

# Media Focus

## Tendances du Marché Publicitaire

### Report 2010/03

#### Contenu

1. Mois publicitaire mars 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 mars 2010 – Highlights

Les chiffres du premier trimestre sont tout à fait positives. L'impact publicitaire brut a augmenté dans le premier trimestre 2010 du 7.5% (+67.5 M CHF) par rapport au premier trimestre 2009. Le bon résultat du trimestre est attribuable principalement aux activités publicitaires du mois de mars. Environ 42% (412.5 M CHF) du volume publicitaire trimestriel est attribué au mois de mars 2010.

Les „**médias imprimés**“ ont poursuivi la tendance positive du mois de mars 2010 et ont clôturé avec 5.4% (+10.6 M CHF) d'augmentation par rapport aux valeurs de l'année dernière. Le groupe média „**Affiches**“ l'emporte du 17.1% sur le mois de l'année passée avec une augmentation de 5.7 M CHF.

Dans le premier trimestre 2010 le majeur impact publicitaire a été mesuré dans les branches „**Aliments**“, „**Véhicules**“ et „**Cosmétique + soin du corps**“. Les trois branches ont enregistré des valeurs majeures par rapport au premier trimestre 2009.

La branche „**Aliments**“ a généré dans l'année actuelle un impact publicitaire de 108.1 M CHF. Cela correspond à une augmentation du 43.2% par rapport à l'année passée. „Chocolat + Sucreries“ est, avec ses 24.4 M CHF, le groupe de produits le plus important de la branche dans le trimestre 2010. Vu en pourcentage c'est le groupe de produits „Fruits + Légumes“ qui a le plus augmenté (+263.1%; +4.3 M CHF).

Selon les expectatives, le groupe „VP (nouveaux)“ a enregistré, avec environ 87.3 M CHF, le majeur impact publicitaire dans la branche „**Véhicules**“ dans l'année actuelle. Cela correspond à une légère augmentation du 1.7% par rapport au premier trimestre 2009. Dans les segments „classe moyenne inférieure“ et „classe moyenne“ cependant, l'impact publicitaire brut a diminué du 30.5% (5.4 M CHF) resp. du 28.7% (4.6 M CHF). Les segments „Coupés + voitures sportives“ (+316.2%; +1.2 M CHF) et „Vp de luxe“ (+179.5%; +0.7 M CHF) ont eu une augmentation de l'impact publicitaire.

L'impact publicitaire brut de la branche „**Cosmétique + soin du corps**“ a monté dans le premier trimestre 2010 du 20.3% (+13.3 M CHF). La majeure augmentation de valeur par rapport à l'année passée a été enregistrée par les groupes de produits „Cosmétique soignante corps“ (+56.6%; +4.2 M CHF) et „Soin cheveux“ (+67.4%; +3.6 M CHF).

