

Boulogne-Billancourt, le 14 mai 2008

Nous vous prions de bien vouloir trouver ci-après le **Communiqué de Presse** du SNPTV relatif au **bilan de l'audience TV et de la publicité TV pour la période janvier-avril 2008**.

→ Le Syndicat National de la Publicité Télévisée regroupe six régies publicitaires des TV : grandes chaînes nationales, chaînes numériques et services interactifs. Chaque mois, le **SNPTV** dresse un bilan des performances de la publicité TV associées à l'audience du média.

Bien à vous.



Contact presse : **Stéphane Martin**

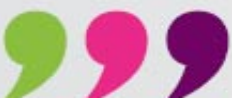
T. +33 (0)1 41 41 4 3 2 1

1, quai du Point du Jour

F-92656 Boulogne Cedex

fax : +33 (0)1 41 41 43 30

courriel : smartin@snptv.org



Plus forte croissance de la durée d'écoute TV mensuelle depuis 10 ans !

→ En avril 2008, le public des individus âgés de '4 ans ou +' a regardé la télévision **3 heures et 26 minutes par jour** (+ 3,7% vs avril 2007) ¹

- **Avril 2008** : en 10 ans, la durée d'écoute par individu âgé de '4 ans ou +' progresse de **16 minutes** par jour !

Au 4^{ème} mois de l'année 2008, les individus âgés de « 4 ans ou + » se sont passionnés pour la télévision, chaque jour, **3 heures et 26 minutes** ! La durée d'écoute quotidienne par individu est ainsi en progression à **+ 7 minutes** : un **record de croissance** depuis 10 ans, sur un même mois nommé !

Dans les 25,13 millions de foyers équipés TV, la télévision concentre toujours plus l'attention des téléspectateurs : la durée d'écoute progresse de **13 minutes** quotidiennes sur un an, à **5 heures 40 minutes**.

Avril 2008 reste ainsi un mois « **très TV** » ; la durée d'écoute de la télévision est croissante auprès des cibles courantes, et plus généralement auprès :

- des **femmes** ('15 ans ou +'), 3 heures et 52 minutes par jour, **+ 13 minutes sur un an** ;

- et de leurs **filles** (âgées de 4 à 14 ans), 2 heures et 09 minutes par jour, **+ 1 minute** ;

Auprès des seules **femmes actives**, la durée d'écoute télévision a même atteint un **record absolu historique** à 3 heures et 24 minutes par jour, **+ 8 minutes**. En conséquence, les **ménagères âgées de 15 à 49 ans**, n'ont jamais autant passé de temps devant la télévision un mois d'avril depuis le début de la mesure d'audience individuelle TV en 1989, à 3 heures et 36 minutes, **+ 3 minutes** par jour.

Les **hommes** ne sont pas non plus en reste à 3 heures et 42 minutes quotidiennes (**+ 8 minutes** par jour pour les '25 ans ou plus').

- **1^{er} quadrimestre 2008** : les individus âgés de '4 ans ou +' sont restés fidèles à la télévision en y accordant chaque jour **3 heures et 34 minutes** !

Au cours des 10 dernières années, avec le rapide développement des contenus TV - **28,2%** des foyers ont un adaptateur **TNT** en 2007, **10,6%** des foyers reçoivent la TV par **ADSL** - et des équipements toujours plus nombreux – **46,4%** des foyers ont **plus d'un** poste de TV - et qualitatifs – **27,3%** des foyers sont équipés d'un **écran plat**, dont **17,1%** compatible **HD** ² -, la consommation de la télévision s'est largement intensifiée ! Pour preuve, la croissance de l'écoute TV est d'un quart d'heure quotidien en moyenne par individu depuis 1998 !

Durée d'écoute par individu [Médiamat/Médiamétrie] – Individus âgés de '4 ans ou +'

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Avril	3h10	3h14	3h17	3h22	3h22	3h16	3h23	3h28	3h21	3h19	3h26
Janvier - avril	3h19	3h24	3h21	3h30	3h32	3h32	3h35	3h40	3h39	3h36	3h34

¹ Médiamat/Médiamétrie.

² GfK/Médiamétrie – L'année TV 2007

- **L'audience des « Autres TV » :**

Sur la période janvier-avril 2008, la part d'audience pour chaque individu âgé de '4 ans ou +' attribuée aux « Autres TV » atteint **22,3%**, soit 6,9 points supplémentaires en un an.

Ce premier quadrimestre 2008, les **foyers équipés TV** ont regardé quotidiennement la télévision **5 heures et 49 minutes par jour**, dont **1 heure et 22 minutes** les « autres » chaînes – numériques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées (+ 24 minutes sur un an). Ainsi, près d'un quart du temps par jour d'écoute TV (**23,5%**) a été consacré aux « Autres TV » par l'un et/ou l'autre des 2,3 individus, âgés de '4 ans ou +', présents en moyenne dans chaque foyer TV métropolitain (**+ 7 points vs 2007**).

