

Media Focus

Tendances du Marché Publicitaire

Rapport 2009/04

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

Contenu

1. Mois publicitaire Avril 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 acqne.....	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 Avril 2009 – Highlights

L'impact publicitaire est en chute libre! Toutes les branches, exception faite pour « Énergie » et « IT » ont subi une diminution par rapport à la même période de l'année passée, ce qui donne pour le mois d'avril un déficit du 18.6% et cumulé du -10.3% (-133 Millions de CHF).

Les Médias de presse ont perdu en total le 12% par rapport à l'année passée (Jan-Avril 2008). Particulièrement frappés ont été les groupes médias « *Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale* » (-13%) et « *Presse publique, financière et économique* » (-18%), mais les groupes médias *TV* (-6.6%) et *Affichages* (-20.5%) montrent également une tendance négative. Les groupes « *Presse professionnelle* » (+7%) et « *Internet* » (+26.1%) restent en positif. Cependant ses groupes médias ne détiennent qu'une partie minime du media-mix et n'ont qu'une influence marginale sur la tendance du marché global.

Alors que les changements dans le marché clé « *Uhren/Schmuck* » (Montres/Bijoux) (-48.9%) sont à faire remonter au changement de période de Baselworld (mars au lieu d'avril comme dans l'année précédente), les marchés clé « *Finance* » (-29.9%) et « *Véhicules* » (-21.4%) ont très probablement adapté l'impact publicitaire à la situation économique actuelle. Digne d'attention est néanmoins le fait que dans le Top10 des produits pour lesquels on a fait le plus de publicité, on trouve cinq modèles de voitures utilitaires.

Aucune autre branche montre une croissance par rapport à l'année précédente telle que « *Campagnes politiques* » (cumulée +72.8%). On peut également noter un résultat positif dans les branches qui font de la publicité pour des produits de bien-être, comme p.ex. « *Cosmétique/soin du corps* » (+6.5%) ou bien « *Pharmaceutique/Santé* » (+15.7%). Les entreprises du « *commerce de détail* », de la « *communication* » ou bien « *FMCG-producteurs de biens de consommation* » restent toujours les plus grands annonceurs.

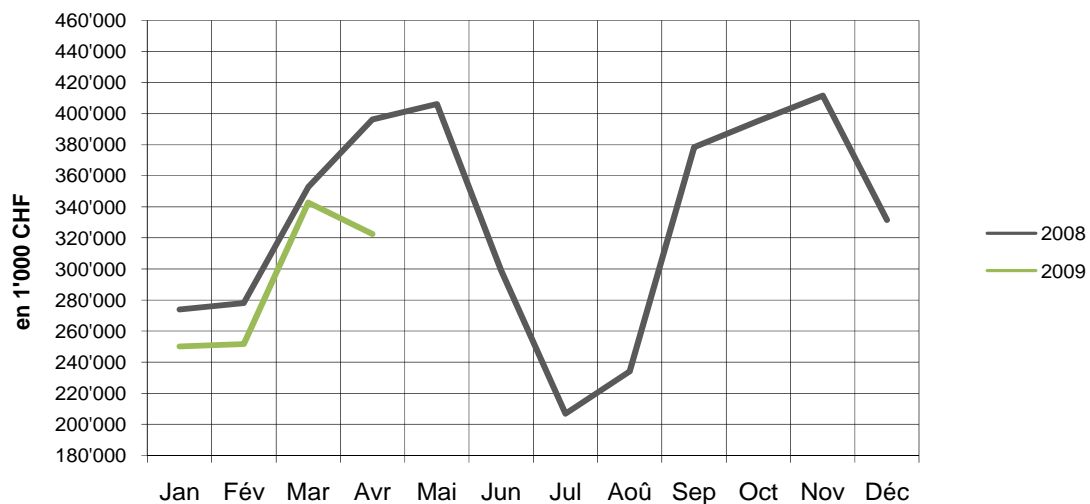
2. Développement de l'impact publicitaire dans l'ensemble du marché

Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour avril 2009

Mois	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	273'883	250'096	-8.7%
Février	277'961	251'614	-9.5%
Mars	352'558	342'749	-2.8%
Avril	396'141	322'491	-18.6%
Mai	405'999	0	
Juin	298'870	0	
Julliet	206'665	0	
Août	233'886	0	
Septembre	378'371	0	
Octobre	395'125	0	
Novembre	411'518	0	
Décembre	331'385	0	
Year to Date	1'300'542	1'166'950	-10.3%

Pour pouvoir maintenir une comparabilité, la branche Veranstaltungen (manifestations) a été exclue. L'exclusion sera effectué jusqu'au mois de données Mai 2009, à partir duquel les valeurs de l'année précédente seront à disposition pour les analyses.

