

Media Focus

Tendances du

Marché Publicitaire

Rapport 2009/09

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

Contenu

1. Mois publicitaire septembre 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 septembre 2009 – Highlights

Le mois publicitaire de septembre a clôturé avec le 2.1% en moins par rapport à la valeur de l'année passée. Par conséquent le déficit cumulé pendant cette année (janvier jusqu'à septembre) s'élève au 5.9%. Les groupes média affiches, internet, presse spécialisée et télévision ont enregistré une augmentation dans le mois de septembre.

Pour la première fois dans l'année actuelle, le marché clé **„Unterhaltungselektronik, Foto & Film“** (**„électronique de divertissement/photo“**) s'est agrandi par rapport au même mois de l'année passée. La croissance de 1.7 millions résulte en première ligne des groupes de produits *Film und Pay-TV* (*film et télévision payante*) (+45.3%; +1.2 Mio. CHF), *Foto* (*photo*) (+176.8%; +780'000 CHF) und *Fernseher* (*télévision*) (+69.2%; +470'000 CHF). Dans la branche Film c'est la production cinématographique „Cargo“ qui a totalisé la plus grande quantité d'impact publicitaire, dans la branche Photo c'est l'appareil photo Canon EOS 1000D. En total les Top10 des produits en publicité du mois de septembre ont constitué presque le 50% de l'impact publicitaire. Cinq de ces dix produits n'avaient pas encore été le sujet de publicité l'année passée. Cela explicite la dépendance de l'impact publicitaire des innovations des produits de ce marché clé. L'appareil de hier n'intéresse à personne.

L'impact publicitaire pour **„Politische Kampagnen“** (**„Campagnes politiques“**) monte à nouveau, à cause des votations du mois de septembre, du 98.5%. Tandis que l'initiative populaire, pour ce qui concerne la publicité, a été presque ignorée, la votation sur l'assurance invalidité a généré un impact publicitaire d'un total de 7.4 millions de CHF (5 millions dans le mois de septembre).

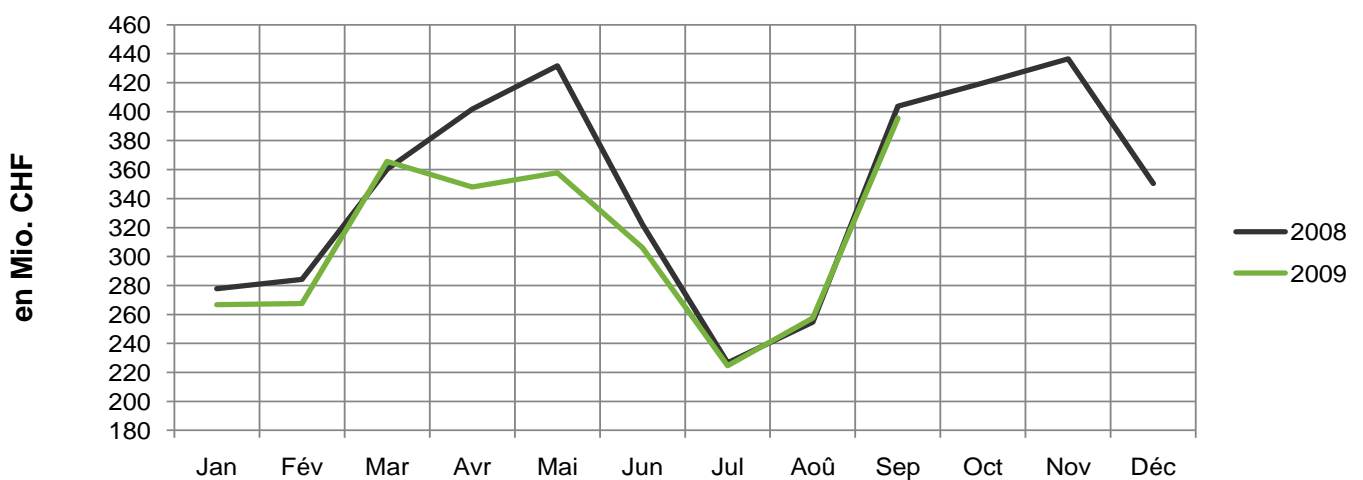
Le marché clé **„Haushaltsartikel/-geräte“** (**„Articles de ménage et électroménagers“**) a augmenté nettement avec un 20.3%. Cette croissance dérive presque sans exception du groupe de produit *Waschmittel* (*Lessive*) (+114.6%; +3.3 millions de CHF). L'impact publicitaire de septembre se distribue, dans ce milieu publicitaire très compétitif, sur un total de 39 produits. Les marchés clés suivants ont également clôturé le mois de septembre avec une nette augmentation : **„Kosmetik/Körperpflege“** (**„Cosmétique/Soin du corps“**) (+16.7%) et **„Energie“** (**„Énergie“**) (+18.1%).

