

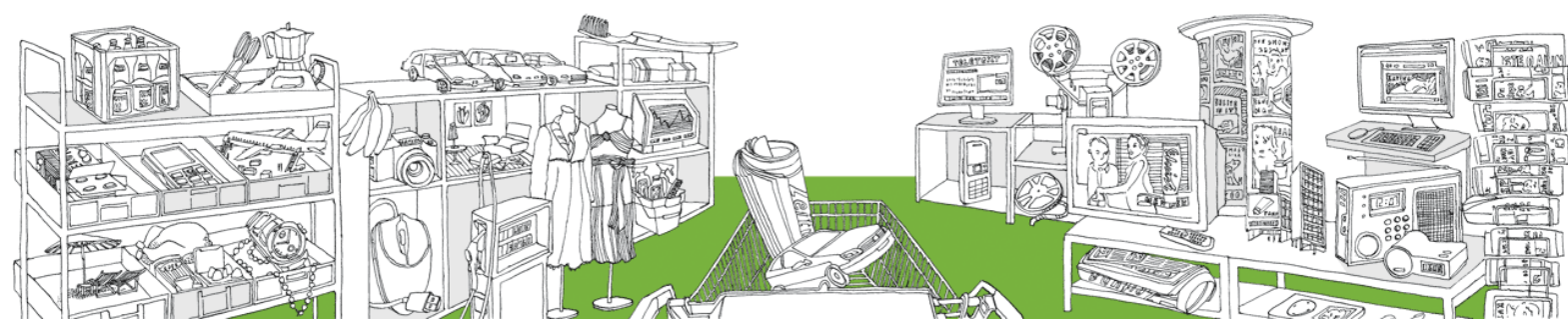
Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Report 2010/07

Contenu

1. Mois publicitaire juillet 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 juillet 2010 – Highlights

Dans la vraie tradition du creux estival, juillet 2010 n'échappe pas à la règle et sera probablement le mois qui chiffrera, cette année encore, le niveau d'impact publicitaire le plus modeste. Il n'a jamais été dérogé à ce principe au cours des 10 derniers exercices.

A notre plus grande satisfaction cependant, la valeur la plus basse attendue cette année est néanmoins supérieure de 4,3% par rapport à la valeur de l'exercice précédent.

Le résultat de juillet 2008 ayant également été dépassé, 2010 se rapproche de plus en plus de l'année record 2008.

Ce sont les deux groupes médiatiques au plus petit volume qui ont généré les changements les plus importants par rapport au même mois de l'exercice précédent. Le secteur des surfaces publicitaires numériques a connu une hausse vertigineuse de 88% et est donc l'un des seuls à tirer son épingle du jeu au cours de ces mois d'été. Il n'en va pas de même pour le groupe médiatique Teletext qui avoue avoir subi une perte de 47%.

Je fais ma valise et ...

j'emporte un livre. La branche „**Medias**“ affiche une progression de 26,2% par rapport à l'année dernière. Le groupe de produits „**Maison d'édition**“ participe avec 0,5 millions de CHF (+37,2%) à cette croissance et le groupe de produits qui diffuse la publicité la plus intensive „**Film, télévision payante**“ avec 0,9 millions de CHF (+25,8%).

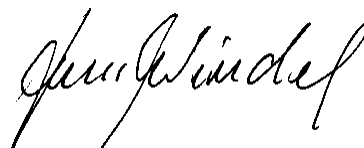
Je fais ma valise et ...

je compare les offres de voyage en ligne. Recommandation pertinente de la branche „**Loisirs, Sport, Tourisme**“ (+19,7%; +2,8 millions). Swodoo, travel24 et ab-in-den-urlaub sont trois concurrents à l'intense présence télévisée ; ils peuvent revendiquer une grande part de la croissance dans le groupe de produits „**Voyages & Hôtels**“ (+22%; 2,4 millions de CHF).

Je fais ma valise et ...

je la fourre dans le coffre de ma voiture. En route vers le sud, je ne fais confiance qu'au meilleur carburant. Le groupe de produits „**Essence & Huiles**“ a étendu son impact publicitaire brut de 22,5% par rapport au même mois de l'exercice précédent.

