

The logo for Kantar Media, featuring the word "KANTAR" in yellow and "MEDIA" in white, with a decorative trail of red and orange dots behind the text.

KANTAR MEDIA

Adex Report

Suivi mensuel

des investissements publicitaires plurimédias

Octobre 2012 vs Octobre 2011

SOMMAIRE

METHODOLOGIE

SYNTHESE

VALEURS

VOLUME

MEDIAS

PLURIMEDIA

PDM MEDIAS

TOP 10 CUMUL

TOP 10 MOIS

PRESSE

MAGAZINES

PQN

RADIO

MUSICALES

GENERALISTES

TELEVISION

NATIONALES

PARRAINAGE NAT

TNT

PARRAINAGE TNT

CHAINES THEMATIQUES

PUB.EXT

CINEMA

POINT MÉTHODOLOGIE

- Ad Intelligence, leader de la veille publicitaire, mesure l'ensemble des actions de communication publicitaire à partir d'une couverture médias particulièrement élargie et valorise les investissements bruts des annonceurs à partir des tarifs plaquette (hors remises, dégressifs et négociations).

Selon vos souscriptions accès au

- Plurimedia **classic** (TV hors parrainage)
- Plurimedia **panoramic** (TV avec parrainage)

Presse	600 titres de presse magazine grand public et B to B, presse quotidienne nationale et régionale, presse hebdomadaire régionale, presse gratuite d'information, presse magazine de marques
Télévision	6 chaînes nationales 80 chaînes thématiques nationales (dont TNT)
Radio	19 stations nationales, 18 stations ou décrochages régionaux (IDF)
Publicité extérieure	12 afficheurs grands formats, mobilier urbain, transports, piétons, points de vente, kiosques et loisirs
Internet	42 régies soit près de 820 sites FAI, moteurs et sites éditoriaux mesurés en collaboration avec l'IAB et le SRI
Cinéma	2 régies nationales

Adex Report Octobre 2012

Après une rentrée en berne, le marché plurimédia reste fragile en octobre (-0,8%) mais maintient sa stabilité en valeur brute sur ces 10 mois de l'année (+0,9%).

En octobre, seule l'activité publicitaire de la **radio** progresse simultanément en valeur (+7,6%) et en volume (+1,3%) avec des recettes brutes qui se démarquent pour les programmes locaux (+20,8%). Les stations généralistes et les musicales évoluent moins vite, respectivement +6,5% et +5,8%. Deux secteurs dynamisent le média ce mois-ci : les télécommunications (+44,2%) et les établissements financiers (+31,5%). Sur le cumul, la croissance de la radio s'élève à +4,5% en valeur et se stabilise en volume (-0,2%).

Les recettes brutes de la **télévision** reculent en octobre (-1%) tout comme sa durée publicitaire (-4,4%). En valeur, les chaînes historiques accusent un repli de -2,6% et contribuent fortement au manque à gagner du média. Les chaînes de la TNT poursuivent leur progression (+6,3%) malgré un ralentissement de croissance vs septembre. Contrairement à la radio, les établissements financiers réduisent franchement leurs investissements en télévision (-26,2%) quand le secteur des télécommunications renforce sa présence sur le média (+25,9%). Au cumul, la télévision évolue à +3,8% en valeur brute malgré une durée publicitaire en retrait (-5,1%).

En **presse**, la baisse persiste ce mois-ci avec -2,3% de recettes brutes et une pagination réduite de -7,8%. Les quotidiens nationaux sont à la peine avec un déficit de -10,8% en valeur et de -13,6% en volume. Les magazines s'en sortent mieux ce mois-ci malgré des résultats encore négatifs tant en valeur (-2,3%) qu'en volume (-3,4%). Si la mode reste fidèle à la presse (+10%) avec une progression plus forte sur les quotidiens nationaux (+14,8%), le média est pénalisé par le repli du secteur voyage tourisme (-32,6%), de l'automobile (-10%) et des services (-23,3%). Sur le cumul annuel, la presse est dans le rouge avec -2,4% de recettes brutes et -6,3% de pagination.

Le **display** enregistre en octobre son deuxième mois consécutif de baisse, soit -4,1% de recettes brutes. Le média subit le désengagement de secteurs significatifs tels que les services (-16,8%), le voyage tourisme (-24,4%) ou encore l'alimentation (-25,4%).

