

The logo for Kantar Media, featuring the word "KANTAR" in yellow and "MEDIA" in white, with a decorative trail of red and orange dots behind the text.

KANTAR MEDIA

Adex Report

Suivi mensuel

des investissements publicitaires plurimédias

Février 2013 vs Février 2013

SOMMAIRE

METHODOLOGIE

SYNTHESE

VALEURS

VOLUME

MEDIAS

PDM MEDIA

PLURIMEDIA

TOP 10 CUMUL

TOP 10 MOIS

PRESSE

MAGAZINES

PQN

RADIO

MUSICALES

GENERALISTES

TELEVISION

NATIONALES

PARRAINAGE NAT

TNT

PARRAINAGE TNT

CHAINES THEMATIQUES

PUB.EXT

CINEMA

INTERNET

POINT MÉTHODOLOGIE

Ad Intelligence, leader de la veille publicitaire, mesure l'ensemble des actions de communication publicitaire à partir d'une couverture médias particulièrement élargie et valorise les investissements bruts des annonceurs à partir des tarifs plaquettes (hors remises, dégressifs et négociations).

Selon vos souscriptions accès au

- Plurimedia **classic** (TV hors parrainage)
- Plurimedia **panoramic** (TV avec parrainage)

Presse	600 titres de presse magazine grand public et B to B, presse quotidienne nationale et régionale, presse hebdomadaire régionale, presse gratuite d'information, presse magazine de marques
Télévision	6 chaînes nationales 80 chaînes thématiques nationales (dont TNT)
Radio	19 stations nationales, 18 stations ou décrochages régionaux (IDF)
Publicité extérieure	12 afficheurs grands formats, mobilier urbain, transports, piétons, points de vente, kiosques et loisirs
Internet	38 régies soit près de 820 sites FAI, moteurs et sites éditoriaux mesurés en collaboration avec l'IAB et le SRI
Cinéma	2 régies nationales

Adexreport février 2013 – Stabilité du marché en février

En février, les recettes des médias se stabilisent à -0,4%. La presse affiche +3,6% en valeur suivie par la télévision et par le display (0,1% d'évolution pour chacun des 2 médias). La radio est en retrait (-1,2%) mais moins que la publicité extérieure (-8,9%) et que le cinéma (-22,4%).

Au cumul, le marché est en recul à -1,1%.

La presse enregistre une évolution positive de ses recettes brutes (+3,6%) tant pour les magazines (+2,3%) que pour la PQN (+2,4%). Les distributeurs et les constructeurs automobiles représentent les plus fortes hausses budgétaires sur le mois et contribuent ainsi à booster le média en valeur. A contrario, en volume, la presse perd -5,7% de pagination vs février 2011. Sur cet indicateur néanmoins, la PQN continue de présenter un solde positif (+1,9%).

Au cumul, le média affiche des recettes stables (-0,2%) mais des volumes très en retrait (-8,8%).

La télévision équilibre ses recettes brutes en février (+0,1%) grâce aux chaînes de la TNT (+6,8%) alors que les 2 autres segments présentent des évolutions négatives. Côté volume, le média est pénalisé par les chaînes thématiques (-15,6%) et enregistre une évolution légèrement à la baisse (-1,3%).

Depuis janvier, 2 secteurs soutiennent les recettes du média : la beauté (+6,4%) et le tourisme (+42,5%) et contribuent ainsi à le stabiliser en valeur (-0,6%).

Les recettes du **display** sont stables sur le mois (+0,1%) soutenues par les constructeurs automobiles (+11,4%) et par les établissements financiers et assurance (+4,8%).

fin février, le média présente la même tendance en valeur (-0,4%) et comptabilise 1 secteur sur 2 en retrait sur les 10 premiers.

Malgré un mois de janvier très encourageant, **la radio** subit une diminution de ses recettes brutes en février (-1,3%) en raison du désengagement des constructeurs automobiles (-32,7%). Tous les segments du média sont à la baisse en valeur à commencer par les stations musicales (-3,1%) qui présentent l'évolution la plus en recul sur cet item.

Néanmoins au cumul et comparé au plurimédia, le média enregistre les évolutions les plus dynamiques du marché en valeur (+3,7%) comme en volume (+2%).