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

Tableau: Développement de l'impact publicitaire pour septembre 2009

Monat	2008 K CHF	2009 K CHF	+/- %
Janvier	277'847	266'833	-4.0%
Février	284'285	267'517	-5.9%
Mars	360'220	365'663	1.5%
Avril	401'838	348'024	-13.4%
Mai	431'675	357'746	-17.1%
Juin	322'074	306'054	-5.0%
Juillet	226'648	224'665	-0.9%
Août	254'606	257'587	1.2%
Septembre	403'766	395'486	-2.1%
Octobre	419'812		
Novembre	436'521		
Décembre	350'295		
Year to Date	2'962'960	2'789'574	-5.9%

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



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

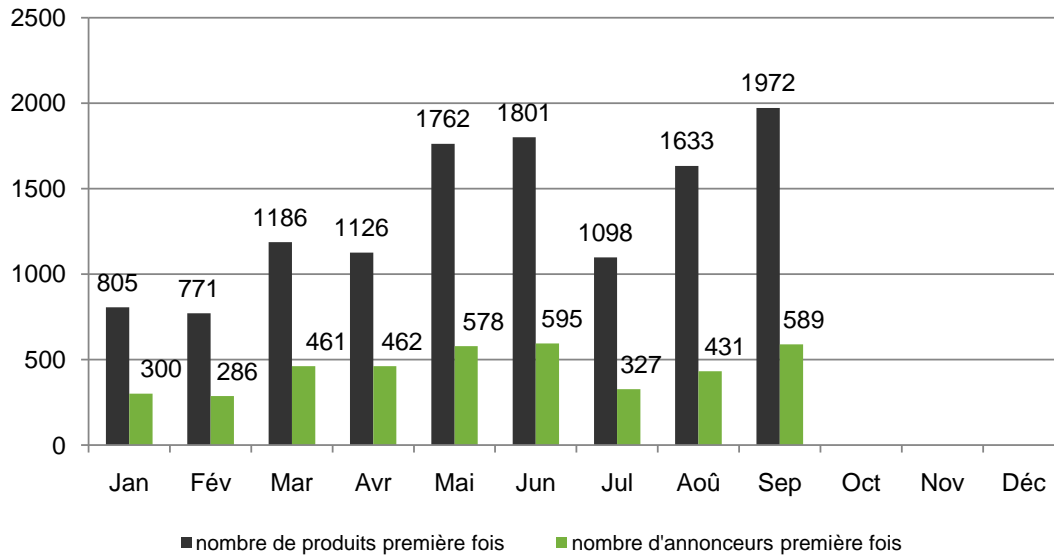
Position	Marché publicitaire	Septembre 2009		2009 cumulé	
		KCHF	+/- AP %	K CHF	+/- AP %
	Tous les marchés	395'486	-2.1	2'789'574	-5.9
1	Vêtements/Loisir/ Sport	18'536	-7.7	84'113	-16.5
2	Prestations de service	18'436	-7.6	121'169	-17.8
3	Énergie	3'317	18.1	21'430	20.1
4	Véhicules	41'628	-4.8	277'383	-7.0
5	Finance	35'267	-21.8	199'169	-22.2
6	Campagnes d'utilité publique	9'328	-5.6	63'913	-3.7
7	Boissons	10'046	-19.6	100'633	-11.8
8	Articles et appareils de ménage	15'950	20.3	100'246	4.3
9	IT	4'059	5.6	29'271	-8.5
10	Cosmétique / Soin du corps	33'849	16.7	209'670	5.0
11	Meubles/ Maison / Jardin	16'470	-3.4	114'910	-6.9
12	Alimentaires	33'814	3.7	265'566	2.0
13	Pharmaceutique / Santé	9'624	-4.3	84'820	9.3
14	Campagnes politiques	10'184	98.5	47'151	24.3
15	Tabac	211	-80.6	6'240	-37.3
16	Télécommunication	16'816	-3.1	134'802	-14.5
17	Tourisme / Circulation	20'399	-3.6	166'268	0.0
18	Électronique de divertissement / Photo / Films	11'642	17.6	106'199	-15.0
19	Montres / Bijouterie	3'880	-9.7	34'875	-18.1
20	Autres marchés de produits	50'164	-2.5	362'324	13.2
21	Publicité de gamme de produits*	17'935	-17.3	177'267	-13.5
22	Publicité image*	13'929	17.8	82'154	-24.6

