



# baromètre du marché publicitaire

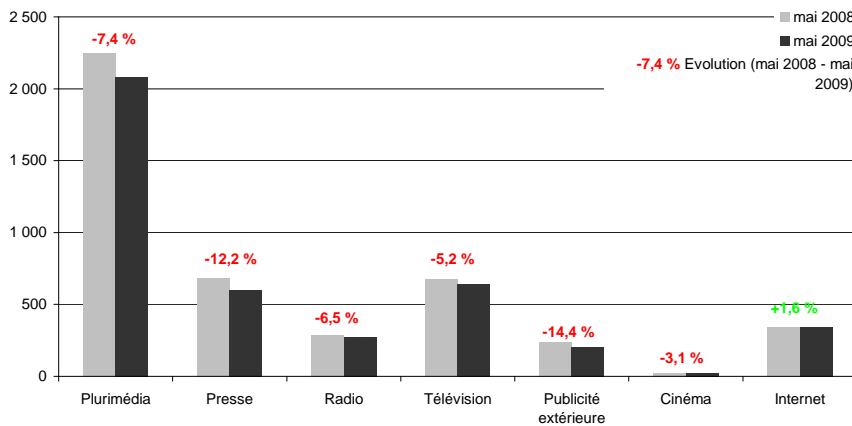
**Mai 2009**

**Avertissement :** L'institut TNS Media Intelligence pige la publicité diffusée dans les médias. Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités dans les médias analysés. Ce sont, par conséquent, des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises et ristournes propres à chaque média et à chaque support. Les données en valeur concernant France Télévisions et TF1 doivent être considérées avec prudence compte tenu des évolutions des pratiques tarifaires.

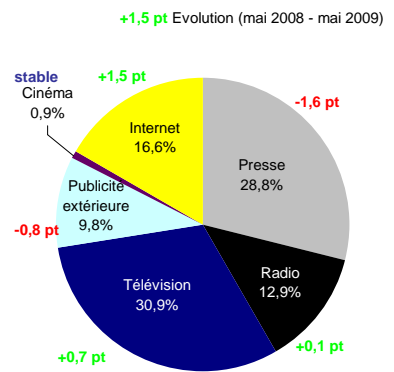
**1- Le marché publicitaire : le recul s'amplifie en mai (-7,4 %)**

Le recul des investissements publicitaires s'amplifie au mois de mai 2009. Les investissements bruts plurimédias sont en baisse de 7,4 % par rapport à mai 2008, à 2 080,1 M€. L'ensemble des médias présentent une évolution négative, à l'exception d'internet. Les investissements en affichage demeurent en forte baisse (-14,4 %). La presse (-12,2 %) et la radio (-6,5 %) enregistrent leur plus fort retrait mensuel de l'année. La télévision (-5,2 %) et le cinéma (-3,1 %) sont également en retrait. Internet ne progresse quasiment plus (+1,6 %). En cumul, sur les cinq premiers mois de l'année 2009, les investissements publicitaires bruts plurimédias sont en baisse de 5,1 % par rapport à la même période en 2008, à 9 524,4 M€. En terme de secteurs annonceurs, cinq secteurs ont diminué leurs investissements de plus de 50 M€ bruts : l'habillement, les établissements financiers, l'immobilier, l'automobile et l'édition.

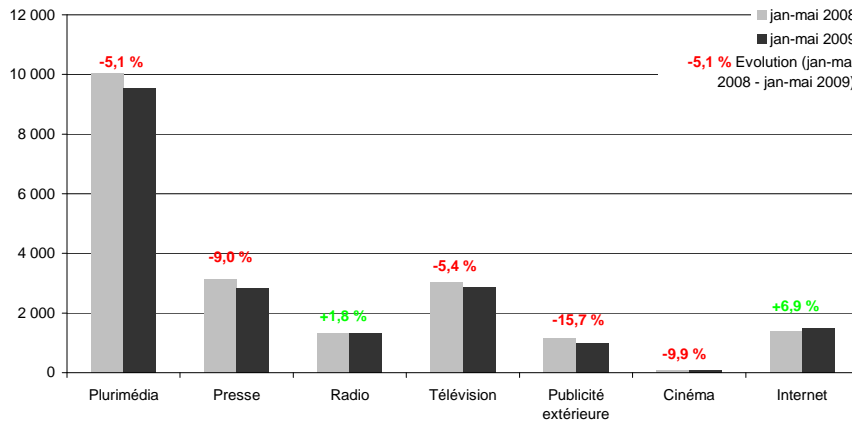
**Le marché publicitaire brut plurimédia (M€) - Mai**



