

Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Report 2010/01

Contenu

1. Mois publicitaire janvier 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 janvier 2010 – Highlights

Après la clôture positive du mois de décembre 2009 sur l'année précédente, le nouvel an commence avec un déficit de 1.4% par rapport à l'impact publicitaire brut du même mois de l'année passée.

Le groupe média „**Presse**“ est celui qui a souffert le plus de cette tendance négative et a enregistré une régression du 12% (-17 M de CHF) par rapport au même mois de l'année passée. Les groupes médias „**TV**“, „**Internet**“ et „**Affichage**“ se sont, au contraire, développés de façon absolument positive. Ceux-ci ont augmenté du 14% par rapport au même mois de l'année passée.

Remarquable est le développement extrêmement positif des branches „**Electronique de divertissement, photo, optique**“, „**Informatique + bureau**“, „**Articles et appareils ménagers**“ et „**Produits alimentaires**“.

La branche „**Electronique de divertissement, photo, optique**“ a crû du 135.1% par rapport au même mois de l'année passée. La croissance de plus de 8 M de CHF dans le mois de janvier 2010 est attribuable, en grande partie, à la campagne Image de Media Markt (15 ans de Media Markt). À côté, les groupes médias „**Supports de données**“ (+74.8%; +1.2 M de CHF), „**Téléviseurs**“ (+169.7%; +768'000 CHF) et „**Photo**“ (+93.1%; +490'000 CHF) montrent un développement positif.

La branche „**Informatique + bureau**“, appartient, avec un plus de 1.5 M de CHF (+38.0%) par rapport au même mois de l'année passée, aux vainqueurs des branches. Le segment plus fort au niveau publicitaire de cette branche c'est „**Ordinateur (portable)**“ (+243%; + 2.1 M de CHF par rapport à l'année passée). Ça ce reflet également dans les Top 5 des produits de cette branche qui ont paru le plus dans les publicités. Quatre produits sur cinq sont des ordinateurs portables ou des netbooks. Le produit qui est paru le plus dans les publicités c'est le „**M-Budget Netbook**“.

Avec le 29.7% (+726'000) la branche „**Articles et appareils ménagers**“ a nettement augmenté dans le mois de janvier 2010. Cette croissance provient, presque sans exception, du groupe de produits „**Grands appareils électriques**“ (+126%; +814'000 CHF). Les leaders de ce groupe de produits sont les segments „**Machine à laver**“ (+208%; +518'000 CHF) et „**Accessoires pour aspirateurs**“ (+400%; +168'000 CHF).

