

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

	mai-12	mai-13	Evol %	01/01/2012 à 31/05/2012	01/01/2013 à 31/05/2013	Evol %
en millions d'Euros						
PRESSE - Supports en alerte	453,5	467,4	3,1%	2 147	2 080,8	-3,1%
MAGAZINES	273,6	272,9	-0,3%	1 216,10	1 175,1	-3,4%
QUOTIDIENS NAT.	96,6	107,7	11,5%	497,9	489,1	-1,8%
RADIO NATIONALE	312,4	387,8	24,1%	1 525,90	1 658,3	8,7%
STATIONS GENERALISTES	133	154	15,8%	653,9	692,9	6,0%
STATIONS MUSICALES NAT	130,2	168,5	29,4%	625,4	696,6	11,4%
PROGRAMMES LOCAUX	36,1	49,6	37,4%	180,2	205,8	14,2%
TELEVISION NATIONALE	678,3	728,6	7,4%	3 307,10	3 422,0	3,5%
TV HISTORIQUE	456,6	469,4	2,8%	2 194	2 209,3	0,7%
TV TNT	221,7	259,2	16,9%	1 113,10	1 212,7	8,9%
PUBLICITE EXTERIEURE*	181	167	-7,7%	921	833,8	-9,5%
CINEMA	25	32	28,1%	126	136,5	8,3%



	Nombre de pages					
PRESSE - Supports en alerte	13 425	12 831	-4,4%	61 533	57 396	-6,7%
MAGAZINES	10 748	10 212	-5,0%	48 088	44 716	-7,0%
QUOTIDIENS NAT.	896	1 000	11,6%	4 687	4 666	-0,4%

	Durée en secondes					
RADIO NATIONALE	2 407 575	2 948 050	22,4%	12 261 275	12 932 220	5,5%
STATIONS GENERALISTES	765 860	815 815	6,5%	3 877 350	3 850 050	-0,7%
STATIONS MUSICALES NAT	1 289 155	1 739 995	35,0%	6 682 420	7 436 710	11,3%
PROGRAMMES LOCAUX	113 410	149 035	31,4%	609 200	634 775	4,2%
TELEVISION NATIONALE	3 260 192	4 555 918	39,7%	16 492 359	20 796 793	26,1%
TV HISTORIQUE	847 357	1 000 420	18,1%	4 297 532	4 699 907	9,4%
TV TNT	2 412 835	3 555 498	47,4%	12 194 827	16 096 886	32,0%

	Nombre d'annonceurs					
PRESSE - Supports en alerte	4 038	3 634	-10,0%	8 731	8 007	-8,3%
MAGAZINES	3 014	2 754	-8,6%	6 569	5 882	-10,5%
QUOTIDIENS NAT.	815	715	-12,3%	1 919	1 732	-9,7%
RADIO NATIONALE	632	722	14,2%	1 320	1 445	9,5%
STATIONS GENERALISTES	372	373	0,3%	786	824	4,8%
STATIONS MUSICALES NAT	294	386	31,3%	615	772	25,5%
PROGRAMMES LOCAUX	80	89	11,3%	156	166	6,4%
TELEVISION NATIONALE	535	539	0,7%	938	1 003	6,9%
TV HISTORIQUE	422	426	0,9%	744	801	7,7%
TV TNT	462	476	3,0%	814	873	7,2%
CINEMA	47	67	42,6%	115	129	12,2%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - LES INDICATEURS AVANCES V2 - ADR 9220 - 4461

* Principaux afficheurs (dont activité longue conservation) :

Avenir/JC Decaux, CBS, et Mediatransports, Clear Channel



Clear Channel a lancé une nouvelle offre le 4 Mars 2013, qui se décline en 4 Parcours Consommateurs. Cette nouvelle architecture entraîne une redéfinition des univers d'affichage tels qu'ils existaient jusqu'alors. L'ensemble des mobiliers rétro-éclairés présents dans la rue, sur les points de vente, dans les parkings de centre-ville et les métros est désormais intégré à l'activité MOBILIER URBAIN. La nouvelle segmentation s'articule donc selon la segmentation suivante : Le mobilier urbain (2 et 8 m²), le grand format classique, le bus et le digital, sous la marque Play (non suivi jusqu'à présent par KANTAR MEDIA). Compte tenu de la politique de tarification et des CGV du Mobilier Urbain, ces modifications feront mécaniquement chuter la valeur brute de l'offre globale de Clear Channel sur la période de 4 mars au 31 décembre 2013 et impacteront donc les résultats d'investissements publicitaires de la PUBLICITE EXTERIEURE, publiés par KANTAR MEDIA.