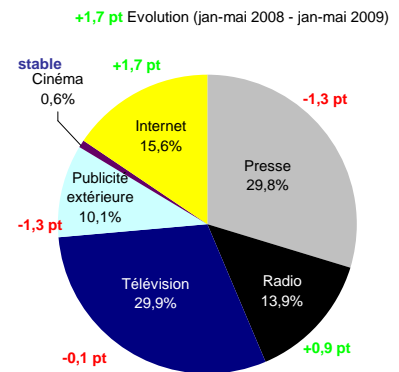
**Parts de marché par média**



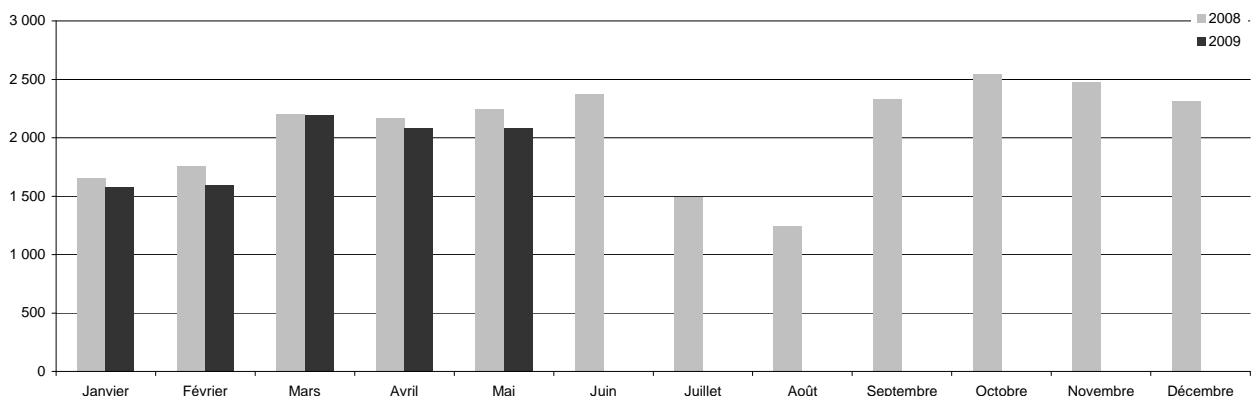
**Le marché publicitaire brut plurimédia (M€) - Cumul**



**Parts de marché par média**



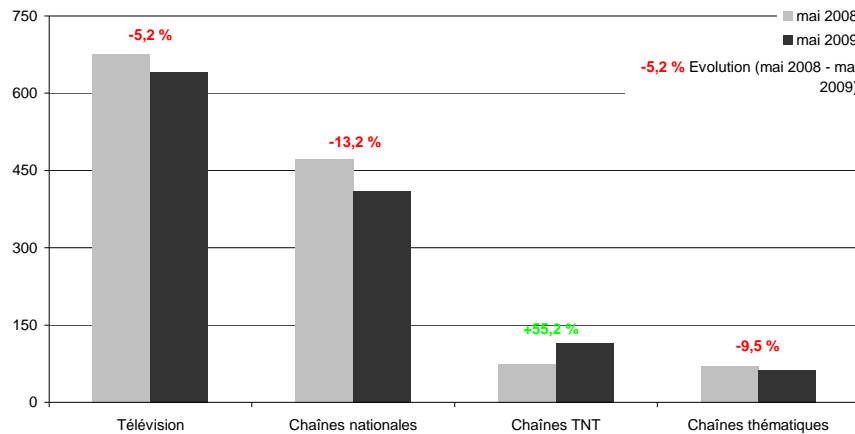
**Evolution mensuelle des investissements publicitaires bruts plurimédias (M€)**



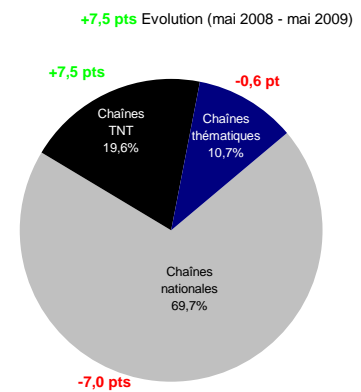
**2- Le marché publicitaire à la télévision : les investissements reculent de 5,2 % en mai**