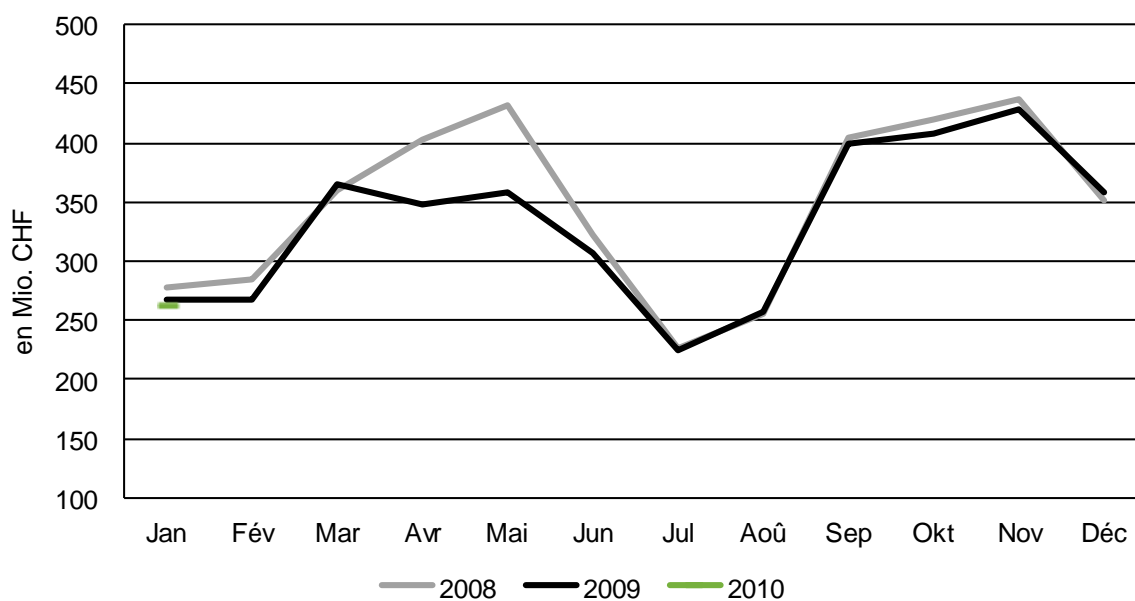
En janvier 2010 on a fait appel à la santé et au bien-être. „**Danone Activia Joghurt**“ c'est, avec 1.4 M le produit de la branche „**Produits alimentaires**“ qui est paru le plus dans les publicités. Le groupe de produits „**Fruits et légumes**“ a crû du 322% (+1.4 M de CHF) par rapport à l'année passée. Dans l'ensemble, la branche alimentaire a généré en janvier 2010 le 32.3% d'impact publicitaire en plus (+6.7 M de CHF) par rapport à l'année passée.

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

Développement de l'impact publicitaire pour janvier 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'847	266'852	263'241	-1.4%
Février	284'285	267'678		
Mars	360'220	365'530		
Avril	401'841	348'287		
Mai	431'669	358'487		
Juin	322'039	306'354		
Juillet	226'636	225'256		
Août	254'623	257'641		
Septembre	403'769	398'373		
Octobre	419'815	407'812		
Novembre	436'524	428'446		
Décembre	350'532	358'534		
Year to Date	277'847	266'852	263'241	-1.4%

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		Janvier 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	11'114	-1.8	11'114	-1.8
Vêtements + Lingerie	2'849	-9.4	2'849	-9.4
Commerce de détail	17'754	-30.6	17'754	-30.6
Services	16'183	4.9	16'183	4.9
Informatique + bureau	5'390	38.0	5'390	38.0
Matériel / logiciel informatique + services	4'468	36.0	4'468	36.0
Énergie	1'221	4.4	1'221	4.4
Véhicules	23'218	-6.4	23'218	-6.4
VP (nouveaux)	21'049	-7.1	21'049	-7.1
Finance	16'562	-11.4	16'562	-11.4
Assurances	2'780	99.1	2'780	99.1
Sport, Loisir, Toursime	21'540	13.9	21'540	13.9
Boissons	8'996	8.1	8'996	8.1
Articles ménagers et électroménagers	3'171	29.7	3'171	29.7
Initiatives + campagnes	21'358	-30.7	21'358	-30.7
Campagnes politiques	3'392	-70.5	3'392	-70.5
Cosmétique + soin du corps	13'463	0.1	13'463	0.1
Medias	6'768	2.9	6'768	2.9
Produits alimentaires	27'606	32.3	27'606	32.3
Besoins personnels	3'845	-11.1	3'845	-11.1
Montres + bijouterie	1'387	-47.6	1'387	-47.6
Pharmaceutique + santé	12'190	-1.8	12'190	-1.8
Nettoyage	5'663	21.5	5'663	21.5
Produits tabagiques	934	-3.2	934	-3.2
Telecommunication	7'892	-33.4	7'892	-33.4
Electronique de divertissement / photo	13'954	135.1	13'954	135.1
Manifestations	14'862	-3.9	14'862	-3.9
Transports en commun	6'709	15.9	6'709	15.9
Tout les branches	263'241	-1.4	263'241	-1.4