En **publicité extérieure***, le mois d'octobre se traduit par une activité en repli de -4,6%, ce qui porte l'évolution à -7,1% sur le cumul. Les distributeurs (-19,2%) contribuent à eux seuls à la baisse enregistrée sur le média et ce, malgré le dynamisme des constructeurs automobiles (+17,9%) et des annonceurs de l'alimentation (+63,5%). (**voir annotation sur les offres "JC Decaux Large"*)

Enfin, le **cinéma** est stable en valeur sur les deux périodes à +0,1% grâce notamment à la présence accrue des secteurs automobile (x3,8) et télécommunications (x2,1) qui viennent compenser les pertes liées au segment culture loisirs (-46,7%) et aux établissements financiers (-67,1%).

D'un point de vue sectoriel plurimédia en octobre, on soulignera le dynamisme des télécommunications dont le budget global progresse de +12,8%, celui-ci étant particulièrement renforcé en radio, en télévision et en cinéma. Aussi, on retrouve SFR au 4ème rang du palmarès avec un budget plurimédia en hausse de +48,7%. A l'inverse, les coupes budgétaires les plus marquées sont réalisées par les établissements financiers (-8,5%) et le secteur des services (-14,5%).

EVOLUTION MENSUELLE DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES

PLURIMEDIA*

tous secteurs hors auto-promotion et abonnements
en milliers d'Euros

	Cumul annuel	Janv	Fev	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Aout	Sept	Oct
Total											
evol%	0,9%	3,4%	2,8%	3,7%	4,9%	-8,7%	4,6%	6,3%	1,9%	-4,5%	-0,8%
2012	22 422 654	1 890 963	1 909 986	2 607 479	2 428 866	2 330 026	2 653 157	1 735 919	1 350 797	2 641 197	2 874 266
2011	22 224 050	1 828 722	1 857 646	2 513 802	2 314 831	2 552 125	2 537 186	1 632 571	1 325 608	2 764 461	2 897 098
PRESSE											
evol%	-2,4%	-3,0%	0%	5,3%	-1,4%	-9,5%	2,4%	-0,3%	2,8%	-12,6%	-2,3%
2012	6 042 054	479 984	513 537	767 003	643 879	640 211	716 278	406 164	354 890	725 192	794 914
2011	6 192 513	494 998	513 620	728 158	652 958	707 479	699 267	407 356	345 107	830 002	813 569
MAGAZINES											
evol%	-0,8%	-4,3%	-1,5%	5,9%	-4,4%	0,2%	3,5%	-1,8%	8,4%	-8,3%	-2,8%
2012	2 596 404	181 067	223 225	327 077	277 068	293 407	269 719	166 444	205 601	317 258	335 537
2011	2 618 456	189 252	226 610	308 966	289 898	292 908	260 497	169 450	189 582	345 943	345 350
QUOTIDIENS NAT.											
evol%	-7,4%	-9,9%	-1,0%	0,6%	0,5%	-18,1%	1,8%	-7,0%	-9,4%	-17,9%	-10,8%
2012	1 066 906	93 650	96 093	139 253	104 847	108 823	137 178	83 893	53 353	116 997	132 820
2011	1 151 825	103 939	97 067	138 407	104 286	132 807	134 698	90 225	58 892	142 542	148 963
RADIO											
evol%	4,5%	2,9%	8,6%	-2,3%	12,3%	-8,3%	10,8%	16,9%	7,9%	-3,4%	7,6%
2012	3 483 972	278 971	266 975	384 973	363 672	337 672	431 412	312 602	220 350	414 088	473 256
2011	3 333 406	271 230	245 921	394 225	323 799	368 349	389 340	267 404	204 302	428 861	439 977
STATIONS GENERALISTES											
