

# Media Focus

## Tendances du

## Marché Publicitaire

# Rapport 2009/11

---

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

---

### Contenu

1. Mois publicitaire novembre 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](http://www.mediafocus.ch)

---

## 1. Mois publicitaire novembre 2009 – Highlights

Le mois publicitaire de novembre a clôturé avec le 2.1% en moins par rapport à la valeur de l'année passée. Le déficit cumulé pendant cette année se stabilise ainsi lentement vers le -5%. Le groupe média TV a rejoint un résultat étonnant avec une augmentation, par rapport à l'année passée, du 18.5%. Ce développement a amené, déjà le mois passé, à une relève de garde historique au niveau publicitaire: le groupe média TV a généré un impact publicitaire brut majeur à celui de la presse quotidienne, presse régionale hebdomadaire et dominicale.

Dans cette période froide de l'année, la branche „**Energie**“ subit, dans le mois de novembre, une augmentation du 31.1% par rapport à l'année passée. Les segments de produits *Energie Image* (+953 milliers de CHF, + 59%), *Energiewirtschaft Kampagnen* (campagnes économie du secteur énergétique +32 milliers de CHF, + 945%) et *Gas* (gaz +93 milliers de CHF, + 136%) sont en chef de ce développement. L'impact publicitaire des segments de produits *Oel* et *Strom* (Huile et Courant) n'ont pas réussi à suivre ce développement et ont perdu, par rapport au même mois de l'année passée, le 55.2% (-134 milliers de CHF) respectivement le 7.7% (-16 milliers de CHF).

Avant tout le régal de Noël, la branche „**Nahrungsmittel**“ (produits alimentaires) a généré une offensive de l'impact publicitaire. Cela se reflète dans une augmentation du 32.5% (+12 Mio. CHF) par rapport au mois de novembre de l'année passée. Trois segments de produits ont totalisé plus d'un million d'impact publicitaire en plus par rapport au 2008 : *Tafelschokolade* (tablettes de chocolat) (+1.6 Mio. CHF, +117%), *Cornflakes*, *Haferflocken*, *Cerealien* (cornflakes, flocons d'avoine, céréales) (+1.5 Mio. CHF, +504%) et *Margarine* (+1.3 Mio. CHF, +1684%).

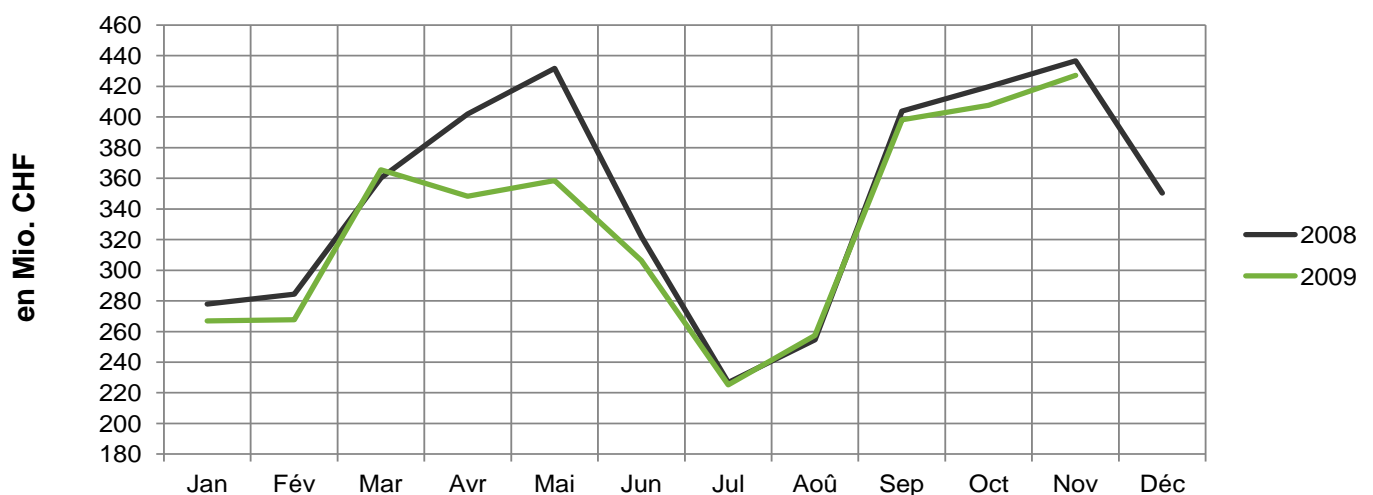
Dans la période avant Noël, l'impact publicitaire du marché clé „**Gemeinnützige Kampagnen**“ (campagnes d'utilité publique) augmente traditionnellement. Cette année en particulier, rejoignant une augmentation du 17.1%. Cette croissance n'a pourtant pas été rejointe par les organisations classiques comme Caritas, World Vision ou Terre des hommes mais grâce aux thèmes suivants : la grippe porcine et sa prévention, la campagne contre l'excès de vitesse et la campagne anti-tabac Bravo.

