

ANNÉE DE PUB

Les indicateurs avancés de Kantar Media

Kantar Media publie les premières tendances du marché publicitaire 2011 : « En 2011, en dépit de résultats contrastés selon les médias et un ralentissement en fin d'année, le marché publicitaire a présenté une évolution positive en valeur » déclare Corinne In Albon, Directrice Marketing Ad Intelligence de Kantar Media France.

Télévision

En décembre, les recettes brutes de la télévision se stabilisent à +1%. Sur le cumul annuel, les chaînes historiques sont en retrait à -1,2% mais le développement des chaînes de la TNT (+28,4%) permet au média de progresser de +6,4%. La télévision reste ainsi le média qui contribue le plus à la croissance du marché en 2011. En volume, la télévision présente une croissance de +6,5% avec néanmoins une baisse d'activité touchant principalement les chaînes historiques (-3,5%) et ce, malgré une hausse significative du nombre d'annonceurs présents cette année sur ce segment (+3,5%).

Presse

Sur le mois de décembre, les recettes brutes de la presse sont en hausse de +2,3%. Au cumul annuel, la croissance du média s'élève à +3,8%. Les quotidiens nationaux (+2%) se montrent plus dynamiques que les magazines (+0,8%) mais l'activité publicitaire en volume pénalise les deux segments (respectivement -9,7% et -2,6%). A noter par ailleurs que les magazines recrutent +2,4% d'annonceurs supplémentaires cette année.

Radio

En radio, décembre se traduit par une baisse de -2,5% des recettes brutes du média. Cependant, les mois précédents ayant été très positifs, le média progresse de +6,5% sur l'année 2011. Les stations généralistes enregistrent +6,1% de recettes brutes cette année contre une évolution de +5,5% pour les stations musicales. En revanche, si la durée publicitaire reste stable sur l'ensemble du média (-0,6%), on souligne la baisse des volumes sur les stations musicales (-2,4%) à mettre en regard avec un nombre d'annonceurs en repli sur ce même segment (-3,7%).

Publicité extérieure

La publicité extérieure présente des recettes brutes en baisse de -2,5% en décembre, ce qui engendre une stabilisation de son activité de +0,8% sur l'ensemble de l'année 2011.

Cinéma

Le cinéma enregistre un mauvais mois de décembre avec -12,1% de recettes brutes. Toutefois, son activité soutenue depuis le début de l'année permet au média de clore la période sur une croissance à deux chiffres (+27,1%).

A propos de Kantar Media

Kantar Media accompagne ses clients dans la maîtrise du nouvel élan des médias, dans plus de 50 pays, en développant des services de veille et d'analyse des médias en presse, radio, TV, internet, médias sociaux, cinéma, affichage extérieur, téléphonie mobile, média courrier, emailing, médias tactiques et de proximité.

Kantar Media offre une gamme complète d'outils et de diagnostics au travers de ses trois secteurs - Intelligence, Audiences, TGI & Custom - mais également au travers de sociétés telles que Compete, Cymfony, SRDS, et de solutions comme KantarSport. Partenaire de 22 000 clients dans le monde, Kantar Media traque plus de 3 millions de marques.

www.kantarmedia.fr

http://twitter.com/kantar_media

www.facebook.com/kantarmediafrance

CONTACTS PRESSE

Majida Guettaoui mguettaoui@vecteurimage.com

09 73 87 03 15 / 06 87 88 10 58

Alexandra André aandre@vecteurimage.com

09 73 87 03 10 / 06 08 69 10 71

CONTACT KANTAR MEDIA

France Courtieux france.courtieux@kantarmedia.com

01 30 74 84 49