

Media Focus

Tendances du

Marché Publicitaire

Rapport 2009/05

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

Contenu

1. Mois publicitaire mai 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

1. Mois publicitaire mai 2009 – Highlights

L'impact publicitaire est resté, également dans le mois de mai, nettement sous les valeurs de l'année passée. Le fait que tous les groupes médias présentent une tendance négative n'a jamais été vu dans la statistique publicitaire. Aucun mois dans les données de Media Focus n'a jamais montré un tel résultat négatif. Cumulé, le mois de mai perd le 17.6% par rapport à la même période de l'année passée, malheureusement ça aussi affiche un record négatif dans les données de Media Focus. En outre les médias imprimés et le cinéma perdent nettement plus du 20% par rapport à l'année passée.

Du point de vue des marchés clés de Media Focus il y a des branches qui se sont comportées de manière anticyclique et ont ainsi montré une tendance positive:

La Branche „**Nahrungsmittel**“ („**Alimentaires**“) a redoublé l'impact publicitaire du 1.6% (+600'000 CHF) par rapport à l'année précédente. La croissance se distribue sur différents groupes de produits. Avec un pourcentage du 104.6%, cela correspond à une augmentation de 1.2 M, le groupe de produits *Sauces, soupes, condiments* se montre le plus grand moteur de croissance. Le produit le plus vu en publicité provient de la maison Nestlé: Les desserts de La Laitière.

Les marchés clés suivants ont également conclu le mois de mai avec un surplus : „**Gemeinnützige Kampagnen**“ („**Campagnes d'utilité publique**“) (+5.1%), et „**Möbel, Haus, Garten**“ („**Meubles, Maison, Jardin**“) (+1.3%).

Dans les données de mai le groupe média „publicité numérique“ a été intégré comme nouveauté dans l'univers de la statistique publicitaire. On peut analyser les tendances et les développements de cette forme publicitaire innovatrice, connue aussi comme „AdScreen“, avec effet rétroactif jusqu'à et avec l'année 2007.

Le nouveau média a assemblé dans les années 2007 et 2008 un impact publicitaire de 9.3 resp. 7.3 M de CHF.

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

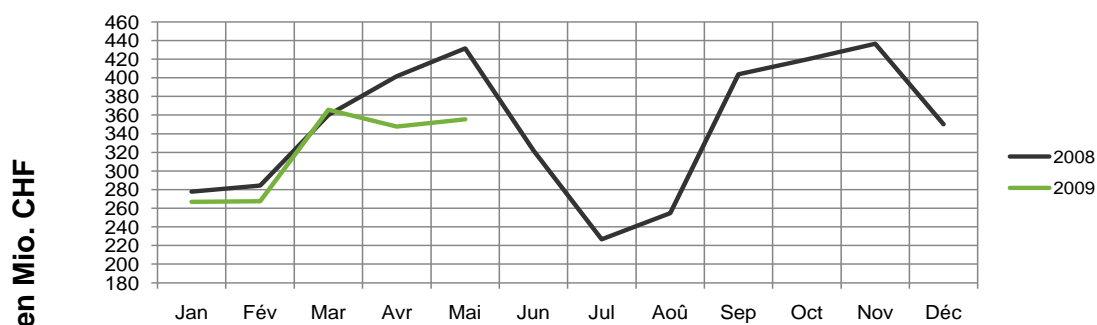
Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour mai 2009

Monat	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	277'848*	266'856	-4.0%
Février	284'220*	267'461	-5.9%
Mars	360'141*	365'903	1.6%
Avril	401'756*	347'553	-13.5%
Mai	431'550	355'625	-17.6%
Juin	322'072	0	
Julliet	226'645	0	
Août	254'625	0	
Septembre	403'656	0	
Octobre	491'814	0	
Novemrer	436'446	0	
Décembre	350'050	0	
Year to Date	1'755'515	1'603'398	-8.7%

La branche „Veranstaltungen“ („Manifestations“) est incluse dans les analyses des tendances à partir du mois de mai 2008.

