

Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Report 2010/11

Contenu

1. Mois publicitaire novembre 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 novembre 2010 – Highlights

Certes, il est inutile de tirer des conclusions précipitées avant la fin de l'année; mais l'évolution du marché de la publicité au mois de novembre 2010 rend ceci quasiment impossible. Conformément aux statistiques de l'impact publicitaire de Media Focus, novembre 2010 est le mois de publicité le plus costaud des dix dernières années.

Avec un impact publicitaire brut de 465.7 millions de CHF, ce mois se positionne 8.9% au-dessus des chiffres de l'année précédente (+38.2 millions de CHF). Ceci se traduit par un total annuel provisoire (Jan. – Nov. 2010) de 3.9 milliards de CHF (+8.0%). La limite des 4 milliards est à portée de la main.

En comparaison de 2009, dans l'ensemble, l'impact publicitaire brut de novembre 2010 s'est développé dans 16 des 23 branches. La branche „**véhicules**“ (+71.3%; +18.6 millions de CHF) affiche indéniablement la plus forte hausse absolue et relative par rapport au même mois de l'année passée. Le secteur „**cosmétique + soins du corps**“ lui, fait état de la seconde hausse la plus forte (+12.9%; +4.6 millions de CHF), suivi de près par la branche „**produits alimentaires**“ (+8.8%; +4.4 millions de CHF).

Bien que, parmi les segments du marché automobile, le **secteur „voitures tout terrain + SUV“** fasse preuve du plus fort impact publicitaire brut, une petite voiture montre clairement une longueur d'avance devant les autres modèles automobiles. En novembre 2010, la „**Fiat Cinquecento**“ a suscité au sein du marché automobile, avec près de 2 millions

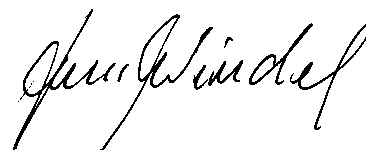
de CHF, la publicité la plus intensive. Toujours selon la devise : „compacte, mais che bello!“

En hiver, le visage est souvent exposé aux intempéries. Ici, nous ne sommes pas seuls à recommander la: „**cosmétique soignante visage**“. En comparaison de l'année passée, ce groupe de produits a généré une publicité de 12.8% supérieure (+815'600 CHF). Ce sont les produits du segment „**soins visage antirides femmes**“ qui ont sollicité la plus grande attention. Les trois „Top-Shots,“ ont généré un volume publicitaire quelque peu supérieur à 2 millions de CHF, ce qui correspond à près de 80% du volume publicitaire de l'ensemble du segment.

En novembre 2010, parmi les chocolats et les friandises, le segment „**pralines**“ a suscité le plus important impact publicitaire brut. Bien qu'il ait fait état d'un recul de 17.7% (-706'500 CHF) de l'impact publicitaire brut par rapport au même mois de l'année précédente, nous pouvons tout de même nous réjouir de „douces surprises“, d'un „plaisir féérique“ ainsi que de „moments absolument fondants,“ qu'ils se trouvent sous le sapin, devant lui ou juste à côté.

C'est dans cet esprit que je vous souhaite de joyeuses fêtes et une heureuse année 2011!