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	L'ORÉAL
4	PROCTER & GAMBLE
5	SUNRISE COMMUNICATIONS
6	NESTLÉ
7	RECKITT BENCKISER
8	SWISSCOM
9	ORANGE COMMUNICATIONS S.A.
10	MARS SCHWEIZ AG

* Publicité produit, gamme de produits, image

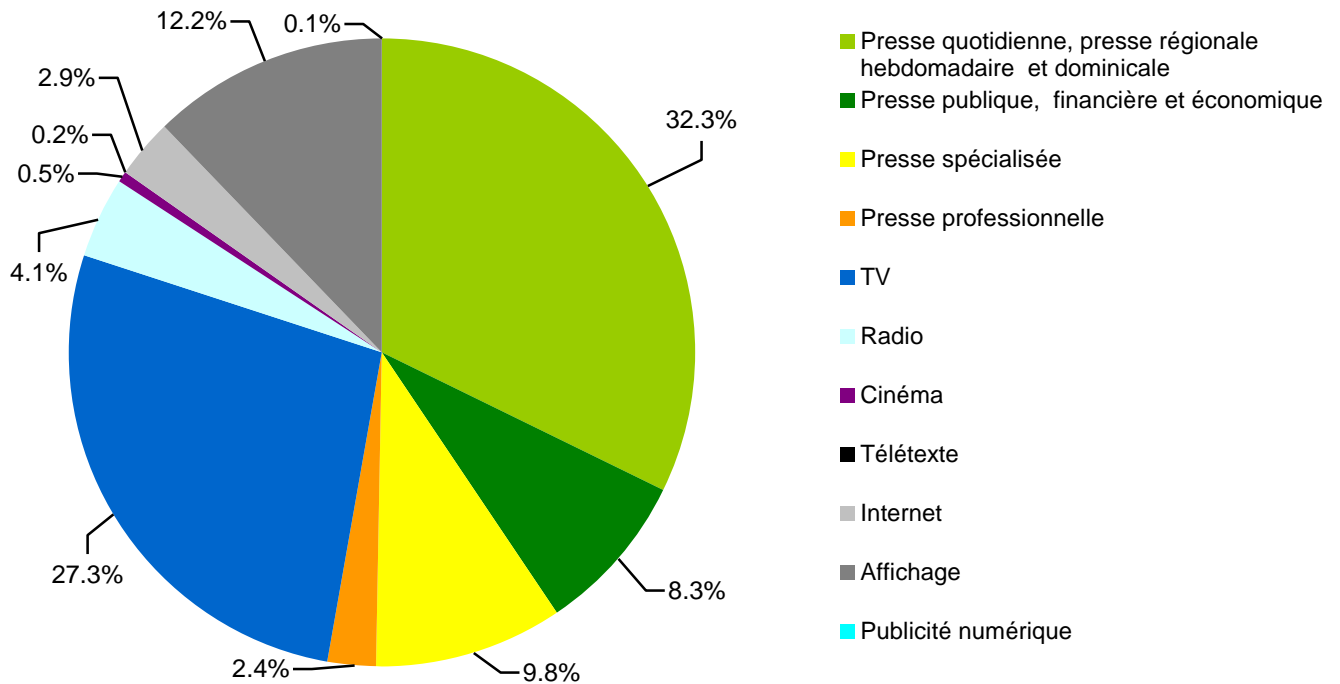
Top 10 des produits

Position	produits*
1	ORANGE MOBILE X-TREME UNLIMITED
