

1er semestre 2011

Bilan des investissements publicitaires

TELEVISION

Chiffres clés publicitaires TELEVISION

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

Recettes publicitaires

4 297 millions €



+ 12% vs 1^{er} sem.10

Nombre de messages

+ de 2 691 000



+ 5% vs 1^{er} sem.10

Durée publicitaire cumulée

+ de 16 080 h



+ 7% vs 1^{er} sem.10

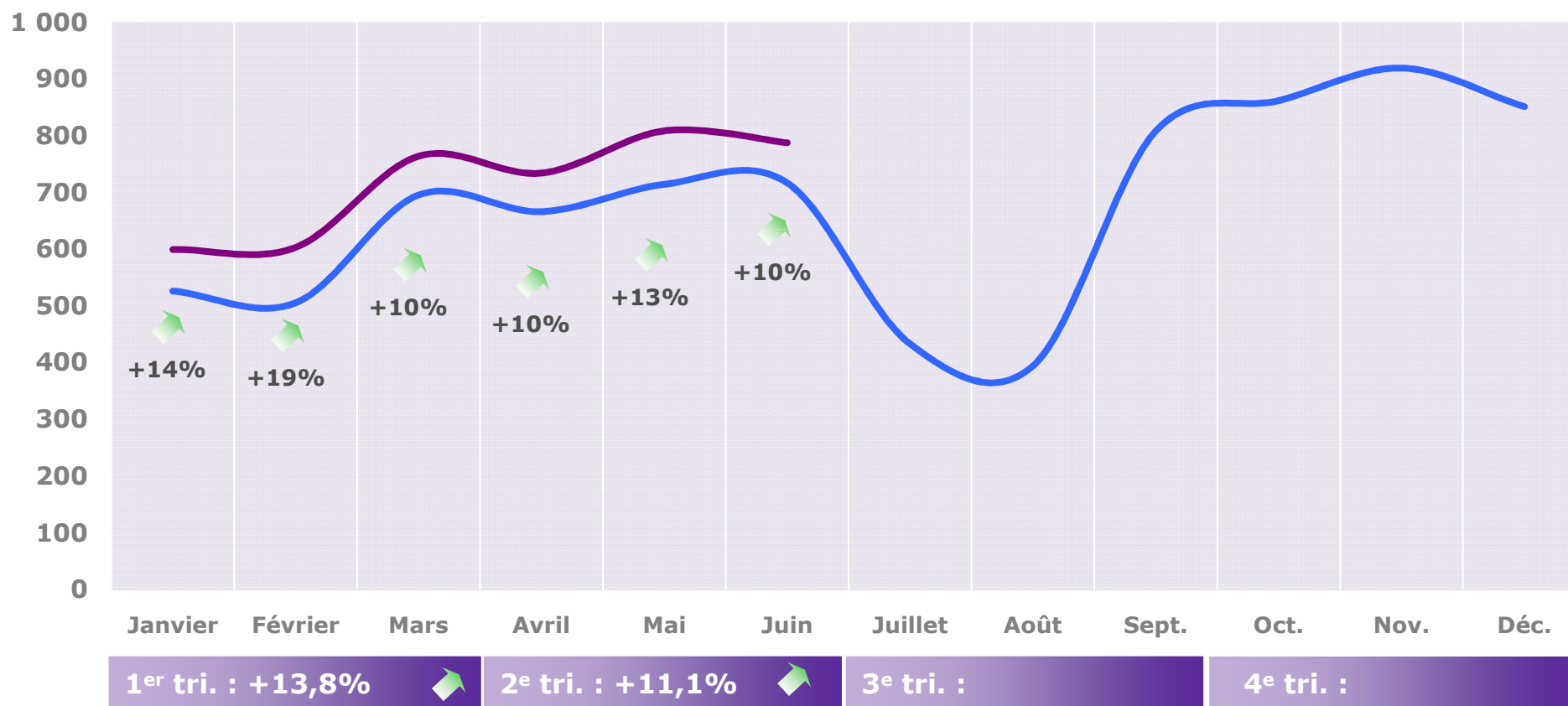
Saisonnalité des investissements publicitaires TELEVISION

Cumul année 2011 (évolution vs année 2010)

Rappel : investissements publicitaires TELEVISION 1^{er} sem. 2010 vs 1^{er} sem. 2009 :  +17%

En millions d'€uros

— 2010 — 2011



Source : YACAST. Base écrans publicitaires classiques, hors sponsoring, auto-promotion et partenariat. C.A. en €uros bruts H.T. Panel Télévision. Année 2011 vs année 2010.

