

1er semestre 2012

Bilan des investissements publicitaires

TELEVISION

Chiffres clés publicitaires TELEVISION

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

Recettes publicitaires

4 456 millions €



+ 3,7% vs 1^{er} sem.11

Nombre de messages

+ de 2 524 300



- 6,3% vs 1^{er} sem.11

Durée publicitaire cumulée

+ de 15 050 h



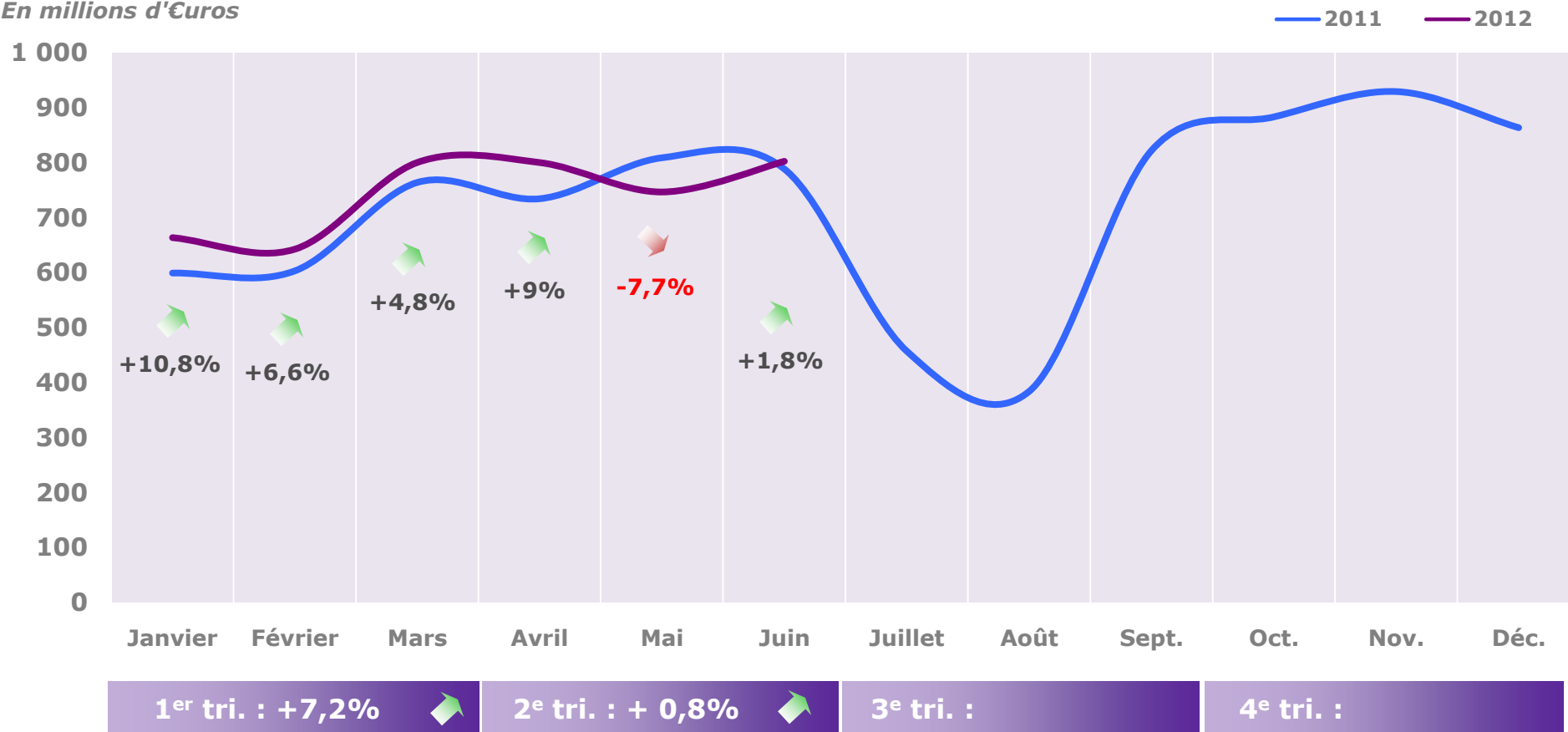
- 6,5% vs 1^{er} sem.11

Saisonnalité des investissements publicitaires TELEVISION

Cumul année 2012 (évolution vs année 2011)

