

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

Novembre 2012 vs Novembre 2011

**SOMMAIRE**

---

METHODOLOGIE

SYNTHESE

VALEURS

VOLUME

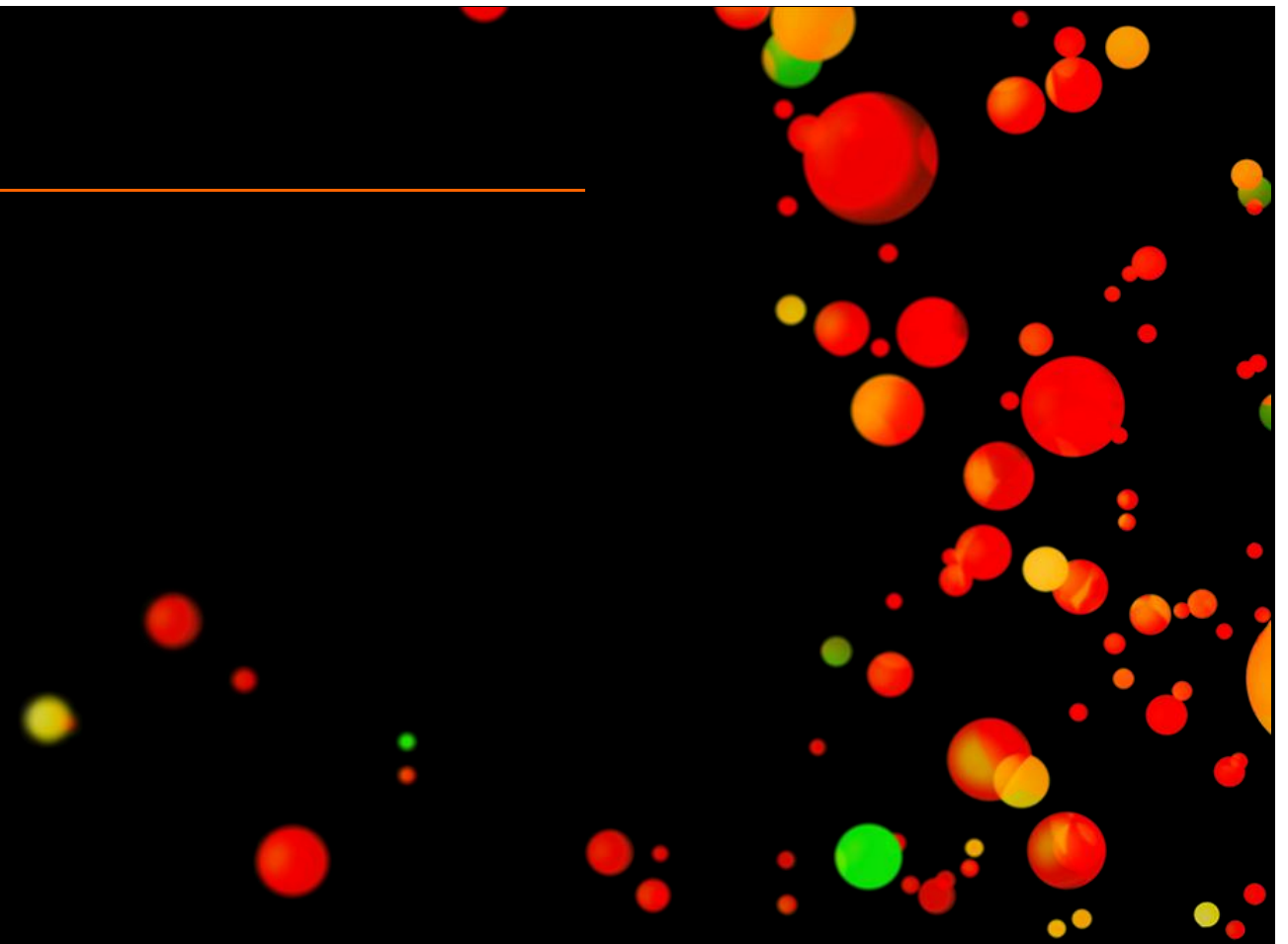
MEDIAS

PLURIMEDIA

PDM MEDIAS

TOP 10 CUMUL

TOP 10 MOIS



# 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)

<b>Presse</b>	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
<b>Télévision</b>	6 chaînes nationales 80 chaînes thématiques nationales (dont TNT)
<b>Radio</b>	19 stations nationales, 18 stations ou décrochages régionaux (IDF)
<b>Publicité extérieure</b>	12 afficheurs grands formats, mobilier urbain, transports, piétons, points de vente, kiosques et loisirs
<b>Internet</b>	42 régies soit près de 820 sites FAI, moteurs et sites éditoriaux mesurés en collaboration avec l'IAB et le SRI
<b>Cinéma</b>	2 régies nationales

