

Media Focus

Tendances du

Marché Publicitaire

Rapport 2009/08

Rapport mensuel avec chiffres et informations sur le développement des marchés publicitaires en Suisse

Contenu

1. Mois publicitaire août 2009 – Highlights.....	2
2. Développement de l'impact publicitaire dans l'ensemble du marché	3
3. Développement de l'impact publicitaire dans les marchés clés.....	4
4. Nouveaux supports publicitaires et produits dans l'actuelle année	5
5. TOP 10 du mois actuel	5
6. Distribution de l'impact publicitaire dans les groupes de médias.....	6

MEDIA FOCUS

Stauffacherstrasse 28

8004 Zürich

Tel. 043 322 17 50 Fax 043 322 17 55

info@mediafocus.ch

www.mediafocus.ch

1. Mois publicitaire août 2009 – Highlights

Le mois d'août est le deuxième mois de l'année 2009 qui montre un gain par rapport aux valeurs de l'année passée. La croissance de l'impact publicitaire brut par rapport à août 2008 se monte à 0.8%. À profiter de cette situation sont les groupes TV, radio et affichage. En outre les médias imprimés enregistrent une forte baisse des bénéfices.

Dans le groupe média *Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale* manquaient, dans les mois de janvier jusqu'à août, par rapport à l'année passée, 85 millions de CHF d'impact publicitaire brut. Cela donne sur 187 supports publicitaires, une perte d'une moyenne de 450'000 CHF pour support publicitaire. Ce développement a emmené, entre autres, à un assainissement du groupe média de quelque support publicitaire, qui ont montré dans la période janvier-août un impact publicitaire brut de 15 Millions de CHF.

Comme déjà dans le mois de juillet, la branche „**Fahrzeuge**“ („**véhicules**“) a augmenté en août du 45.9%. En outre ce sont surtout les segments Mittelklasse „classe moyenne“ et Kleinwagen „voitures utilitaires“, ainsi que les VAS, qui se montrent responsables de la tendance positive.

Les statistiques de *Auto-Schweiz* des nouveaux véhicules ne marchent pas encore en mode commun avec le marché publicitaire. Les indices positifs du marché publicitaire dans la statistique de *Auto-Schweiz* ne se montrent plus ni en juillet (-9.0%) ni dans la perspective d'ensemble janvier-juillet (-11.5%).

La croissance inattendue du marché clé „**IT**“ avec un plus du 31.4% (+0.8 Mio. CHF) se laisse interrompre très rapidement. Le segment „*Rechner (portable)*“ („*ordinateur (portable)*“), et surtout les portables des marques HP et Dell (ensemble + 1.4 Mio. CHF) ont été responsables en solitaire du résultat positif du mois.

Le segment „**Uhren/Schmuck**“ („**montres + bijouterie**“) appartient, avec le déficit du 43% dans le mois d'août, aux 5 marchés clés avec la tendance la plus négative du 2009. La tendance négative est traîné par la branche Montres, qui a enregistré dans le mois d'août une diminution du 55.6%. .

