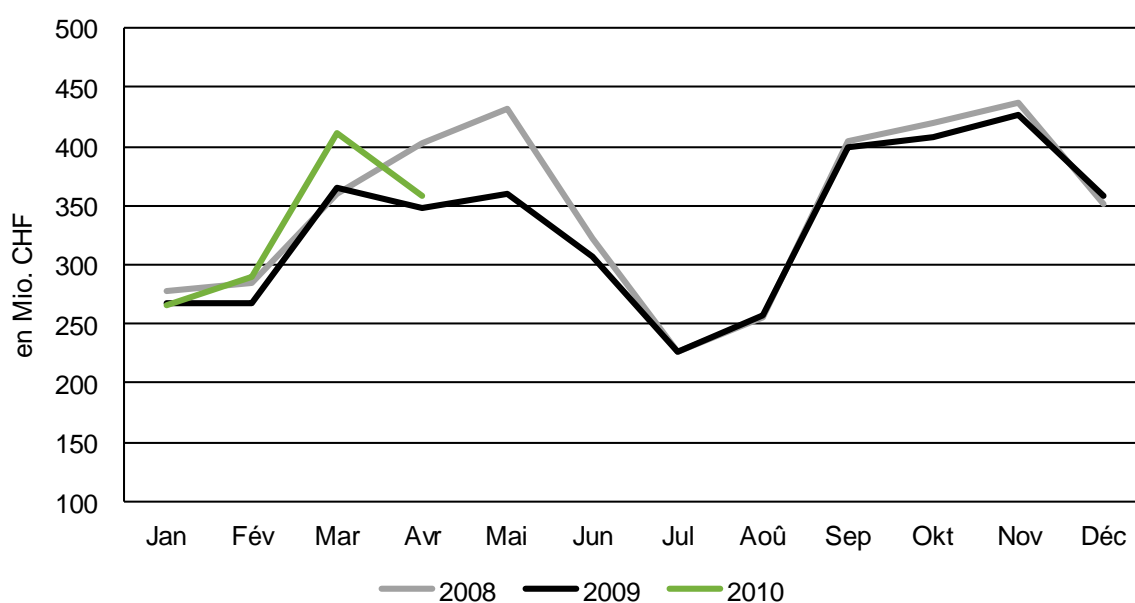
Le média qui a pu chiffrer, durant l'année en cours aussi bien que ce mois-ci, la plus grande part publicitaire, est le segment **„TV“** qui, avec un pourcentage de Media-Mix de près de 32% (depuis le début de l'année 2010), voire 31% (avril 2010), se positionne juste devant la **„presse quotidienne, presse hebdomadaire régionale et presse dominicale“** (depuis le début de l'année : 30%, Avril 2010 : 30%). Au total cependant, l'ensemble des **„médias imprimés“** réunis, avec un pourcentage de 50% du gâteau publicitaire, occupent manifestement la meilleure place.

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

Développement de l'impact publicitaire pour avril 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'966	267'149	265'268	-0.7%
Février	284'557	267'752	289'366	8.1%
Mars	360'475	365'550	412'047	12.7%
Avril	402'116	348'400	358'023	2.8%
Mai	432'104	359'042		
Juin	322'783	306'573		
Juillet	226'987	225'475		
Août	254'958	257'863		
Septembre	404'177	398'660		
Octobre	420'296	408'542		
Novembre	437'015	426'677		
Décembre	350'963	358'574		
Year to Date	1'325'115	1'248'851	1'324'703	6.1%

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		Avril 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	65'916	0.7	22'485	13.0
Vêtements + Lingerie	45'111	19.8	13'813	9.5
Commerce de détail	87'688	-5.5	22'408	-9.9
Services	54'976	-2.7	12'536	3.4
Informatique + bureau	16'642	4.8	3'464	-20.8
Matériel / logiciel informatique + services	13'566	2.3	2'905	-22.6
Énergie	10'429	27.5	3'243	21.2
Véhicules	144'055	2.4	40'526	4.7
VP (nouveaux)	118'511	1.9	31'035	1.8
Finance	81'764	-4.8	21'847	3.9
Assurances	13'664	18.5	3'560	11.2
Sport, Loisir, Toursime	81'240	6.8	20'314	-3.1
Boissons	43'091	10.5	15'936	31.4
Articles ménagers et électroménagers	20'044	2.0	5'265	-32.9
Initiatives + campagnes	88'432	-9.2	19'247	-19.0
Campagnes politiques	17'464	-19.1	1'591	-40.1
Cosmétique + soin du corps	111'075	23.6	32'487	34.1
Medias	21'505	-12.2	4'573	-27.9
Produits alimentaires	147'273	31.6	38'425	6.9
Besoins personnels	41'444	16.7	12'543	10.4
Montres + bijouterie	16'222	-3.5	5'376	-8.4
Pharmaceutique + santé	43'569	4.9	8'968	-13.4
Nettoyage	27'679	10.9	7'185	0.6
Produits tabagiques	3'907	15.2	1'091	14.7
Telecommunication	51'400	-20.4	13'613	-9.5
Electronique de divertissement / photo	34'832	76.5	8'794	28.6
Manifestations	80'952	7.3	24'109	2.4
Transports en commun	21'679	-2.0	5'152	-9.3
Tout les branches	1'324'703	6.1	358'023	2.8