## AdexReport Novembre 2012 : la morosité persiste

En novembre, le marché publicitaire présente une activité en valeur tout juste stable sur l'ensemble des médias. Seule la télévision maintient son évolution à +6,4% ce mois-ci. Dans un même temps la radio équilibre ses recettes brutes, la presse atténue ses résultats mais reste néanmoins dans le rouge (-1,8%) et le display clôture le mois à -1,5%. Sur le cumul annuel, les investissements plurimédias s'élèvent à 25 323,4 millions d'euros soit +0,9% comparé à 2011 sur la même période.

Le mois de novembre semble plus clément pour la **télévision** qui progresse de +6,4% en valeur et de +1,8% en volume. Les chaînes historiques s'en sortent mieux en apparence avec des recettes brutes évoluant de +5% ce mois-ci. Leur durée publicitaire suit cette tendance et augmente de +4%. Ces résultats sont toutefois à relativiser puisque ces chaînes bénéficient d'un effet de base avec un mois de novembre 2011 en fort retrait (-5,3%). Les chaînes de la TNT retrouvent une croissance à deux chiffres en valeur (+12,6%) et les volumes sont à nouveau en légère progression (+1,8%) après 7 mois consécutifs de repli. Sur l'ensemble de la télévision ce mois-ci, on souligne un regain de l'alimentation (+27,8%) qui avait pénalisé le média en nov 2011 (-18%). L'hygiène beauté (+16,3%) et la distribution (+24,6%) accentuent également leur présence ce mois-ci. Ces trois secteurs compensent le désengagement important des constructeurs automobiles (-21,5%). Sur le cumul annuel, les recettes brutes de la télévision sont en hausse de +4,2% mais les volumes demeurent en baisse (-4,2%).

En **radio** ce mois-ci, les recettes brutes et la durée publicitaire du média se stabilisent au même niveau qu'en novembre 2011. Le constat est similaire sur les stations généralistes dont les résultats en volume se consolident à +0,3% malgré un faible repli en valeur (-1,1%). Les stations musicales enregistrent un manque à gagner de -4,8% en valeur et une diminution de -3,8% sur leur durée publicitaire. Seuls les programmes locaux poursuivent leur croissance, tant en valeur (+17,8%) qu'en volume (+7,1%). Si la radio bénéficie du regain d'activité de la part des constructeurs automobiles (+32,1%) et du secteur télécommunications (+43,2%), on constate d'importantes coupes budgétaires qui ralentissent la croissance du média. Les distributeurs réduisent de -4,6% leurs investissements ce mois-ci mais ce sont surtout les secteurs boissons (-56,9%) et mode (-44,1%) qui engendrent les déficits les plus lourds. Au cumul, la radio reste en progression avec des recettes brutes en hausse de +4% et des volumes stables (-0,2%).

En **presse**, si le repli des recettes est plus faible en novembre (-1,8%), celui de la pagination s'intensifie (-8,4%). Les magazines progressent de +1,9% en valeur mais le segment continue de subir une perte en volume ce mois-ci (-2,3%). Les distributeurs et les établissements financiers se désengagent sensiblement (respectivement -8,8% et -20,6%) quand les annonceurs de la mode renforcent leurs prises de paroles sur les magazines (+19,4%). Sur les quotidiens nationaux, l'activité publicitaire diminue encore mais de façon moins vive : -5,8% de recettes brutes et -6,9% en pagination. Les distributeurs (-39,4%) et les constructeurs automobiles (-27,5%) représentent les replis les plus importants et contribuent ensemble pour 88% à la baisse du segment ce mois-ci. Sur le cumul, les résultats de la presse sont négatifs sur les deux indicateurs (-2,3% en valeur et -6,5% en volume).

Les recettes brutes du **display** sont en retrait en novembre (-1,5%), le média étant pénalisé par ses secteurs significatifs. Automobile (-7,3%), établissements financiers (-9,9%), distribution (-17%), alimentation (-32,9%), autant de secteurs qui réduisent leur communication sur la toile. Des pertes qui ne sont pas compensées par les télécommunications (+16,1%), la mode (+21,4%) ou encore l'hygiène beauté (+61,8%).

