

1er trimestre 2012

Bilan des investissements publicitaires

TELEVISION

Chiffres clés publicitaires TELEVISION

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

Recettes publicitaires

2 107 millions €



+ 7,2% vs 1^{er} tri.11

Nombre de messages

+ de 1 186 300



- 0,9% vs 1^{er} tri.11

Durée publicitaire cumulée

+ de 7 000 h



- 1,8% vs 1^{er} tri.11

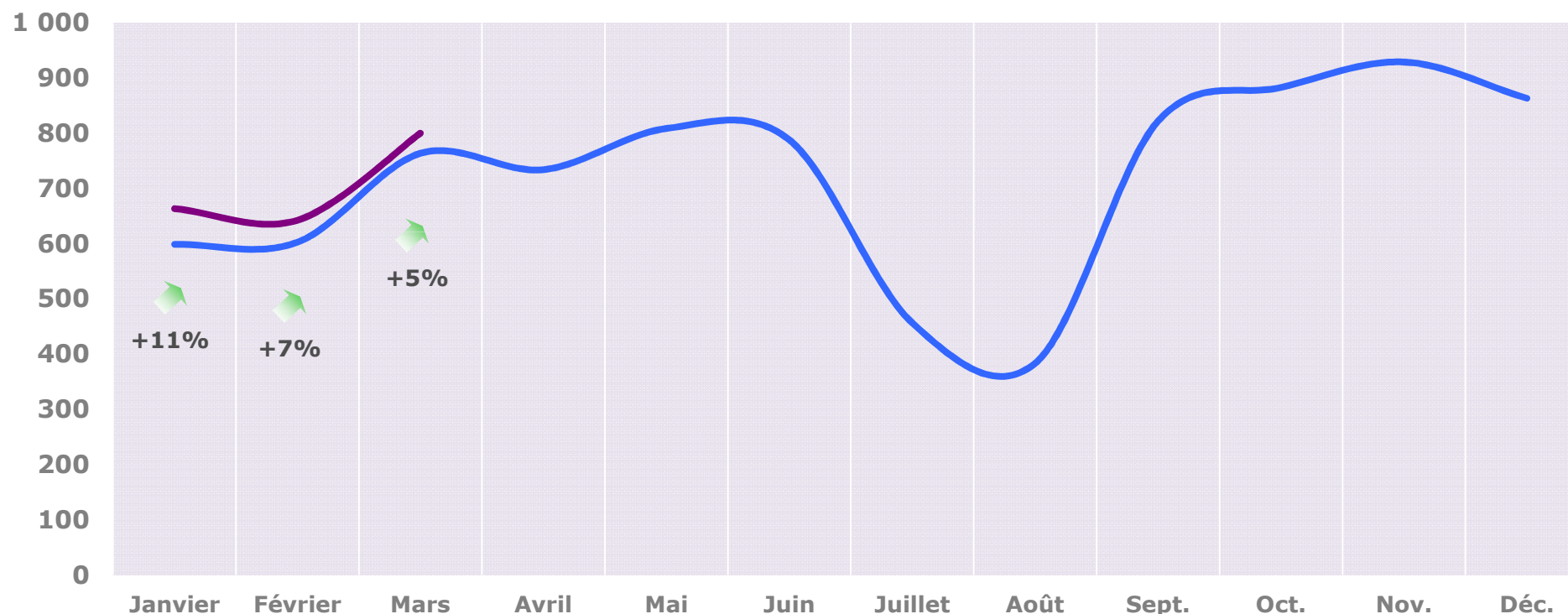
Saisonnalité des investissements publicitaires TELEVISION

Cumul année 2012 (évolution vs année 2011)

Rappel : investissements publicitaires TELEVISION 1^{er} tri. 2011 vs 1^{er} tri. 2010 :  +13,8%

En millions d'€uros

— 2011 — 2012



1^{er} tri. : +7,2% 

2^e tri. :

3^e tri. :

4^e tri. :