* Janvier 2008 – Avril 2008 : Impact publicitaire sans la branche „Veranstaltungen“ („Manifestations“)

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



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

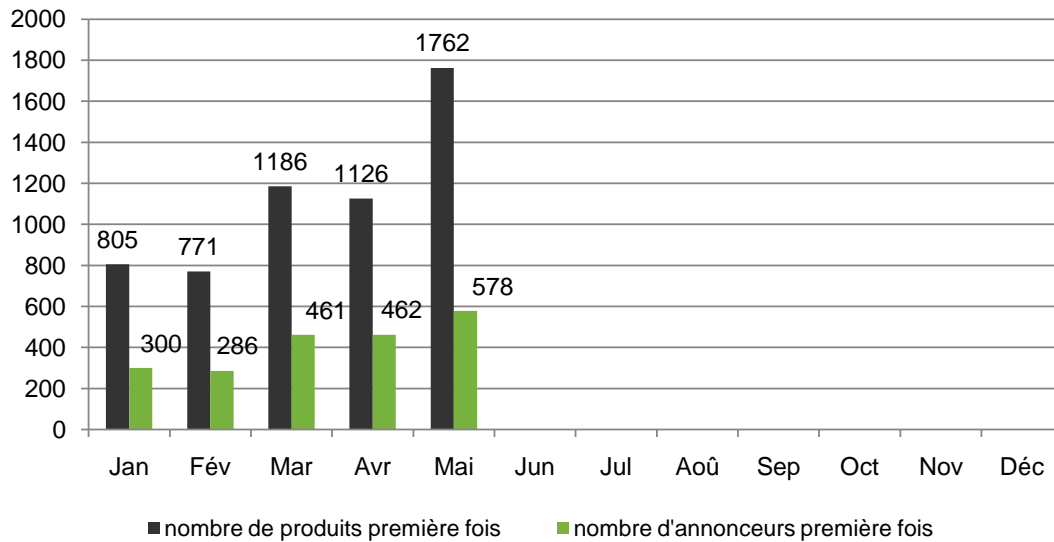
Position	Marché publicitaire	Mai 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	Tous les marchés	355'625	-17.6	1'603'398	-8.7
1	Vêtements/Loisir/ Sport	11'252	-5.5	48'482	-17.7
2	Prestations de service	12'700	-28.5	69'002	-21.0
3	Énergie	3'665	37.7	12'517	18.9
4	Véhicules	32'002	-18.1	171'991	-10.0
5	Finance	24'074	-30.0	108'873	-26.4
6	Campagnes d'utilité publique	8'211	5.1	35'303	-10.7
7	Boissons	13'988	-26.7	52'541	-19.1
8	Articles et appareils de ménage	12'205	-18.4	55'450	-1.1
9	IT	4'177	-1.5	17'428	-14.0
10	Cosmétique / Soin du corps	27'300	-9.4	116'340	2.5
11	Meubles/ Maison / Jardin	16'263	1.3	72'252	-8.0
12	Alimentaires	39'488	1.6	146'804	-7.1
13	Pharmaceutique / Santé	11'919	-15.9	53'237	7.2
14	Campagnes politiques	2'904	-71.7	27'371	12.1
15	Tabac	855	-48.5	4'247	-20.8
16	Télécommunication	18'727	-15.2	82'675	-15.1
17	Tourisme / Circulation	20'250	-4.3	94'488	-6.9
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	14'275	-35.7	61'607	-20.7
19	Montres / Bijouterie	5'335	-18.5	21'883	-20.1
20	Autres marchés de produits	46'105	-12.6	201'313	28.8
21	Publicité de gamme de produits*	18'043	-26.6	101'334	-13.1
22	Publicité image*	11'885	-37.7	48'261	-33.2

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	NESTLÉ
4	L'ORÉAL
5	PROCTER & GAMBLE
6	SWISSCOM
7	UNILEVER
8	MEDIA MARKT
9	RECKITT BENCKISER
10	SUNRISE COMMUNICATIONS