En **publicité extérieure\***, le mois de novembre s'achève sur une activité en repli de -6,9%, étayant les résultats à la baisse sur le cumul (-7,1%). Le média subit les baisses budgétaires des constructeurs automobiles (-45,4%), des annonceurs issus des télécommunications (-18,2%) et du secteur des boissons (-66,6%). *\*(voir annotation sur les offres "JC Decaux Large")*

Le **cinéma** enregistre un mauvais mois de novembre avec -14,7% de recettes brutes ce qui porte son évolution à -1,5% sur le cumul. Les services (-89,1%) et les établissements financiers (-81,3%) pénalisent lourdement le média qui subit parallèlement le repli des constructeurs automobiles (-32,2%) et de son premier secteur : culture loisirs (-17,9%).

D'un point de vue sectoriel, deux tendances se dégagent en novembre sur l'ensemble des médias. D'une part, les distributeurs (-1,9%), les constructeurs automobiles (-12,2%) et les établissements financiers (-8,3%) réduisent leur enveloppe budgétaire et ralentissent la croissance du marché. D'autre part, l'alimentation (+20,8%), l'hygiène beauté (+15,9%) et les télécommunications (+11,5%) maintiennent une forte pression publicitaire dans ce contexte morose.

## 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	Nov
<b>Total</b>												
evol%	0,9%	3,4%	2,8%	3,7%	4,9%	-8,7%	4,6%	6,4%	1,9%	-4,4%	-0,7%	0,7%
2012	25 323 401	1 891 457	1 909 983	2 608 009	2 428 999	2 330 944	2 653 235	1 736 704	1 350 772	2 642 838	2 875 525	2 894 936
2011	25 098 435	1 828 722	1 857 646	2 513 846	2 314 831	2 552 125	2 537 186	1 632 571	1 325 608	2 764 463	2 897 098	2 874 339
<b>PRESSE</b>												
evol%	-2,3%	-2,9%	0%	5,4%	-1,4%	-9,4%	2,4%	-0,1%	2,8%	-12,4%	-2,2%	-1,8%
2012	6 835 868	480 479	513 535	767 534	643 855	641 130	716 356	406 829	354 864	726 833	795 490	788 964
2011	6 996 115	494 998	513 620	728 201	652 958	707 479	699 267	407 356	345 107	830 002	813 569	803 559
<b>MAGAZINES</b>												
evol%	-0,5%	-4,3%	-1,5%	5,8%	-4,4%	0,2%	3,5%	-1,8%	8,4%	-8,3%	-2,8%	1,9%
2012	2 934 895	181 058	223 215	327 077	277 045	293 370	269 700	166 444	205 576	317 247	335 539	338 626
2011	2 950 822	189 252	226 610	309 009	289 898	292 908	260 497	169 450	189 582	345 943	345 350	332 322
<b>QUOTIDIENS NAT.</b>												
evol%	-7,2%	-9,9%	-1,9%	0,6%	0,5%	-18,1%	1,8%	-7,9%	-9,4%	-17,9%	-10,8%	-5,8%
2012	1 206 473	93 650	96 093	139 253	104 847	108 823	137 178	83 893	53 353	116 999	132 821	139 563
2011	1 300 000	103 939	97 067	138 407	104 286	132 807	134 698	90 225	58 892	142 542	148 963	148 174
<b>RADIO</b>												
evol%	4%	2,9%	8,6%	-2,3%	12,3%	-8,3%	10,8%	16,9%	7,9%	-3,4%	7,6%	0%
2012	3 909 208	278 971	266 975	384 973	363 672	337 672	431 412	312 602	220 350	414 088	473 296	425 196
2011	3 758 607	271 230	245 921	394 225	323 799	368 349	389 340	267 404	204 302	428 863	439 977	425 198
<b>STATIONS GENERALISTES</b>												
evol%	2,8%	5,3%	6,1%	-2,9%	12,4%	-10,8%	7,3%	14,9%	14,6%	-6,6%	6,5%	-1,1%