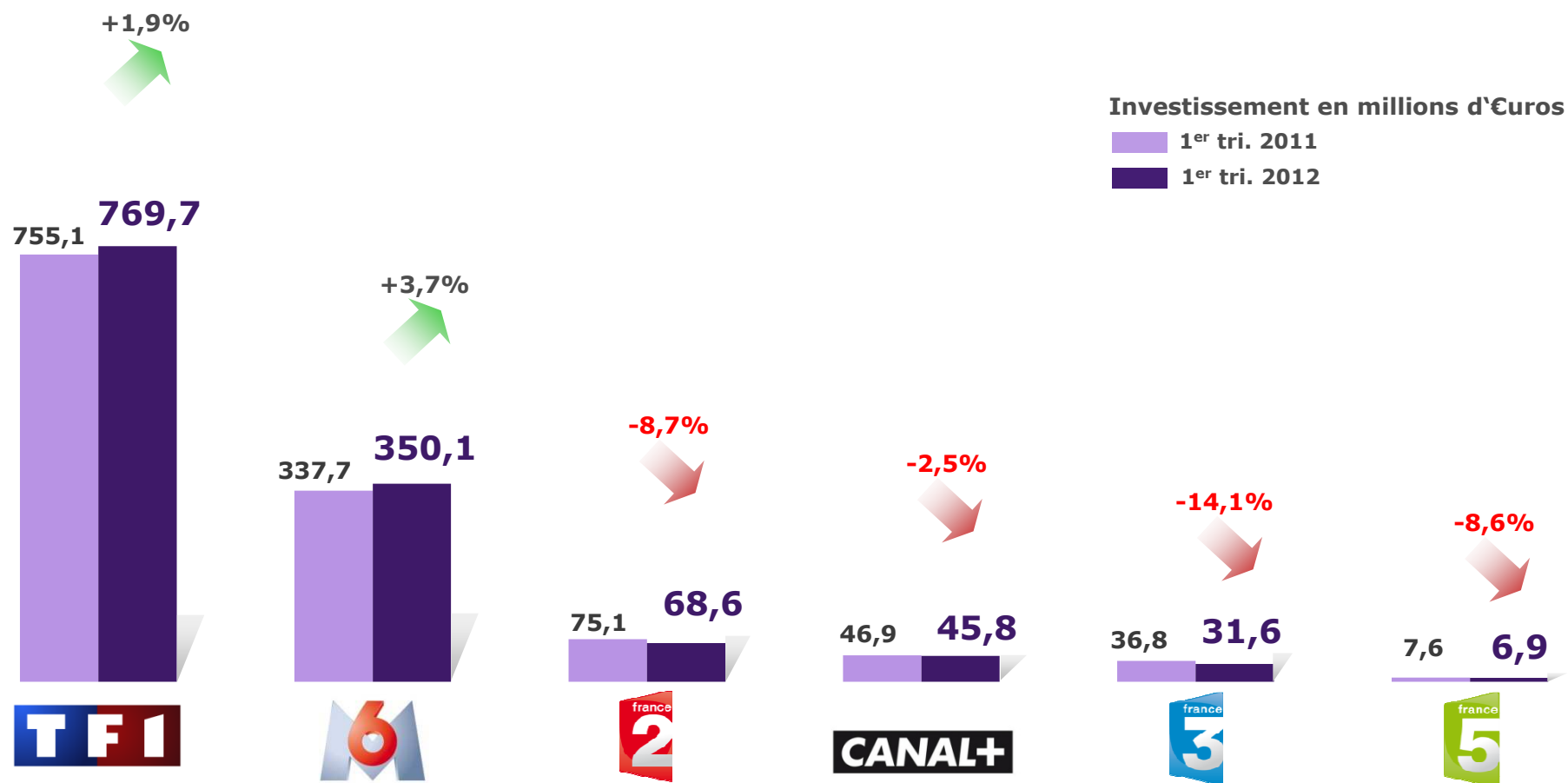
Chiffres clés publicitaires par segments TV

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

	Recettes publicitaires	Nombre de messages	Durée publicitaire
Total TELEVISION	2 106,6 M€ +7,2%	+ de 1 186 300 -0,9%	+ de 7 000 h -1,8%
Dt total 6 TV hertz.	1 272,7 M€ +1,1%	+ de 123 900 -7,5%	+ de 693 h -7,4%
Dt total 10 TV TNT	637,6 M€ +23,4%	+ de 340 900 +6,6%	+ de 1 954 h +4,9%
Dt total 93 TV Cab/Sat	196,3 M€ +3,4%	+ de 721 400 -2,9%	+ de 4 416 h -3,6%