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

Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour novembre 2009

Monat	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	277'847	266'836	-4.0%
Février	284'285	267'662	-5.8%
Mars	360'220	365'502	1.5%
Avril	401'838	348'265	-13.3%
Mai	431'666	358'425	-17.0%
Juin	322'036	306'300	-4.9%
Juillet	226'633	225'147	-0.7%
Août	254'606	257'519	1.1%
Septembre	403'766	398'192	-1.4%
Octobre	419'812	407'615	-2.9%
Novembre	436'521	427'214	-2.1%
Décembre	350'295		
Year to Date	3'819'231	3'628'677	-5.0%

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



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

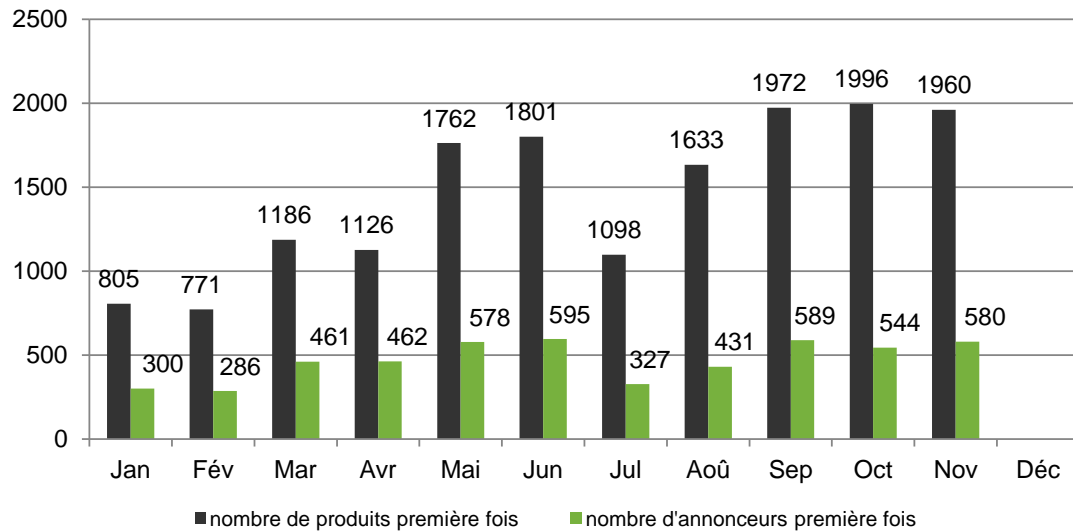
Position	Marché publicitaire	Novembre 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	<b>Tous les marchés</b>	<b>427'214</b>	<b>-2.1</b>	<b>3'628'677</b>	<b>-5.0</b>
1	Vêtements/Loisir/ Sport	11'413	-20.9	110'661	-14.3
2	Prestations de service	16'496	3.4	153'992	-15.1
3	Énergie	3'306	31.1	27'884	16.7
4	Véhicules	25'498	-21.6	347'838	-7.4
5	Finance	36'731	-7.9	277'975	-18.8
6	Campagnes d'utilité publique	11'723	17.1	93'166	-2.9
7	Boissons	17'984	16.4	131'256	-7.1
8	Articles et appareils de ménage	17'965	-1.7	141'154	10.2
9	IT	4'062	-5.2	37'175	-10.0
10	Cosmétique / Soin du corps	35'522	16.9	278'661	8.1
11	Meubles/ Maison / Jardin	14'613	-16.4	147'799	-7.7
12	Alimentaires	48'772	32.5	357'177	5.7
13	Pharmaceutique / Santé	10'958	-6.3	105'931	5.9
14	Campagnes politiques	6'808	-49.1	51'521	3.1
15	Tabac	1'152	-54.3	7'792	-45.6
16	Télécommunication	24'390	-2.5	175'898	-13.1
17	Tourisme / Circulation	19'458	-7.9	203'654	-1.7
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	16'933	-7.0	136'045	-12.6
19	Montres / Bijouterie	11'633	-22.7	53'288	-18.5
20	Autres marchés de produits	53'521	-6.3	459'472	8.3
21	Publicité de gamme de produits*	20'442	-9.0	216'351	-12.9
22	Publicité image*	17'833	49.8	113'989	-16.7

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	L'ORÉAL
3	COOP
4	PROCTER & GAMBLE
5	NESTLÉ
6	UNILEVER SCHWEIZ
7	SUNRISE COMMUNICATIONS
8	DENNER AG
9	ORANGE COMMUNICATIONS SA
10	SWISSCOM

