

Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Report 2010/06

Contenu

1. Mois publicitaire juin 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 juin 2010 – Highlights

Nous voici arrivés à la moitié de l'exercice. Six mois ont passé. Les résultats intermédiaires de l'année publicitaire 2010 sont réjouissants. Après des débuts défensifs en janvier 2010 (-0,6% par rapport à 2009), les mois suivants se sont traduits par une hausse et le premier semestre s'est clôturé sur un juin 2010 offensif (+13,6%; +41,6 millions de CHF par rapport à 2009). Au total, l'impact publicitaire brut de l'année en cours dépasse de 7,4% (+ 141,3 millions de CHF) les chiffres de l'exercice précédent, se rapprochant ainsi du niveau de 2008.

La coupe du monde de football a certes contribué à cette évolution positive. Par rapport à l'exercice précédent, le média „TV“ a connu en juin 2010 une augmentation de l'impact publicitaire brut de 17,3% (+ 13,6 millions de CHF).

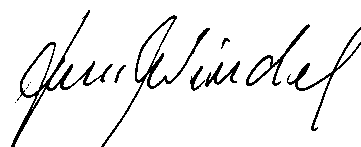
Pour pouvoir suivre la coupe du monde de football dans des conditions optimales, la branche „**Electronique de divertissement + Photo**“ a inondé le marché de publicités pour téléviseurs. En juin 2010, le total de la branche a mis en œuvre un impact publicitaire brut de près de 10,8 millions de CHF (+50% par rapport à 2009). Dont 34% (3,7 millions de CHF) reviennent au groupe de produits „**Téléviseurs**“. La plupart des téléviseurs achetés en juin 2010 sont des produits des marques Samsung, Philips et Sony.

Les sociétés de la branche „**Aliments**“ ont veillé aux plaisirs de bouche. Par rapport à

l'exercice précédent, l'impact publicitaire brut de ce mois a grimpé de 10% (+3,5 millions de CHF). En juin 2010, le segment „**Saucisses + Charcuterie**“ a réalisé une publicité trois fois plus massive que l'année passée avec près de 3,2 millions de CHF (+ 194%). La publicité pour les charcuteries y représente 17%.

Les produits surgelés tels que la glace et les glaces de repas, ont plutôt eu tendance à réduire leur publicité (-41%; -1,3 millions de CHF) par rapport à l'exercice précédent). Seuls les segments „**Glace barrettes + spécialités**“ et „**Glaces de repas divers**“ font preuve d'un impact publicitaire brut supérieur à l'année passée. Dans le segment „**Glace barrettes + spécialités**“ le produit „*Frisco Maxibon Pops*“ a eu recours à une publicité imbattable. Dans le segment „**Glace Glaçon**“, le produit qui a fait l'objet de la plus importante publicité en juin 2010 est le „*Magnum Glace Lutscher*“. Dans le segment „**Glace Cornets**“, il s'agit du produit „*Creme D'Or Eis-Cornets*“.

Votre



CEO

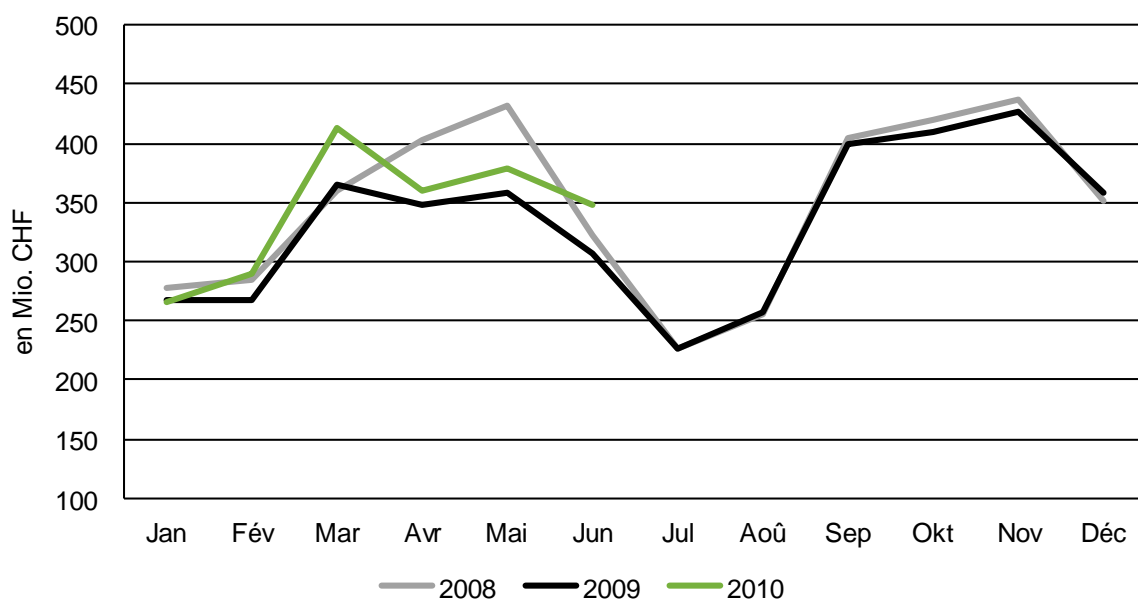
Media Focus

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

Développement de l'impact publicitaire pour juin 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'966	267'150	265'620	-0.6%
Février	284'557	267'753	290'110	8.3%
Mars	360'475	365'545	413'204	13.0%
Avril	402'116	348'401	360'127	3.4%
Mai	432'104	358'975	378'472	5.4%
Jun	322'783	306'404	348'023	13.6%
Juillet	226'987	225'473		
Août	254'958	257'866		
Septembre	404'177	398'813		
Octobre	420'296	408'682		
Novembre	437'015	426'611		
Décembre	350'963	358'816		
Year to Date	2'080'001	1'914'227	2'055'556	7.4%