Après deux mois d'amélioration, la diminution des investissements s'accroît au mois de mai 2009. Les investissements publicitaires bruts à la télévision diminuent de 5,2 % par rapport au mois de mai 2008, à 641,9 M€. Les trois catégories de chaînes présentent de moins bonnes performances qu'au mois d'avril : -13,2 % sur les chaînes nationales, -9,5 % sur les chaînes thématiques, +55,2 % sur les chaînes de la TNT. Les chaînes de France Télévisions affichent leur plus fort retrait mensuel de l'année au mois de mai. Les investissements sur TF1 et M6 reculent moins fortement que les mois précédents. Canal+ reste la seule chaîne historique à enregistrer des recettes en progression. En cumul, sur les cinq premiers mois de l'année 2009, les volumes de publicité diffusés à la télévision sont en baisse de 1,0 % et les investissements diminuent de 5,4 %, à 2 851,1 M€. Sur l'ensemble des chaînes, les investissements en parrainage sont en retrait de 17,4 %. Ils progressent sur toutes les chaînes publiques et en particulier sur France 3 (+53,2 %). Entre 6 heures et 20 heures, les investissements publicitaires progressent de 8,9 % sur France 2. Ils sont en baisse de 1,3 % sur France 3 sur cette tranche horaire. Sur TF1, les investissements publicitaires reculent moins fortement entre 20 heures et 6 heures que sur la tranche 6 h-20 h. M6 présente une évolution inverse. La croissance des recettes des chaînes de la TNT est comprise entre 26,2 % (Virgin 17) et 135,4 % (Direct 8). TMC, W9 et NRJ 12 sont les chaînes hertziennes numériques dont les recettes publicitaires sont les plus élevées. Hors chaînes d'information, NT1, TF1 et TMC sont les chaînes qui diffusent le plus de publicité.

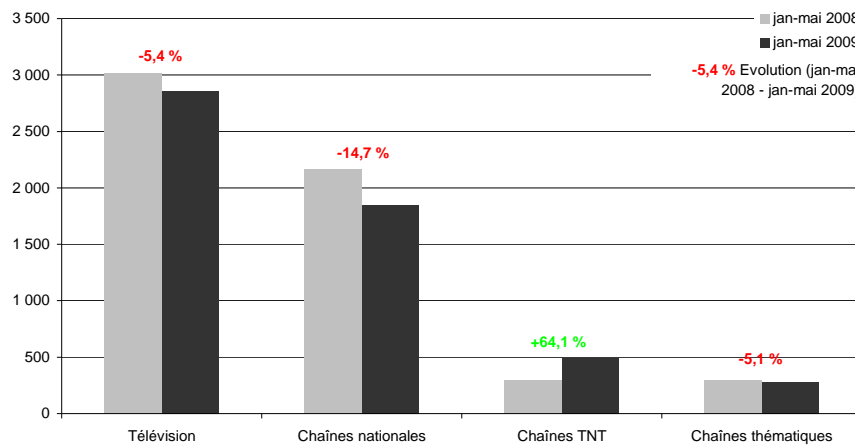
**Le marché publicitaire brut à la télévision (M€) - Mai**