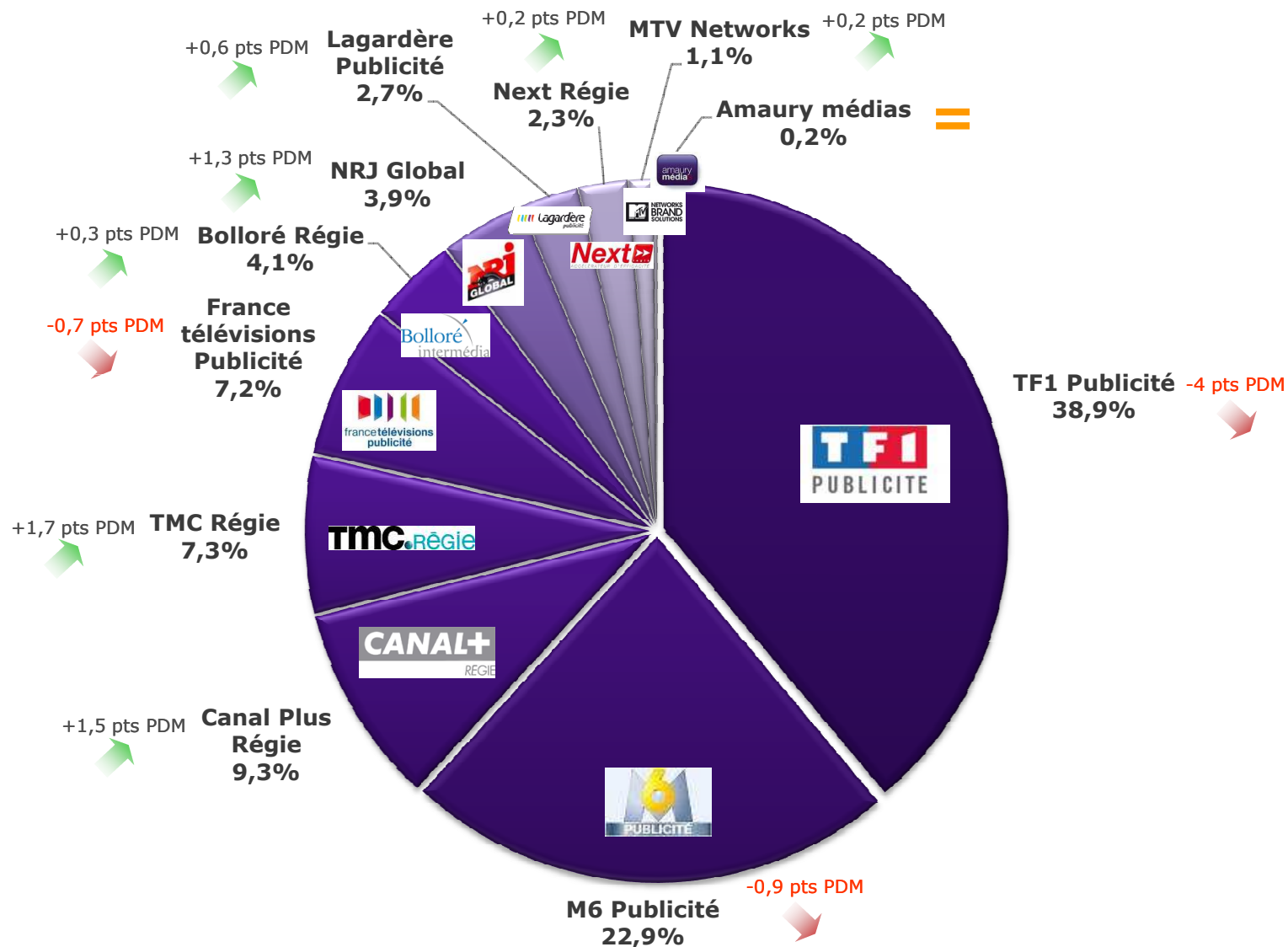
Chiffres clés publicitaires par segments TV