evol%	3,3%	5,3%	6,1%	-2,9%	12,4%	-10,8%	7,3%	14,9%	14,6%	-6,6%	6,5%
2012	1 379 822	108 301	108 263	159 376	150 848	134 950	169 445	114 357	76 828	162 019	195 435
2011	1 335 927	102 879	102 080	164 193	134 155	151 252	157 878	99 550	67 061	173 415	183 466
STATIONS MUSICALES NAT											
evol%	3,3%	-0,9%	9,2%	-4,0%	9,1%	-9,2%	12,0%	16,0%	1,9%	-2,8%	5,8%
2012	1 378 269	111 580	102 592	144 945	136 140	130 154	170 678	133 785	101 862	167 050	179 483
2011	1 334 714	112 637	93 956	151 032	124 830	143 269	152 332	115 301	99 955	171 805	169 598
PROGRAMMES LOCAUX											
evol%	17,8%	16,1%	18,2%	3,7%	36,8%	0,5%	27,1%	41,7%	25,5%	3,7%	20,8%
2012	400 150	31 155	27 281	41 499	44 150	36 073	51 251	36 768	25 014	50 191	56 769
2011	339 715	26 833	23 075	40 023	32 263	35 893	40 335	25 940	19 924	48 422	47 008
TELEVISION											
evol%	3,8%	10,2%	7,3%	5,3%	10,5%	-5,8%	3,2%	10,3%	-0,5%	3,3%	-1,0%
2012	7 730 795	711 821	696 647	868 037	876 712	826 150	878 789	555 582	428 475	931 580	957 002
2011	7 444 637	645 819	649 343	824 189	793 714	877 370	851 466	503 501	430 568	901 901	966 765
TV NATIONALE											
evol%	0,2%	3,5%	-0,5%	0,1%	7,1%	-10,5%	-0,7%	11,9%	-0,7%	1,1%	-2,6%
2012	4 287 449	410 311	380 473	481 477	465 037	456 572	489 755	312 553	242 572	528 509	520 189
2011	4 277 501	396 468	382 292	480 769	434 155	510 106	493 104	279 396	244 268	522 754	534 190
TV TNT											
evol%	13,1%	30,7%	24,4%	16,7%	17,4%	1,3%	10,0%	10,7%	5,9%	12,9%	6,3%
2012	2 138 524	196 433	201 826	240 086	252 723	221 611	237 904	153 433	112 918	251 703	269 887
2011	1 890 707	150 278	162 284	205 731	215 331	218 796	216 271	138 573	106 652	222 959	253 831
TV NAT THEMATIQUES											
evol%	-2,8%	11,2%	5,6%	3,5%	0,1%	-14,0%	-4,3%	-4,6%	-17,6%	-0,7%	-7,8%
2012	657 412	56 759	60 243	78 526	82 676	68 317	75 541	42 962	30 299	75 123	86 966
2011	676 670	51 039	57 045	75 883	82 604	79 427	78 938	45 053	36 753	75 617	94 311
PUBLICITE EXTERIEURE											
evol%	-7,1%	-0,9%	-3,7%	-3,3%	-10,8%	-18,3%	-4,3%	-12,2%	-7,9%	-4,4%	-4,6%
2012	2 398 621	226 671	201 775	268 678	238 892	228 787	247 590	217 774	189 598	284 638	294 218
2011	2 583 009	228 810	209 636	277 737	267 702	280 187	258 844	247 989	205 896	297 667	308 542
CINEMA											
evol%	0,1%	-30,9%	-29,9%	49,3%	19,1%	-18,6%	37,7%	1,7%	-20,9%	-7,2%	0,1%
2012	286 583	12 734	26 812	29 515	32 022	24 882	48 067	40 673	16 710	15 283	39 887
2011	286 216	18 440	38 254	19 767	26 877	30 555	34 909	39 995	21 115	16 461	39 843
INTERNET											
evol%	4,0%	6,7%	1,7%	7,2%	9,6%	-5,5%	9,1%	22,1%	18,7%	-6,6%	-4,1%
2012	2 480 630	180 781	204 240	289 273	273 690	272 324	331 020	203 124	140 774	270 417	314 987
2011	2 384 271	169 425	200 873	269 727	249 781	288 185	303 362	166 327	118 620	289 569	328 402

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m² Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.