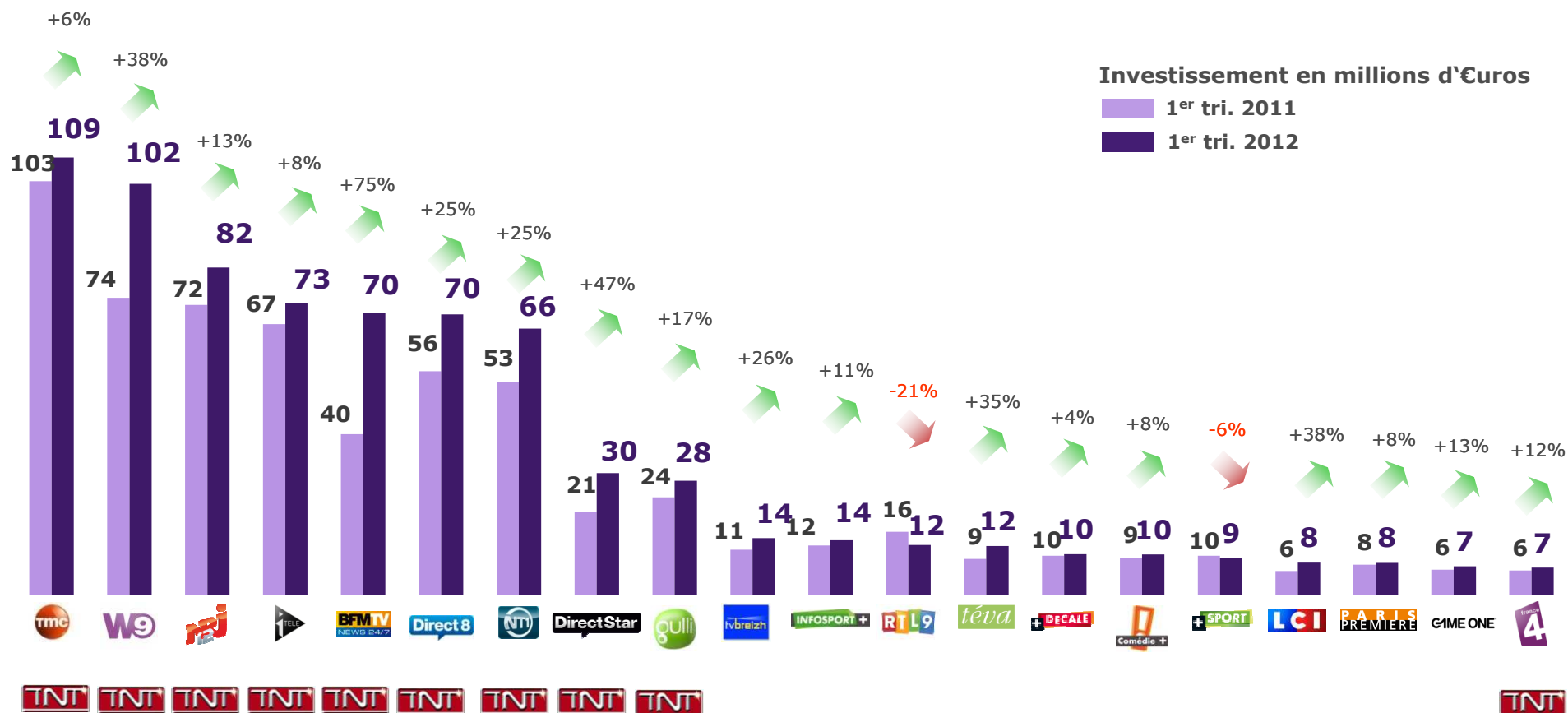
Télévisions hertziennes : Détail des recettes par chaînes

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)



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

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)



