

Media Focus

Tendances du

Marché Publicitaire

Report 2011/12

Rapport mensuel sur l'évolution du marché publicitaire suisse

Contenu

| | |
|---|---|
| 1. Année publicitaire 2011 – 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 du mois (décembre 2011) | 5 |
| 5. Développement de l'impact publicitaire dans les médias..... | 5 |
| 6. Distribution de l'impact publicitaire dans les médias..... | 6 |



1. Année publicitaire 2011 – Highlights

L'épuisement est indiscutable. En décembre, le marché de la publicité en Suisse faisait preuve d'une régression de 7.2% (-31.0 millions de CHF) par rapport à l'année précédente. Grâce au démarrage fulminant de l'année et aux excellents mois d'été, l'impact publicitaire brut a cependant grimpé de près de 4.3% (+188.6 millions de CHF) pour atteindre 4.6 milliards de CHF en 2011.

Moins de dépenses publicitaires dans 30% des branches

En 2011, sept des 23 branches que compte au total le marché publicitaire en Suisse ont dénoncé un impact publicitaire inférieur à celui de l'année précédente. C'est la branche "**Finance**" qui a dévoilé la diminution du budget publicitaire la plus radicale au sein des médias classiques. En 2011, les banques et les assurances ont restreint leurs activités publicitaires de près de 24.4 millions de CHF (-8.1%).

La même année, l'impact publicitaire de la branche "**Cosmétique**" ne se présentait pas si favorablement. Après une croissance continue de cinq années, en 2011 elle a pour la première fois fait de nouveau état d'une régression (-5.3%; -20.0 millions de CHF). Fin 2011, l'impact publicitaire se situait aux environs de 360.8 millions de CHF. Au total, les perspectives sont peu joyeuses pour cette branche en vue de l'année publicitaire qui commence.

Pourtant : le marché de la publicité a le vent en poupe

Bien que les branches « Finances » et « Cosmétique +soins du corps » connaissent actuellement un affaiblissement notoire,

l'ensemble du marché publicitaire suisse, après une brève dérive en 2009, maintient le cap sur l'expansion. C'est la branche "**Télécommunication**" qui a montré la plus importante croissance de l'impact publicitaire par rapport à l'année passée. En 2011, le volume publicitaire en Francs Suisses a augmenté de plus de 66.9 millions de CHF (+32.0%) pour chiffrer 275.9 millions de CHF. Notons que plus de 56.6% de ce volume ont été exclusivement dépensés pour la publicité de la téléphonie mobile (abonnements et tarifs, appareils et prestations complémentaires). La seconde croissance par l'importance (38.3 millions de CHF) est clairement celle de la branche "**Initiatives + Campagnes**". Ce qu'elle doit aux messages politiques de l'année d'élection 2011.