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

	Recettes publicitaires	Nombre de messages	Durée publicitaire
Total TELEVISION	4 297,2 M€ ▲ +12,3%	+ de 2 691 000 ▲ +5,1%	+ de 16 080 h ▲ +6,9%
Dt total 6 TV hertz.	2 696,6 M€ ▲ +3,6%	+ de 282 000 ▲ +0,9%	+ de 1 573 h ▲ +2,9%
Dt total 10 TV TNT	1 165,4 M€ ▲ +36,3%	+ de 705 200 ▲ +14,3%	+ de 4 096 h ▲ +16,8%
Dt total 92 TV Cab/Sat	435,2 M€ ▲ +18,5%	+ de 1 703 800 ▲ +2,4%	+ de 10 419 h ▲ +4%

TELEVISION : PDM recettes par régies publicitaires

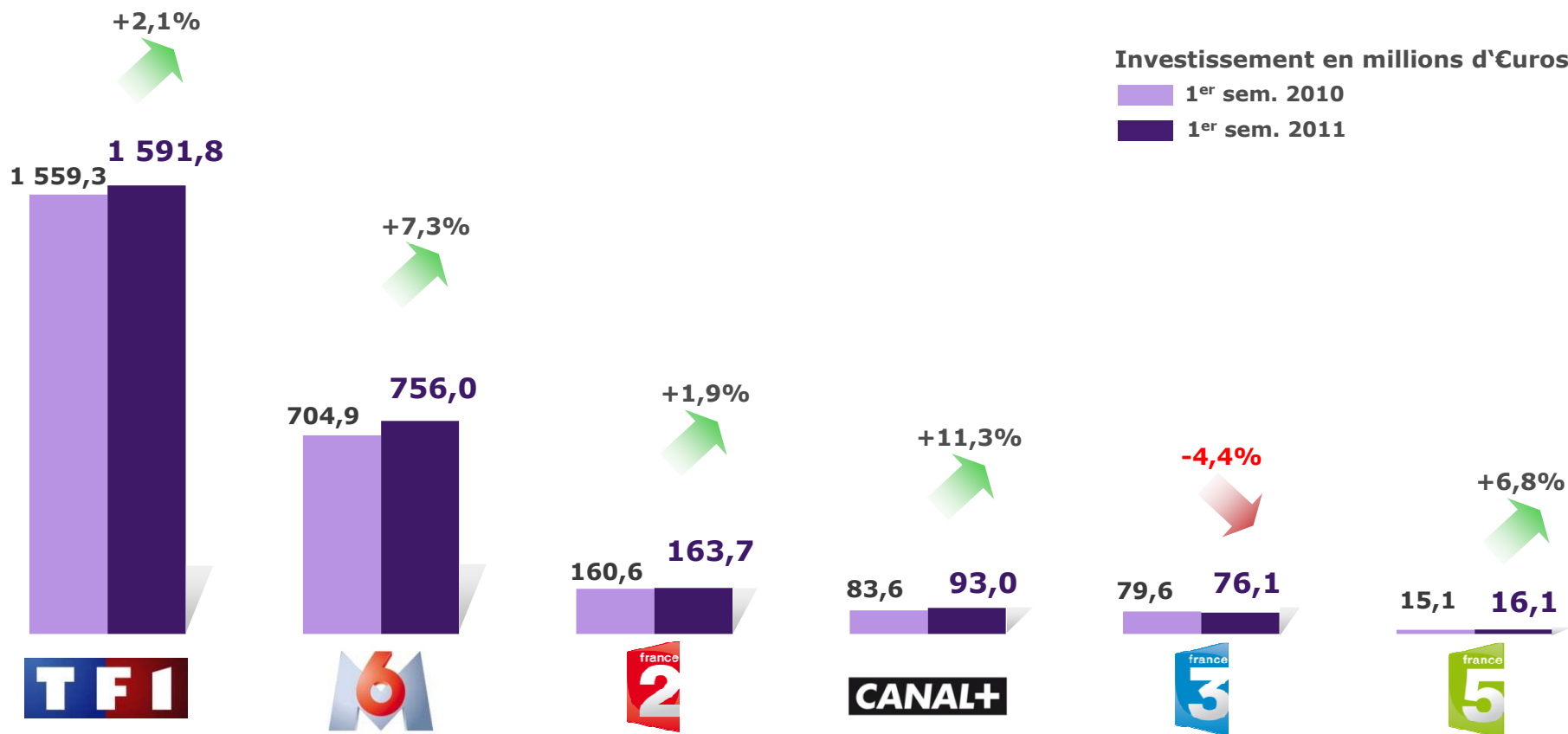
1^{er} semestre 2011 (évolution PDM vs 1^{er} sem.10)



Source : YACAST. Base écrans publicitaires classiques, hors sponsoring, auto-promotion et partenariat. C.A. en Euros bruts H.T. Panel Télévision. 1^{er} sem.11 vs 1^{er} sem.10.