Répartition chiffres clés Avant/Après 20h

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

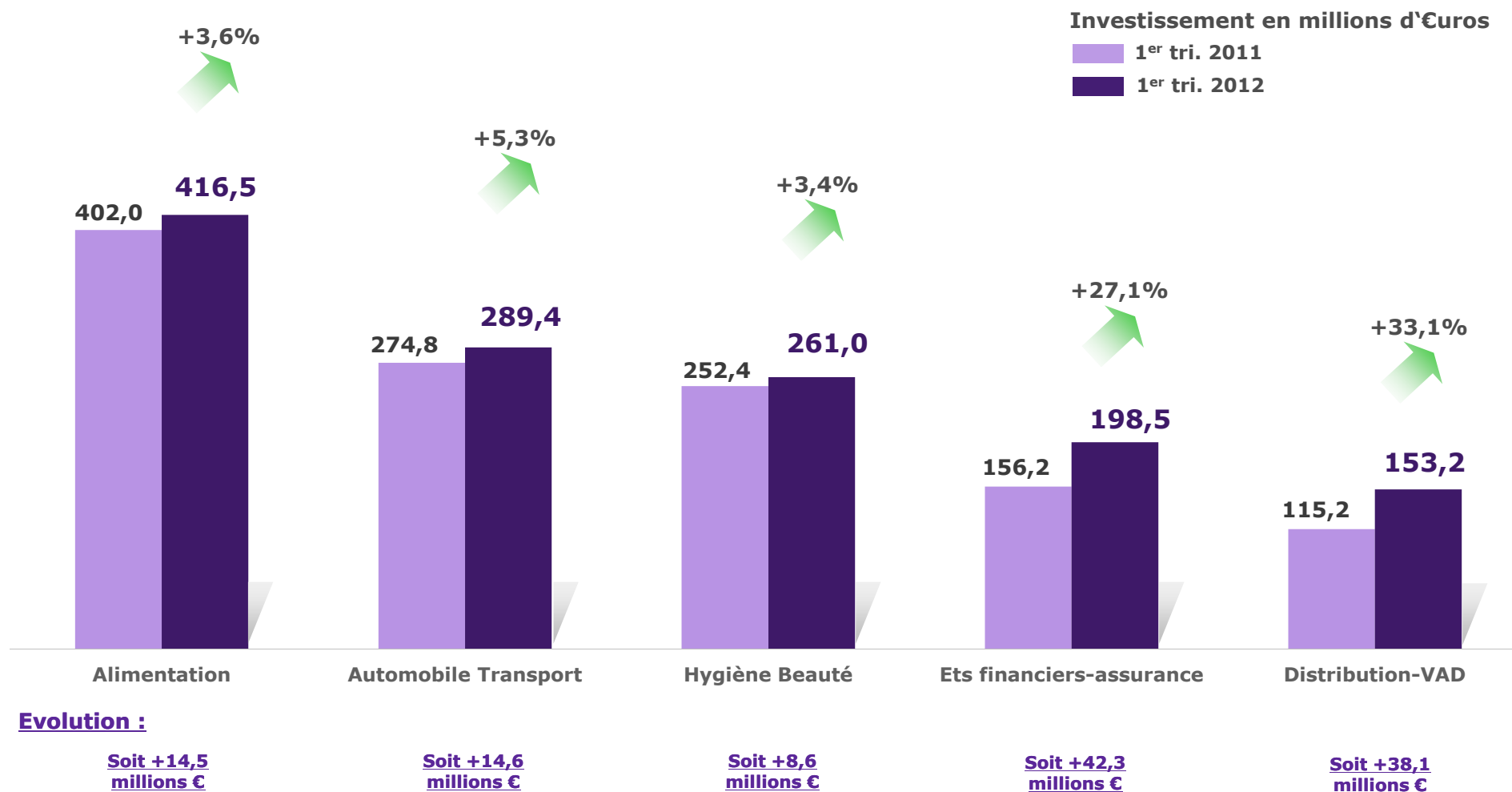
Répart° des inv. Pub.	TF1	france 2	france 3	CANAL+	france 5	6	TNT CHOIX GRATUIT
TOTAL	+ 2%	- 9%	- 14%	- 2%	- 9%	+ 4%	+ 23%
Avant 20h	+ 5%	- 9%	- 16%	+ 1%	- 9%	- 2%	+ 23%
Après 20h	- 0%	+ 16%	+ 27%	- 5%	+ 18%	+ 8%	+ 24%