Conflits des principaux groupes médiatiques

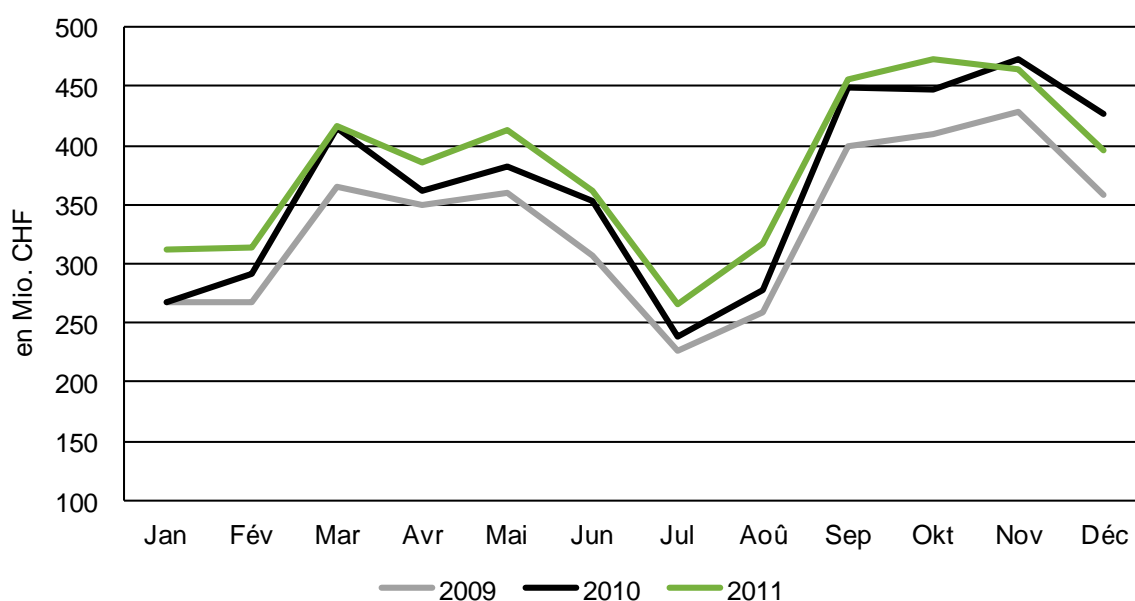
Alors que cette année également, le groupe « Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale » n'a dû renoncer qu'à peu de parts du gâteau du marché de la publicité, le groupe médiatique « TV » a de nouveau conquis plusieurs parts. Avec un pourcentage de 31.7%, « TV » s'est attribué la plus grande part du gâteau en 2011. Avec seulement un point de différence (30.7%), en considérant l'ensemble de l'année, la « Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale » s'est pour la première fois hissée à la seconde place des principaux médias publicitaires de Suisse.

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

Développement de l'impact publicitaire pour décembre 2011

| Mois | 2009 K CHF | 2010 K CHF | 2011 K CHF | +/- AP % |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| Janvier | 267'363 | 266'556 | 312'614 | 17.3% |
| Février | 267'954 | 291'479 | 313'803 | 7.7% |
| Mars | 365'444 | 415'243 | 415'678 | 0.1% |
| Avril | 348'782 | 361'988 | 386'329 | 6.7% |
| Mai | 359'364 | 382'361 | 412'075 | 7.8% |
| Juin | 306'914 | 352'492 | 360'795 | 2.4% |
| Juillet | 225'794 | 238'775 | 265'948 | 11.4% |
| Août | 258'170 | 277'869 | 317'334 | 14.2% |
| Septembre | 399'320 | 449'337 | 455'776 | 1.4% |
| Octobre | 409'031 | 447'390 | 472'071 | 5.5% |
| Novembre | 427'596 | 473'042 | 463'643 | -2.0% |
| Décembre | 358'405 | 427'117 | 396'153 | -7.2% |
| Year to Date | 3'994'137 | 4'383'649 | 4'572'221 | 4.3% |

