

Media Focus

Tendances du

Marché Publicitaire

Rapport 2009/10

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

Contenu

1. Mois publicitaire octobre 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 octobre 2009 – Highlights

Bien que octobre soit, jusqu'à présent, le mois le plus fort de l'année 2009 au niveau de la publicité, l'impact publicitaire reste, comme d'ailleurs le mois dernier, sous les valeurs de l'année passée. Le déficit est du 3.5%. Par conséquent le déficit cumulé pendant l'actuelle année (janvier jusqu'à octobre) diminue jusqu'au 5.5%. Les médias électroniques montrent, cinéma exclus, une augmentation.

Le marché clé „**Kosmetik/Körperpflege**“ („cosmétique/soin du corps“) a montré la majeure augmentation au niveau de l'impact publicitaire (+16.7 Mio. CHF) et se trouve, avec le 6.9%, entre les peu de marchés à avoir cumulé une augmentation par rapport à l'année passée.

Le marché clé „**Haushaltsartikel/-geräte**“ („articles et électroménagers“) a augmenté de 67.2% par rapport au même mois de l'année passée, ce qui porte à une augmentation totale de 12.1% (+14.9 Mio. CHF) guidée par le groupe de produit *Waschmittel* (*Lessives*) (+157.5%; +4.7 Mio. CHF après un septembre avec les valeurs +114.6% et +3.3 Mio. CHF). Le domaine publicitaire est très compétitif et occupe le mois d'octobre avec 44 produits.

La votation sur l'assurance invalidité au mois de septembre se reflète encore dans le mois d'octobre et l'impact publicitaire cumulé (janvier jusqu'à octobre) pour „**Politische Kampagnen**“ („campagnes politiques“) reste de presque 10 Mio. CHF majeure par rapport à l'année passée (et n'enregistre au mois d'octobre qu'une légère diminution au niveau publicitaire (-2.9%)).

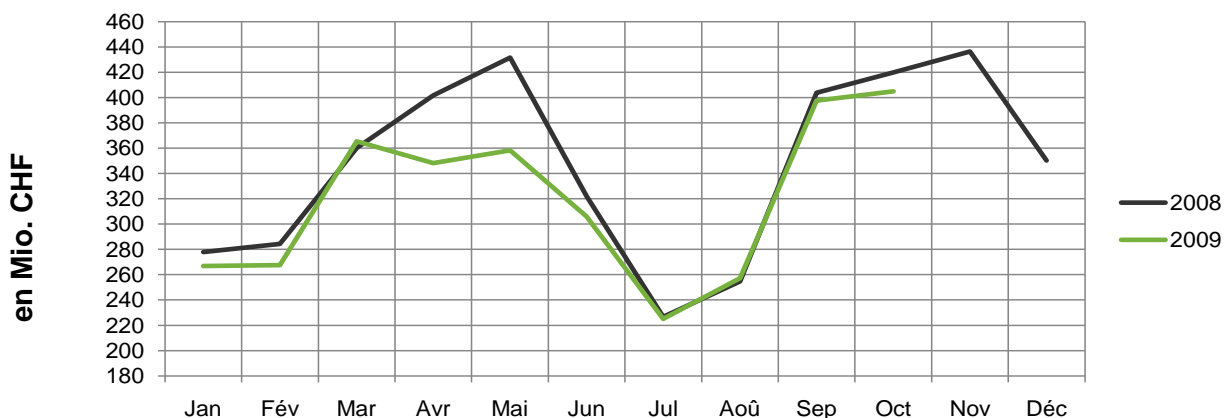
Les marchés clés „**Finanzen**“ („finances“) (cumulé -20.8%; 49.9 Mio. CHF) et „**Imagewerbung**“ (cumulé -23.1%; 22.2 Mio. CHF) enregistrent des diminutions. Le marché financier de communication met en premier plan, en 2009, plutôt les produits base et les produits de crédit à charge des produits de prévoyance et de placement. La communication pour et avec cartes de crédit, par exemple, a ainsi augmenté de 12 Mio. CHF - les prestations du compte de plus de 10 Mio. CHF. On trouve cependant une diminution de 76.5 Mio. CHF pour „Finanzen Image“ („finance image“).