Nombre de spots pub.	TF1	france 2	france 3	CANAL+	france 5	6	TNT CHOIX GRATUIT
TOTAL	+ 4%	- 13%	- 9%	+ 3%	- 21%	- 14%	+ 7%
Avant 20h	+ 5%	- 13%	- 9%	+ 0%	- 22%	- 17%	+ 5%
Après 20h	+ 1%	+ 27%	+ 48%	+ 9%	+ 30%	- 7%	+ 9%

Durée publicitaire	TF1	france 2	france 3	CANAL+	france 5	6	TNT CHOIX GRATUIT
TOTAL	+ 3%	- 17%	- 10%	+ 5%	- 22%	- 11%	+ 5%
Avant 20h	+ 4%	- 17%	- 11%	+ 2%	- 22%	- 16%	+ 3%
Après 20h	+ 2%	+ 43%	+ 58%	+ 15%	+ 6%	- 2%	+ 9%

Top 5 familles TELEVISION

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)



Chiffres clés Annonceurs TELEVISION

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

Annonceurs actifs

947



+ 2% vs 1^{er} tri.11

(Dont : -2,4% 6 chaînes hertz. ; -0,3% 10 chaînes TNT ; +3,6% 93 chaînes Cab/Sat)

Marques actives

1 785



- 1,5% vs 1^{er} tri.11

(Dont : -5,9% 6 chaînes hertz. ; -0,1% 10 chaînes TNT ; -1% 93 chaînes Cab/Sat)

Produits actifs

2 184



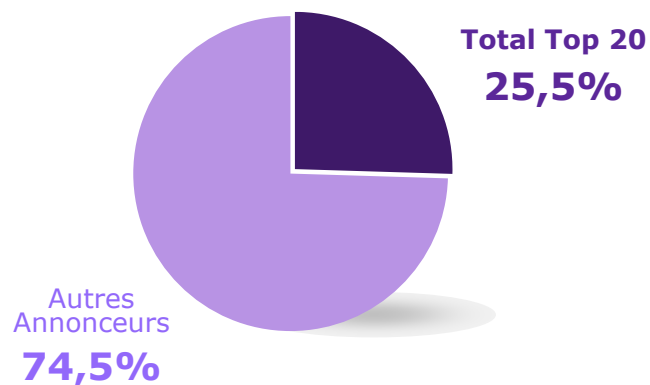
- 5,9% vs 1^{er} tri.11

(Dont : -5,8% 6 chaînes hertz. ; -2,7% 10 chaînes TNT ; -6% 93 chaînes Cab/Sat)