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



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

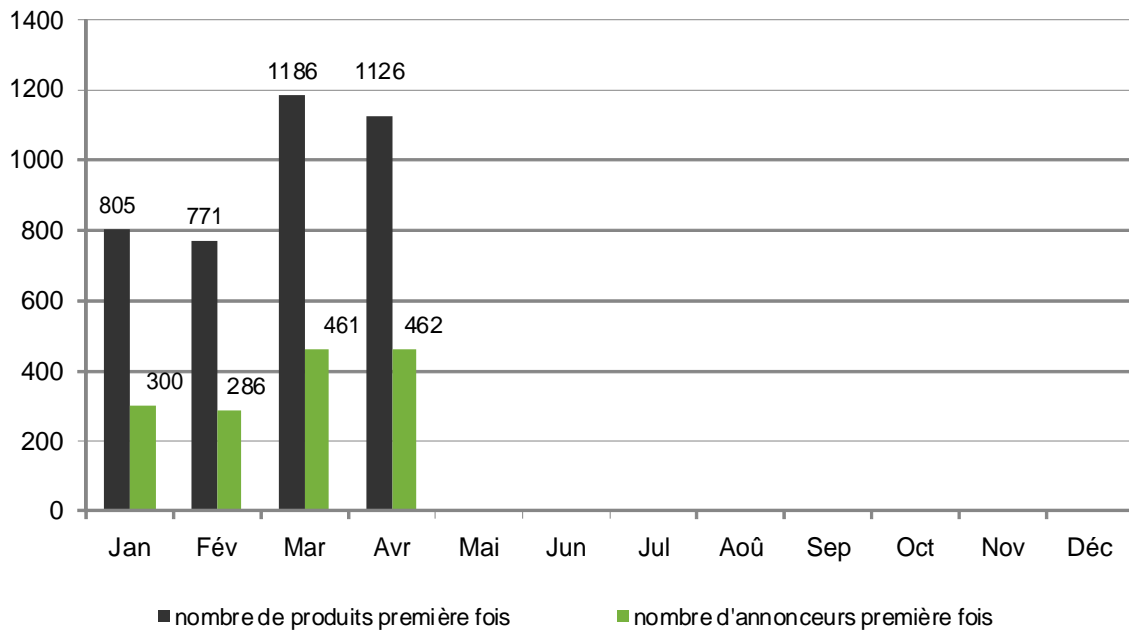
Position	Marché publicitaire	Avril 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	Tous les marchés	322'491	-18.6	1'166'950	-10.3
1	Vêtements/Loisir/ Sport	11'792	-41.6	37'008	-21.3
2	Prestations de service	11'940	-28.0	55'853	-19.6
3	Énergie	2'986	13.3	8'813	12.6
4	Véhicules	38'362	-21.4	139'710	-8.0
5	Finance	20'926	-29.9	84'697	-25.4
6	Campagnes d'utilité publique	7'342	-9.2	26'956	-14.4
7	Boissons	11'436	-5.8	36'096	-14.9
8	Articles et appareils de ménage	14'386	-5.9	43'204	5.1
9	IT	3'845	9.2	13'298	-16.9
10	Cosmétique / Soins du corps	23'883	-17.4	88'822	6.5
11	Meubles/ Maison / Jardin	16'968	-15.4	55'546	-11.1
12	Alimentaires	34'897	-1.3	109'504	-10.7
13	Pharmaceutique / Santé	10'197	-2.1	41'022	15.7
14	Campagnes politiques	3'152	-39.5	24'398	72.8
15	Tabac	945	-49.9	3'337	-8.8
16	Télécommunication	14'938	-23.3	63'887	-15.1
17	Tourisme / Circulation	19'107	-17.1	73'668	-8.1
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	13'119	-4.1	46'942	-15.2
19	Montres / Bijouterie	5'724	-48.9	16'390	-21.4
20	Autres marchés de produits	23'356	-1.5	78'969	-3.3
21	Publicité de gamme de produits*	21'418	-19.5	83'118	-9.7
22	Publicité image*	11'772	-39.5	35'713	-32.4

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 acq

Top 10 des supports publicitaires

Position	support publicitaires*
1	MIGROS
2	COOP
3	NESTLE
4	L'OREAL
5	PROCTER & GAMBLE
6	UNILEVER
7	SWISSCOM
8	RECKITT-BENCKISER
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	MC DONALD'S