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	13.0
2 Coop	4.5
3 L'Oréal	54.0
4 Nestlé	39.9
5 Procter & Gamble	5.3
6 Unilever Schweiz GmbH	44.5
7 Media Markt	109.0
8 Swisscom	-6.5
9 Peugeot (Suisse) SA	40.6
10 Sunrise Communications	-21.6

*Publicité produit, gamme de produits, image

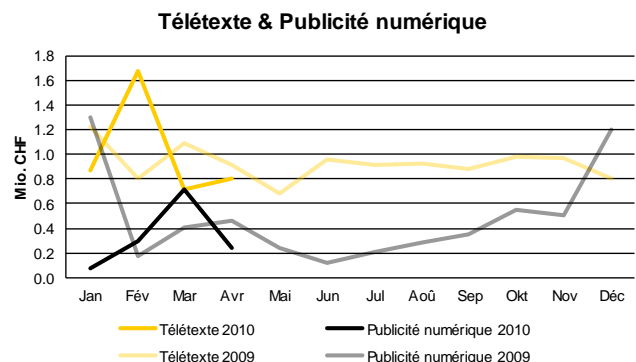
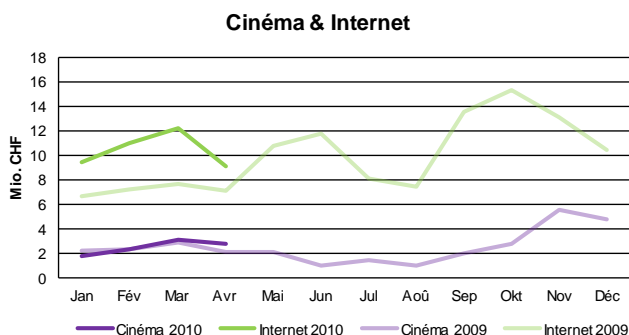
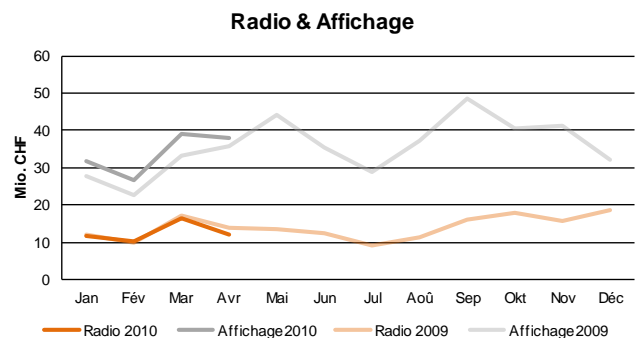
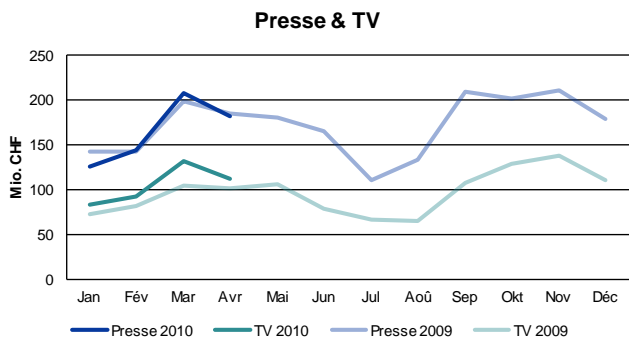
Top 10 produits* YTD

1 Swisscom TV
2 Mc Donald's Restaurants
3 SBB
4 Universal Music CD's
5 Danone Activia Joghurt
6 Fielmann Brillen
7 Cablecom 3 für 2
8 Buitoni TK-Pizza
9 BMW 5er Limousine
10 www.piazza.ch