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	5.6
2 Coop	-33.1
3 Media Markt	273.0
4 Nestlé	29.8
5 L'Oréal	7.6
6 Swisscom	58.8
7 Procter & Gamble	41.0
8 Unilever Schweiz GmbH	41.5
9 Peugeot (Suisse) SA	64.7
10 Daimler Chrysler / Mercedes	582.5

*Publicité produit, gamme de produits, image

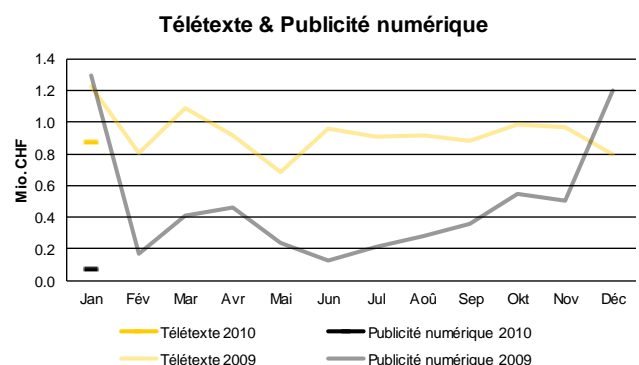
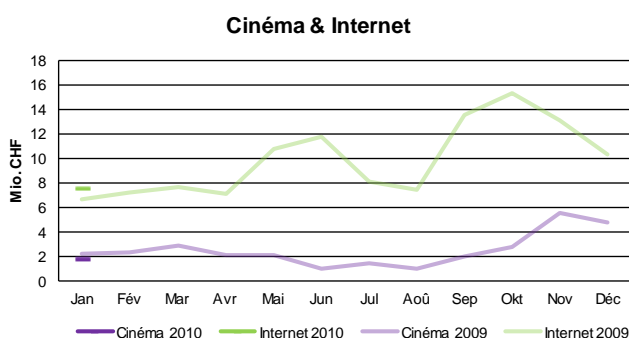
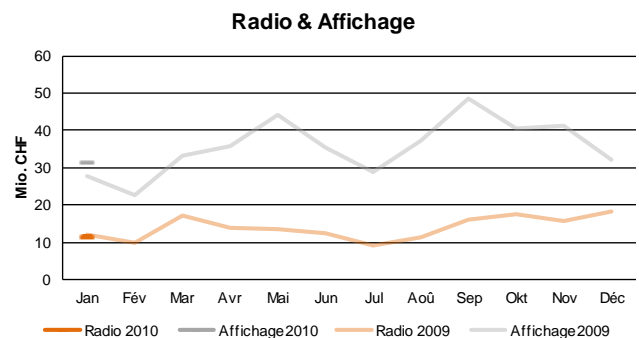
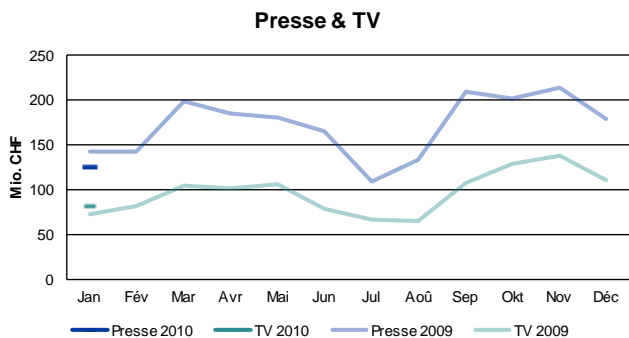
Top 10 produits* YTD

1 Swisscom TV
2 Mercedes E-Klasse My Star Kombi
3 Helvetic Tours
4 Mc Donald's Restaurants
5 Peugeot 207
6 Danone Activia Joghurt
7 Stiftung Licht Recycling Schweiz
8 Hotelplan Reisen
9 Gala Mousse Frischkäse
10 Allianz Motorfahrzeugversicherungen