**EVOLUTION MENSUELLE
PRESSE, RADIO ET TELEVISION
DUREE ET NOMBRE DE PAGES**
tous secteurs hors auto-promotion, abonnements

	Cumul annuel	Janv	Fev	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Aout	Sept	Oct
En Nombre de Pages											
PRESSE											
evol%	-6,3%	-4,5%	-4,5%	3,6%	-6,8%	-9,6%	-3,8%	-5,6%	-1,2%	-17,6%	-7,8%
2012	251 410	21 116	21 674	32 088	27 281	27 175	28 843	16 627	15 615	29 405	31 587
2011	268 419	22 107	22 702	30 963	29 258	30 048	29 989	17 621	15 797	35 668	34 266
MAGAZINES											
evol%	-3%	-6,3%	-7,7%	5,7%	-8,4%	1%	2,7%	-7,3%	5,8%	-11,4%	-3,4%
2012	114 731	8 707	9 866	14 405	11 931	13 071	12 196	7 455	9 578	13 528	13 994
2011	118 300	9 287	10 685	13 632	13 022	12 939	11 880	8 042	9 051	15 274	14 487
QUOTIDIENS NAT.											
evol%	-10,3%	-9,5%	-9%	-1,3%	-5,6%	-19,8%	-7,6%	-5,5%	-3,5%	-20,6%	-13,6%
2012	11 836	1 105	1 085	1 527	1 137	1 217	1 433	965	656	1 275	1 435
2011	13 201	1 221	1 192	1 548	1 205	1 517	1 551	1 021	680	1 606	1 661
En Secondes											
RADIO											
evol%	-0,2%	-3,7%	3,5%	-5,2%	4,7%	-9,8%	3,8%	12,1%	-4,3%	-2,8%	1,3%
2012	37 511 085	3 382 090	3 164 515	4 117 050	3 770 275	3 724 785	4 520 795	3 687 695	2 313 855	4 160 135	4 669 890
2011	37 587 765	3 512 755	3 057 585	4 341 220	3 599 915	4 127 495	4 353 695	3 288 755	2 418 615	4 279 620	4 608 110
STATIONS MUSICALES NAT											
evol%	0%	-5,3%	2,2%	-11%	7,3%	-13,6%	7,7%	15,7%	-4,1%	-1,4%	4,6%
2012	14 436 650	1 343 585	1 182 950	1 482 900	1 383 830	1 289 155	1 697 940	1 529 345	1 067 530	1 673 155	1 786 260
2011	14 439 755	1 418 940	1 157 405	1 666 105	1 289 220	1 492 755	1 576 505	1 321 250	1 112 605	1 697 700	1 707 270
STATIONS GENERALISTES											
evol%	5,2%	2,9%	10%	-0,1%	20,9%	-8,5%	12,3%	20,5%	7,5%	-2,5%	0,3%
2012	8 840 905	780 300	753 870	982 100	929 760	835 965	1 062 345	788 465	486 105	1 031 145	1 190 850
2011	8 407 635	758 035	685 050	982 655	769 130	914 095	946 390	654 460	452 175	1 058 015	1 187 630
PROGRAMMES LOCAUX											
evol%	9%	9,4%	10,3%	-11,7%	29%	-6,1%	19,1%	47,2%	13,5%	-3%	3%
2012	1 314 500	118 140	101 140	128 155	148 355	113 410	164 280	138 470	82 715	155 505	164 330
2011	1 205 465	107 945	91 725	145 185	114 960	120 815	137 955	94 050	72 890	160 370	159 570
TELEVISION											
evol%	-5%	4,2%	-0,8%	-2%	-4,2%	-14,6%	-9,5%	-5,7%	-12,4%	-0,4%	-4,4%
2012	88 980 513	7 908 455	8 211 420	10 134 065	10 567 892	9 158 101	9 777 455	6 987 976	5 155 834	10 108 128	10 971 187
2011	93 680 733	7 593 005	8 279 065	10 337 470	11 032 327	10 720 670	10 802 562	7 407 613	5 885 673	10 149 997	11 472 351
TV NATIONALE											
evol%	-5,3%	-4%	-10,5%	-7,7%	0,7%	-16,3%	-11,5%	-0,8%	-1,3%	2,2%	-1,4%
2012	8 721 045	809 789	780 067	905 390	954 929	847 357	891 612	892 764	728 638	942 617	967 882
2011	9 205 431	843 242	871 452	981 423	948 066	1 011 927	1 007 143	899 853	738 025	922 379	981 921
TV TNT											
evol%	-3,3%	7,2%	8%	0,3%	-1,4%	-13,2%	-9,6%	-6,9%	-7,7%	-1,6%	-6%
2012	22 571 598	2 200 330	2 261 000	2 584 000	2 624 224	2 379 882	2 397 253	1 827 351	1 368 154	2 426 601	2 502 803
2011	23 347 952	2 052 676	2 093 892	2 575 214	2 660 595	2 740 422	2 652 507	1 962 513	1 482 575	2 464 827	2 662 731
TV NAT THEMATIQUES											
evol%	-6%	4,4%	-3,1%	-2,4%	-6,4%	-15,7%	-10%	-6,6%	-17,1%	-0,2%	-4,4%
2012	55 611 175	4 726 009	4 997 664	6 436 992	6 750 166	5 699 489	6 251 097	4 073 007	2 879 884	6 530 148	7 266 719
2011	59 181 046	4 525 791	5 157 466	6 597 580	7 215 543	6 763 463	6 946 035	4 360 713	3 473 506	6 541 523	7 599 426