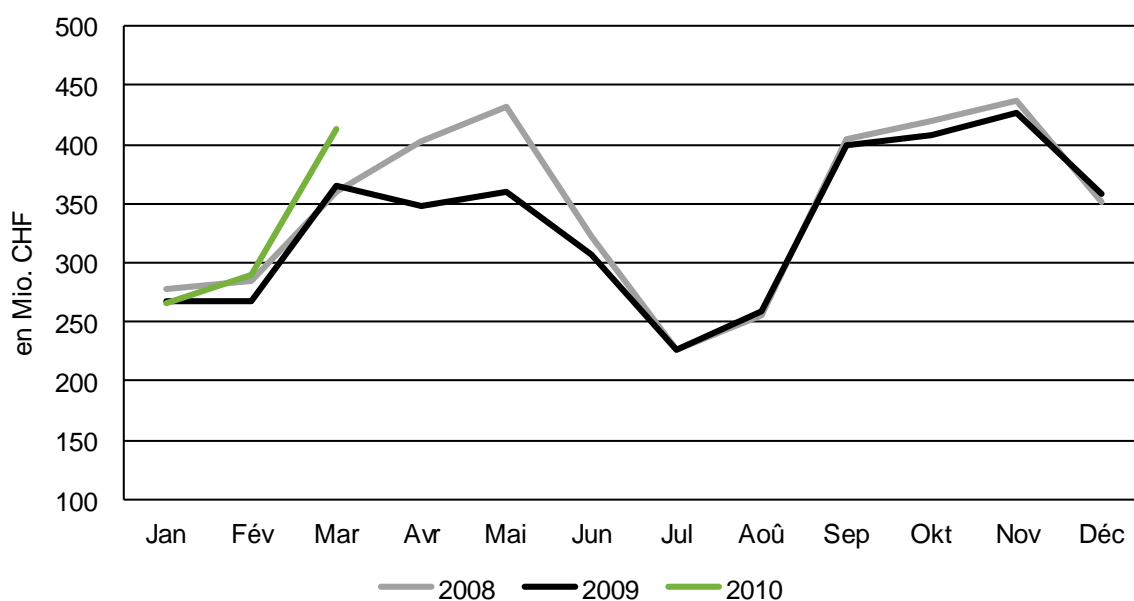
Les produits top du mois de mars 2010 de la branche „**Cosmétique + soin du corp**“ sont „*Dermo Expertise Youth Code*“ (1.2 M CHF), „*Lancome Hypnose Precious Cells Mascara*“ (1.2 M CHF) et „*Elseve Full Repair 5 Shampoo*“ (1.1 M CHF). Le printemps 2010 sera donc d'une beauté garantie!

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

Développement de l'impact publicitaire pour mars 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'966	267'151	266'322	-0.3%
Février	284'557	267'929	289'574	8.1%
Mars	360'475	365'726	412'456	12.8%
Avril	402'116	348'591		
Mai	432'104	359'249		
Juin	322'783	306'646		
Juillet	226'987	225'470		
Août	254'958	257'999		
Septembre	404'177	398'702		
Octobre	420'296	408'574		
Novembre	437'015	426'705		
Décembre	350'963	358'534		
<b>Year to Date</b>	<b>922'999</b>	<b>900'806</b>	<b>968'352</b>	<b>7.5%</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		Mars 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	43'533	-4.5	19'546	-9.6
Vêtements + Lingerie	31'096	24.2	22'155	19.9
Commerce de détail	66'263	-3.0	27'914	20.8
Services	42'544	-4.2	15'674	-11.3
Informatique + bureau	13'186	14.5	4'827	7.7
Matériel / logiciel informatique + services	10'660	12.2	3'919	5.0
Énergie	7'236	23.5	4'305	53.5
Véhicules	103'263	1.2	49'572	11.5
VP (nouveaux)	87'254	1.7	39'822	14.9
Finance	60'131	-7.3	26'223	-3.1
Assurances	8'515	31.7	4'319	0.9
Sport, Loisir, Toursime	62'064	12.7	22'645	9.1
Boissons	26'868	0.1	10'350	-8.0
Articles ménagers et électroménagers	14'738	24.7	7'630	22.9
Initiatives + campagnes	69'465	-5.9	21'671	5.1
Campagnes politiques	15'846	-16.3	4'251	90.0
Cosmétique + soin du corps	78'926	20.3	36'218	26.9
Medias	16'994	-6.4	5'276	-2.3
Produits alimentaires	108'083	43.2	48'220	61.7
Besoins personnels	28'942	19.9	14'865	24.2
Montres + bijouterie	10'856	-0.7	7'359	14.2
Pharmaceutique + santé	34'610	11.0	11'873	27.6
Nettoyage	20'609	15.6	7'566	5.6
Produits tabagiques	2'812	15.2	966	345.6
Telecommunication	37'364	-24.6	15'490	-25.4
Electronique de divertissement / photo	26'177	103.0	8'762	63.9
Manifestations	56'942	9.7	24'414	11.0
Transports en commun	16'507	0.4	6'296	-5.9
<b>Tout les branches</b>	<b>968'352</b>	<b>7.5</b>	<b>412'456</b>	<b>12.8</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	23.1
2 Coop	-1.9
3 L'Oréal	51.7
4 Media Markt	144.3
5 Procter & Gamble	2.7
6 Nestlé	42.0
7 Unilever Schweiz GmbH	42.2
8 Swisscom	3.7
9 Peugeot (Suisse) SA	49.0
10 Manor	46.7