\* Publicité produit, gamme de produits, image

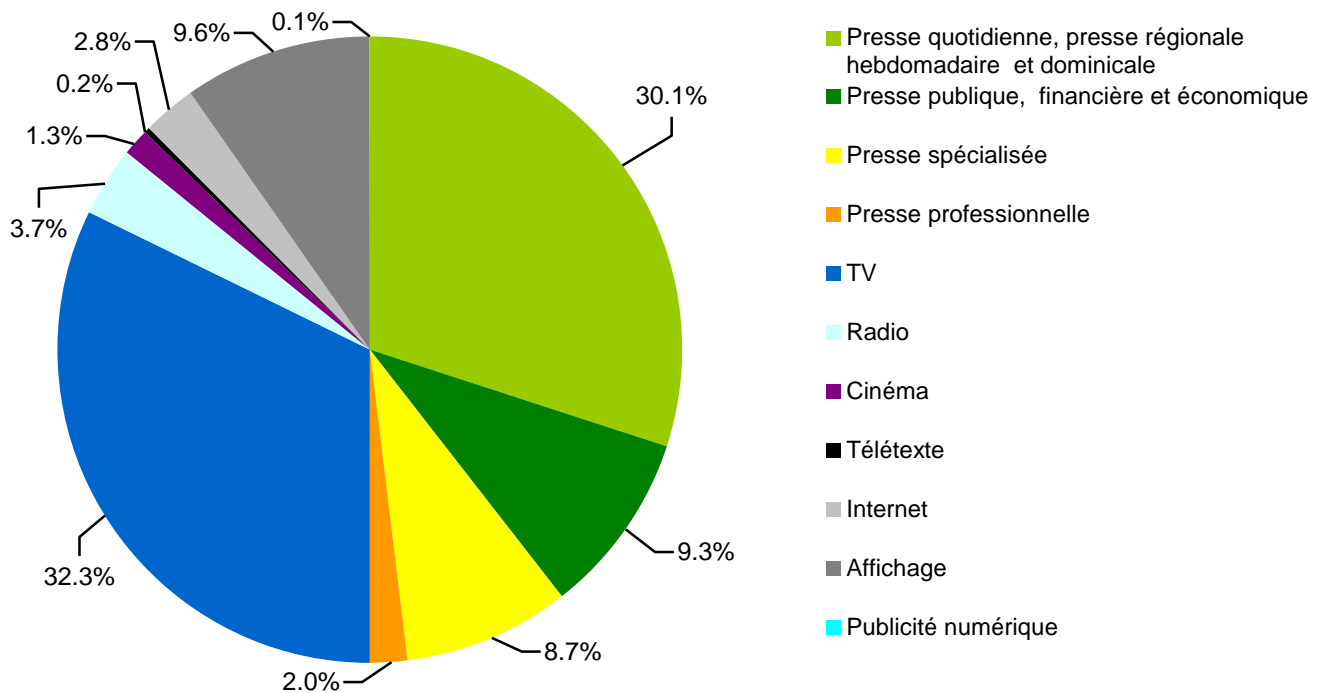
##### Top 10 des produits

Position	produits*
1	ORANGE OPTIMA
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	SUNRISE GO DAYFLAT
4	HAYMON BUCHANGEBOT
5	NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE
6	VOLVO V50 KOMBI
7	CAILLER SUBLIM TAFELSCHOKOLADE
8	AXA WINTERTHUR VORSORGE SAEULE 3A
9	UNIVERSAL MUSIC CD'S BESPIELT
10	MILLIONEN LOS