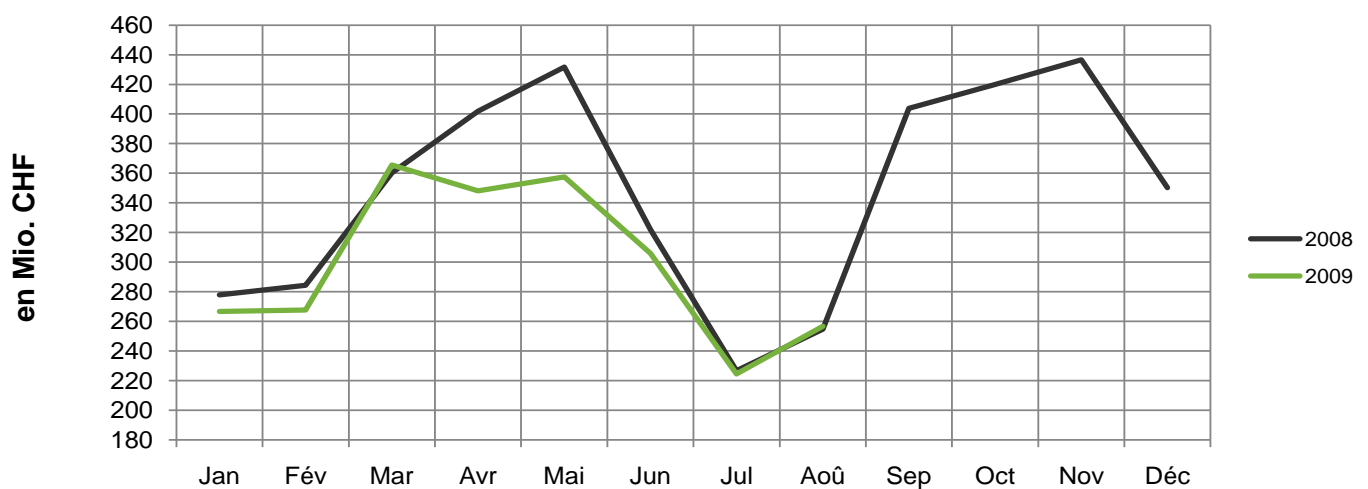
Les marchés clés suivants ont également enregistré dans le mois d'août une augmentation: „**Energie**“ (+20.9%), „**Gemeinnützige Kampagnen**“ (**campagnes d'utilité publique**) (+20.4%), „**Politische Kampagnen**“ (**campagnes politiques**) (+21.5%), et „**Pharma**“ (**pharmaceutique**) (+35.2%).

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

Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour août 2009

Monat	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	277'847	266'682	-4.0%
Février	284'285	267'580	-5.9%
Mars	360'220	365'474	1.5%
Avril	401'838	347'991	-13.4%
Mai	431'675	357'598	-17.2%
Juin	322'074	305'937	-5.0%
Juillet	226'648	224'492	-1.0%
Août	254'606	256'622	0.8%
Septembre	403'766		
Octobre	419'812		
Novembre	436'521		
Décembre	350'295		
Year to Date	2'559'193	2'392'377	-6.5%

Graphique: Développement de l'impact publicitaire mensuel par rapport à l'année précédente



3. Développement de l'impact publicitaire dans les marchés clés

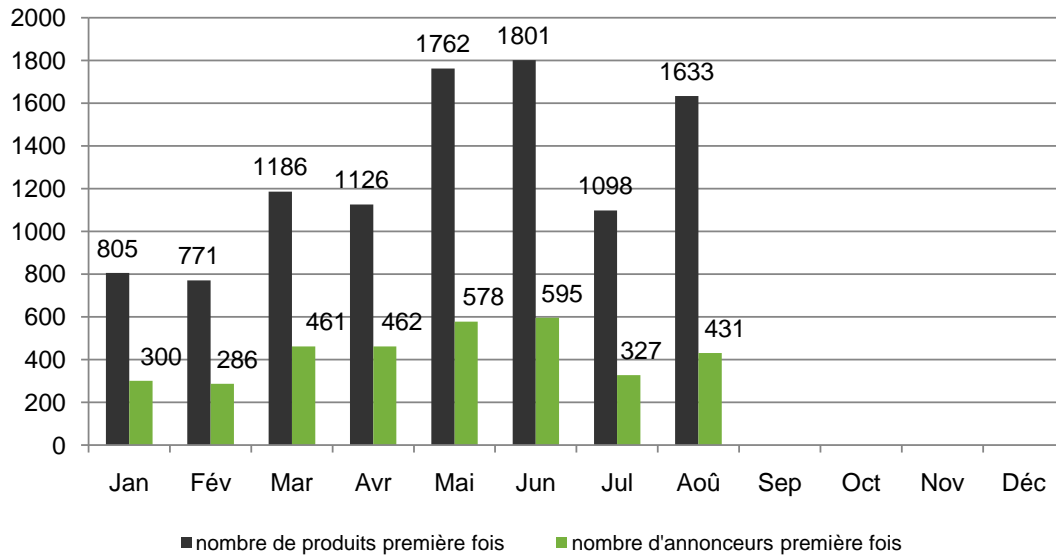
Position	Marché publicitaire	Août 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	Tous les marchés	256'622	0.8	2'392'377	-6.5
1	Vêtements/Loisir/ Sport	8'344	2.4	65'495	-18.6
2	Prestations de service	12'357	-16.3	101'963	-19.8
3	Énergie	1'430	20.9	18'113	20.5
4	Véhicules	21'719	45.9	235'818	-7.4
5	Finance	19'383	-13.2	163'736	-22.4
6	Campagnes d'utilité publique	7'157	20.4	54'463	-3.6
7	Boissons	11'936	-0.4	90'558	-10.9
8	Articles et appareils de ménage	9'562	12.5	84'297	1.7
9	IT	3'144	31.4	25'202	-10.5
10	Cosmétique / Soin du corps	19'274	6.7	175'950	3.1
11	Meubles/ Maison / Jardin	8'157	-6.0	98'441	-7.4
12	Alimentaires	22'910	7.8	229'191	1.4
13	Pharmaceutique / Santé	6'642	35.2	75'185	11.3
14	Campagnes politiques	4'625	21.5	36'955	12.6
15	Tabac	209	-58.9	6'029	-32.0
16	Télécommunication	9'484	-9.1	117'838	-16.0
17	Tourisme / Circulation	14'858	3.5	145'779	0.2
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	10'365	-7.3	94'460	-17.9
19	Montres / Bijouterie	1'529	-43.0	31'002	-19.1
20	Autres marchés de produits	36'669	-2.8	311'848	16.2
21	Publicité de gamme de produits*	17'134	-28.0	159'466	-13.1
22	Publicité image*	9'735	37.4	70'590	-28.4