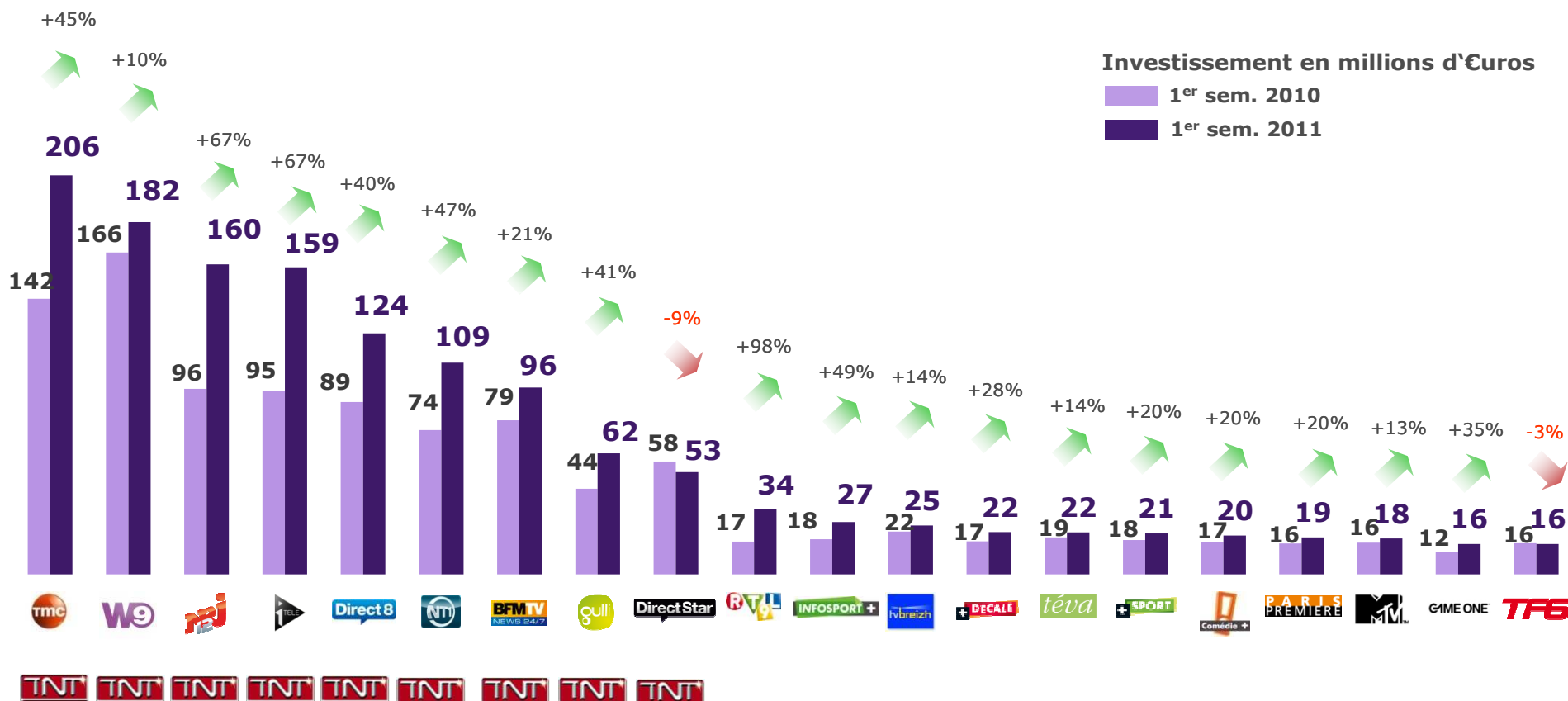
Télévisions hertziennes : Détail des recettes par chaînes

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)



TV TNT, câble & satellite : Détail des recettes par chaînes (Top 20)

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)