Top 20 annonceurs TELEVISION

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

Répartition du C.A. :
Top 20 vs Autres



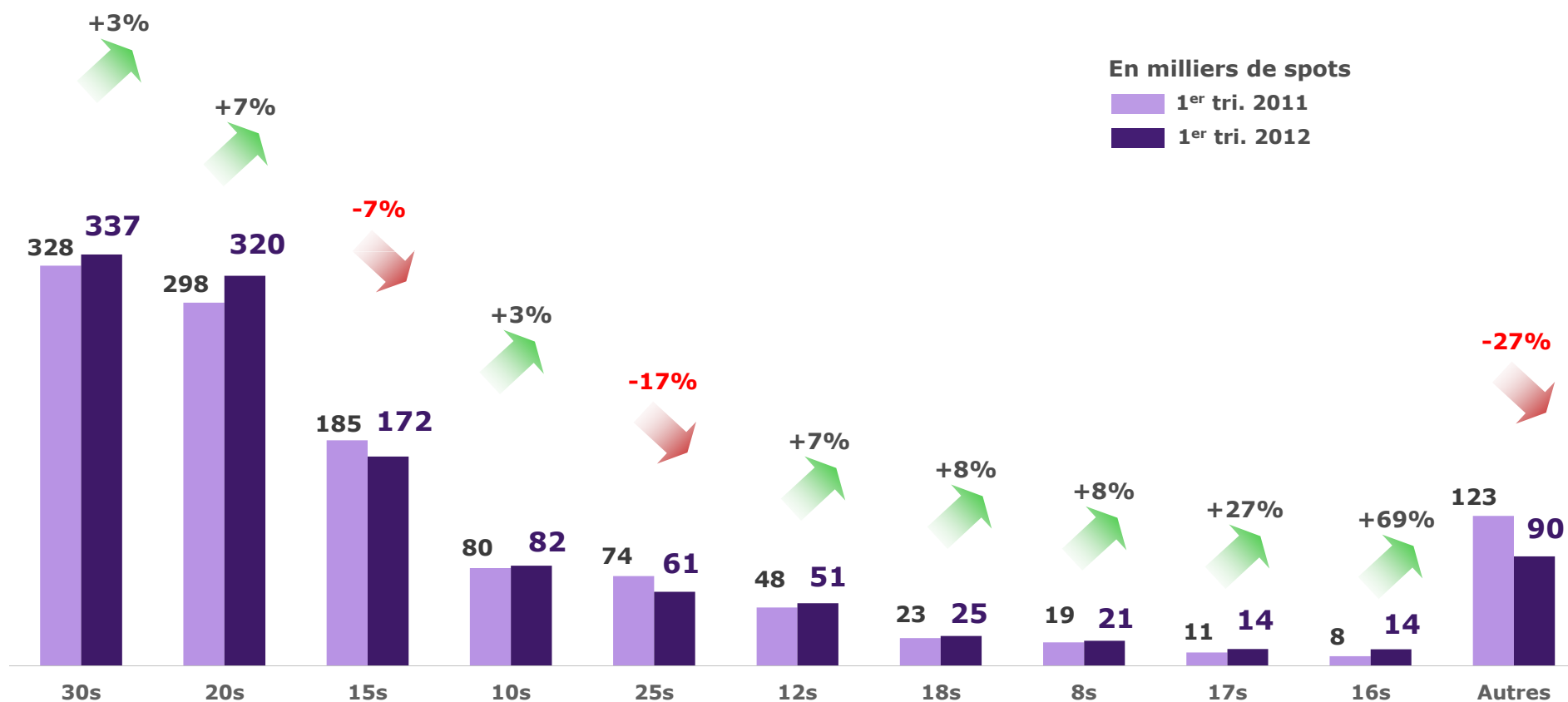
	1er trimestre 2012	Budget en Millions d'euros bruts H.T.	Evol° vs 1er tri.2011
	Total TELEVISION	2 106,6	7,2%
1	PROCTER & GAMBLE FRANCE	44	-4%
2	UNILEVER FRANCE	37	-13%
3	MC DONALDS	36	3%
4	FERRERO	34	-8%
5	NESTLE FRANCE	34	22%
6	DANONE PRODUITS FRAIS	32	5%
7	CITROEN	31	-13%
8	LASCAD	31	20%
9	PEUGEOT	27	-7%
10	RENAULT	27	-18%
11	L OREAL PARIS	27	-6%
12	RECKITT BENCKISER	24	-9%
13	GEMEY MAYBELLINE GARNIER	22	4%
14	LU FRANCE	21	-16%
15	HENKEL	19	-20%
16	VOLKSWAGEN	19	4%
17	OPEL	19	31%
18	LACTALIS	18	3%
19	ZALANDO GMBH	17	72%
20	KRAFT FOODS	17	87%

Evol° top 20 annonceurs :  **-0,1%**

Détail des formats TELEVISION

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

Rappel : durée moyenne d'un spot TELEVISION 1^{er} tri. 2012 : 21,4 sec. (-0,9% vs 1^{er} tri. 2011)



ZOOM SPONSORING sur les 7 TV hertziennes : chiffres clés

1^{er} trimestre 2012 (évolution vs 1^{er} tri.11)

Recettes estimées

143,7 millions €



+ 7% vs 1^{er} tri.11

Nombre de sponsors

247



+ 3% vs 1^{er} tri.11

Nombre de diffusions

+ de 28 200



- 1% vs 1^{er} tri.11

Durée parrainage cumulée

+ de 55 h



+ 2% vs 1^{er} tri.11

Note méthodologique / Panel YACAST

AdvertCast 2012 / 2011

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

1) 109 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 81 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, Les Indés Radios, Nostalgie, NRJ, MFM Radio, Rire & Chansons, RFM, RTL2, Skyrock, BFM Business, France Info, Radio Classique.

3) 388 supports PRESSE :

- Dont 368 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 – Avril 2012. Tous droits réservés.



Contact :

François Liénart – Directeur Dépt Publicité

Bruno Millet – Responsable Marketing

Yacast France

4, rue Paul Valéry
75116 PARIS

+33 (0)1 56 28 59 00