Votre



CEO

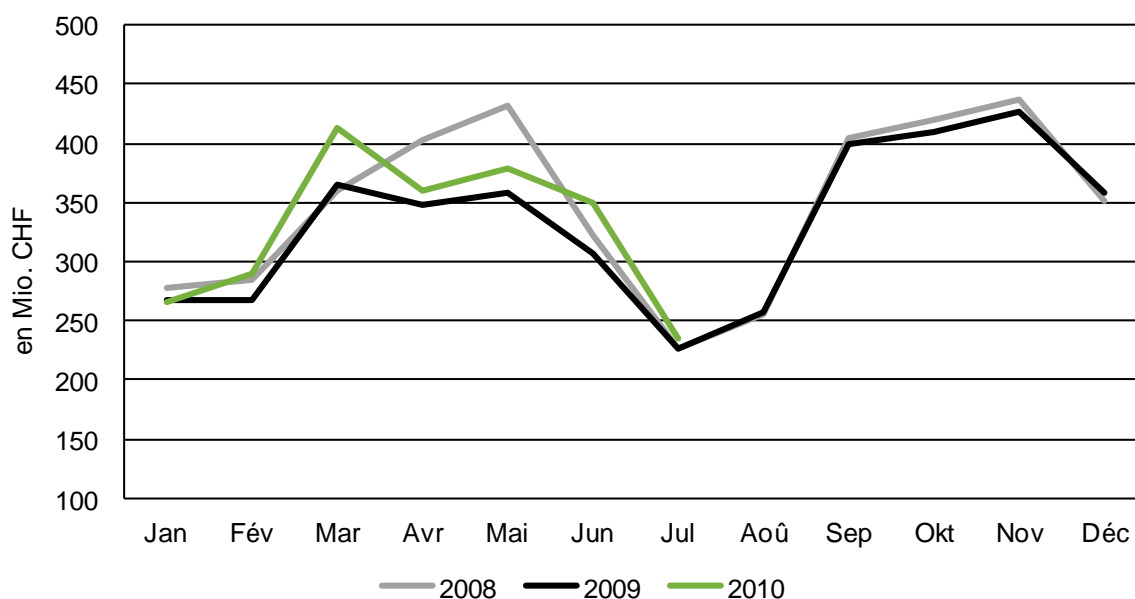
Media Focus

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

Développement de l'impact publicitaire pour juillet 2010

Monat	2008 TCHF	2009 TCHF	2010 TCHF	+/- VJ %
Januar	277'966	267'150	265'635	-0.6%
Februar	284'557	267'753	290'118	8.4%
März	360'475	365'545	413'323	13.1%
April	402'116	348'401	360'176	3.4%
Mai	432'104	358'975	378'730	5.5%
Juni	322'783	306'408	349'471	14.1%
Juli	226'987	225'478	235'156	4.3%
August	254'958	257'871		
September	404'177	398'818		
Oktober	420'296	408'688		
November	437'015	426'619		
Dezember	350'963	358'823		
Year to Date	2'306'989	2'139'710	2'292'610	7.1%

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		Juillet 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	107'024	0.0	10'079	23.8
Vêtements + Lingerie	65'485	12.0	2'345	-39.1
Commerce de détail	164'285	2.7	24'047	6.8
Services	92'408	2.9	8'032	1.4
Énergie	17'273	6.3	2'227	54.6
Véhicules	234'822	9.0	18'328	14.8
VP (nouveaux)	188'494	6.2	13'811	2.7
Finance	153'922	5.4	12'057	7.2
Assurances	26'099	12.0	1'553	-9.9
Sport, Loisir, Tourisme	143'373	9.1	17'527	19.7
Boissons	88'668	10.7	9'912	-18.1
Articles ménagers et électroménagers	30'399	0.6	1'981	-5.9
Initiatives + campagnes	138'769	-11.3	14'600	-12.4
Campagnes politiques	22'741	-18.3	1'379	-29.3
Informatique + bureau	27'650	5.3	2'051	-16.0
Informatique	23'369	2.2	1'338	-36.8
Cosmétique + soin du corps	199'565	26.6	22'083	16.4
Medias	35'957	-10.2	6'400	26.2
Produits alimentaires	259'352	21.4	26'969	11.9
Besoins personnels	68'831	9.5	4'809	-11.9
Montres + bijouterie	29'231	-2.6	2'203	-15.7
Pharmaceutique + santé	71'105	3.3	5'067	-2.0
Nettoyage	49'531	6.0	7'764	3.9
Produits tabagiques	10'059	71.9	1'530	115.1
Telecommunication	91'308	-15.8	10'120	-11.1
Electronique de divertissement / photo	62'843	54.1	6'495	1.5
Manifestations	143'113	4.5	17'689	6.0
Transports en commun	36'868	-9.9	3'044	-38.9
Tout les branches	2'292'610	7.1	235'156	4.3