* Publicité produit, gamme de produits, image

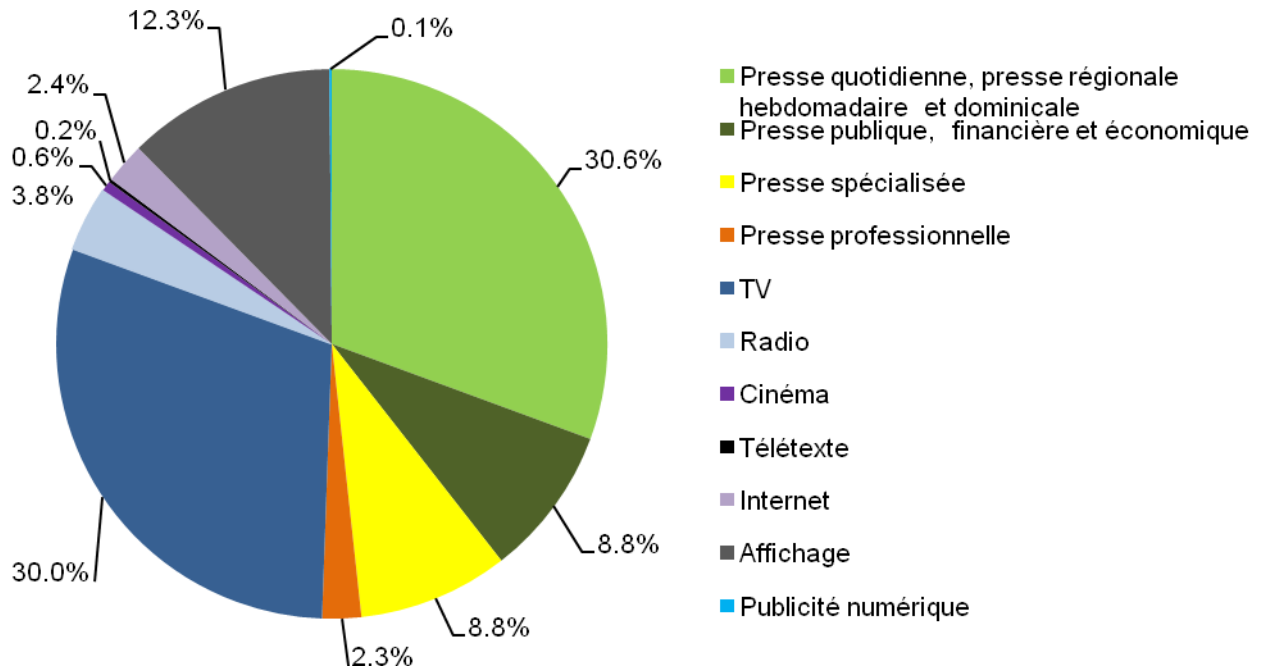
Top 10 des produits

Position	produits*
1	MÖVENPICK CLASSIC EIS
2	CS HYPOTHEKEN
3	BMW Z4 ROADSTER CABRIO
4	FIAT 500 PKW
5	FIELMANN BRILLEN
6	ORANGE MOBILE PRIMA
7	PEUGEOT 3008 SUV
8	TOYOTA URBAN CRUISER SUV
9	RENAULT GRAND SCENIC PKW
10	SUVA CARE

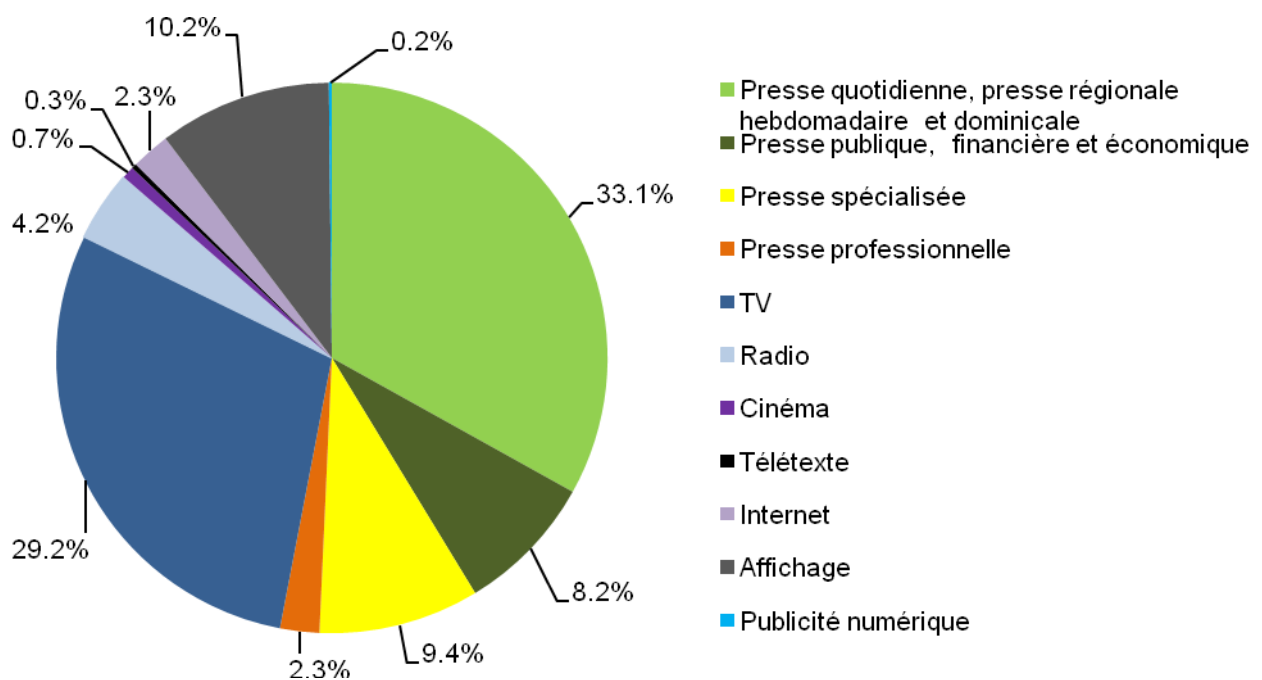
* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