K CHF = Milliers de CHF

AP = Année précédente

* Branches et produits concernant plusieurs marchés

4. Nouveaux supports publicitaires et produits dans l'actuelle année



5. TOP 10 du mois actuel

Top 10 des supports publicitaires

Position	support publicitaires*
1	MIGROS
2	COOP
3	PROCTER & GAMBLE
4	L'ORÉAL
5	MANOR
6	SWISSCOM
7	UNILEVER
8	RECKITT BENCKISER
9	MEDIA MARKT
10	ALDI SUISSE

* Publicité produit, gamme de produits, image

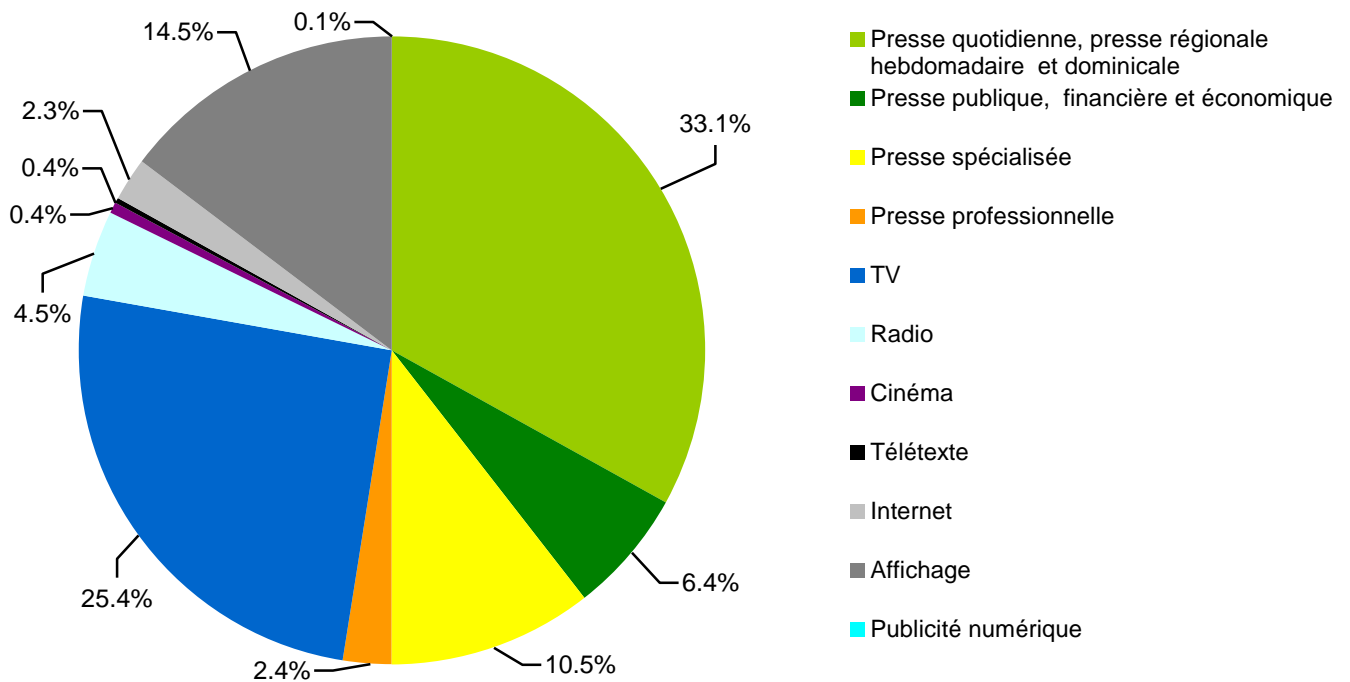
