

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

	sept-12	sept-13	Evol %	01/01/2012 à 30/09/2012	01/01/2013 à 30/09/2013	Evol %
<b>en millions d'Euros</b>						
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>514</b>	<b>505,9</b>	<b>-1,6%</b>	<b>3 690,5</b>	<b>3 559,6</b>	<b>-3,5%</b>
MAGAZINES	292,2	277,9	-4,9%	2 101,4	2 014,8	-4,1%
QUOTIDIENS NAT.	101,8	115,9	13,9%	852,7	841,1	-1,4%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>391,8</b>	<b>433,1</b>	<b>10,5%</b>	<b>2 824,6</b>	<b>3 040,5</b>	<b>7,6%</b>
STATIONS GENERALISTES	159,6	181,6	13,8%	1 167,9	1 244,0	6,5%
STATIONS MUSICALES NAT	167	179,1	7,2%	1 198,8	1 302,2	8,6%
PROGRAMMES LOCAUX	50,2	54,8	9,2%	343,4	381,7	11,2%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>780,3</b>	<b>894,7</b>	<b>14,7%</b>	<b>5 636,9</b>	<b>6 039,8</b>	<b>7,1%</b>
TV HISTORIQUE	528,5	586,2	10,9%	3 767,4	3 903,0	3,6%
TV TNT	251,8	308,6	22,6%	1 869,5	2 136,9	14,3%
<b>PUBLICITE EXTERIEURE*</b>	<b>265,6</b>	<b>231,8</b>	<b>-12,7%</b>	<b>1 972,8</b>	<b>1 829,6</b>	<b>-7,3%</b>
<b>CINEMA</b>	<b>15,3</b>	<b>25,8</b>	<b>68,6%</b>	<b>246,7</b>	<b>265,1</b>	<b>7,5%</b>
<b>Nombre de pages</b>						
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>14 593</b>	<b>13 484</b>	<b>-7,6%</b>	<b>105 836</b>	<b>98 784</b>	<b>-6,7%</b>
MAGAZINES	11 350	10 566	-6,9%	83 150	77 613	-6,7%
QUOTIDIENS NAT.	939	1 050	11,8%	7 943	7 885	-0,7%
<b>Durée en secondes</b>						
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>2 994 290</b>	<b>3 230 965</b>	<b>1,5%</b>	<b>22 614 805</b>	<b>23 863 955</b>	<b>5,5%</b>
STATIONS GENERALISTES	937 305	951 100	10,1%	6 933 845	6 920 320	-0,2%
STATIONS MUSICALES NAT	1 673 155	1 841 465	4,4%	12 650 390	13 915 655	10,9%
PROGRAMMES LOCAUX	155 505	162 395	4,4%	1 150 170	1 200 210	4,4%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>3 403 894</b>	<b>5 020 564</b>	<b>47,5%</b>	<b>28 089 402</b>	<b>38 267 883</b>	<b>36,2%</b>
TV HISTORIQUE	942 617	1 043 934	10,7%	7 753 163	8 560 020	10,4%
TV TNT	2 461 277	3 976 630	61,6%	20 336 239	29 707 863	46,1%
<b>Nombre d'annonceurs</b>						
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>3 976</b>	<b>3 545</b>	<b>-10,8%</b>	<b>11 395</b>	<b>10 522</b>	<b>-7,7%</b>
MAGAZINES	2 863	2 569	-10,3%	8 553	7 753	-9,4%
QUOTIDIENS NAT.	794	757	-4,7%	2 518	2 309	-8,3%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>622</b>	<b>731</b>	<b>17,5%</b>	<b>1 798</b>	<b>2 066</b>	<b>14,9%</b>
STATIONS GENERALISTES	370	403	8,9%	1 066	1 145	7,4%
STATIONS MUSICALES NAT	301	381	26,6%	819	1 087	32,7%
PROGRAMMES LOCAUX	102	106	3,9%	210	214	1,9%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>519</b>	<b>592</b>	<b>14,1%</b>	<b>1 145</b>	<b>1 268</b>	<b>10,7%</b>
TV HISTORIQUE	425	470	10,6%	905	988	9,2%
TV TNT	461	513	11,3%	999	1 098	9,9%
<b>CINEMA</b>	<b>58</b>	<b>57</b>	<b>-1,7%</b>	<b>174</b>	<b>201</b>	<b>15,5%</b>



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

**\* Principaux afficheurs (dont activité longue conservation) :**

Avenir/JC Decaux, CBS, Clear Channel et Mediatransports

Septembre 2013 : tous les afficheurs



**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 m<sup>2</sup>), 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.**