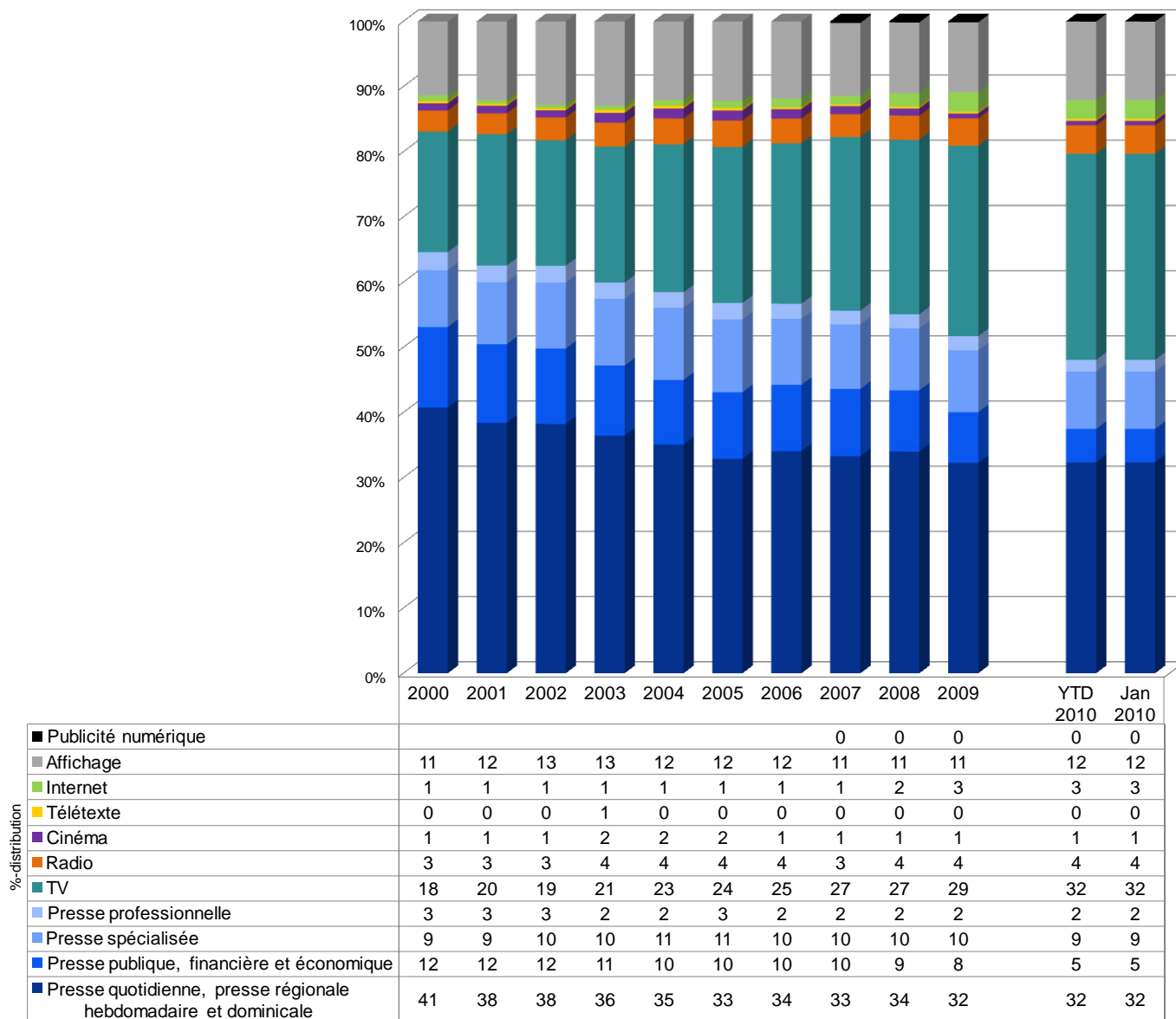
*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

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