Cordialement vôtre



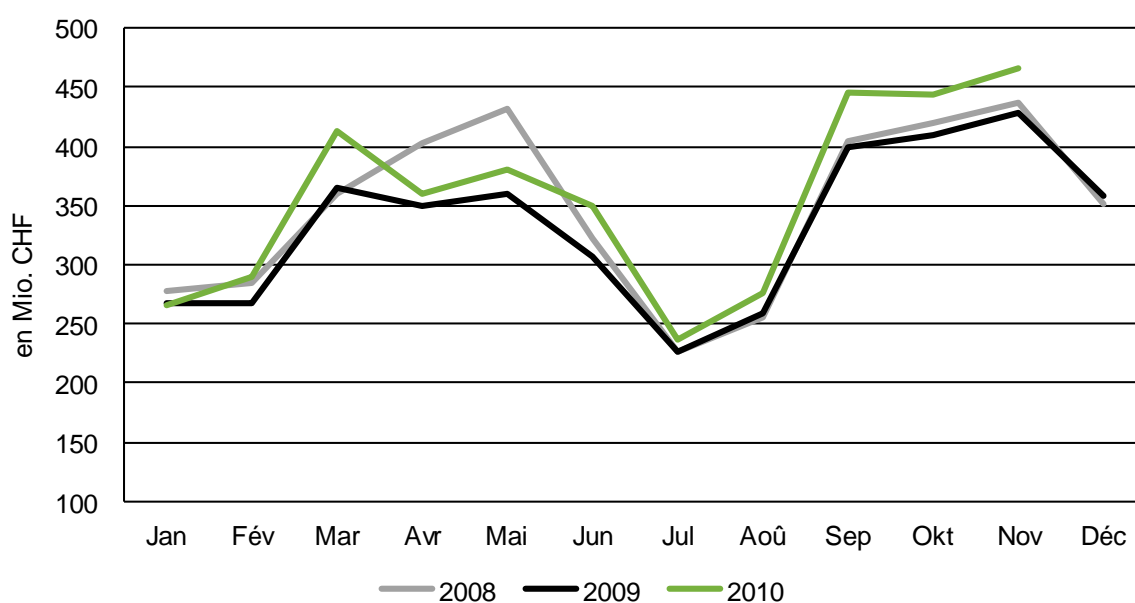
CEO
Media Focus

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

Développement de l'impact publicitaire pour novembre 2010

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	2010 K CHF	+/- AP %
Janvier	277'966	267'363	265'720	-0.6%
Février	284'557	267'954	290'157	8.3%
Mars	360'475	365'444	412'776	13.0%
Avril	402'116	348'782	360'570	3.4%
Mai	432'104	359'364	379'655	5.6%
Juin	322'783	306'914	350'279	14.1%
Juillet	226'987	225'794	236'824	4.9%
Août	254'958	258'170	276'052	6.9%
Septembre	404'177	399'310	445'984	11.7%
Octobre	420'296	409'030	443'251	8.4%
Novembre	437'015	427'596	465'748	8.9%
Décembre	350'963	358'404		
Year to Date	3'823'434	3'635'719	3'927'016	8.0%

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		Novembre 2010	
	K CHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
Constructions, Industrie, Ameublement	190'846	6.9	19'871	14.3
Vêtements + Lingerie	126'676	13.2	13'290	19.9
Commerce de détail	264'731	3.7	26'768	1.0
Services	161'622	6.8	16'067	0.7
Énergie	28'507	4.7	2'097	-36.2
Véhicules	407'257	14.5	44'564	71.3
VP (nouveaux)	332'426	13.7	36'562	85.4
Finance	281'260	2.7	36'697	-1.7
Assurances	61'433	-2.6	8'656	-6.1
Sport, Loisir, Tourisme	216'927	2.4	20'639	-10.7
Boissons	142'565	6.7	16'709	-9.3
Articles ménagers et électroménagers	56'519	1.0	10'310	33.7
Initiatives + campagnes	241'165	-8.3	32'387	1.4
Campagnes politiques	47'095	-9.7	10'320	51.6
Informatique + bureau	49'135	4.9	5'330	-5.5
Informatique	41'459	7.0	4'643	11.1
Cosmétique + soin du corps	338'613	20.8	40'452	12.9
Medias	58'929	-2.8	5'915	6.4
Produits alimentaires	442'987	20.3	54'590	8.8
Besoins personnels	127'624	13.3	24'103	16.5
Montres + bijouterie	57'261	6.0	13'951	16.6
Pharmaceutique + santé	111'134	4.5	13'163	19.5
Nettoyage	88'277	-1.0	8'767	-19.8
Produits tabagiques	15'193	94.4	872	-25.0
Telecommunication	173'076	-1.9	27'264	11.3
Electronique de divertissement / photo	105'210	35.1	16'180	15.8
Manifestations	236'027	4.3	22'539	0.8
Transports en commun	62'737	-3.7	7'173	1.5
Tout les branches	3'927'016	8.0	465'748	8.9