La publicité extérieure* est en retrait sur le mois (-8,9%) malgré un engagement important de la part des constructeurs automobiles (+60,9%). A fin février, le média présente des recettes brutes à -9,6%
**voir annotation sur les offres "JC Decaux Large.*

Le cinéma voit ses recettes brutes diminuer sur le mois (-22,4%) comme sur le cumul (-22,1%).

En bref en février :

- Un marché stable en valeur mais négatif en volume pour la presse, la télévision et la radio
- Télévision et display présentent la même évolution de leurs recettes brutes (0,1%)
- Les distributeurs se désengagent largement (-7,7%) contrairement au voyage tourisme (+23,8%)
- Peugeot : premier annonceur en valeur devant Kraft et Unilever

EVOLUTION MENSUELLE DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES

PLURIMEDIA*
tous secteurs hors auto-promotion et abonnements
en milliers d'Euros

	Cumul annuel	Janv	Fev
Total			
evol%	-1,1%	-1,8%	-0,4%
2013	3 718 112	1 838 388	1 879 724
2012	3 760 326	1 872 940	1 887 386
PRESSE			
evol%	-0,2%	-4,3%	3,6%
2013	991 781	459 618	532 164
2012	994 034	480 500	513 535
MAGAZINES			
evol%	-0,7%	-4,5%	2,3%
2013	401 287	172 864	228 423
2012	404 272	181 058	223 215
QUOTIDIENS NAT.			
evol%	5,1%	7,8%	2,4%
2013	199 390	100 959	98 432
2012	189 757	93 664	96 093
RADIO			
evol%	3,7%	8,5%	-1,3%
2013	563 318	301 003	262 315
2012	543 248	277 445	265 803
STATIONS GENERALISTES			
evol%	1,4%	3,9%	-1,2%
2013	216 793	110 970	105 822
2012	213 866	106 775	107 091
STATIONS MUSICALES NAT			
evol%	5,1%	12,6%	-3,1%
2013	225 138	125 680	99 458
2012	214 172	111 580	102 592
PROGRAMMES LOCAUX			
evol%	8,7%	17,2%	-1,1%
2013	63 508	36 525	26 983
2012	58 436	31 155	27 281
TELEVISION			
evol%	-0,6%	-1,4%	0,1%
2013	1 399 398	701 896	697 502
2012	1 408 468	711 821	696 647
TV NATIONALE			
evol%	-1,6%	-0,1%	-3,1%
2013	778 255	409 757	368 498
2012	790 784	410 311	380 473
TV TNT			
evol%	4,2%	1,5%	6,8%
2013	414 936	199 398	215 538
2012	398 259	196 433	201 826
TV NAT THEMATIQUES			
evol%	-23,9%	-28,8%	-19,3%
2013	89 029	40 388	48 642
2012	117 002	56 759	60 243
PUBLICITE EXTERIEURE			
evol%	-9,6%	-10,2%	-8,9%
2013	387 535	203 678	183 857
2012	428 470	226 688	201 782
CINEMA			
evol%	-22,1%	-21,5%	-22,4%
2013	30 805	9 999	20 806
2012	39 545	12 734	26 812
INTERNET			
evol%	-0,4%	-1,1%	0,1%
2013	345 274	162 193	183 081
2012	346 560	163 752	182 808

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2013 vs 2012

**EVOLUTION MENSUELLE
PRESSE, RADIO ET TELEVISION
DUREE ET NOMBRE DE PAGES**
tous secteurs hors auto-promotion, abonnements