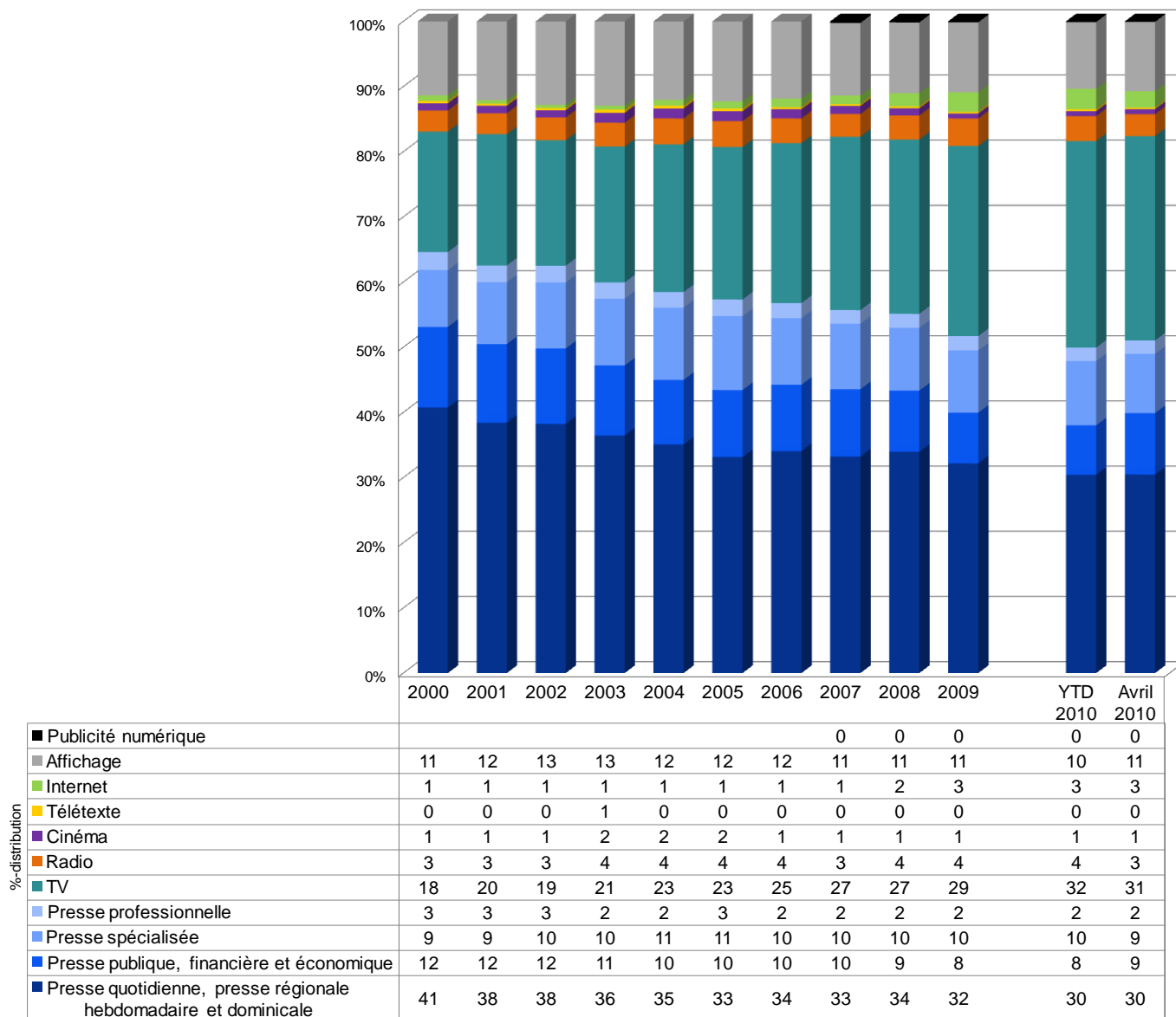
*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

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



Sur Media Focus

Media Focus mesure et saisit depuis 1990 l'impact publicitaire en Suisse dans les medias publicitaires classiques tels que presse (Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale; presse publique, financière et économique; presse spécialisée; presse professionnelle) tv, radio, affichage, publicité numérique, cinéma, télétexte, internet.

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

Media Focus offre une statistique publicitaire soi-disant brute, qui mesure l'impact publicitaire. "Brute" signifie que chaque publicité apparue est évaluée selon les tarifs officiels des respectifs supports publicitaires. L'évaluations "brute" c'est le standard international pour l'analyse du marché publicitaire et est utilisé à l'échelle mondiale.

Comme Joint Venture des entreprises d'analyse des marchés actives à niveau global GfK Switzerland AG et The Nielsen Company (Switzerland) GmbH / Nielsen Media Research, Media Focus est partie d'un réseau dirigeant dans les branches de recherche média et publicitaire.

Contact

Media Focus
Stauffacherstrasse 28
CH-8004 Zürich

Téléphone: +41 43 322 17 50
Fax: +41 43 322 17 55
E-Mail: info@mediafocus.ch
Website: www.mediafocus.ch