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

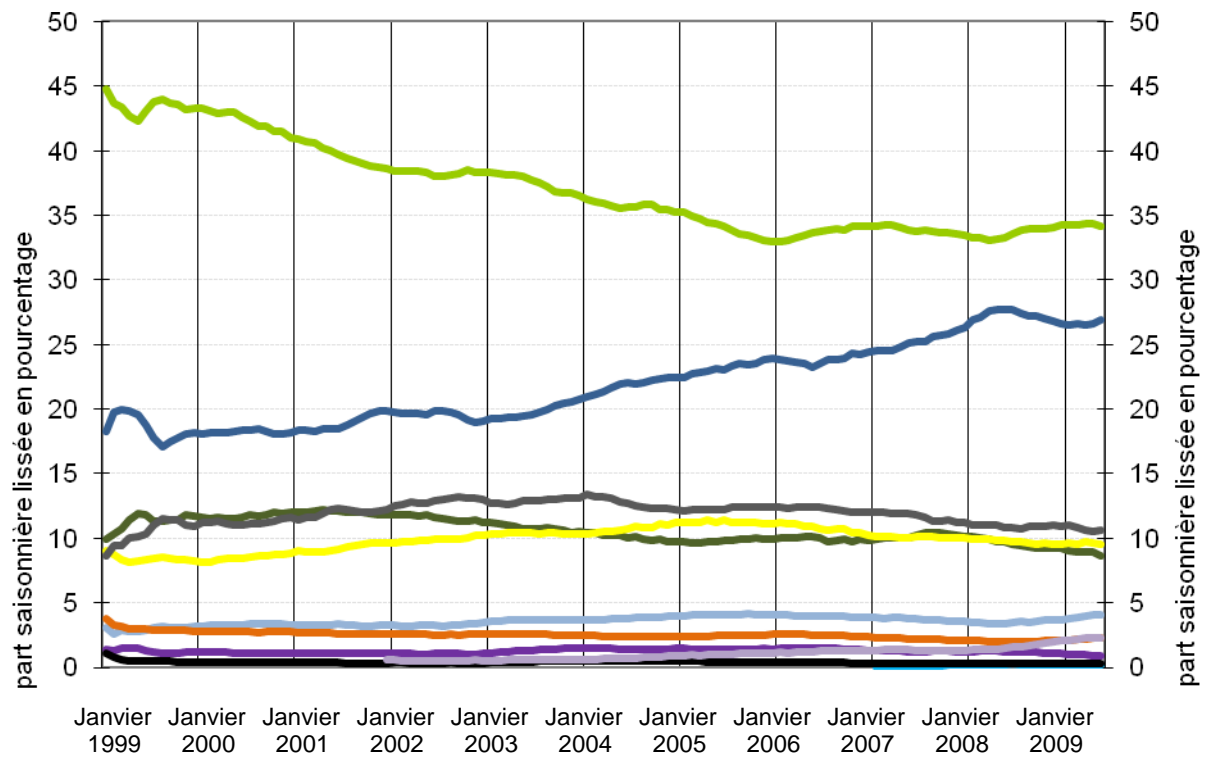
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour mai 2009



Graphique: Distribution de l'impact publicitaire Year to Date pour mai 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 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, 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 (faisant exception des publicités des médias publicitaires) 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 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