Rappel : investissements publicitaires TELEVISION 1^{er} sem. 2011 vs 1^{er} sem. 2010 :  +12,3%

En millions d'€uros



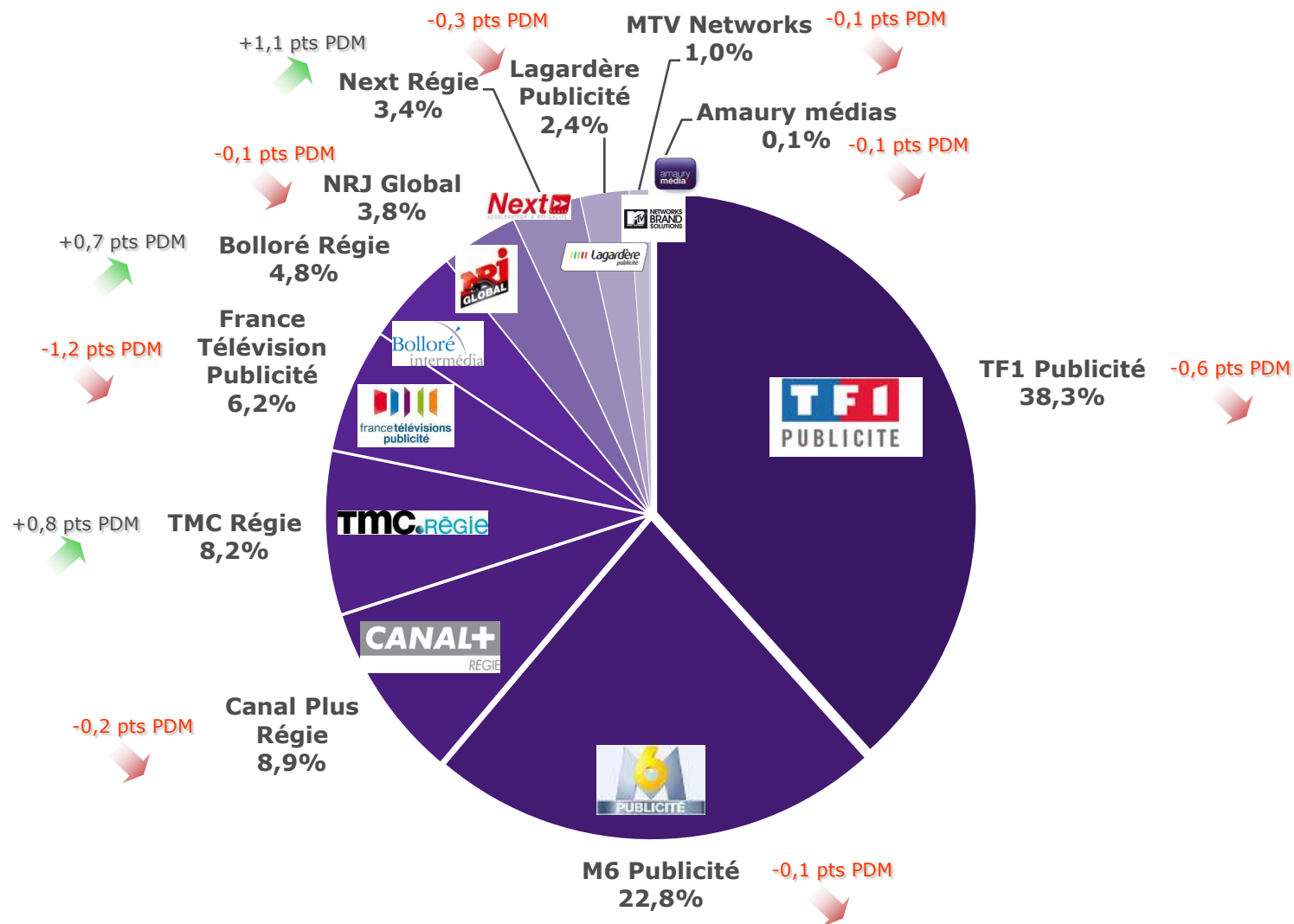
Chiffres clés publicitaires par segments TV