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 | 2011 | | Décembre 2011 | |
|--|------------------|------------|----------------|-------------|
| | K CHF | +/- AP % | K CHF | +/- AP % |
| Constructions, Industrie, Ameublement | 228'598 | 5.0 | 14'465 | -11.3 |
| Vêtements + Lingerie | 135'630 | 0.1 | 7'937 | -5.2 |
| Commerce de détail | 325'575 | 5.9 | 28'750 | -21.3 |
| Services | 188'567 | 6.4 | 15'720 | 6.9 |
| Énergie | 27'766 | -8.8 | 1'763 | 2.2 |
| Véhicules | 454'176 | 5.5 | 18'146 | -16.2 |
| VP (nouveaux) | 369'825 | 5.7 | 12'806 | -20.3 |
| Finance | 277'793 | -8.1 | 14'235 | -25.8 |
| Assurances | 60'839 | -12.6 | 1'748 | -35.6 |
| Sport, Loisir, Tourisme | 240'233 | 0.8 | 20'055 | 1.4 |
| Boissons | 162'964 | -0.6 | 16'815 | -21.3 |
| Articles ménagers et électroménagers | 77'354 | 17.1 | 11'015 | 22.7 |
| Initiatives + campagnes | 288'373 | 15.3 | 23'644 | 3.5 |
| Campagnes politiques | 79'236 | 61.4 | 1'839 | -1.0 |
| Informatique + bureau | 69'848 | 21.9 | 8'710 | 13.9 |
| Informatique | 59'592 | 22.8 | 7'678 | 13.3 |
| Cosmétique + soin du corps | 360'805 | -5.3 | 40'754 | -3.6 |
| Medias | 70'640 | 3.5 | 8'133 | 9.8 |
| Produits alimentaires | 511'193 | 4.1 | 45'001 | 1.4 |