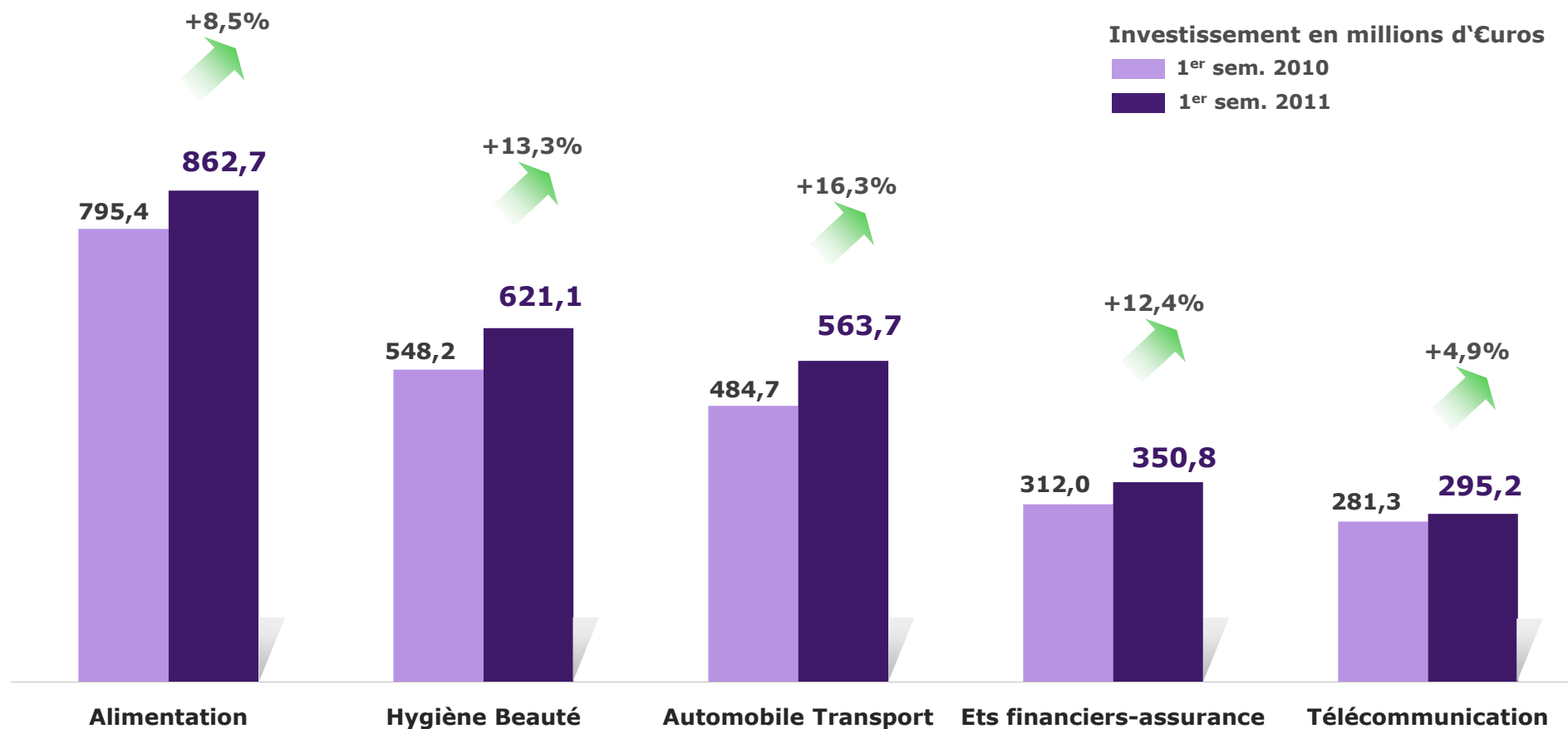
Répartition chiffres clés Avant/Après 20h

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

Répart° des inv. Pub.	TF1	france 2	france 3	CANAL+	france 5	6	TNT chaînes gratuites
TOTAL	+ 2%	+ 2%	- 4%	+ 11%	+ 7%	+ 7%	+ 36%
Avant 20h	+ 4%	+ 2%	- 6%	+ 13%	+ 7%	+ 5%	+ 36%
Après 20h	+ 1%	+ 14%	+ 50%	+ 10%	+ 71%	+ 9%	+ 37%
Nombre de spots pub.							
TOTAL	- 2%	+ 5%	+ 5%	- 0%	+ 17%	- 4%	+ 14%
Avant 20h	- 3%	+ 5%	+ 5%	- 1%	+ 17%	- 5%	+ 11%
Après 20h	- 2%	+ 37%	+ 40%	+ 1%	+ 10%	- 2%	+ 22%
Durée publicitaire							
TOTAL	- 1%	+ 7%	+ 7%	+ 1%	+ 16%	- 1%	+ 17%
Avant 20h	- 2%	+ 7%	+ 7%	+ 1%	+ 15%	- 2%	+ 13%
Après 20h	+ 1%	+ 40%	+ 53%	+ 2%	+ 28%	+ 2%	+ 26%