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

	Recettes publicitaires	Nombre de messages	Durée publicitaire
Total TELEVISION	4 456,2 M€  +3,7%	+ de 2 524 300  -6,3%	+ de 15 050 h  -6,5%
Dt total 6 TV hertz.	2 682,5 M€  -0,5%	+ de 257 800  -8,6%	+ de 1 442 h  -8,3%
Dt total 10 TV TNT	1 347,9 M€  +15,7%	+ de 697 900  -1%	+ de 4 004 h  -2,2%
Dt total 93 TV Cab/Sat	425,8 M€  -2,1%	+ de 1 568 500  -8,1%	+ de 9 608 h  -8%

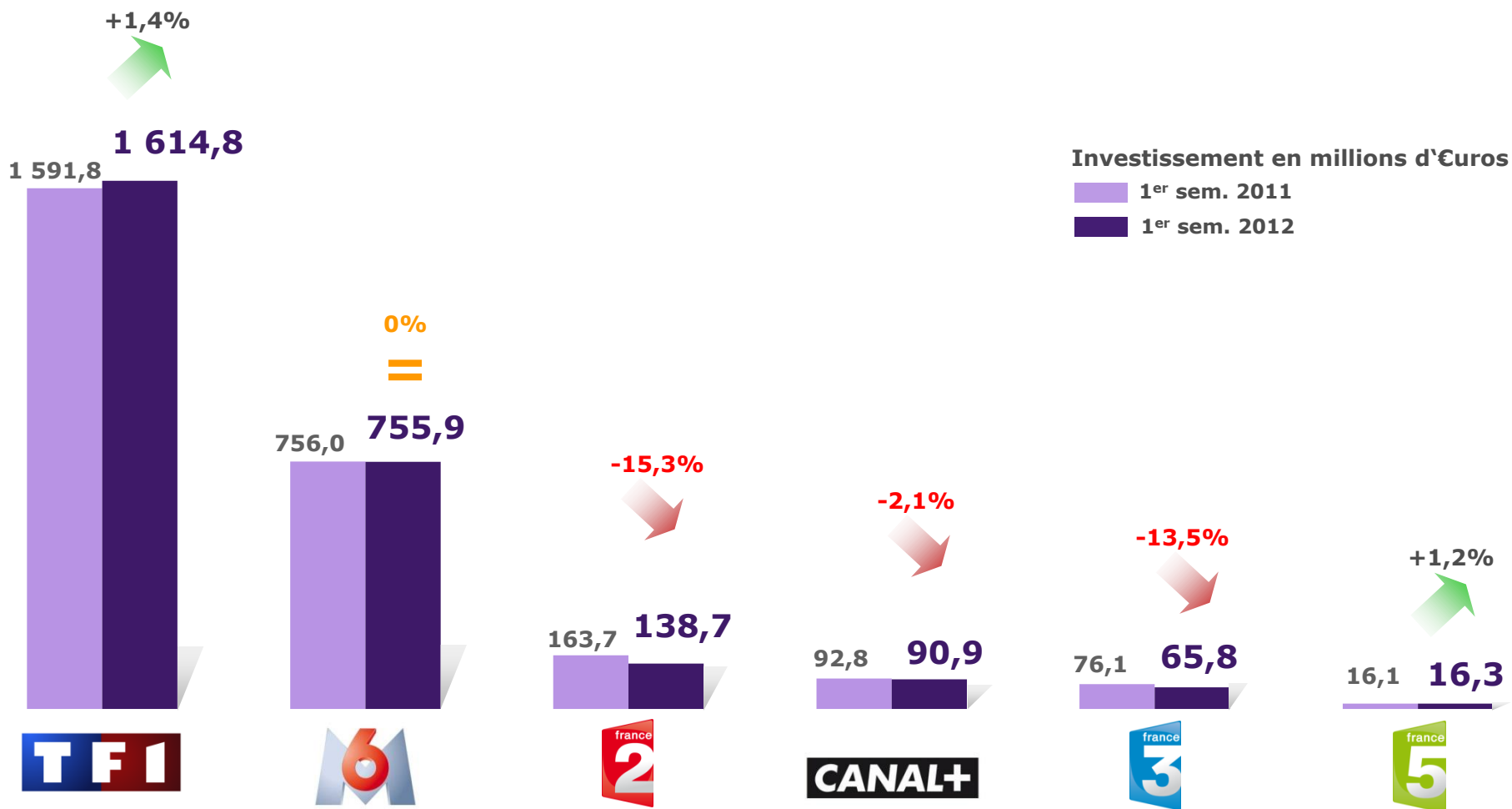
TELEVISION : PDM recettes par régies publicitaires