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	18.8
2 Coop	14.7
3 L'Oréal	64.7
4 Procter & Gamble	7.8
5 Unilever Schweiz	30.6
6 Nestlé	2.9
7 Swisscom	-4.0
8 Media Markt	49.5
9 Sunrise Communications	-18.1
10 Reckitt-Benckiser (Schweiz)	-23.1

*Publicité produit, gamme de produits, image

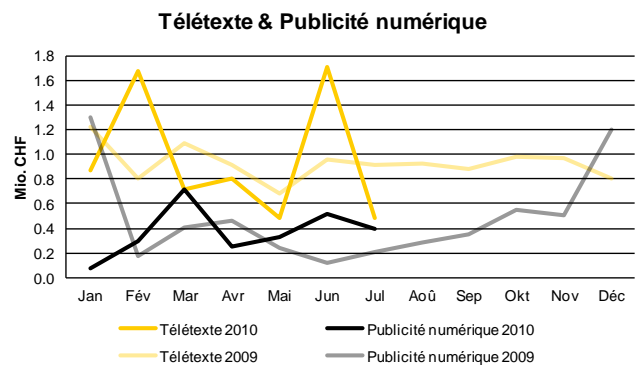
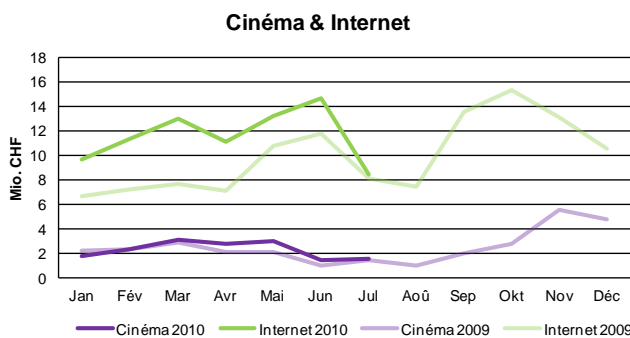
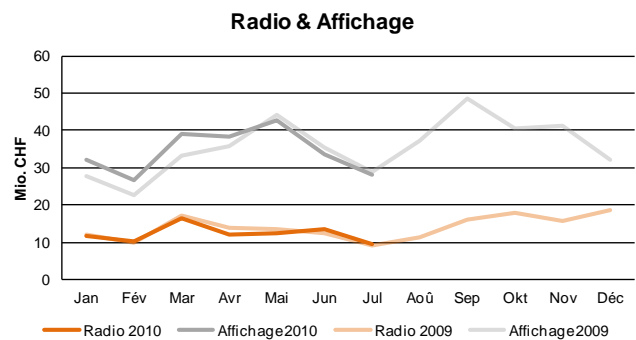
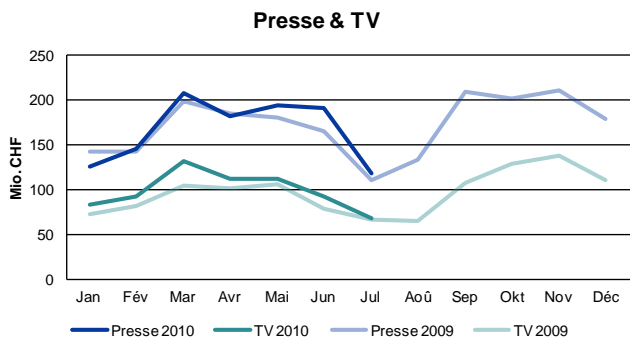
Top 10 produits* YTD

