

décembre-10

Comment se comportent les 100 premiers annonceurs sur le marché publicitaire français ?

En décembre, sur un marché global qui totalise 11 292 annonceurs sur l'ensemble des médias (display compris), les 100 premiers réalisent près de la moitié des investissements (49,7%). Ils renforcent leur pression publicitaire ce mois-ci avec une part de voix plus élevée que sur le cumul (41,8%).

Au delà de la présence accrue des opérateurs de téléphonie et des constructeurs automobiles, on souligne ce mois-ci le dynamisme de Microsoft qui se place à la 4ème place du palmarès. Orange reste premier avec un budget mensuel 5 fois plus élevé que la moyenne des leaders.

Coté médias, la stratégie des 100 premiers annonceurs se traduit par une activité plus soutenue en radio, sur le display et en cinéma. Ces 3 médias présentent une part de marché plus élevée en décembre versus le cumul. La télévision reste néanmoins le média de prédilection pour ces annonceurs (41,2%) et pour l'ensemble du marché (34,0%).

La duplication média indique une montée en puissance des stratégies plurimédias en décembre. Au total, 10 annonceurs communiquent sur tous les médias contre 7 le mois dernier et réalisent 17% des investissements. Le mix-média qui rassemble le plus d'annonceurs (43) est celui orienté sur 4 médias. Sur cette base, la combinaison la plus courante associe la presse, la télévision, internet display et le cinéma.

QUELS BUDGETS ?

Poids du top 100 dans le marché publicitaire en % des investissements plurimédias	
Cumul janv-déc 2010	déc-10
41,8%	49,7%

Budget moyen plurimédia en milliers d'euros			
Top 100		Tous annonceurs	
Cumul janv-déc 2010	déc-10	Cumul janv-déc 2010	déc-10
110 532	13 525	697	241

QUELS ANNONCEURS ?

Rang	Top 10 annonceurs Cumul janv-déc 2010	Budget plurimédia en millions d'euros	Top 10 annonceurs déc-10	Budget plurimédia en millions d'euros
1	RENAULT	426,8	ORANGE	70,0
2	ORANGE	396,8	SFR	47,2
3	SFR	356,2	RENAULT	40,9
4	PEUGEOT	313,6	MICROSOFT	40,1
5	CITROEN	275,2	BOUYGUES TELECOM	40,1
6	UNILEVER	274,7	VOLKSWAGEN	33,4
7	CARREFOUR	261,8	UNIVERSAL MUSIC	28,2
8	PROCTER & GAMBLE	261,7	CARREFOUR	25,8
9	E.LECLERC	248,8	FERRERO	25,0
10	BOUYGUES TELECOM	236,8	E.LECLERC	24,9
100	YOPLAIT	45,8	EDF	5,6

Secteurs représentés par le top 100 annonceurs déc-10 En % des investissements		Secteurs représentés par l'ensemble des annonceurs déc-10 En % des investissements	
AUTOMOBILE TRANSPORT	14%	DISTRIBUTION	13%
HYGIENE BEAUTE	14%	HYGIENE BEAUTE	9%
DISTRIBUTION	13%	AUTOMOBILE TRANSPORT	8%
TELECOMMUNICATIONS	13%	TELECOMMUNICATIONS	8%
ALIMENTATION	10%	ALIMENTATION	8%

QUELLES STRATEGIES ET DUPLICATIONS MEDIAS ?

Répartition des investissements par média	Top 100 annonceurs		Tous annonceurs	
	Cumul janv-déc 2010	déc-10	Cumul janv-déc 2010	déc-10
PLURIMEDIA (en millions d'euros)	11 053,2	1 352,5	26 457,5	2 721,8
TELEVISION	42,3%	41,2%	33,5%	34,0%
PRESSE	18,4%	17,3%	27,9%	26,1%
RADIO	16,5%	17,4%	14,8%	14,8%
INTERNET	13,1%	14,4%	12,5%	14,5%
PUBLICITE EXTERIEURE	8,6%	7,4%	10,4%	8,6%
CINEMA	1,1%	2,3%	1,0%	2,1%

Top 100 annonceurs						
Nombre de médias utilisés	Nombre d'annonceurs	Poids de leurs investissements plurimédias		Nombre d'annonceurs	Poids de leurs investissements plurimédias	
		Cumul janv-déc 2010			déc-10	
6 médias	40	46%		10	17%	
5 médias	43	42%		31	40%	
4 médias	14	10%		43	33%	
3 médias	3	1%		14	10%	
2 médias				2	1%	
1 média						