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)



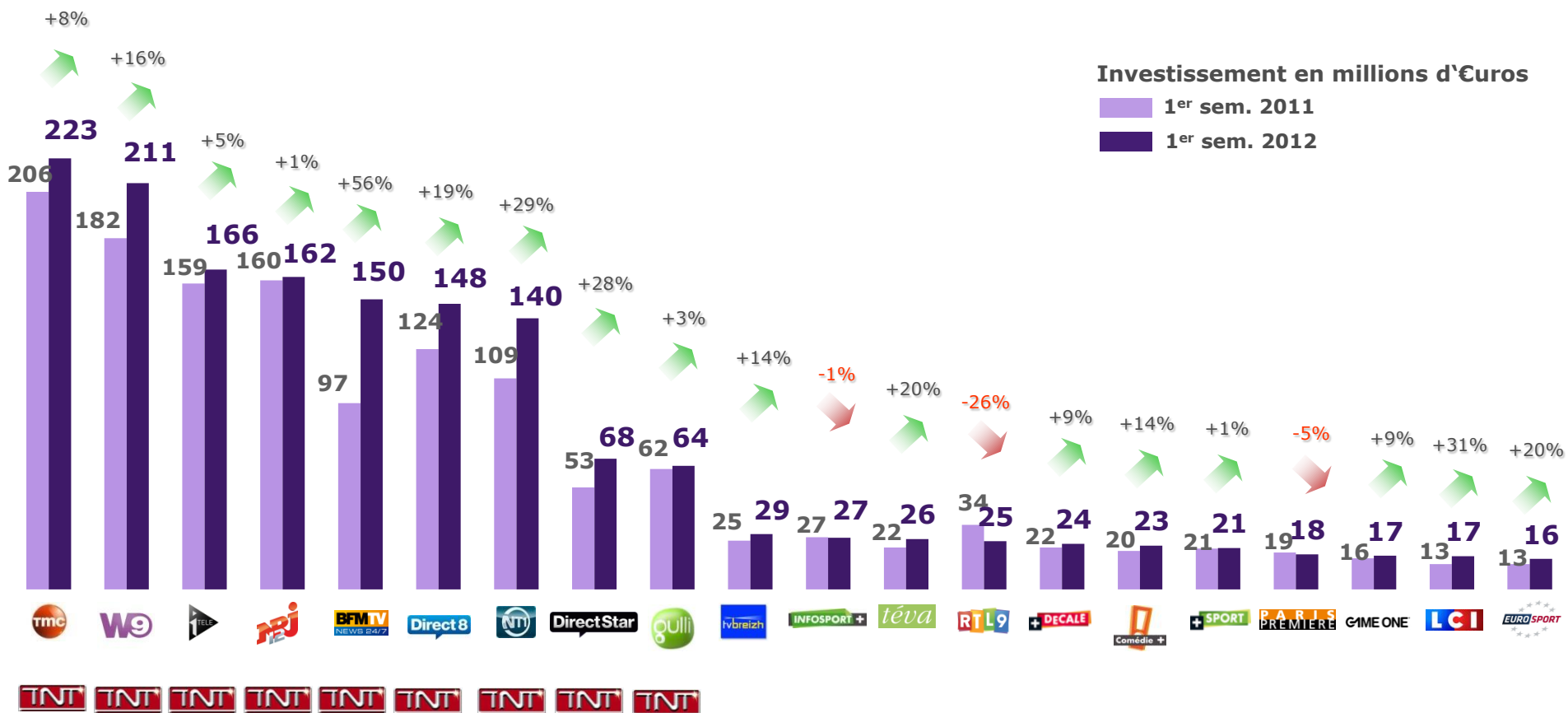
Télévisions hertziennes : Détail des recettes par chaînes