2012	1 544 489	108 301	108 263	159 376	150 848	134 950	169 445	114 357	76 828	162 019	195 470	164 631
2011	1 502 448	102 879	102 080	164 193	134 155	151 252	157 878	99 550	67 061	173 415	183 466	166 521
<b>STATIONS MUSICALES NAT</b>												
evol%	2,3%	-0,9%	9,2%	-4,4%	9,1%	-9,2%	12%	16%	1,9%	-2,8%	5,8%	-4,8%
2012	1 546 546	111 580	102 592	144 945	136 141	130 154	170 678	133 785	101 862	167 050	179 483	168 277
2011	1 511 438	112 637	93 956	151 032	124 830	143 269	152 332	115 301	99 955	171 805	169 598	176 724
<b>PROGRAMMES LOCAUX</b>												
evol%	17,8%	16,1%	18,2%	3,7%	36,8%	0,5%	27,1%	41,7%	25,5%	3,7%	20,8%	17,8%
2012	451 424	31 155	27 281	41 499	44 150	36 073	51 251	36 768	25 014	50 191	56 769	51 274
2011	383 256	26 833	23 075	40 023	32 263	35 893	40 335	25 940	19 924	48 422	47 008	43 541
<b>TELEVISION</b>												
evol%	4,2%	10,2%	7,3%	5,3%	10,5%	-5,8%	3,2%	10,3%	-0,5%	3,3%	-1,9%	6,4%
2012	8 802 485	711 821	696 647	868 037	876 869	826 150	878 789	555 605	428 475	931 580	956 999	1 071 513
2011	8 451 444	645 819	649 343	824 189	793 714	877 370	851 466	503 501	430 568	901 901	966 765	1 006 808
<b>TV NATIONALE</b>												
evol%	0,8%	3,5%	-0,5%	0,1%	7,1%	-10,5%	-0,7%	11,9%	-0,7%	1,1%	-2,6%	5%
2012	4 861 929	410 311	380 473	481 477	465 191	456 572	489 755	312 577	242 572	528 509	520 189	574 303
2011	4 824 392	396 468	382 292	480 769	434 155	510 106	493 104	279 396	244 268	522 754	534 190	546 891
<b>TV TNT</b>												
evol%	13%	30,7%	24,4%	16,7%	17,4%	1,3%	10%	10,7%	5,9%	12,9%	6,3%	12,6%
2012	2 443 892	196 433	201 826	240 086	252 723	221 611	237 904	153 433	112 918	251 703	269 887	305 368
2011	2 161 974	150 278	162 284	205 731	215 331	218 796	216 271	138 573	106 652	222 959	253 831	271 267
<b>TV NAT THEMATIQUES</b>												
evol%	-2,8%	11,2%	5,6%	3,5%	0,1%	-14,4%	-4,3%	-4,6%	-17,6%	-0,7%	-7,8%	-2,6%
2012	764 505	56 759	60 243	78 526	82 676	68 317	75 541	42 962	30 299	75 123	86 963	107 096
2011	786 676	51 039	57 045	75 883	82 604	79 427	78 938	45 053	36 753	75 617	94 311	110 006
<b>PUBLICITE EXTERIEURE</b>												
evol%	-7,1%	-0,9%	-3,7%	-3,3%	-10,8%	-18,3%	-4,3%	-12,1%	-7,9%	-4,4%	-4,3%	-6,9%
2012	2 659 611	226 671	201 775	268 678	238 892	228 787	247 590	217 871	189 598	284 638	295 134	259 977
2011	2 862 300	228 810	209 636	277 737	267 702	280 187	258 844	247 989	205 896	297 667	308 542	279 292
<b>CINEMA</b>												
evol%	-1,5%	-30,9%	-29,9%	49,3%	19,1%	-18,6%	37,7%	1,7%	-20,9%	-7,2%	0,1%	-14,7%
2012	316 964	12 734	26 812	29 515	32 022	24 882	48 067	40 673	16 710	15 283	39 887	30 381
2011	321 838	18 440	38 254	19 767	26 877	30 555	34 909	39 995	21 115	16 461	39 843	35 622
<b>INTERNET</b>												
evol%	3,4%	6,7%	1,7%	7,2%	9,6%	-5,5%	9,1%	22,1%	18,7%	-6,6%	-4,2%	-1,5%
2012	2 799 265	180 781	204 240	289 273	273 690	272 324	331 020	203 124	140 774	270 417	314 719	318 904
2011	2 708 131	169 425	200 873	269 727	249 781	288 185	303 362	166 327	118 620	289 569	328 402	323 860