* Publicité produit, gamme de produits, image

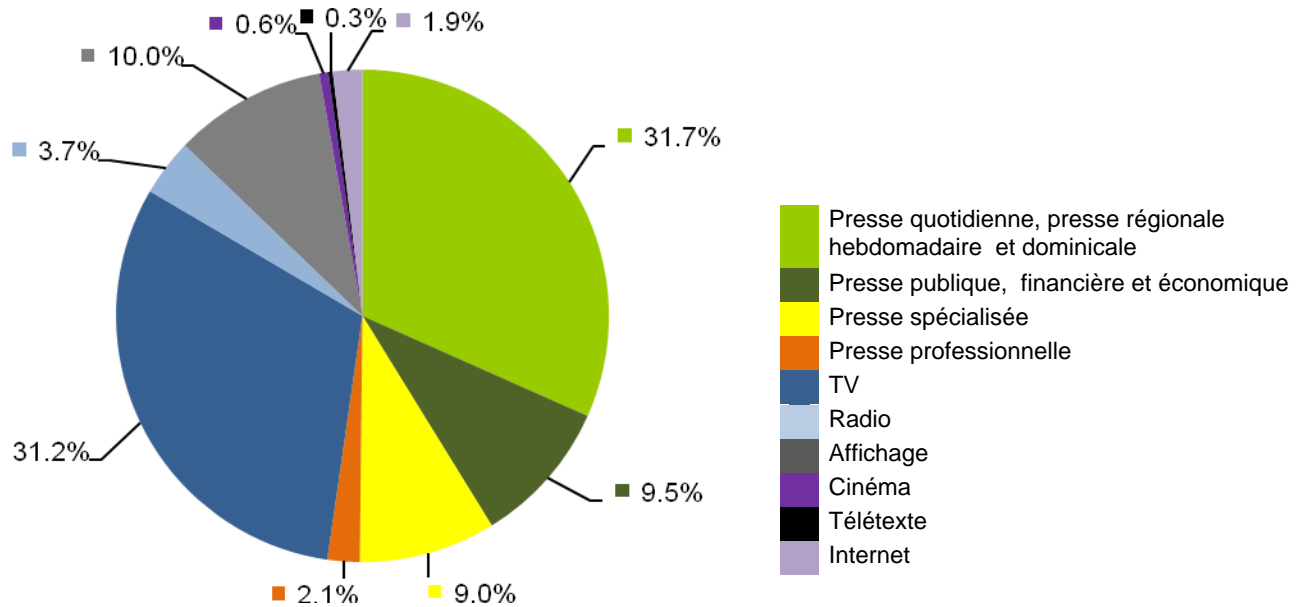
Top 10 des produits

Position	produits*
1	BLUEWIN TV
2	NESPRESSO CITIZ KAFFEEVOLLAUTOMAT
3	PEUGEOT 308 CC
4	HONDA INSIGHT HYBRID PKW
5	RENAULT MEGANE PKW
6	SUNRISE ADSL 5000
7	SIMIQ MOBILE MOBILE CONTENT
8	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
9	NISSAN QASHQAI SUV
10	FORD KA PKW

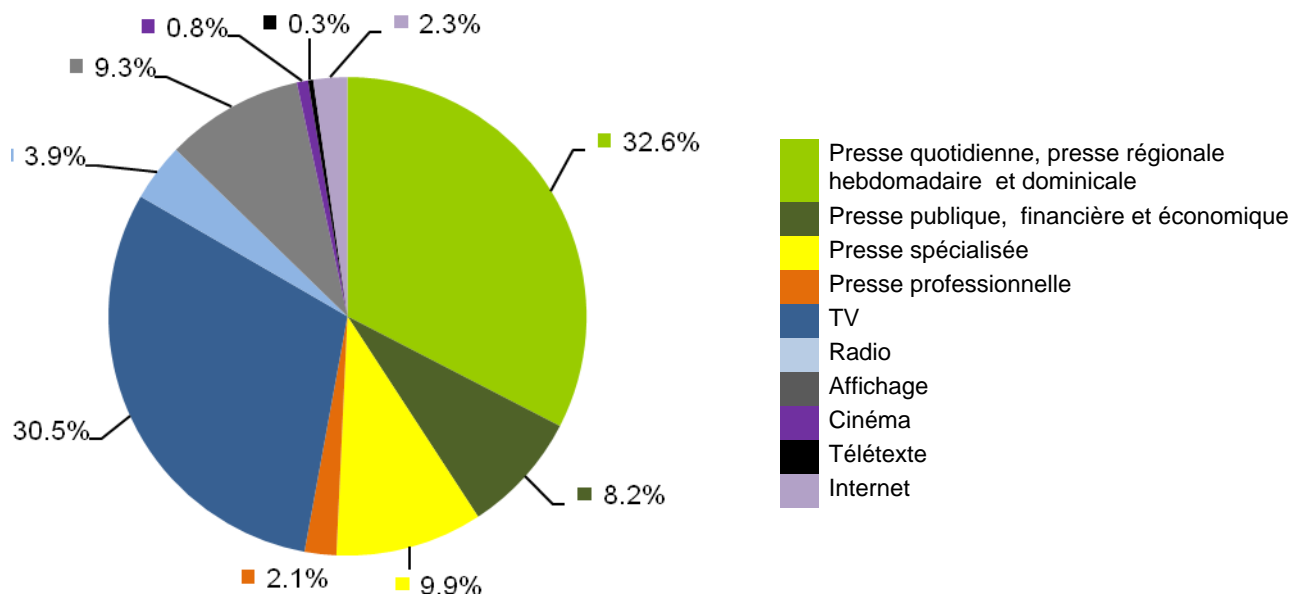
* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