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)



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

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)



Répartition chiffres clés Avant/Après 20h

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

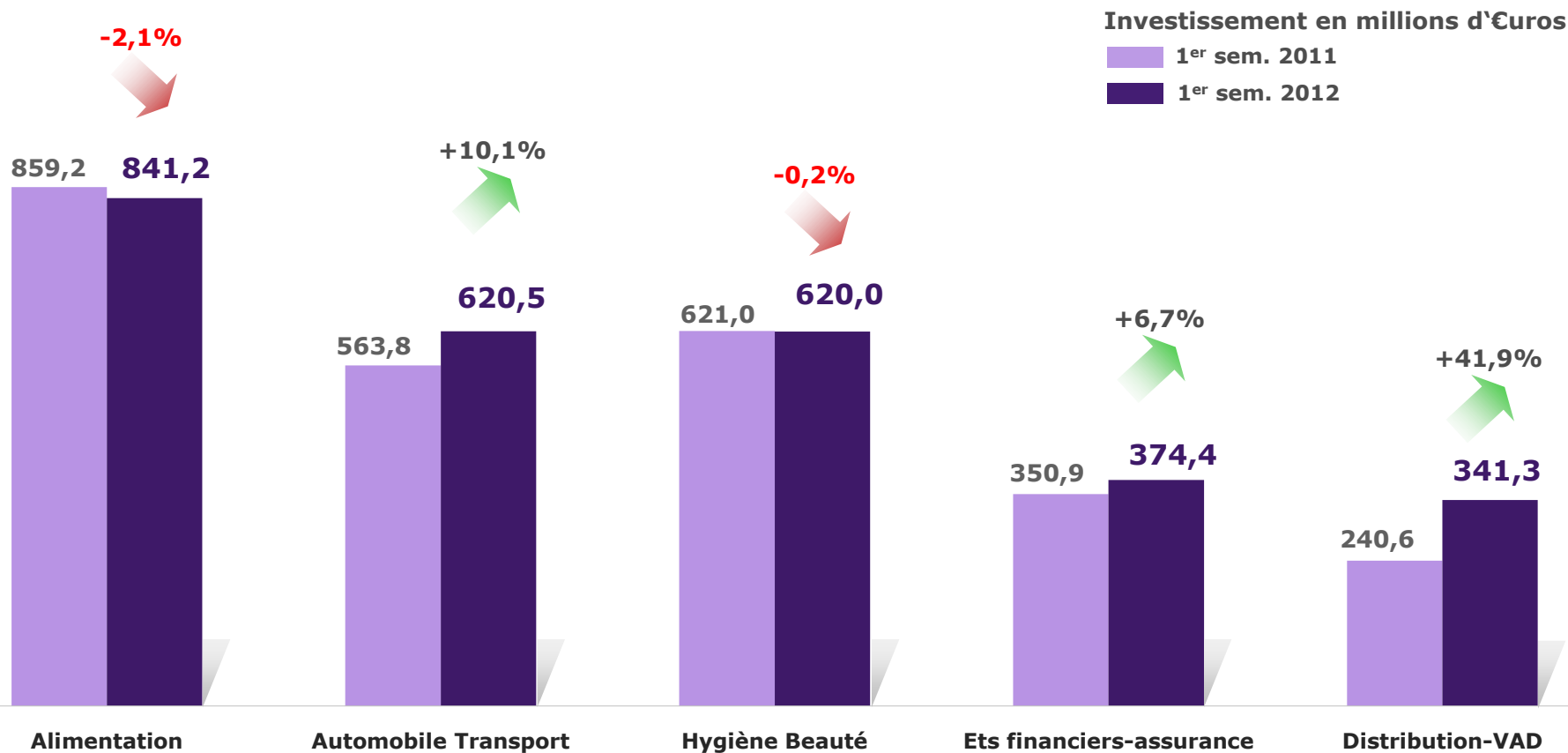
Répart° des inv. Pub.	TF1	2	3	CANAL+	5	6	TNT
TOTAL	+ 1%	- 15%	- 13%	- 2%	+ 1%	0%	+ 16%
Avant 20h	+ 4%	- 15%	- 13%	+ 3%	+ 1%	- 6%	+ 17%
Après 20h	0%	- 43%	- 25%	- 5%	+ 1%	+ 4%	+ 14%