	Cumul annuel	Janv	Fev
En Nombre de Pages			
PRESSE			
evol%	-8,8%	-12,2%	-5,7%
2013	39 030	18 593	20 437
2012	42 803	21 130	21 673
MAGAZINES			
evol%	-6,2%	-9,2%	-3,2%
2013	17 452	7 904	9 548
2012	18 571	8 706	9 865
QUOTIDIENS NAT.			
evol%	2,8%	3,7%	1,9%
2013	2 252	1 147	1 105
2012	2 190	1 106	1 085
En Secondes			
RADIO			
evol%	2,2%	4,2%	-0,2%
2013	6 530 265	3 448 190	3 082 075
2012	6 403 130	3 314 645	3 088 485
STATIONS MUSICALES NAT			
evol%	2,6%	9,1%	-4,8%
2013	2 591 915	1 465 370	1 126 545
2012	2 526 535	1 343 585	1 182 950
STATIONS GENERALISTES			
evol%	-0,3%	2,2%	-2,7%
2013	1 386 880	727 230	659 650
2012	1 390 695	712 855	677 840
PROGRAMMES LOCAUX			
evol%	4,7%	19,2%	-12,3%
2013	229 510	140 850	88 660
2012	219 280	118 140	101 140
TELEVISION			
evol%	-5,2%	-8,8%	-1,3%
2013	15 317 313	7 216 008	8 101 305
2012	16 119 872	7 908 452	8 211 420
TV NATIONALE			
evol%	7,2%	6,3%	7,8%
2013	1 701 599	861 073	840 526
2012	1 589 856	809 789	780 067
TV TNT			
evol%	18,9%	14,5%	23,2%
2013	5 303 759	2 518 411	2 785 348
2012	4 461 327	2 200 327	2 261 000
TV NAT THEMATIQUES			
evol%	-19,4%	-23,5%	-15,6%
2013	7 835 043	3 616 910	4 218 133
2012	9 723 673	4 726 009	4 997 664

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA
PLURIMEDIA*

 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Fev 2012	Fev 2013	Evol %	Janv à Fev 2012	Janv à Fev 2013	Evol %
Total	1 887,4	1 879,7	-0,4%	3 760,3	3 718,1	-1,1%
PRESSE	513,5	532,2	3,6%	994,	991,8	-0,2%
RADIO	265,8	262,3	-1,3%	543,2	563,3	3,7%
TELEVISION	696,6	697,5	0,1%	1 408,5	1 399,4	-0,6%
PUBLICITE EXTERIEURE	201,8	183,9	-8,9%	428,5	387,5	-9,6%
CINEMA	26,8	20,8	-22,4%	39,5	30,8	-22,1%
INTERNET	182,8	183,1	0,1%	346,6	345,3	-0,4%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2013 vs 2012

REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA

PLURIMEDIA AVEC INTERNET

tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
en millions d'Euros

	Fev 2012	pdm	Fev 2013	pdm	Evol %	Janv à Fev 2012	pdm	Janv à Fev 2013	pdm	Evol %
Total	1 887,4	100,%	1 879,7	100,%	-0,4%	3 760,3	100,%	3 718,1	100,%	-1,1%
PRESSE	513,5	27,2%	532,2	28,3%	3,6%	994,	26,4%	991,8	26,7%	-0,2%
RADIO	265,8	14,1%	262,3	14,%	-1,3%	543,2	14,4%	563,3	15,2%	3,7%
TELEVISION	696,6	36,9%	697,5	37,1%	0,1%	1 408,5	37,5%	1 399,4	37,6%	-0,6%
PUBLICITE EXTERIEURE	201,8	10,7%	183,9	9,8%	-8,9%	428,5	11,4%	387,5	10,4%	-9,6%
CINEMA	26,8	1,4%	20,8	1,1%	-22,4%	39,5	1,1%	30,8	0,8%	-22,1%
INTERNET	182,8	9,7%	183,1	9,7%	0,1%	346,6	9,2%	345,3	9,3%	-0,4%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR SECTEUR
PLURIMEDIA*