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		Juin 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	96'902	-2.0	13'745	-1.5
Vêtements + Lingerie	63'095	15.5	4'235	-15.8
Commerce de détail	140'147	2.0	25'311	14.6
Services	84'139	2.8	13'868	17.3
Énergie	15'005	1.3	1'847	-41.8
Véhicules	216'405	8.5	36'546	37.7
VP (nouveaux)	174'593	6.5	29'019	32.5
Finance	141'629	5.1	29'749	23.1
Assurances	24'507	13.6	5'097	4.5
Sport, Loisir, Toursime	125'822	7.8	21'501	10.8
Boissons	78'657	15.7	15'526	8.8
Articles menagers et electromenagers	28'429	1.1	4'139	39.9
Initiatives + campagnes	123'873	-11.3	17'793	-11.8
Campagnes politiques	21'360	-17.4	1'807	2.8
Informatique + bureau	25'643	7.7	3'624	12.6
Informatique	22'075	6.4	3'117	13.0
Cosmetique + soin du corps	177'332	27.9	32'264	53.3
Medias	29'601	-15.4	2'946	-42.3
Produits alimentaires	232'386	22.6	39'027	10.0
Besoins personnels	63'963	11.4	11'016	14.1
Montres + bijouterie	26'990	-1.5	5'498	6.3
Pharmaceutique + santé	66'032	3.7	10'656	5.8
Nettoyage	41'786	6.5	8'453	17.0
Produits tabagiques	8'528	65.9	2'300	160.3
Telecommunication	80'866	-16.6	15'127	10.5
Electronique de divertissement / photo	56'228	63.6	10'760	49.7
Manifestations	125'310	4.2	22'103	-1.7
Transports en commun	33'778	-6.0	5'488	-19.0
Tout les branches	2'055'556	7.4	348'023	13.6

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	19.1
2 Coop	13.6
3 L'Oréal	67.3
4 Nestlé	10.7
5 Unilever Schweiz	34.7
6 Procter & Gamble	9.2
7 Media Markt	52.5
8 Swisscom	-8.1
9 Sunrise Communications	-21.3
10 Manor	21.4

*Publicité produit, gamme de produits, image

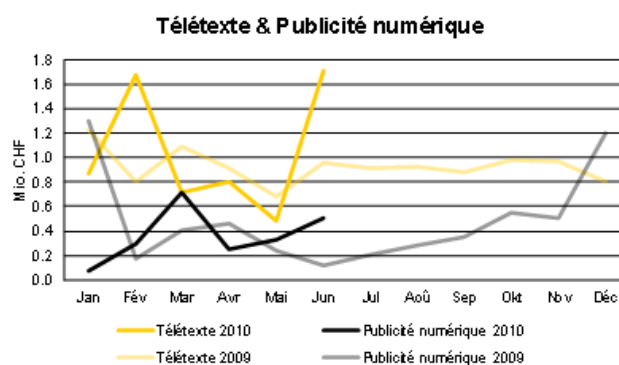
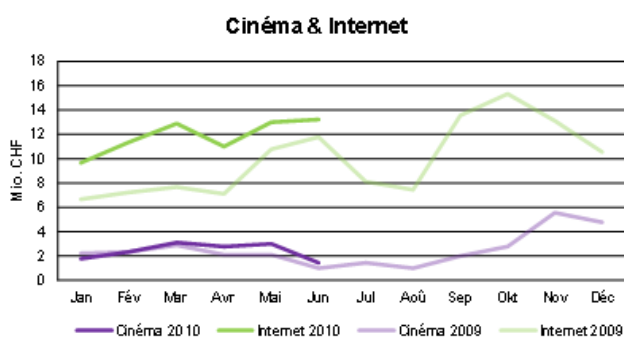
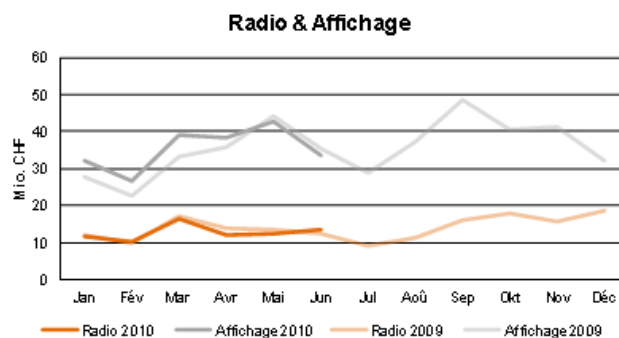
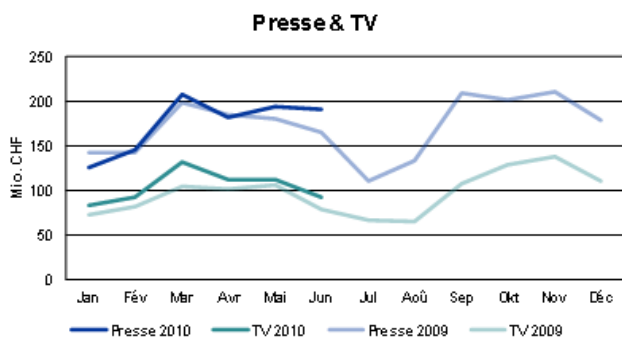
Top 10 produits* YTD