Top 5 familles TELEVISION

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)



Evolution :

Soit +67,4 millions €

Soit +72,9 millions €

Soit +79 millions €

Soit +38,8 millions €

Soit +13,9 millions €

Chiffres clés Annonceurs TELEVISION

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

Annonceurs actifs

1 323



+ 2,1% vs 1^{er} sem.10

(Dont : +5,9% 6 chaînes hertz. ; +4,5% 10 chaînes TNT ; +1,9% 92 chaînes Cab/Sat)

Marques actives

2 806



- 2,2% vs 1^{er} sem.10

(Dont : +3,1% 6 chaînes hertz. ; +1,7% 10 chaînes TNT ; -0,6% 92 chaînes Cab/Sat)

Produits actifs

3 746



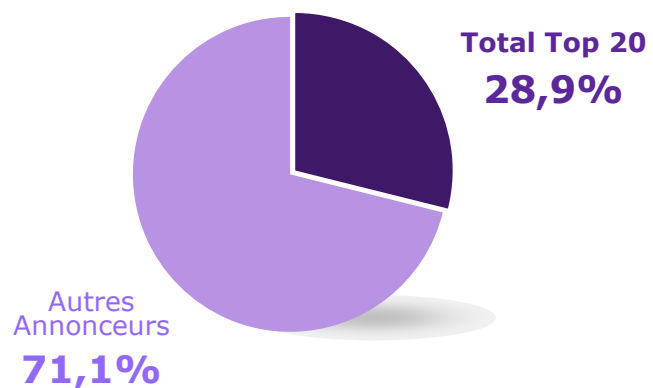
- 0,3% vs 1^{er} sem.10

(Dont : +3% 6 chaînes hertz. ; +4,9% 10 chaînes TNT ; +0,9% 92 chaînes Cab/Sat)