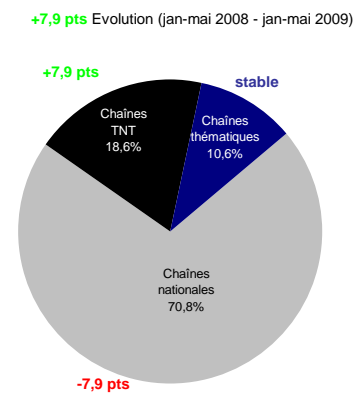
**Parts de marché - publicité TV**



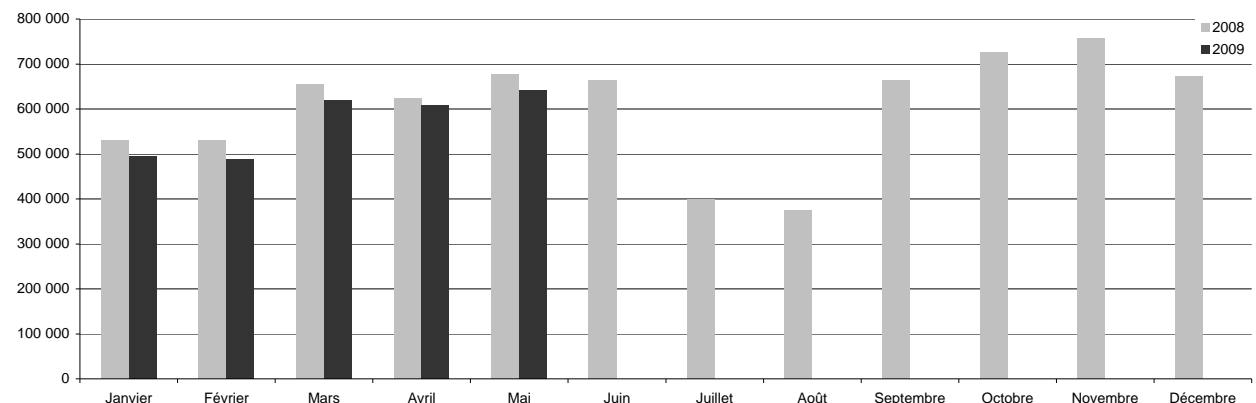
**Le marché publicitaire brut à la télévision (M€) - Cumul**



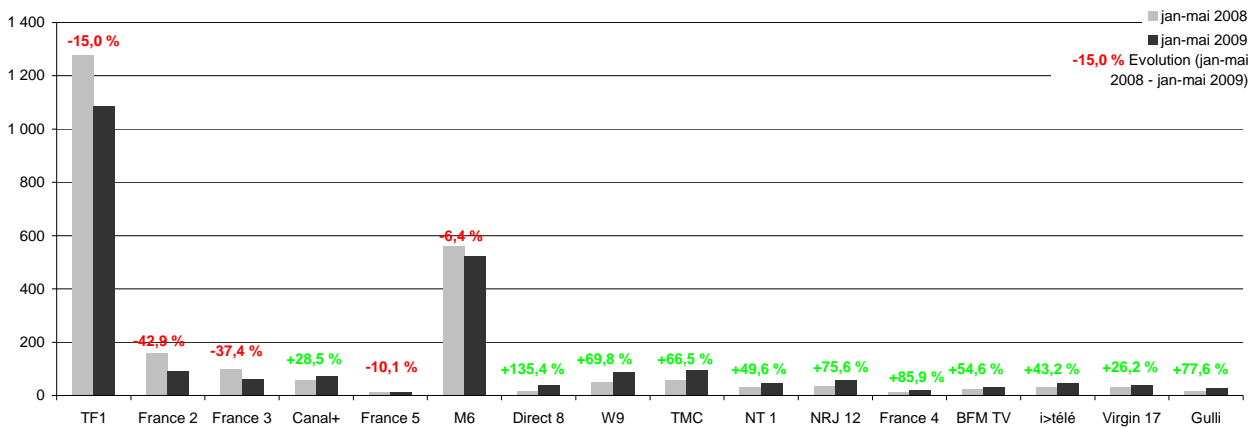
**Parts de marché - publicité TV**



**Evolution mensuelle des investissements publicitaires bruts à la télévision (M€)**



**Investissements publicitaires bruts par chaîne<sup>1</sup> (M€) - Janvier-Mai**



<sup>1</sup> Publicité hors parrainage.

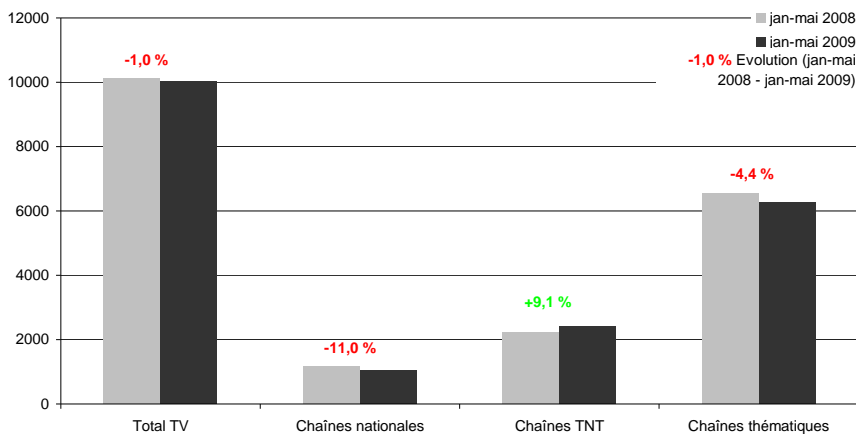
**Evolution des investissements publicitaires bruts avant et après 20 heures - Jan-Mai 2008 - Jan-Mai 2009**