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

Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour octobre 2009

Monat	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	277'847	266'832	-4.0%
Février	284'285	267'658	-5.8%
Mars	360'220	365'498	1.5%
Avril	401'838	348'241	-13.3%
Mai	431'675	358'392	-17.0%
Juin	322'074	305'853	-5.0%
Juillet	226'648	224'997	-0.7%
Août	254'606	257'308	1.1%
Septembre	403'766	397'718	-1.5%
Octobre	419'812	405'026	-3.5%
Novembre	436'521		
Décembre	350'295		
Year to Date	3'382'772	3'197'525	-5.5%

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



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

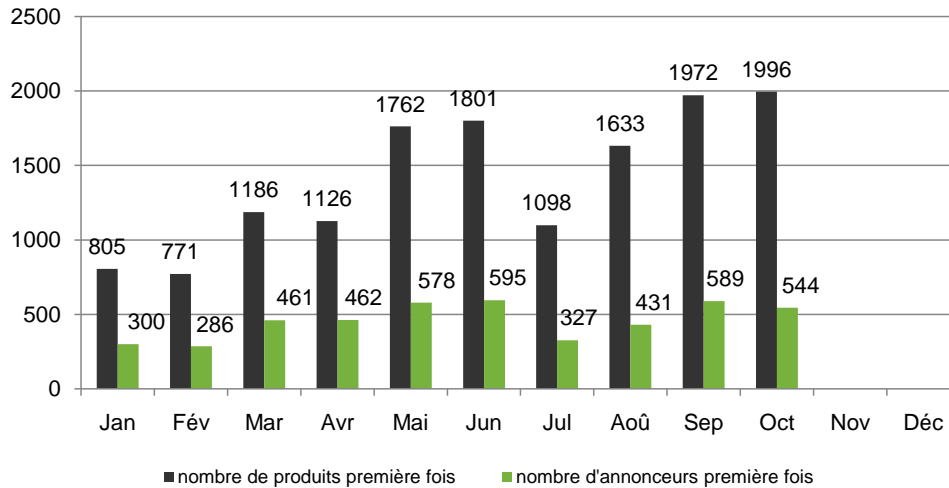
Position	Marché publicitaire	Octobre 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	Tous les marchés	405'026	-3.5	3'197'525	-5.5
1	Vêtements/Loisir/ Sport	13'463	2.5	99'111	-13.5
2	Prestations de service	15'575	-13.5	136'872	-17.3
3	Énergie	3'054	-13.1	24'538	14.9
4	Véhicules	43'925	0.8	322'205	-6.1
5	Finance	39'399	-14.7	239'590	-20.8
6	Campagnes d'utilité publique	8'163	-28.3	78'601	-5.1
7	Boissons	12'649	8.0	113'277	-10.0
8	Articles et appareils de ménage	22'936	67.2	123'159	12.1
9	IT	3'824	-24.1	33'094	-10.6
10	Cosmétique / Soin du corps	33'114	18.9	243'120	6.9
11	Meubles/ Maison / Jardin	19'797	-2.5	133'213	-6.6
12	Alimentaires	42'544	4.8	308'233	2.4
13	Pharmaceutique / Santé	10'014	-5.8	94'949	7.5
14	Campagnes politiques	3'592	-2.9	44'699	22.3
15	Tabac	373	-80.0	6'640	-43.8
16	Télécommunication	16'395	-17.0	151'360	-14.7
17	Tourisme / Circulation	17'545	-11.6	184'067	-1.1
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	12'581	0.5	118'982	-13.4
19	Montres / Bijouterie	6'531	-15.3	41'532	-17.4
20	Autres marchés de produits	46'394	-8.8	408'262	10.3
21	Publicité de gamme de produits*	18'671	-11.5	195'908	-13.3
22	Publicité image*	14'487	-13.8	96'114	-23.1

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	NESTLÉ
6	UNILEVER SCHWEIZ
7	BMW (SCHWEIZ) AG
8	RECKITT-BENCKISER
9	SUNRISE COMMUNICATIONS
10	SWISSCOM