 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Fev 2012	Fev 2013	Evol %	Janv à Fev 2012	Janv à Fev 2013	Evol %
TOTAL PLURIMEDIA	1 887,4	1 879,7	-0,4%	3 760,3	3 718,1	-1,1%
DISTRIBUTION	249,8	230,6	-7,7%	523,5	510,6	-2,5%
AUTOMOBILE TRANSPORT	207,6	207,2	-0,2%	446,5	403,8	-9,6%
ALIMENTATION	180,6	178,5	-1,2%	358,1	333,4	-6,9%
CULTURE & LOISIRS	159,4	164,5	3,2%	308,9	311,5	0,8%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	128,5	134,2	4,4%	289,4	287,	-0,8%
HYGIENE BEAUTE	135,1	144,2	6,7%	243,6	253,9	4,2%
VOYAGE-TOURISME	86,9	107,7	23,8%	184,5	225,1	22,1%
INFORMATION MEDIA	104,9	95,9	-8,6%	224,3	211,4	-5,8%
SERVICES	91,5	98,3	7,4%	178,2	196,3	10,2%
TELECOMMUNICATIONS	112,4	86,8	-22,8%	204,3	172,8	-15,4%
MODE ET ACCESSOIRES	91,3	93,1	1,9%	147,3	148,4	0,7%
SANTE	35,2	45,4	29,1%	85,5	98,1	14,7%
EDITION	55,1	56,7	2,9%	99,7	97,6	-2,1%
IMMOBILIER	31,9	32,2	0,9%	57,3	61,7	7,8%
AMEUBLEMENT DECORATION	19,1	19,4	1,5%	50,9	55,5	9,1%
ENTRETIEN	30,	22,4	-25,3%	57,1	52,3	-8,4%
INFORMATIQUE BUREAUTIQUE	21,6	26,3	21,9%	36,5	47,6	30,4%
ENSEIGNEMENT FORMATION	19,1	22,3	16,8%	44,6	44,8	0,4%
BOISSONS	30,6	25,6	-16,4%	52,2	44,3	-15,1%
PUBLICITES DIVERSES	15,9	15,6	-1,6%	31,3	30,6	-2,1%
INDUSTRIE	8,6	8,9	3,2%	14,5	21,6	49,4%
APPAREILS MENAGERS	11,5	10,9	-4,9%	18,4	20,3	10,1%
BATIMENT TRAVAUX PUBLICS	9,2	10,4	13,1%	20,9	19,7	-5,9%
ANNONCES LEGALES	6,6	8,1	23,8%	12,3	15,3	24,7%
PUBLICITE FINANCIERE	14,	11,	-21,2%	19,2	13,1	-31,8%
ORGANISMES HUMANITAIRES	6,3	5,9	-7,1%	14,	11,7	-16,2%
AUDIOVISUEL PHOTO CINEMA	5,5	4,9	-11,5%	8,4	10,2	21,8%
ENERGIE	13,3	4,8	-64,3%	19,6	8,1	-58,7%
CORPORATE	2,4	4,9	103,3%	4,	6,3	57,1%
AGRICULTURE JARDINAGE	3,5	3,3	-6,3%	5,4	5,1	-5,5%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2013 vs 2012

TOP 10 ANNONCEURS CUMUL A DATE
PLURIMEDIA*
 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Janv à Fev 2012	Janv à Fev 2013	Evol %
PEUGEOT AUTOMOBILES	55,3	60,6	9,6%
CITROEN AUTOMOBILES	43,9	45,7	4,2%
UNILEVER FRANCE	29,	43,4	49,7%
KRAFT FOODS EUROPE	38,2	38,6	1,0%
RENAULT AUTOMOBILES	50,4	37,2	-26,2%
E.LECLERC MAGASINS	33,8	36,7	8,6%
SFR	41,3	35,6	-13,6%
MC DONALDS FRANCE	32,5	35,6	9,5%
ORANGE FRANCE	36,4	32,1	-11,9%
FORD AUTOMOBILES	18,7	31,5	68,5%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2013 vs 2012

TOP 10 ANNONCEURS MOIS EN COURS
PLURIMEDIA*
 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Fev 2012	Fev 2013	Evol %
PEUGEOT AUTOMOBILES	26,1	31,8	22, %
KRAFT FOODS EUROPE	15,4	28,8	86,5%
UNILEVER FRANCE	16,3	24,1	48,5%
CITROEN AUTOMOBILES	18,4	23,	25,3%
ORANGE FRANCE	16,4	19,7	20,1%
FORD AUTOMOBILES	8,1	19,3	138,9%
MC DONALDS FRANCE	19,	17,7	-6,8%
RENAULT AUTOMOBILES	26,9	17,3	-35,5%
E.LECLERC MAGASINS	16,3	15,7	-3,5%
NESTLE FRANCE	16,7	15,3	-8,4%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2013 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2013 vs 2012