\*Publicité produit, gamme de produits, image

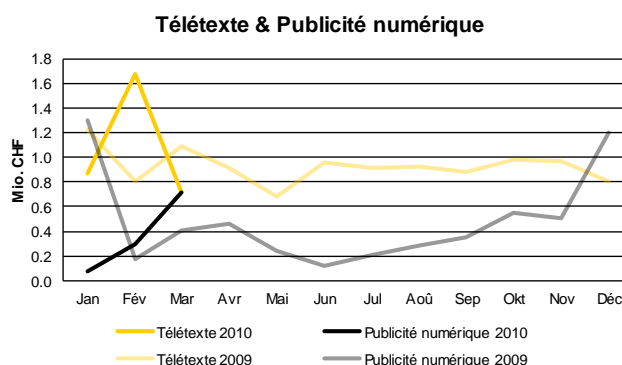
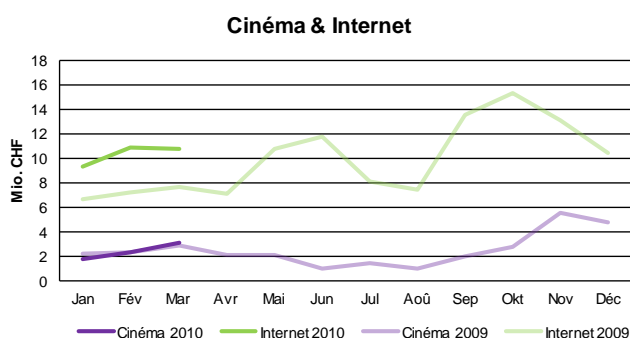
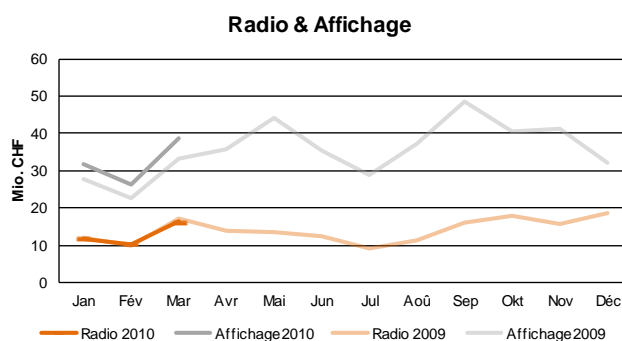
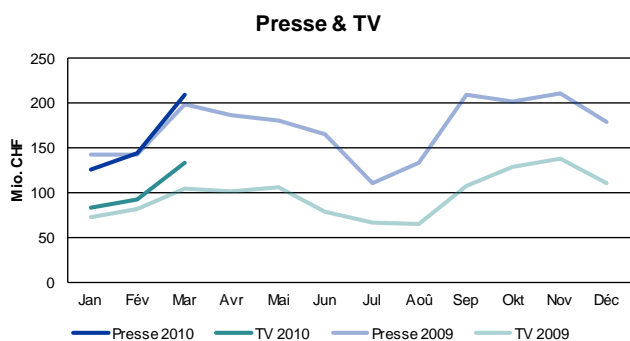
### Top 10 produits\* YTD

1 Swisscom TV
2 Mc Donald's Restaurants
3 Danone Activia Joghurt
4 Universal Music CD's
5 Cablecom 3 für 2
6 SBB
7 Sunrise Mobile Abo
8 Fielmann Brillen
9 Buitoni TK-Pizza
10 Sunrise Free Internet Angebot