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	15.8
2 Coop	22.1
3 L'Oréal	32.7
4 Procter & Gamble	7.8
5 Nestlé	8.1
6 Unilever Schweiz	17.6
7 Swisscom	23.8
8 Sunrise Communications	-7.0
9 Media Markt	20.9
10 Aldi Suisse	26.9

*Publicité produit, gamme de produits, image

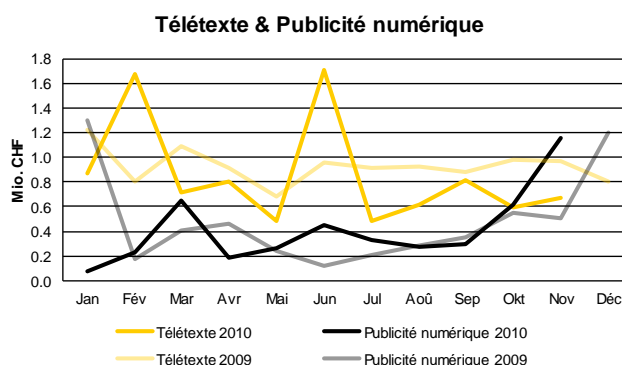
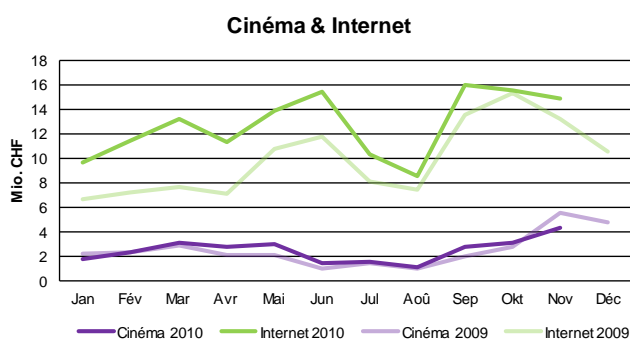
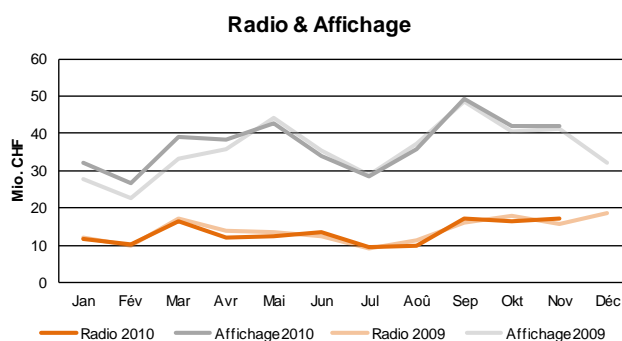
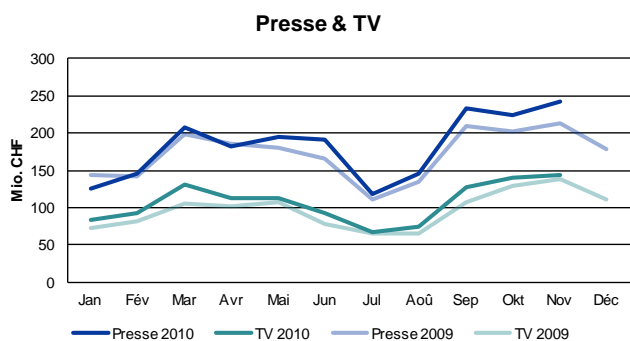
Top 10 produits* YTD