| Besoins personnels | 179'496 | 12.4 | 25'179 | -3.1 |
| Montres + bijouterie | 85'775 | 19.5 | 13'218 | -7.0 |
| Pharmaceutique + santé | 136'297 | 5.6 | 11'628 | -12.3 |
| Nettoyage | 95'491 | 1.4 | 8'681 | 50.5 |
| Produits tabagiques | 18'130 | 8.6 | 1'752 | 16.4 |
| Telecommunication | 275'892 | 32.0 | 25'794 | -26.9 |
| Electronique de divertissement / photo | 124'866 | -5.5 | 20'499 | -17.2 |
| Manifestations | 253'459 | -0.4 | 20'216 | 9.5 |
| Transports en commun | 69'075 | -4.1 | 7'260 | -18.8 |
| Tout les branches | 4'572'221 | 4.3 | 396'153 | -7.2 |

4. TOP 10 du mois (décembre 2011)

Le Top 10 des annonceurs et produits / services (sans publicités de gammes de produits ni image)

Top 10 supports publicitaires +/- VJ%

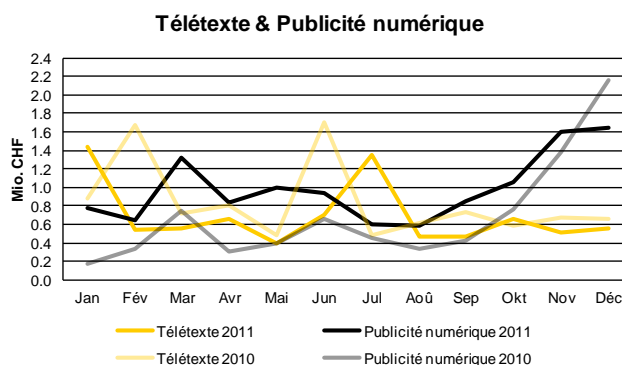
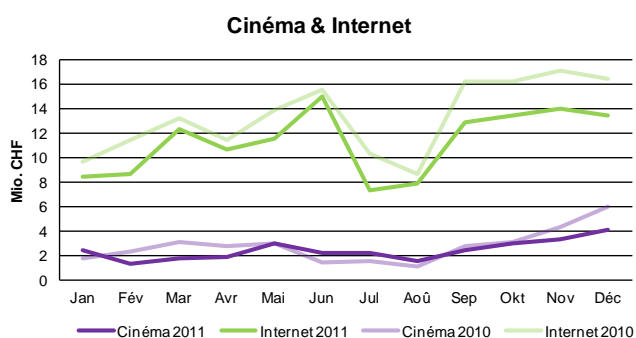
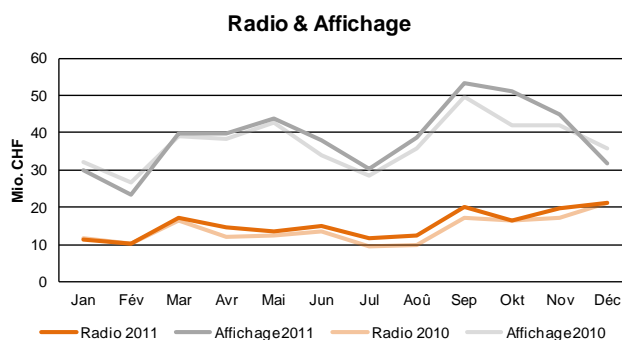
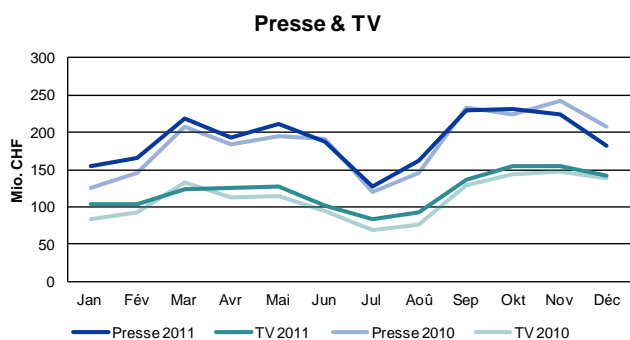
| | | |
|----|------------------------|-------|
| 1 | Coop | -8.5 |
| 2 | Migros | -17.5 |
| 3 | L'Oréal | -25.1 |
| 4 | Swisscom | -25.5 |
| 5 | Nestlé | -1.2 |
| 6 | Unilever | 82.1 |
| 7 | Procter & Gamble | -12.4 |
| 8 | Orange Communications | 33.3 |
| 9 | Sunrise Communications | 23.9 |
| 10 | Manor | -6.2 |