Top 10 des produits

Position	produits*
1	RIVELLA GELB
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	MANOR KINDERKLEIDUNG
4	SWISSCOM MOBILE NATEL BEFREE
5	PEUGEOT 3008 SUV
6	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
7	AXA WINTERTHUR MOTOR-FAHRZEUGVERSICHERUNG
8	VOLVO V50 DRIVE DIESEL KOMBI
9	SUNRISE FREE INTERNET
10	BLUEWIN TV

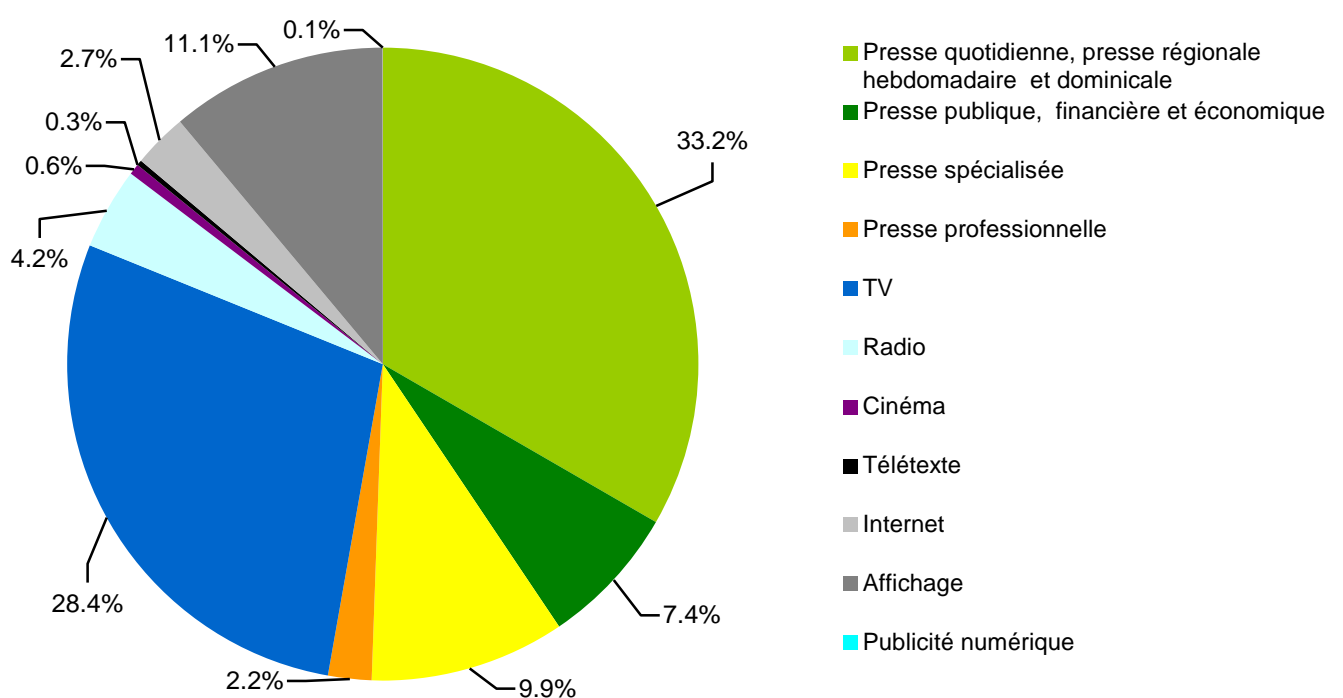
* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