2	MC DONALD'S RESTAURANTS
3	MAZDA 3 PKW
4	SUNRISE FREE INTERNET
5	SANITAS COMPACT ONE VERSICHERUNG
6	BLUEWIN TV
7	YALLO MOBILE TARIF
8	AXA WINTERTHUR MOTORFAHRZEUGVERSICHERUNG
9	DANONE ACTIVIA JOGHURT
10	AUDI A 5 SPORTBACK

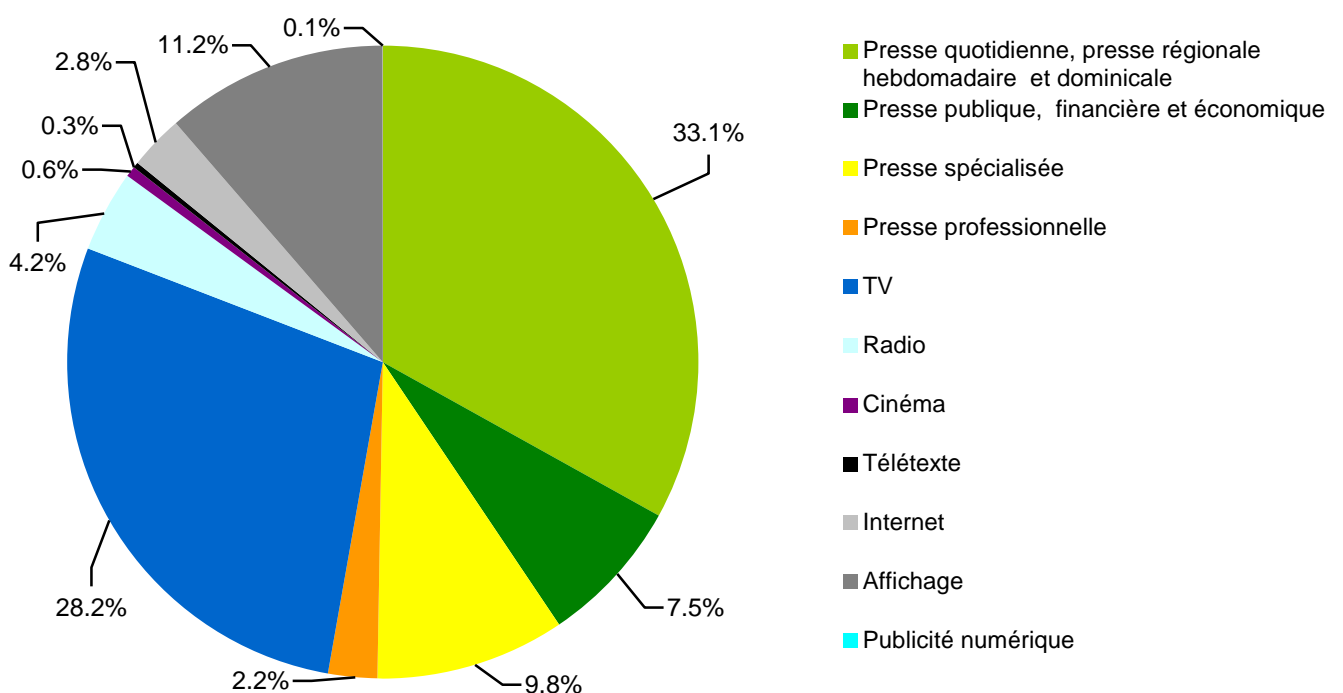
* Publicité produit; sans publicité gamme de produits ni image