Top 10 produits

| | |
|----|------------------------------|
| 1 | Swisscom TV |
| 2 | Universal Music CD's |
| 3 | Apple iPhone 4S |
| 4 | Mc Donald's Restaurants |
| 5 | Orange Me |
| 6 | Nespresso Kaffee Kapseln |
| 7 | Swisscom Natel Liberty |
| 8 | Special-T Tee Kapselmaschine |
| 9 | World Vision |
| 10 | Chanel Nr. 5 Parfum |

5. Développement de l'impact publicitaire dans les médias

Développement de l'impact publicitaire dans les médias (YTD vs. AP) ¹⁾ changements méthodologiques (voir page 6)

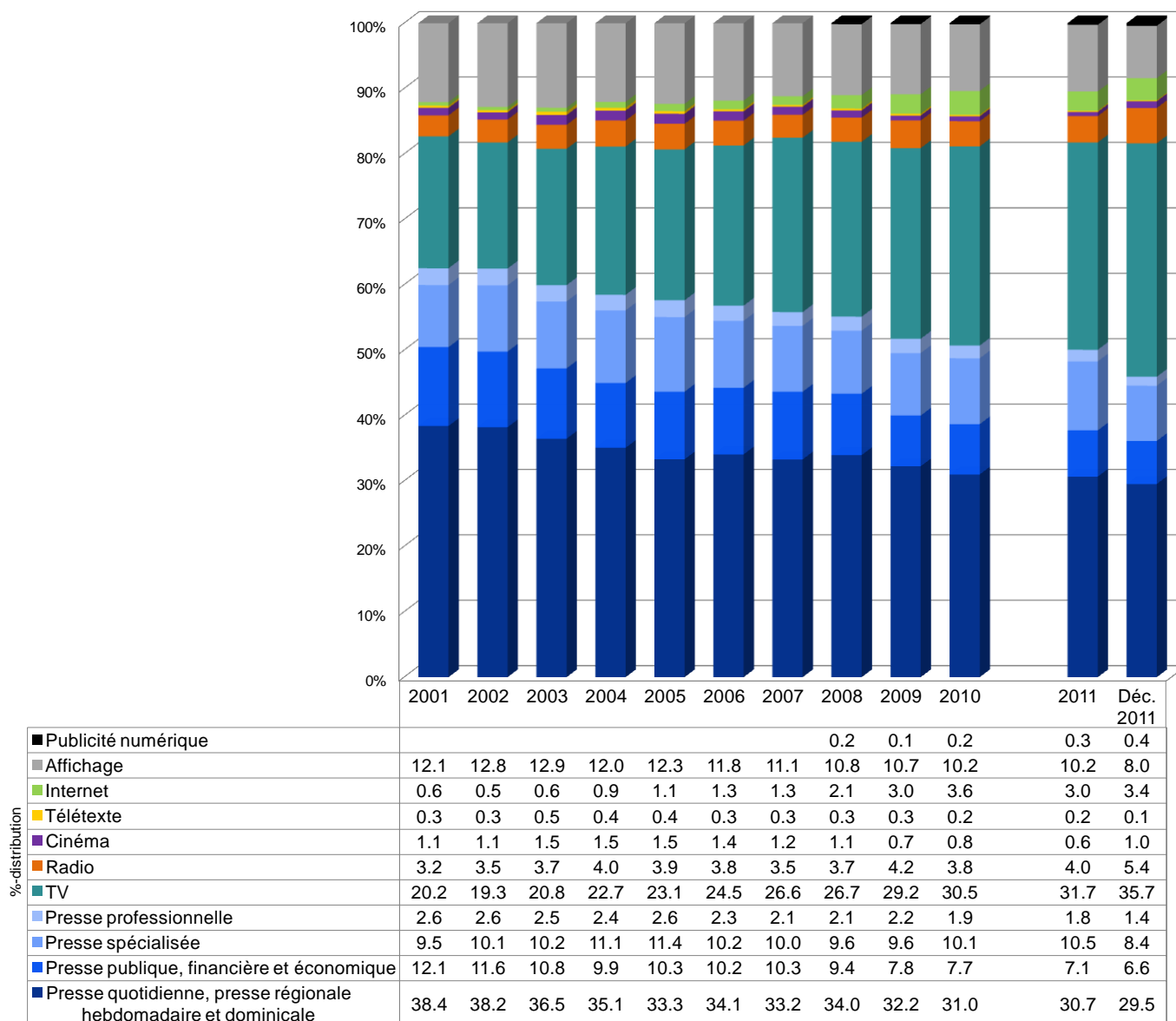


1)

Groupe de médias Internet/TV: Changement de méthode au sein du groupe de médias Internet (effet au 01.01.11), TV (effet au 01.01.2010): les chiffres ne sont pas comparables avec ceux de l'année précédente.

Groupe de médias Surfaces publicitaires numériques: extension de l'univers à compter du 01.01.2010; fournisseur de données supplémentaire

6. Distribution de l'impact publicitaire dans les médias



À propos de Media Focus

Media Focus est un institut d'études de marché spécialisé dans la mesure indépendante de la communication. Nous relevons depuis plus de 20 ans la pression publicitaire dans les médias publicitaires classiques suisses et réalisons les statistiques sur la pression publicitaire les plus étendues de Suisse. Media Focus relève en outre les données sur les activités publicitaires dans le domaine du marketing axé sur les moteurs de recherche.

Les données quantitatives et qualitatives fournies par Media Focus sont à fois une base essentielle pour les analyses situationnelles par rapport à la concurrence, une source utile dans les planifications stratégiques et budgétaires, et un outil de contrôle éprouvé.

Media Focus appartient aux instituts internationaux d'études de marché «GfK Switzerland SA» et «The Nielsen Company (Switzerland) Sàrl» et fait partie, à ce titre, d'un réseau leader à l'échelle mondiale dans le domaine des études consommateurs, publicitaires et médias.

Contact

Media Focus
Stauffacherstrasse 28
CH-8004 Zürich

Téléphone: +41 43 322 27 50
Fax: +41 43 322 27 55
e-mail: info@mediafocus.ch
Site web: www.mediafocus.ch