6. Distribution de l'impact publicitaire dans les groupes de médias

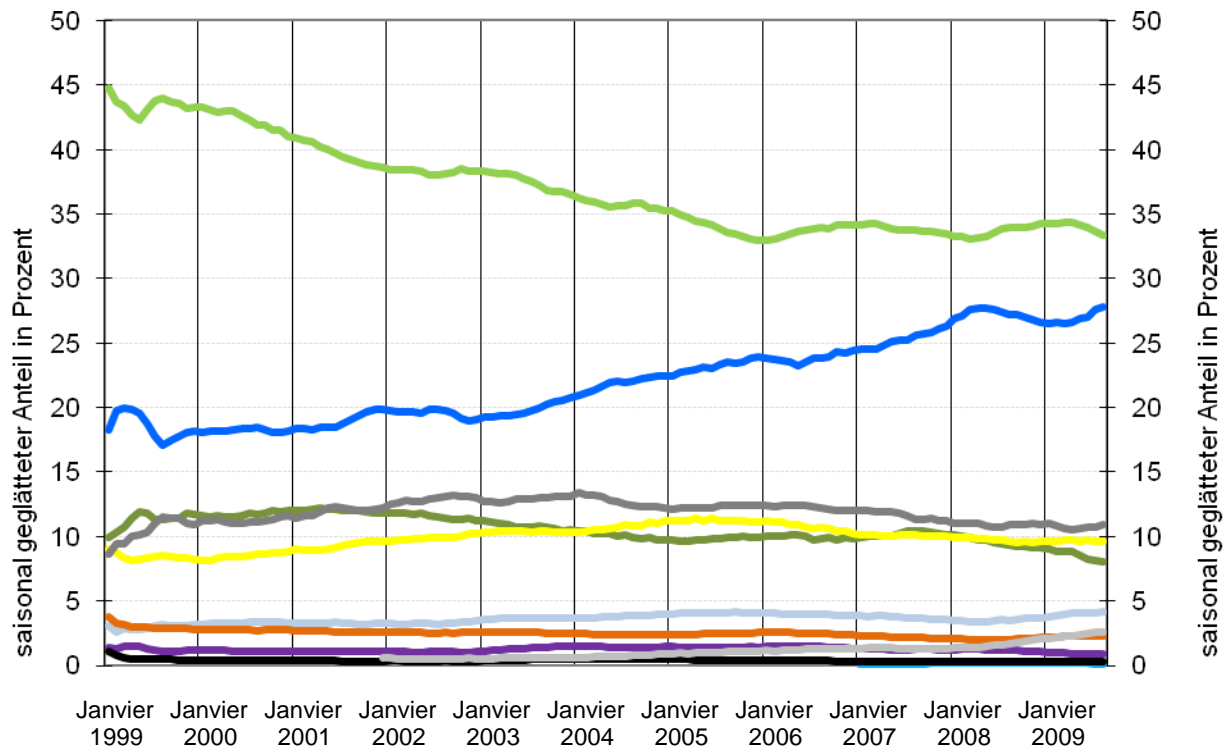
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour août 2009



Graphique: Distribution de l'impact publicitaire Year to Date pour août 2009



Graphique: distribution saisonnière lissée de l'impact publicitaire dans les groupes de médias



- Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale
- Presse publique, financière et économique
- Presse spécialisée
- Presse professionnelle
- TV
- Radio
- Cinéma
- Télétexte
- Internet
- Affichage
- Publicité numérique

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
Website: www.mediafocus.ch