Top 20 annonceurs TELEVISION

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

Répartition du C.A. :
Top 20 vs Autres



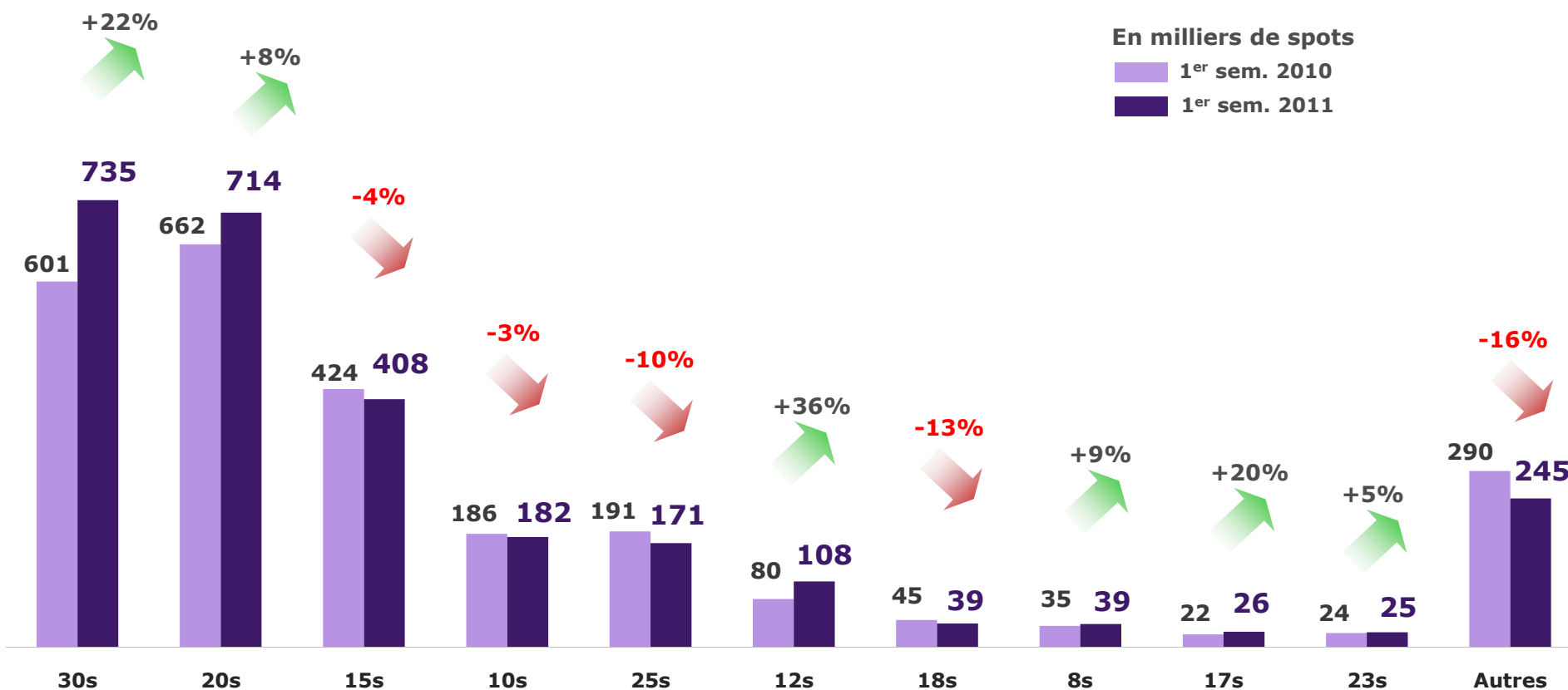
	1er semestre 2011	Budget en Millions d'€uros brut H.T.	Evol° vs 1er sem. 2010
	Total TELEVISION	4 297,2	12,3%
1	UNILEVER FRANCE	104	1%
2	RECKITT BENCKISER	93	7%
3	FERRERO	91	30%
4	PROCTER & GAMBLE FRANCE	90	-11%
5	MC DONALDS	78	73%
6	CITROEN	68	17%
7	RENAULT	64	-10%
8	LASCAD	64	27%
9	L OREAL PARIS	63	31%
10	DANONE PRODUITS FRAIS	59	5%
11	PEUGEOT	58	2%
12	NESTLE FRANCE	50	70%
13	GEMEY MAYBELLINE GARNIER	50	26%
14	LU FRANCE	50	-5%
15	HENKEL	47	-8%
16	NINTENDO FRANCE	47	48%
17	LACTALIS	47	39%
18	SFR	41	27%
19	CARGLASS	40	47%
20	KELLOGGS	39	-6%

Evol° top 20 annonceurs :  **+14,5%**

Détail des formats TELEVISION

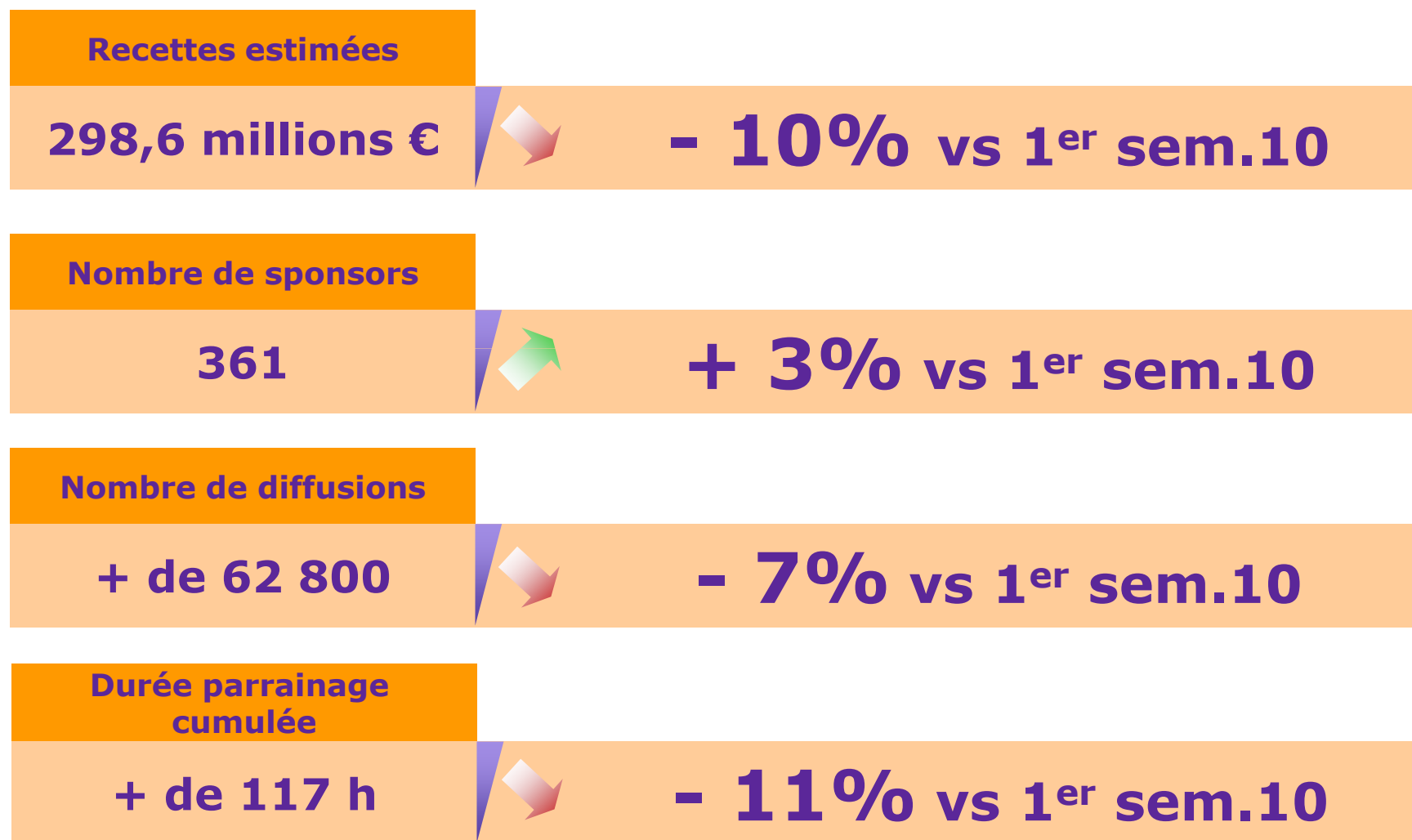
1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)