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

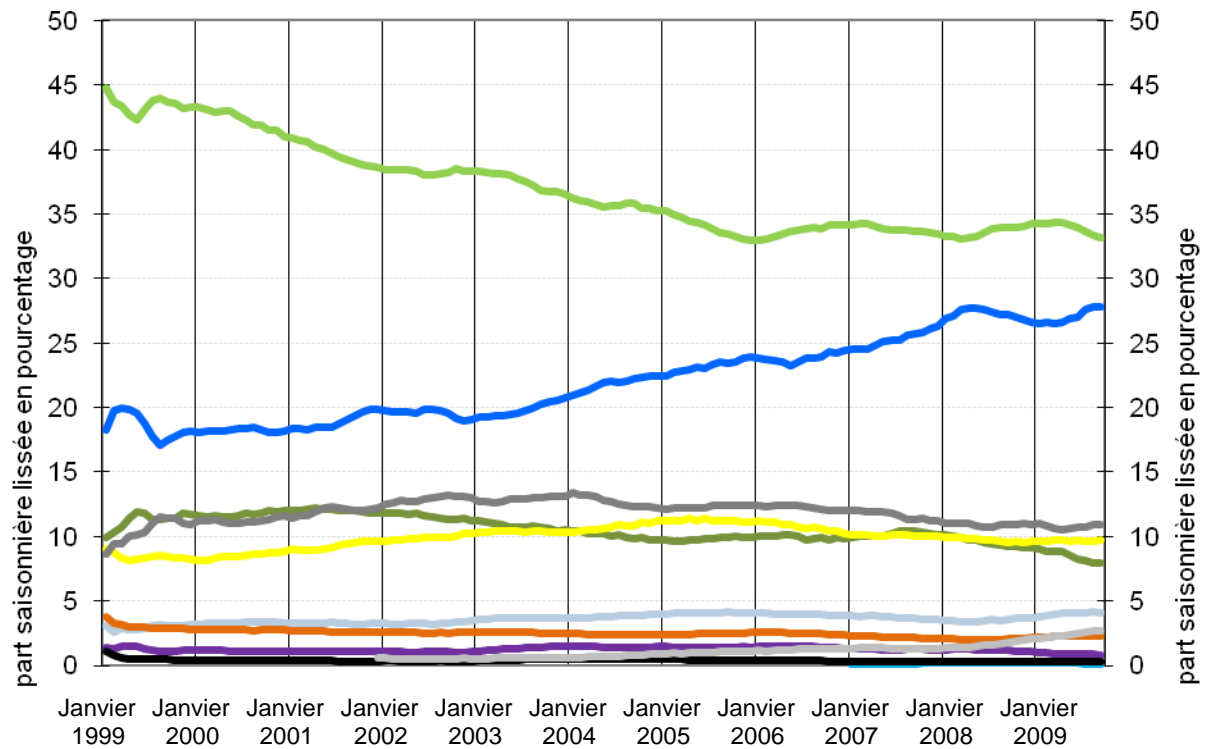
Graphique: Distribution de l'impact publicitaire pour septembre 2009



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