* Publicité produit, gamme de produits, image

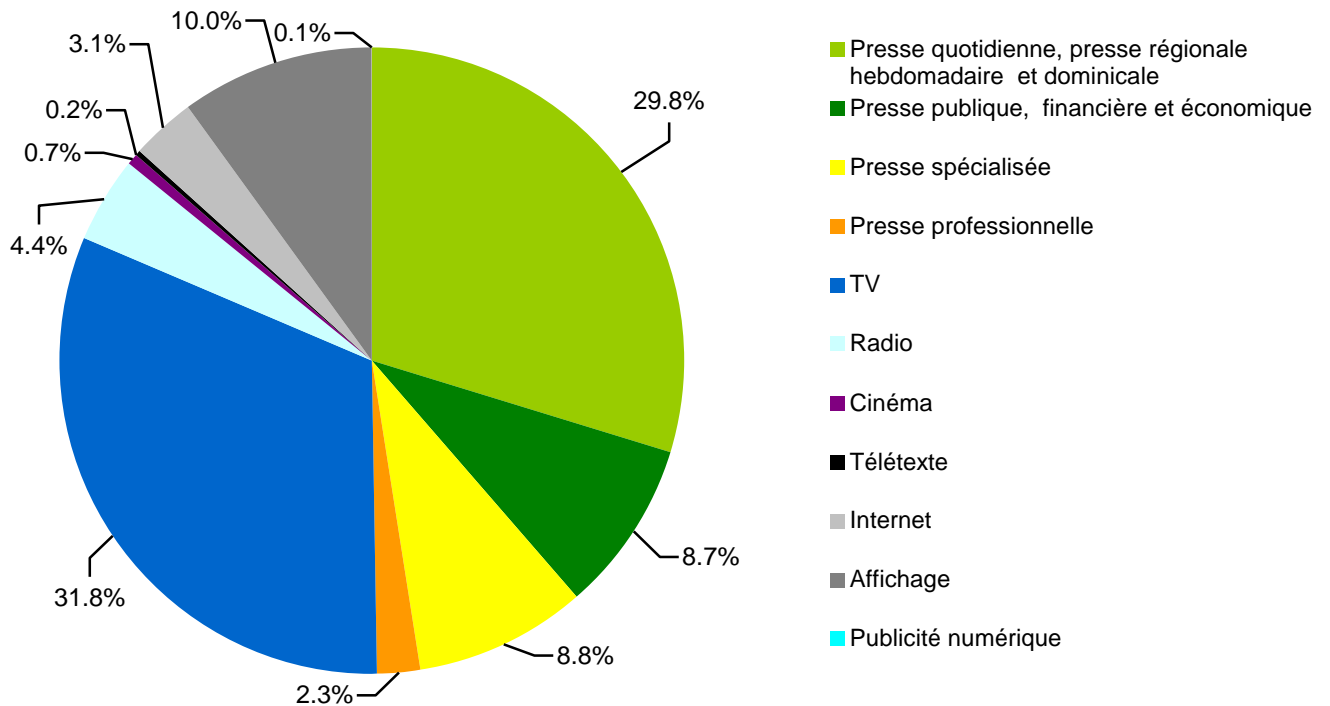
Top 10 des produits

Position	produits*
1	BLUEWIN TV
2	BMW X1 GELAENDEWAGEN
3	AXA BANK SPARKONTO PLUS
4	WWW.HELSANA.CH
5	SWISS LIFE VORSORGEVERSICHERUNG
6	SUNRISE FREE INTERNET
7	MC DONALD'S RESTAURANTS
8	OPEL INSIGNIA OPC
9	LG BL20 CHOCOLATE HANDY
10	SKODA YETI GELAENDEWAGEN

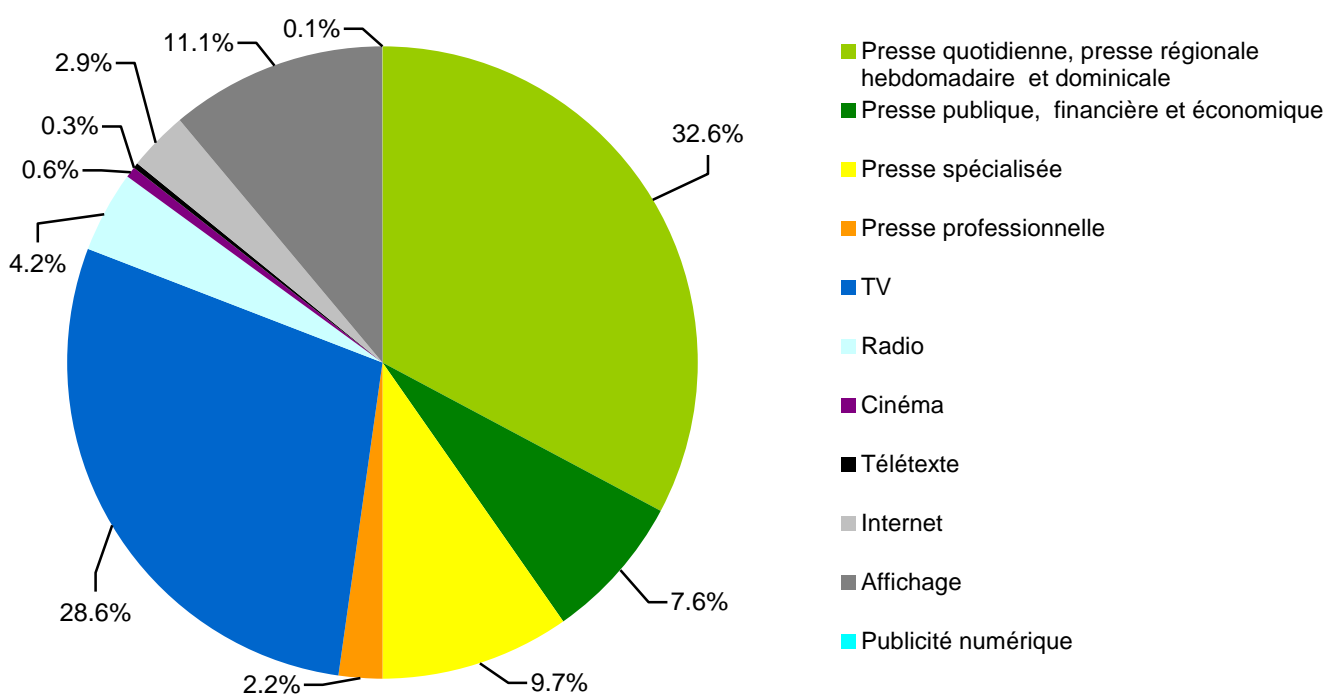
* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