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

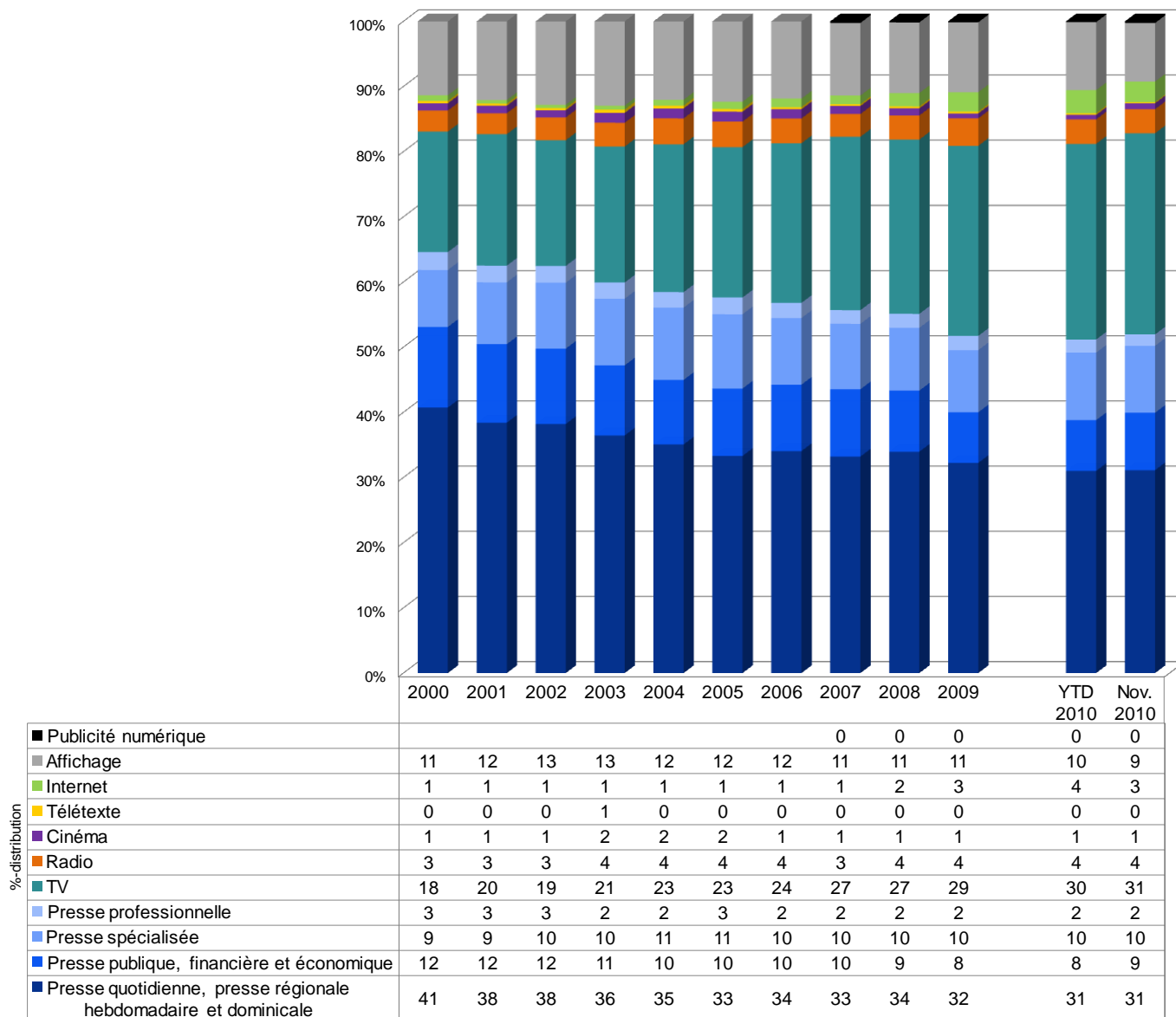
*Publicité produit: sans publicité gamme des produits ni image

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



A propos de Media Focus

Media Focus mesure et saisit depuis 1990 l'impact publicitaire en Suisse dans les médias publicitaires classiques tels que presse (presse quotidienne, régionale hebdomadaire et dominicale; presse grand public, financière et économique; presse spécialisée; presse professionnelle), télévision, radio, affichage, publicité numérique, cinéma, télétexte et Internet.

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

Media Focus offre une statistique publicitaire dite brute, qui mesure l'impact publicitaire. "Brute" signifie que chaque publicité apparue est évaluée selon les tarifs officiels des supports publicitaires respectifs. L'évaluation "brute" est le standard de l'analyse des marchés publicitaires reconnu et utilisé à l'échelle internationale.

En tant que joint venture des deux entreprises d'études de marchés actives au niveau mondial GfK Switzerland AG et The Nielsen Company (Switzerland) GmbH / Nielsen Media Research, Media Focus fait partie d'un réseau leader au plan international dans le domaine de la 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