L'efficacité de la publicité télévisée toujours démontrée !

- **Janvier-avril 2008 : les annonceurs ont investi 2 139,8 M€ bruts sur l'ensemble des chaînes ³.**

[Yacast]

L'application de nouvelles conditions générales de vente depuis le 1^{er} janvier 2008 en télévision constitue une rupture historique dans la valorisation établie aux prix tarifs des investissements des annonceurs sur les chaînes nationales hertziennes historiques et en conséquence des évolutions des investissements toutes TV exprimés en valeur. Les valorisations ci-après tiennent donc compte des tarifs bruts et nets des espaces publicitaires, hors commercialisations spécifiques, parrainage et chaînes locales.

Au cours du 1^{er} quadrimestre 2008, les annonceurs ont investi **2 139,8 M€** en publicité pour valoriser leurs **2 281 marques** « vues à la TV » sur la période. Les investissements consacrés aux grandes chaînes nationales ont représenté **79%** du total, les investissements sur les chaînes numériques, **21%**.

Top 10 des secteurs annonceurs TTV (janvier-avril 2008) :

1 Alimentation : 466,6 M€	1 au 1 ^{er} quadrimestre 2007
2 Toilette-Beauté : 274,2 M€	2
3 Automobile Transport : 222,1 M€	3
4 Télécommunication : 208,4 M€	4
5 Ets Financier Assurance : 137,4 M€	5
6 Distribution-VAD : 118,6 M€	6
7 Edition : 110,0 M€	7
8 Culture et Loisirs : 95,6 M€	9 ↗
9 Entretien : 91,5 M€	8 ↘
10 Pharmacie-Médecine : 77,8 M€	12 ↗

Les marques des 10 premiers secteurs annonceurs représentent **84,2%** du total des investissements TV sur l'ensemble des chaînes.

³ Yacast – 79 chaînes

- **Zoom sur les chaînes numériques**

[Yacast]

Au fil des mois, les annonceurs renforcent leurs investissements sur les chaînes de la TNT, du câble et du satellite, de l'ADSL à **445,6 M€ en janvier-avril 2008**, soit **+ 25,4%** sur un an.

**Top 5 des secteurs annonceurs sur les chaînes numériques
(et évolution vs janvier-avril 2007)**

① Alimentation :	80,3 M€ ,	+ 44,1% ,
② Télécommunication :	68,1 M€ ,	+ 33,7% ,
③ Automobile -Transport :	56,6 M€ ,	+ 18,3% ,
④ Toilette – Beauté :	43,8 M€ ,	+ 29,3% ,
⑤ Ets. Financiers-assurance :	28,6 M€ ,	+ 4,7% .

La consommation TV numérique en forte progression sur un an, conforte et fidélise les annonceurs ; la durée publicitaire TV sur les chaînes numériques est ainsi en croissance de **2%** sur un an.

Focus TNT

Au vu des belles progressions d'audience sur la période janvier-avril 2008, la croissance des investissements sur les chaînes TNT atteint **+ 87,2%** sur un an, à **200,4 M€**.

Le budget attribué aux chaînes de la TNT représente **9,4%** du total TV, soit **+ 4,5 points** sur un an.

- **Tableau de bord de la publicité TV – 1^{er} quadrimestre 2008**

[TNS Media Intelligence : grandes chaînes nationales]

- **1 694,2 M€** ont été consacrés aux **six grandes chaînes nationales**.
 - **669 annonceurs** (stable sur un an) ont communiqué sur **2 135 produits ou services**.
 - Le **budget moyen investi par produit** est de **793,5 K€**.
 - Le **coût pour mille** téléspectateurs ('4 ans ou +') est de **8,6 € bruts**.
 - Le **coût/GRP** (base 30 secondes) auprès des ménagères âgées de moins de 50 ans est de 4 208 € bruts, soit un coût pour 1000 de **40,7 € bruts**.
- Les individus CSP+ affichent un coût/GRP à 6 273 € bruts, soit un coût pour 1000 de **71,0 €**.

- **Zoom : Parrainage**

Sur la période janvier-avril 2008, le nombre de messages de parrainage est en hausse de 8,6%.

Les trois premiers secteurs en nombre de messages de parrainage sont :

1. **Ets. Financiers-Assurance** (15,9% du nombre total de messages, + 0,2 point vs 2007),
2. **Alimentation** (13,9%, + 1,6 points),
3. **Distribution** (12,7%, - 2,8 points).