1 Swisscom TV
2 Mc Donald's Restaurants
3 SBB
4 Universal Music CD's
5 Cablecom 3 für 2
6 Fielmann Brillen
7 www.piazza.ch
8 Danone Activia Joghurt
9 www.myswitzerland.com
10 Sunrise flat

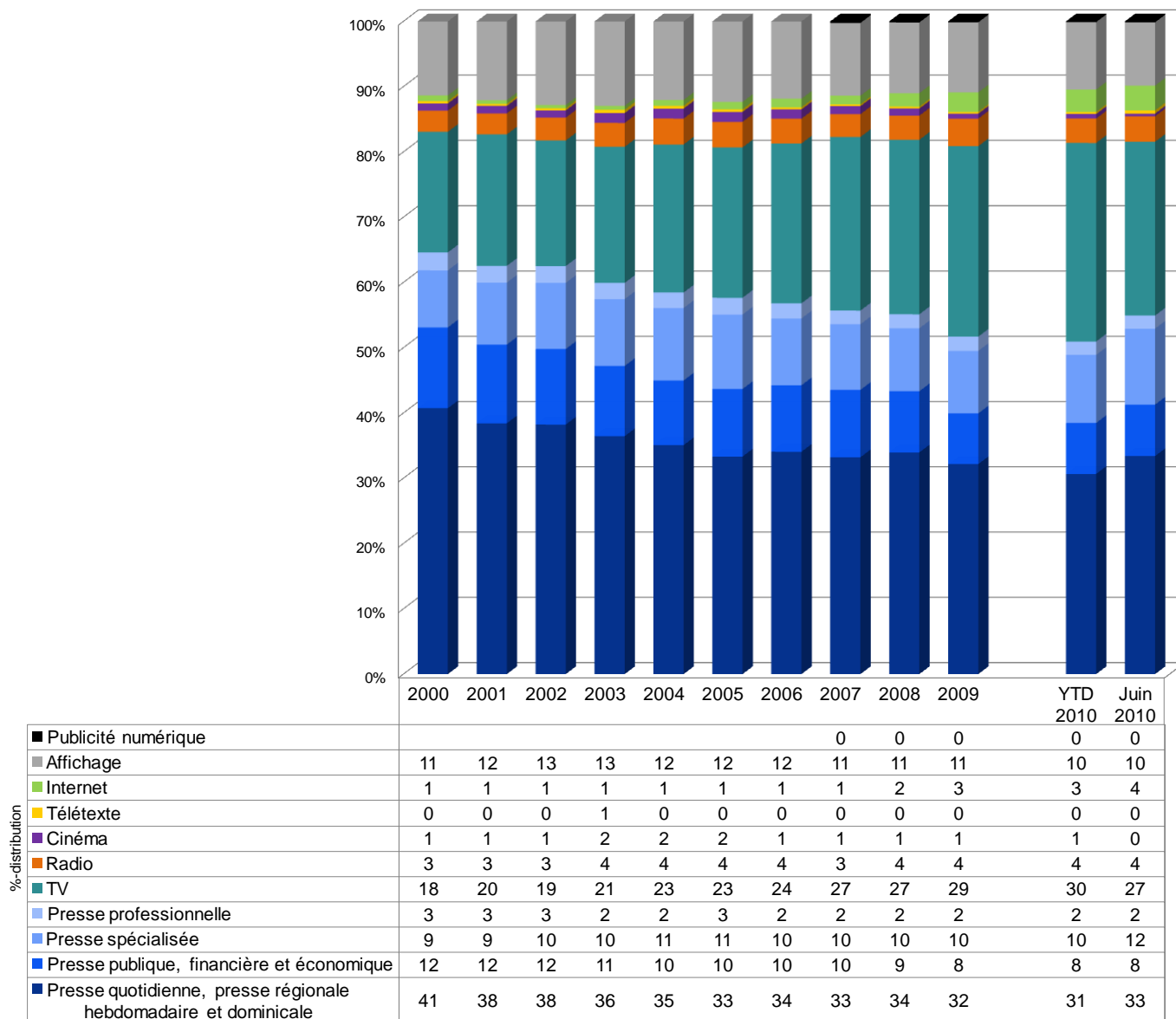
*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

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