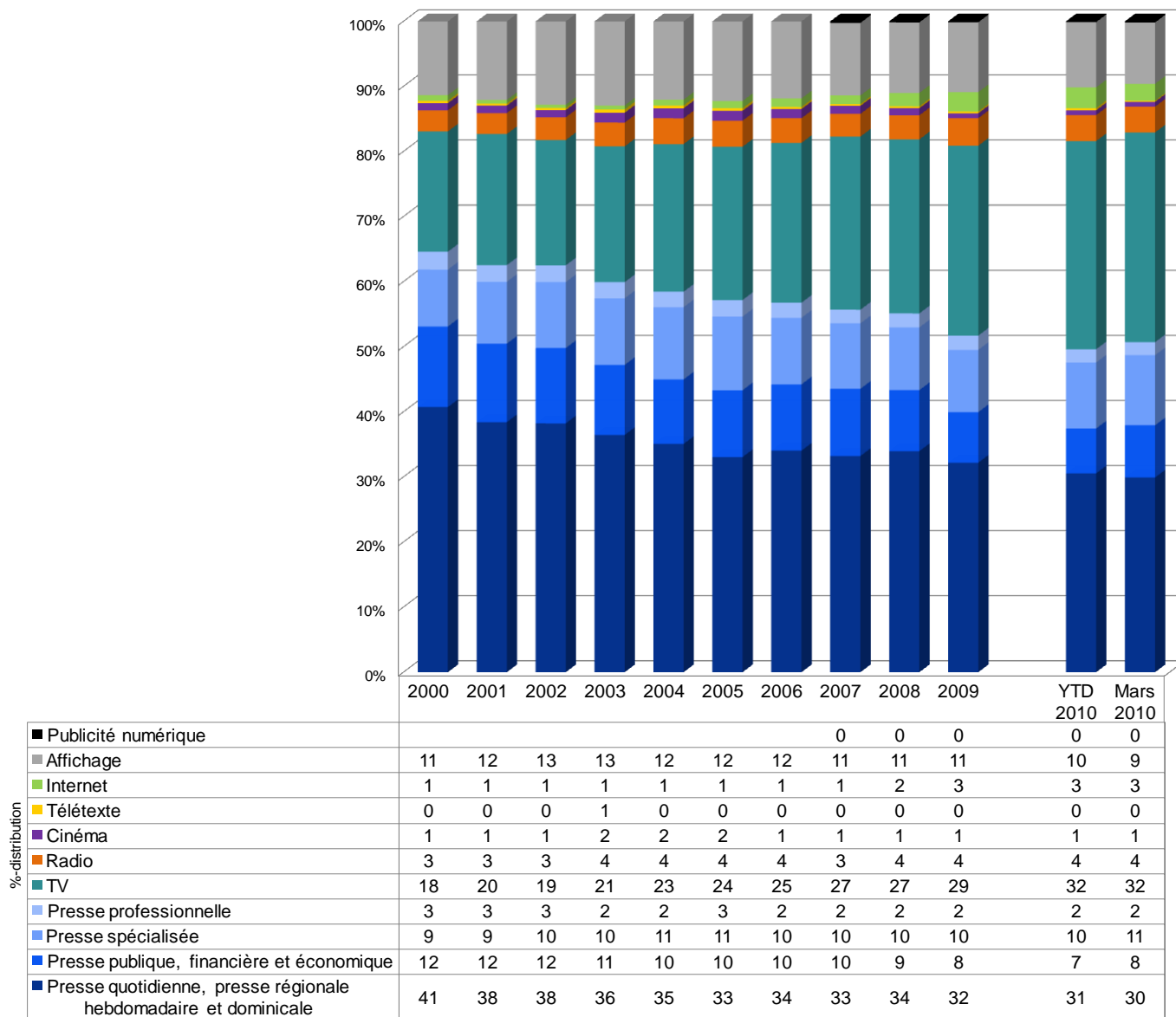
\*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

## 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](mailto:info@mediafocus.ch)  
Website: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)