Nombre de spots pub.							
TOTAL	0%	- 17%	- 7%	+ 2%	- 13%	- 15%	- 1%
Avant 20h	0%	- 17%	- 7%	0%	- 13%	- 17%	- 1%
Après 20h	- 1%	- 29%	- 8%	+ 6%	+ 13%	- 9%	0%

Durée publicitaire							
TOTAL	- 1%	- 19%	- 8%	+ 4%	- 12%	- 13%	- 2%
Avant 20h	0%	- 19%	- 8%	+ 1%	- 12%	- 17%	- 3%
Après 20h	- 1%	- 28%	- 7%	+ 11%	+ 1%	- 5%	- 1%

Top 5 familles TELEVISION

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)



Evolution :

Soit -18 millions €

Soit +56,7 millions €

Soit -1 millions €

Soit +23,5 millions €

Soit +100,7 millions €

Chiffres clés Annonceurs TELEVISION

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

Annonceurs actifs

1 355



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

(Dont : -2,7% 6 chaînes hertz. ; -0,7% 10 chaînes TNT ; +1,1% 93 chaînes Cab/Sat)

Marques actives

2 711



- 3,5% vs 1^{er} sem.11

(Dont : -7% 6 chaînes hertz. ; -4,6% 10 chaînes TNT ; -4,7% 93 chaînes Cab/Sat)

Produits actifs

3 467



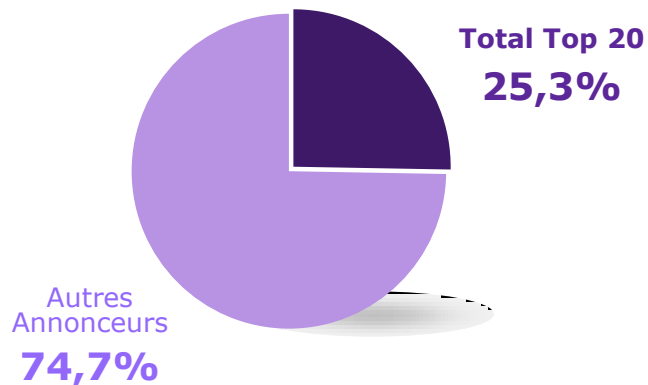
- 7,4% vs 1^{er} sem.11

(Dont : -8,3% 6 chaînes hertz. ; -7,8% 10 chaînes TNT ; -8,2% 93 chaînes Cab/Sat)