Rappel : durée moyenne d'un spot TELEVISION 1^{er} sem. 2011 : 21,5 sec. (+1,6% vs 1^{er} sem. 2010)



ZOOM SPONSORING sur les 7* TV hertziennes : chiffres clés

1^{er} semestre 2011 (évolution vs 1^{er} sem.10)



Note méthodologique / Panel YACAST

AdvertCast 2011 / 2010

Suivi des diffusions publicitaires nationales sur les supports du panel Yacast plurimédia :

1) 108 supports TV :

- Dont 28 chaînes hertziennes, TNT, câble et satellite – Pige numérique intégrale :

TF1, France 2, France 3, M6, France 5, Canal +, MCM, MTV, W9, Cartoon Network, Télétoon+, TF6, 13^e rue Universal, RTL9, TMC, Téva, TV5, Eurosport France, LCI, Paris Première, NRJ 12, France 4, NT1, Direct Star, Gulli, I-Télé, BFM TV, Direct 8.

- Dont 80 chaînes câble et satellite – Système pige mixte :

Liste des chaînes sur demande.

2) 19 supports RADIO :

RTL, Europe 1, France Inter, RMC, Sud Radio, Chérie FM, Virgin Radio, Fun Radio, GIE Les Indés Radios, MFM Radio, NRJ, Nostalgie, Rire & Chansons, RFM, RTL2, Skyrock, BFM Business, France Info, Radio Classique.

3) 384 supports PRESSE :

- Dont 364 titres de Presse Magazine :

Liste des titres sur demande.

- Dont 20 titres de Presse Quotidienne :

Liste des titres sur demande.

4) 2 régies CINEMA :

Screenvision, Médiavision.

5) 6 réseaux AFFICHAGE :

Clear Channel, CBS Outdoor, Avenir, JCDecaux, MetroBus, Insert.

6) INTERNET :

Avec nos partenaires Nielsen & Médiamétrie//NetRatings.

Tarifs fournis en Euros bruts hors taxe, hors parrainage et auto-promotion.

RADIO et TV : écrans publicitaires nationaux uniquement.

Hors publicité locale et/ou régionale.

PRESSE : hors Petites Annonces.

*Reproduction autorisée avec accord préalable de Yacast France, et mention obligatoire : « Source Yacast France ».
Copyright Yacast France – Juillet 2011. Tous droits réservés.*

yacast. 

Contact :

François Liénart – Directeur Dépt Publicité

Yacast France
4, rue Paul Valéry
75116 PARIS

+33 (0)1 56 28 59 00