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

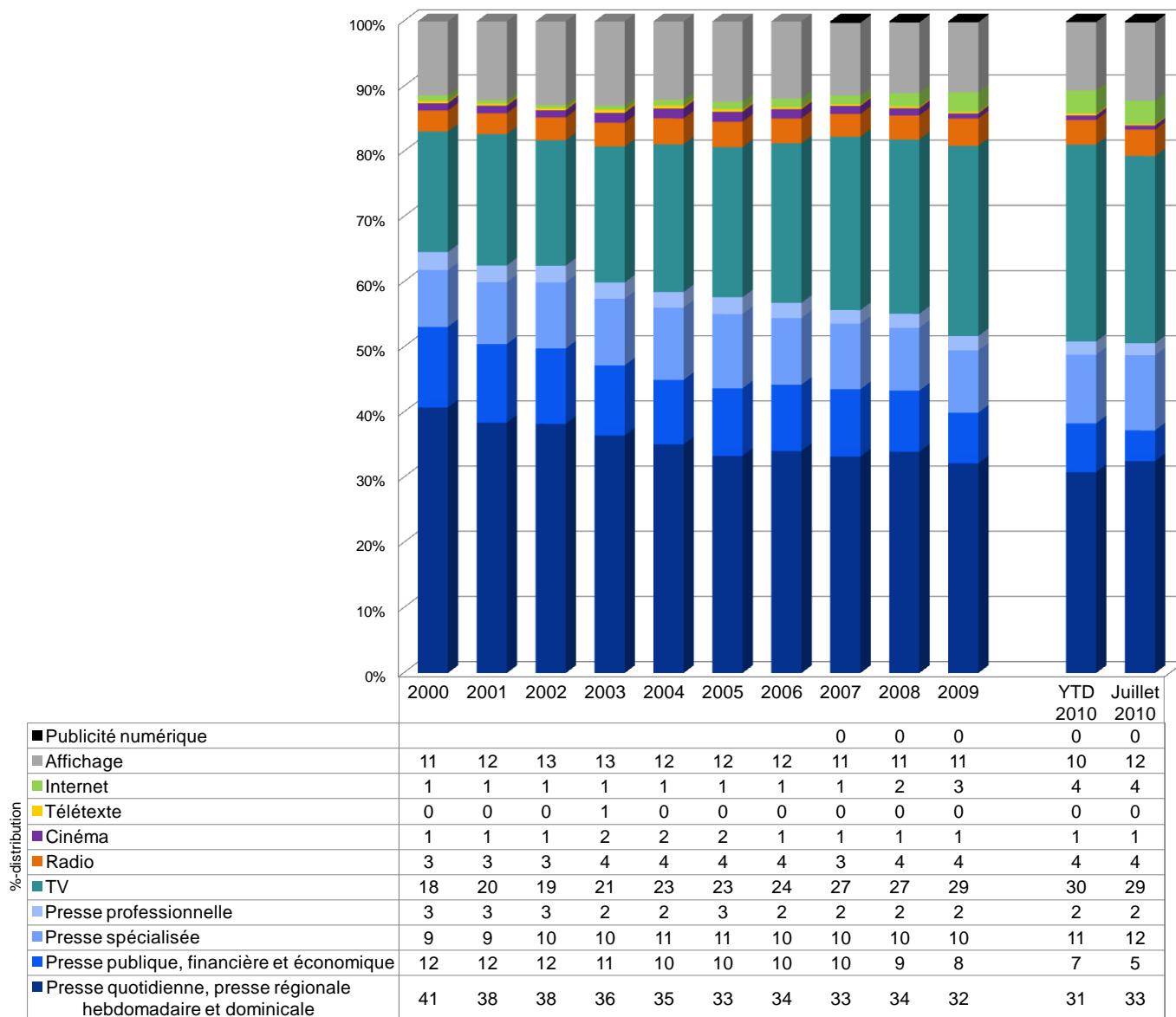
*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

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



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 (0) 43 322 17 50

Fax: +41 (0) 43 322 17 55

E-Mail: info@mediafocus.ch

Website: www.mediafocus.ch