

**LES GRANDS INDICATEURS PUBLICITAIRES**  
**PRESSE, RADIO, TELEVISION, PUBLICITE EXTERIEURE, CINEMA**  
 tous secteurs hors auto-promotion & abonnements

	Fev 2012	Fev 2013	Evol %	01/01/2012 à 29/02/2012	01/01/2013 à 28/02/2013	Evol % (-1J en 2013)
<b>en millions d'Euros</b>						
<b>PRESSE - supports en alerte</b>	<b>375,9</b>	<b>378,5</b>	<b>0,7%</b>	<b>706,7</b>	<b>700,1</b>	<b>-0,9%</b>
MAGAZINES	210,5	207,6	-1,4%	379,6	368	-3,1%
QUOTIDIENS NAT.	104,6	88,9	-15,0%	205,9	183	-11,1%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>249,7</b>	<b>242,4</b>	<b>-2,9%</b>	<b>510,6</b>	<b>525,7</b>	<b>3,0%</b>
STATIONS GENERALISTES	107,1	104,6	-2,3%	213,9	215,6	0,8%
STATIONS MUSICALES NAT	102,6	99,5	-3,0%	214,2	225,1	5,1%
PROGRAMMES LOCAUX	27,3	27	-1,1%	58,4	63,5	8,7%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>582,3</b>	<b>582,1</b>	<b>0,0%</b>	<b>1 189</b>	<b>1 191,3</b>	<b>0,2%</b>
TV NATIONALE	380,5	368,5	-3,2%	790,8	778,3	-1,6%
TV TNT	201,8	213,6	5,8%	398,3	413	3,7%
<b>PUBLICITE EXTERIEURE*</b>	<b>153,8</b>	<b>147,4</b>	<b>-4,2%</b>	<b>331,3</b>	<b>311,9</b>	<b>-5,9%</b>
<b>CINEMA</b>	<b>26,8</b>	<b>20,8</b>	<b>-22,4%</b>	<b>39,5</b>	<b>30,8</b>	<b>-22,0%</b>

<b>Nombre de pages</b>						
<b>PRESSE - supports en alerte</b>	<b>10 889</b>	<b>10 317</b>	<b>-5,3%</b>	<b>20 053</b>	<b>19 012</b>	<b>-5,2%</b>
MAGAZINES	8 325	7 839	-5,8%	15 227	14 262	-6,3%
QUOTIDIENS NAT.	1 076	911	-15,3%	2 157	1 878	-12,9%

<b>Durée en secondes</b>						
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>2 165 065</b>	<b>2 029 470</b>	<b>-6,3%</b>	<b>4 507 145</b>	<b>4 535 835</b>	<b>0,6%</b>
STATIONS GENERALISTES	677 840	635 520	-6,2%	1 390 695	1 362 735	-2,0%
STATIONS MUSICALES NAT	1 182 950	1 126 555	-4,8%	2 526 535	2 591 925	2,6%
PROGRAMMES LOCAUX	101 140	88 670	-12,3%	219 280	229 520	4,7%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>3 041 067</b>	<b>3 537 397</b>	<b>16,3%</b>	<b>6 051 183</b>	<b>6 916 881</b>	<b>14,3%</b>
TV NATIONALE	780 067	840 526	7,8%	1 589 856	1 701 599	7,0%
TV TNT	2 261 000	2 696 871	19,3%	4 461 327	5 215 282	16,9%

<b>Nombre d'annonceurs</b>						
<b>PRESSE - supports en alerte</b>	<b>3 531</b>	<b>3 227</b>	<b>-8,6%</b>	<b>4 711</b>	<b>4 384</b>	<b>-6,9%</b>
MAGAZINES	2 519	2 248	-10,8%	3 326	3 063	-7,9%
QUOTIDIENS NAT.	831	757	-8,9%	1 242	1 074	-13,5%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>527</b>	<b>557</b>	<b>5,7%</b>	<b>713</b>	<b>723</b>	<b>1,4%</b>
STATIONS GENERALISTES	324	348	7,4%	441	461	4,5%
STATIONS MUSICALES NAT	256	274	7,0%	337	367	8,9%
PROGRAMMES LOCAUX	77	78	1,3%	95	110	15,8%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>467</b>	<b>499</b>	<b>6,9%</b>	<b>571</b>	<b>612</b>	<b>7,2%</b>
TV NATIONALE	376	400	6,4%	466	501	7,5%
TV TNT	411	431	4,9%	496	520	4,8%
<b>CINEMA</b>	<b>35</b>	<b>35</b>		<b>56</b>	<b>56</b>	

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - LES INDICATEURS AVANCES - ADR 9220 - 4461

\* Principaux afficheurs (dont activité longue conservation) :

Avenir/JC Decaux, CBS et Clear Channel

Hors Mediatransports



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m<sup>2</sup> Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.