Top 20 annonceurs TELEVISION

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

Répartition du C.A. :
Top 20 vs Autres



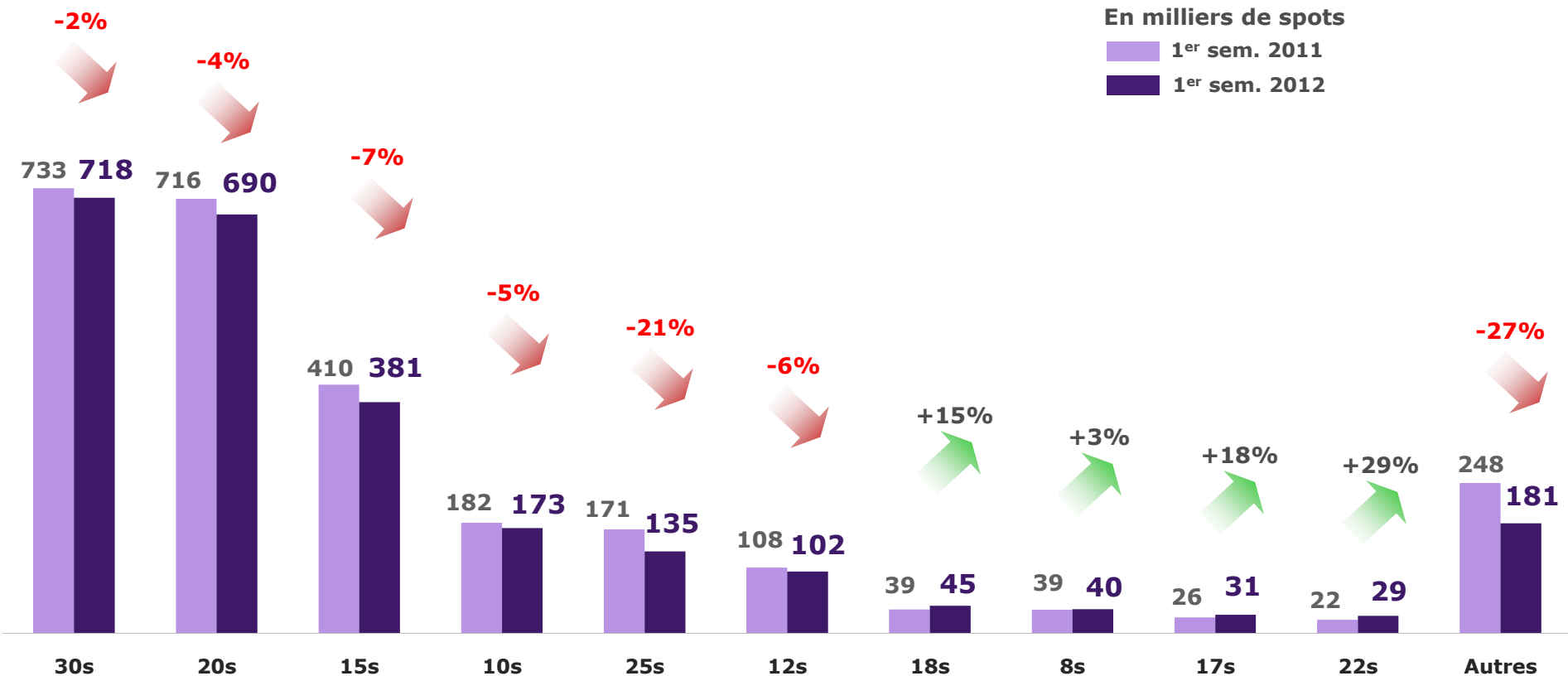
	1er semestre 2012	Budget en Millions d'euros brut H.T.	Evol° vs 1er sem. 2011
	Total TELEVISION	4 456,2	3,7%
1	UNILEVER FRANCE	90	-13%
2	PROCTER & GAMBLE FRANCE	81	-9%
3	MC DONALDS	80	2%
4	LASCAD	72	9%
5	RENAULT	67	5%
6	FERRERO	67	-26%
7	DANONE PRODUITS FRAIS	65	11%
8	CITROEN	64	-6%
9	PEUGEOT	61	4%
10	L OREAL PARIS	59	-7%
11	RECKITT BENCKISER	50	-3%
12	NESTLE FRANCE	49	-4%
13	HENKEL	46	-3%
14	GEMEY MAYBELLINE GARNIER	44	-12%
15	LU FRANCE	42	-15%
16	SFR	41	-0,4%
17	VOLKSWAGEN	40	4%
18	OPEL	37	18%
19	M6 WEB	37	32%
20	KELLOGGS	37	-5%

Evol° top 20 annonceurs :  **-3,4%**

Détail des formats TELEVISION

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

Rappel : durée moyenne d'un spot TELEVISION 1^{er} sem. 2012 : 21,4 sec. (-0,2% vs 1^{er} sem. 2011)



ZOOM SPONSORING sur les 7 TV hertziennes : chiffres clés

1^{er} semestre 2012 (évolution vs 1^{er} sem.11)

Recettes estimées

329,7 millions €



+ 9,6% vs 1^{er} sem.11

Nombre de sponsors

364



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

Nombre de diffusions

+ de 63 700



+ 1,4% vs 1^{er} sem.11

**Durée parrainage
cumulée**

+ de 122 h



+ 3,6% vs 1^{er} sem.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, RTL9, 13^e Rue Universal, TMC, Téva, TV5Monde FBS, 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) 393 supports PRESSE :

- Dont 373 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.



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