	TF1	France 2	France 3	Canal+	M6	TV nat <sup>2</sup>	TV TNT <sup>3</sup>
Investissements entre 6h et 20h	-19,8%	+8,9%	-1,3%	+21,6%	-3,4%	-11,5%	+62,7%
Investissements entre 20h et 6h	-10,7%	-96,7%	-95,7%	+32,3%	-8,8%	-17,6%	+66,0%

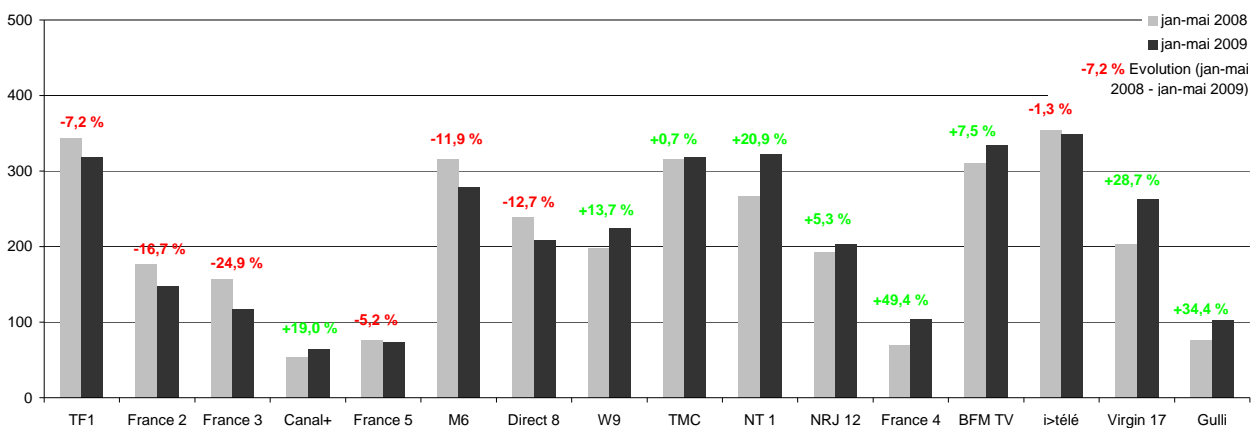
<sup>2</sup> TV nationales : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6.

<sup>3</sup> TV TNT : Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ 12, France 4, BFM TV, i>télé, Virgin 17, Gulli.

**Volumes de publicité diffusée à la télévision (heures) - Janvier-Mai**



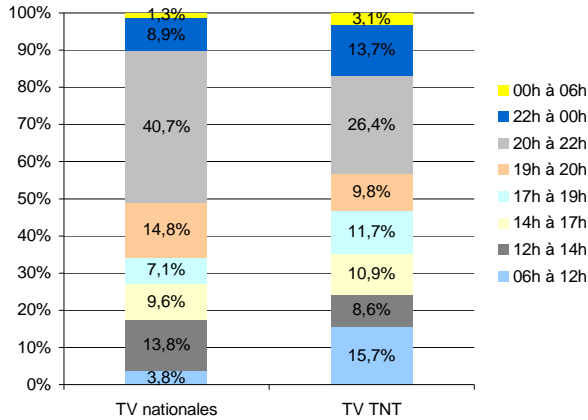
**Volumes de publicité diffusée à la télévision par chaîne (heures) - Janvier-Mai**



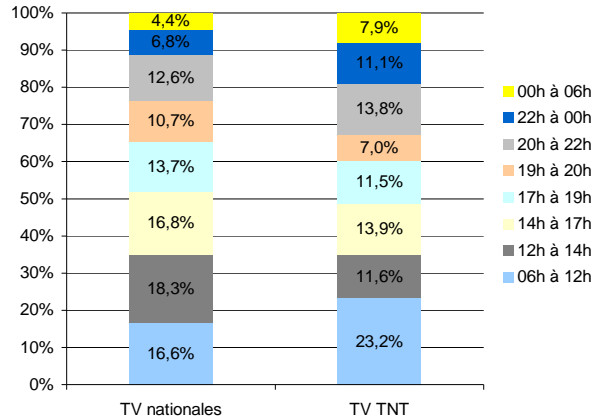
**Structure des investissements bruts et des volumes publicitaires sur les chaînes de télévision par tranche horaire**