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m² Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.

REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA

PLURIMEDIA*

tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
en millions d'Euros

	Oct 2011	Oct 2012	Evol %	Janv à Oct 2011	Janv à Oct 2012	Evol %
Total	2 897,1	2 874,3	-0,8%	22 224,1	22 422,7	0,9%
PRESSE	813,6	794,9	-2,3%	6 192,5	6 042,1	-2,4%
RADIO	440,	473,3	7,6%	3 333,4	3 484,	4,5%
TELEVISION	966,8	957,	-1,0%	7 444,6	7 730,8	3,8%
PUBLICITE EXTERIEURE	308,5	294,2	-4,6%	2 583,	2 398,6	-7,1%
CINEMA	39,8	39,9	0,1%	286,2	286,6	0,1%
INTERNET	328,4	315,	-4,1%	2 384,3	2 480,6	4,0%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m² Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR SECTEUR
PLURIMEDIA*

 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Oct 2011	Oct 2012	Evol %	Janv à Oct 2011	Janv à Oct 2012	Evol %
TOTAL PLURIMEDIA	2 897,1	2 874,3	-0,8%	22 224,1	22 422,7	0,9%
DISTRIBUTION	404,3	402,9	-0,3%	3 110,7	3 233,7	4,0%
AUTOMOBILE TRANSPORT	332,9	328,1	-1,4%	2 299,7	2 512,6	9,3%
ALIMENTATION	187,5	205,2	9,4%	1 878,2	1 868,	-0,5%
CULTURE & LOISIRS	251,	250,4	-0,2%	1 832,1	1 812,8	-1,1%
HYGIENE BEAUTE	175,	194,1	11,0%	1 587,5	1 603,1	1,0%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	254,2	232,6	-8,5%	1 638,	1 528,	-6,7%
TELECOMMUNICATIONS	153,	172,7	12,8%	1 294,2	1 180,9	-8,8%
HABILLEMENT ACCESS.TEXTIL	147,9	156,5	5,8%	1 052,3	1 174,1	11,6%
INFORMATION MEDIA	134,8	149,5	10,9%	1 162,4	1 105,4	-4,9%
VOYAGE-TOURISME	124,7	110,7	-11,3%	1 023,9	1 022,6	-0,1%
SERVICES	162,2	138,6	-14,5%	1 052,4	1 012,4	-3,8%
BOISSONS	67,1	40,3	-39,9%	706,9	708,5	0,2%
EDITION	87,7	93,2	6,3%	617,3	602,3	-2,4%
SANTE	65,1	66,	1,4%	419,6	427,3	1,8%
IMMOBILIER	40,6	40,6	0%	285,7	372,7	30,4%
ENTRETIEN	37,2	42,2	13,3%	302,7	319,2	5,4%
AMEUBLEMENT DECORATION	36,4	38,9	6,7%	271,2	288,	6,2%
INFORMATIQUE BUREAUTIQUE	36,5	29,8	-18,3%	256,7	275,6	7,4%
ENERGIE	47,3	31,5	-33,3%	198,9	195,	-1,9%
APPAREILS MENAGERS	23,7	27,3	15,0%	196,	171,	-12,7%
ENSEIGNEMENT FORMATION	15,4	15,5	0,4%	149,9	162,1	8,2%
PUBLICITES DIVERSES	18,9	16,6	-12,3%	166,4	160,9	-3,4%
BATIMENT TRAVAUX PUBLICS	19,2	10,9	-43,2%	122,6	121,3	-1,1%
AUDIOVISUEL PHOTO CINEMA	21,8	14,5	-33,8%	135,7	120,2	-11,5%
ORGANISMES HUMANITAIRES	10,5	13,6	30,0%	97,8	100,	2,3%
INDUSTRIE	17,8	14,2	-20,2%	98,	87,8	-10,5%
CORPORATE	7,7	23,2	199,4%	71,	82,8	16,6%
PUBLICITE FINANCIERE	3,4	3,3	-2,2%	72,4	63,9	-11,7%
ANNONCES LEGALES	7,3	6,8	-6,3%	75,6	61,1	-19,1%
AGRICULTURE JARDINAGE	5,8	4,4	-24,2%	48,	49,3	2,6%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m² Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.

REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA

PLURIMEDIA*

tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
en millions d'Euros

	Oct 2011	pdm	Oct 2012	pdm	Evol %	Janv à Oct 2011	pdm	Janv à Oct 2012	pdm	Evol %
Total	2 897,1	100,%	2 874,3	100,%	-0,8%	22 224,1	100,%	22 422,7	100,%	0,9%
PRESSE	813,6	28,1%	794,9	27,7%	-2,3%	6 192,5	27,9%	6 042,1	26,9%	-2,4%
RADIO	440,	15,2%	473,3	16,5%	7,6%	3 333,4	15,0%	3 484,	15,5%	4,5%
TELEVISION	966,8	33,4%	957,	33,3%	-1,0%	7 444,6	33,5%	7 730,8	34,5%	3,8%
PUBLICITE EXTERIEURE	308,5	10,7%	294,2	10,2%	-4,6%	2 583,	11,6%	2 398,6	10,7%	-7,1%
CINEMA	39,8	1,4%	39,9	1,4%	0,1%	286,2	1,3%	286,6	1,3%	0,1%
INTERNET	328,4	11,3%	315,	11,0%	-4,1%	2 384,3	10,7%	2 480,6	11,1%	4,0%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011



Le lancement de la gamme « JC Decaux Large » qui est intervenu le mercredi 7 mars 2012 a pour effet d'impacter les résultats des régies JCDecaux Mobilier Urbain et JC Decaux Avenir au sein de la pige publicitaire.

Cette nouvelle gamme qui concerne l'ensemble des vitrines Grand Format Domaine Privé et caissons 8m² Mobilier urbain présente une nouvelle tarification en net des réseaux temporaires, ce qui a pour conséquence de faire chuter les investissements publicitaires de la régie JC Decaux Avenir versus l'année précédente.

TOP 10 ANNONCEURS CUMUL A DATE
PLURIMEDIA*
 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Janv à Oct 2011	Janv à Oct 2012	Evol %
RENAULT AUTOMOBILES	298,4	323,6	8,4%
PEUGEOT AUTOMOBILES	254,5	298,7	17,3%
CITROEN AUTOMOBILES	222,8	249,7	12,%
ORANGE FRANCE	251,	241,4	-3,9%
E.LECLERC MAGASINS	210,6	232,1	10,2%
CARREFOUR HYPERMARCHES	240,	223,2	-7,%
UNILEVER FRANCE	202,1	207,4	2,6%
SFR	215,3	202,2	-6,1%
PROCTER & GAMBLE FRANCE	181,6	187,	3,%
VOLKSWAGEN	141,9	180,	26,9%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011

TOP 10 ANNONCEURS MOIS EN COURS
PLURIMEDIA*
 tous secteurs hors auto-promotion, abonnements
 en millions d'Euros

	Oct 2011	Oct 2012	Evol %
RENAULT AUTOMOBILES	51,6	50,1	-2,8%
PEUGEOT AUTOMOBILES	33,6	38,5	14,3%
CITROEN AUTOMOBILES	28,4	37,2	31,1%
SFR	22,9	34,	48,7%
ORANGE FRANCE	33,5	33,8	1,%
E.LECLERC MAGASINS	25,1	33,7	34,5%
INTERMARCHE	21,6	28,1	29,8%
FERRERO FRANCE	20,5	26,7	29,9%
BOUYGUES TELECOM	32,2	25,5	-20,8%
CARREFOUR HYPERMARCHES	34,9	24,	-31,4%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - ADEX REPORT 2012 - ADR 7596 - 1725

* Univers constant 2012 vs 2011