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

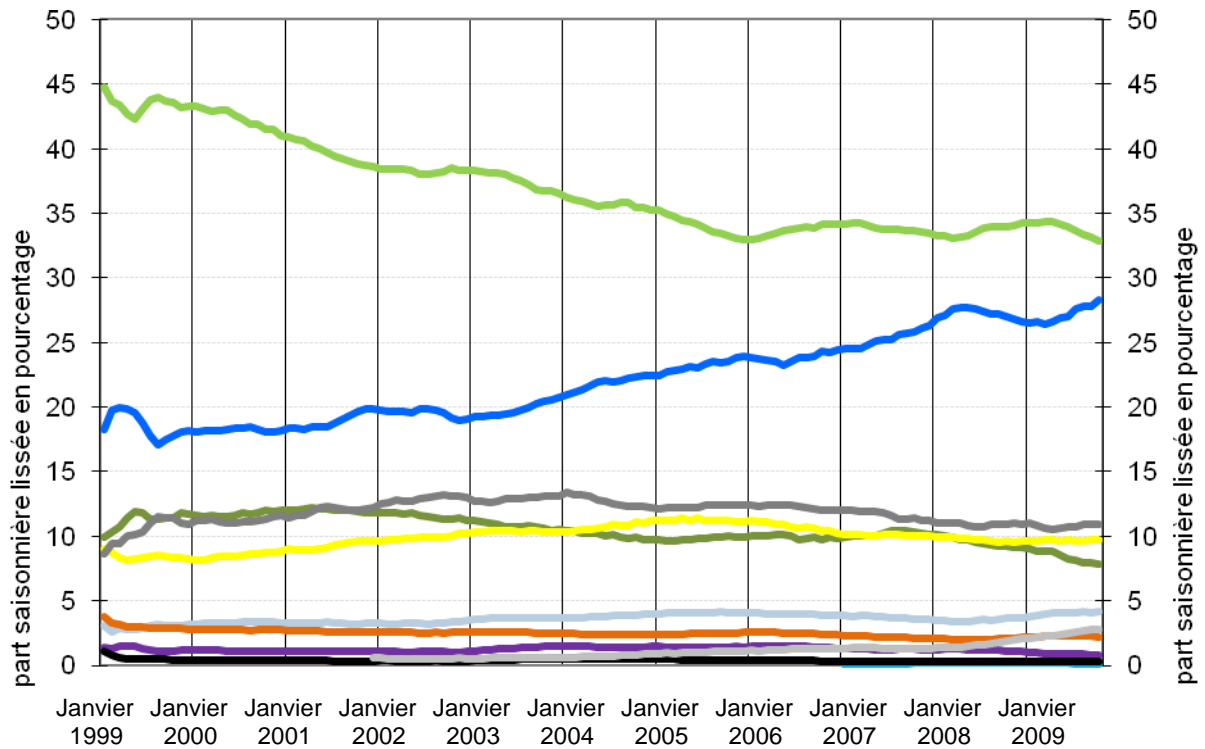
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour octobre 2009



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