**Janvier-Mai 2009**

(base : M€ investis)



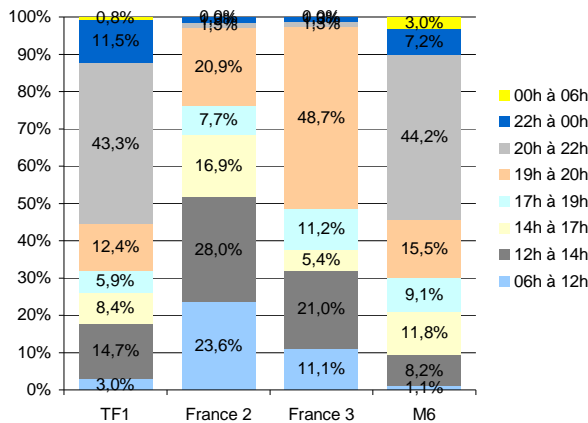
(base : durée en secondes)



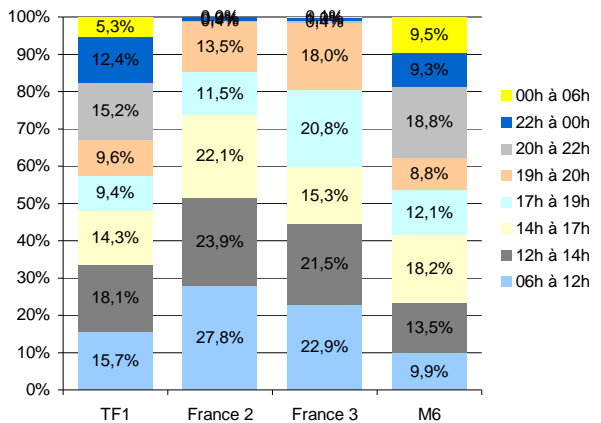
**Structure des investissements bruts et des volumes publicitaires sur TF1, France 2, France 3 et M6 par tranche horaire**

**Janvier-Mai 2009**

(base : M€ investis)



(base : durée en secondes)



**Classement des secteurs annonceurs (investissements bruts en M€) - Janvier-Mai**

		jan-mai 2008	jan-mai 2009	Evolution
<b>Télévision</b>	1 ALIMENTATION	633,9	589,4	-7,0%
	2 HYGIENE BEAUTE	378,0	369,9	-2,1%
	3 AUTOMOBILE TRANSPORT	285,6	309,8	+8,5%
	4 ETS FINANCIERS ASSURANCE	226,8	241,7	+6,6%
	5 TELECOMMUNICATIONS	232,2	208,6	-10,2%
<b>Chaînes nationales</b>	1 ALIMENTATION	494,8	422,9	-14,5%
	2 HYGIENE BEAUTE	302,3	274,2	-9,3%
	3 AUTOMOBILE TRANSPORT	201,2	192,2	-4,5%
	4 ETS FINANCIERS ASSURANCE	143,2	140,4	-1,9%
	5 TELECOMMUNICATIONS	150,7	110,0	-27,0%
<b>Chaînes TNT</b>	1 ALIMENTATION	53,5	94,3	+76,4%
	2 TELECOMMUNICATIONS	32,6	56,9	+74,8%
	3 AUTOMOBILE TRANSPORT	32,3	56,6	+74,9%
	4 HYGIENE BEAUTE	33,1	55,6	+68,2%
	5 ETS FINANCIERS ASSURANCE	18,9	34,2	+81,4%
<b>Chaînes thématiques</b>	1 ALIMENTATION	54,1	49,5	-8,5%
	2 AUTOMOBILE TRANSPORT	39,9	47,8	+19,8%
	3 HYGIENE BEAUTE	29,1	31,7	+8,8%
	4 TELECOMMUNICATIONS	29,9	26,5	-11,5%
	5 ETS FINANCIERS ASSURANCE	19,5	18,6	-4,6%