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

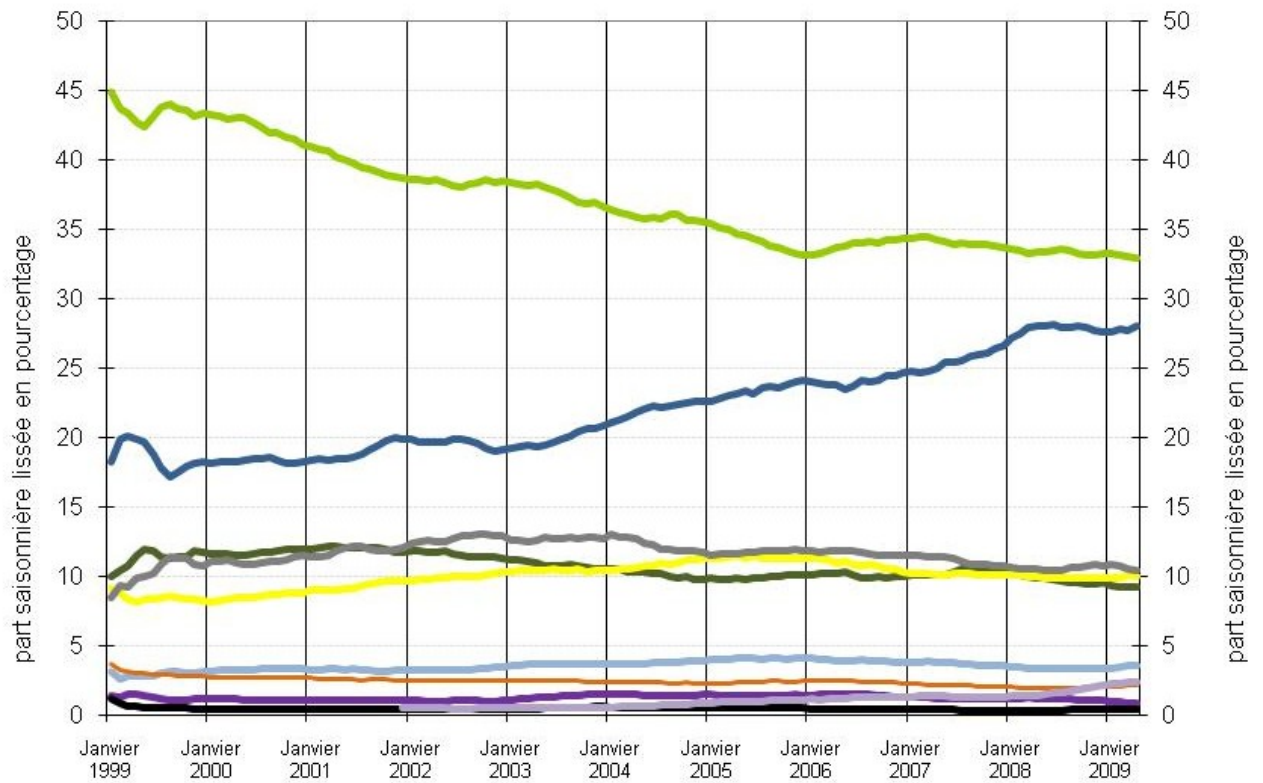
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour avril 2009



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



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



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

Sur Media Focus

Media Focus mesure et saisit depuis 1990 l'impact publicitaire en Suisse dans les médias publicitaires classiques tels que presse (Presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale; presse publique, financière et économique; presse spécialisée; presse professionnelle) tv, radio, affichage, 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 (faisant exception des publicités des médias publicitaires) est évaluée selon les tarifs officiels des respectifs supports publicitaires. L'évaluation "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 ACNielsen SA / 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