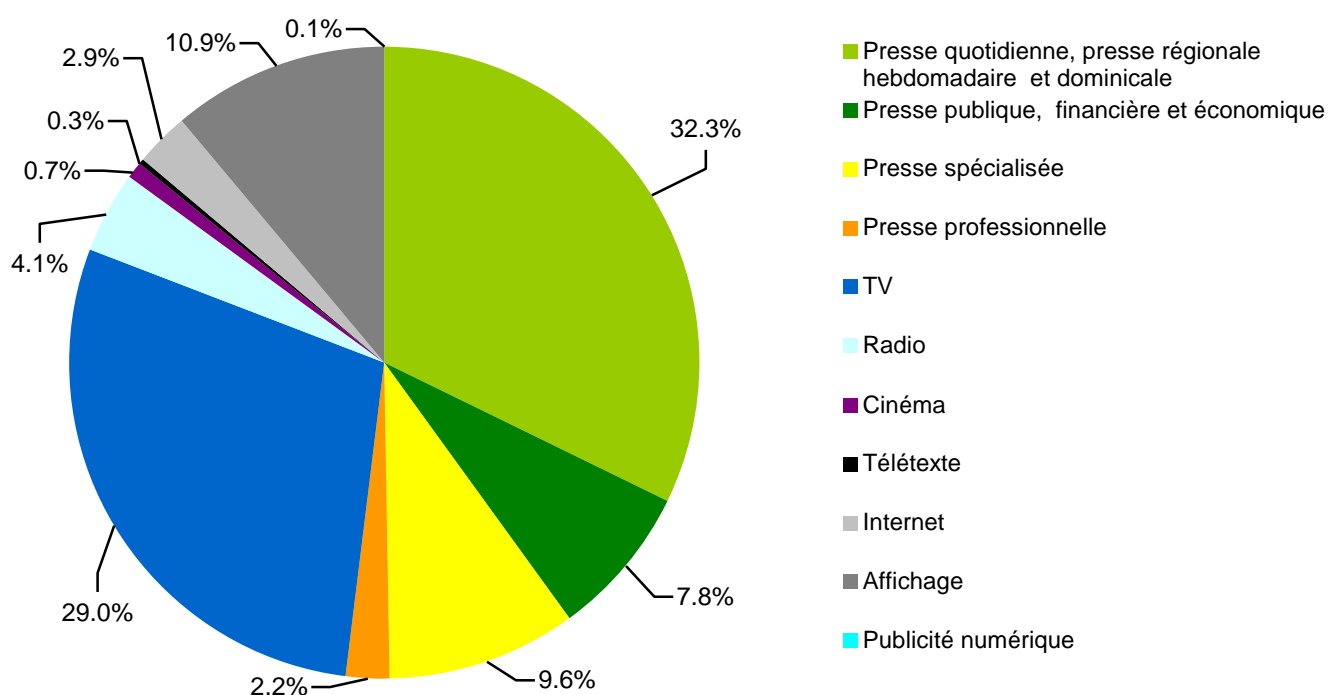
\* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

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

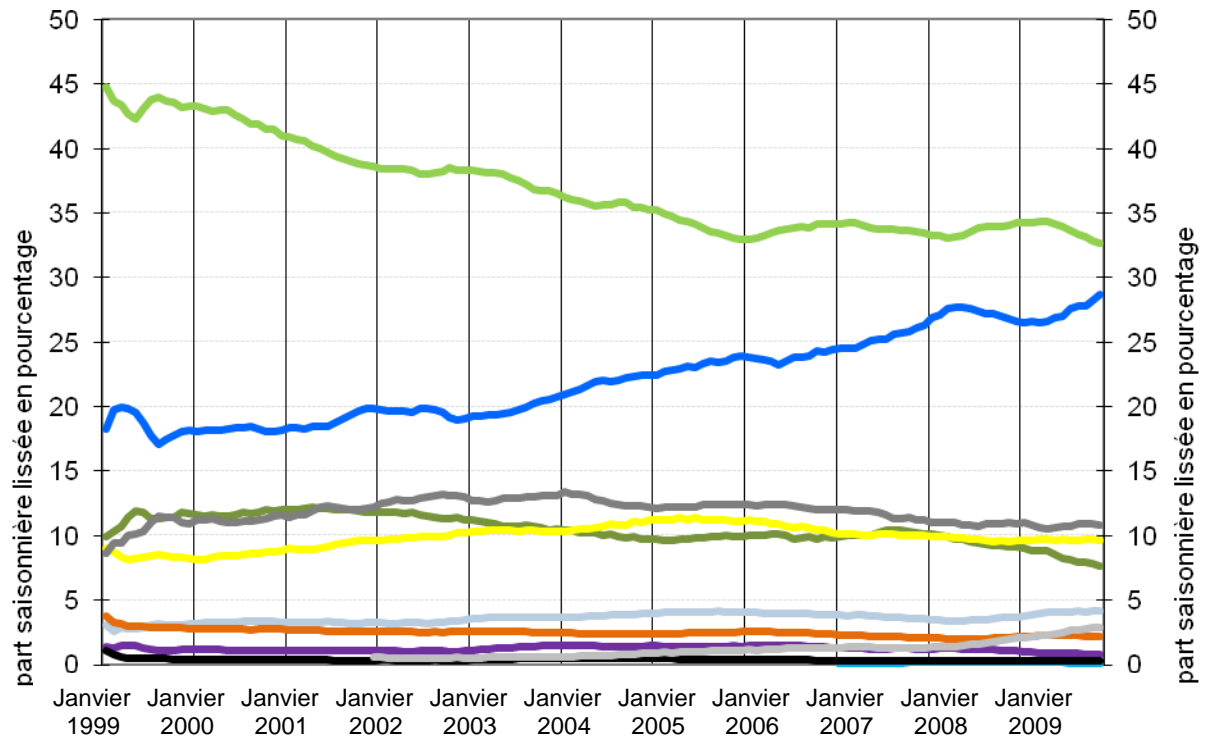
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour novembre 2009



Graphique: Distribution de l'impact publicitaire Year to Date pour novembre 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](mailto:info@mediafocus.ch)  
Website: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)