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 8m<sup>2</sup> 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	Nov
<b>En Nombre de Pages</b>												
<b>PRESSE</b>												
evol%	-6,5%	-4,4%	-4,5%	3,7%	-6,8%	-9,5%	-3,8%	-5,5%	-1,2%	-17,3%	-7,4%	-8,4%
2012	283 304	21 129	21 673	32 109	27 279	27 203	28 841	16 650	15 615	29 497	31 716	31 592
2011	302 916	22 107	22 702	30 963	29 258	30 048	29 989	17 621	15 797	35 668	34 266	34 497
<b>MAGAZINES</b>												
evol%	-2,9%	-6,3%	-7,7%	5,7%	-8,4%	1,0%	2,6%	-7,3%	5,8%	-11,4%	-3,2%	-2,3%
2012	129 591	8 706	9 865	14 405	11 929	13 068	12 194	7 455	9 578	13 527	14 025	14 840
2011	133 495	9 287	10 685	13 632	13 022	12 939	11 880	8 042	9 051	15 274	14 487	15 195
<b>QUOTIDIENS NAT.</b>												
evol%	-10,0%	-9,5%	-9,0%	-1,3%	-5,6%	-19,8%	-7,6%	-5,5%	-3,5%	-20,6%	-13,6%	-6,9%
2012	13 311	1 105	1 085	1 527	1 137	1 217	1 433	965	656	1 275	1 435	1 475
2011	14 786	1 221	1 192	1 548	1 205	1 517	1 551	1 021	680	1 606	1 661	1 585
<b>En Secondes</b>												
<b>RADIO</b>												
evol%	-0,2%	-3,7%	3,5%	-5,2%	4,7%	-9,8%	3,8%	12,1%	-4,3%	-2,8%	1,4%	-0,4%
2012	41 897 130	3 382 090	3 163 975	4 117 050	3 770 275	3 724 785	4 520 795	3 687 695	2 313 855	4 160 135	4 670 490	4 385 985
2011	41 992 695	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	4 404 930
<b>STATIONS MUSICALES NAT</b>												
evol%	-0,4%	-5,3%	2,2%	-11,0%	7,3%	-13,6%	7,7%	15,7%	-4,1%	-1,4%	4,6%	-3,8%
2012	16 067 045	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	1 630 395
2011	16 135 165	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	1 695 410
<b>STATIONS GENERALISTES</b>												
evol%	4,6%	2,9%	10,0%	-0,1%	20,9%	-8,5%	12,3%	20,5%	7,5%	-2,5%	0,3%	0,3%
2012	9 864 805	780 300	753 330	982 100	929 760	835 965	1 062 345	788 465	486 105	1 031 145	1 191 010	1 024 280
2011	9 429 355	758 035	685 050	982 655	769 130	914 095	946 390	654 460	452 175	1 058 015	1 187 630	1 021 720
<b>PROGRAMMES LOCAUX</b>												
evol%	8,8%	9,4%	10,3%	-11,7%	29,0%	-6,1%	19,1%	47,2%	13,5%	-3,0%	3,0%	7,1%
2012	1 468 685	118 140	101 140	128 155	148 355	113 410	164 280	138 470	82 715	155 505	164 330	154 185
2011	1 349 450	107 945	91 725	145 185	114 960	120 815	137 955	94 050	72 890	160 370	159 570	143 985
<b>TELEVISION</b>												
evol%	-4,2%	4,2%	-0,8%	-2,0%	-4,2%	-14,6%	-9,5%	-5,7%	-12,4%	-0,4%	-4,4%	1,8%
2012	101 418 080	7 908 452	8 211 420	10 134 065	10 567 892	9 158 101	9 777 455	6 987 976	5 155 834	10 108 128	10 971 057	12 437 700
2011	105 898 843	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	12 218 110
<b>TV NATIONALE</b>												
evol%	-4,4%	-4,0%	-10,5%	-7,7%	0,7%	-16,3%	-11,5%	-0,8%	-1,3%	2,2%	-1,4%	4,0%
2012	9 727 918	809 789	780 067	905 390	954 929	847 357	891 612	892 764	728 638	942 617	967 882	1 006 873
2011	10 173 632	843 242	871 452	981 423	948 066	1 011 927	1 007 143	899 853	738 025	922 379	981 921	968 201
<b>TV TNT</b>												
evol%	-2,8%	7,2%	8,0%	0,3%	-1,4%	-13,2%	-9,6%	-6,9%	-7,7%	-1,6%	-6,0%	1,8%
2012	25 270 558	2 200 327	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	2 698 963
2011	25 998 793	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	2 650 841
<b>TV NAT THEMATIQUES</b>												
evol%	-5,1%	4,4%	-3,1%	-2,4%	-6,4%	-15,7%	-10,0%	-6,6%	-17,1%	-0,2%	-4,4%	1,7%
2012	64 129 989	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	7 266 589	8 518 944
2011	67 555 782	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	8 374 736

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

## REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA

## PLURIMEDIA\*

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

	Nov 2011	Nov 2012	Evol %	Janv à Nov 2011	Janv à Nov 2012	Evol %
<b>Total</b>	<b>2 874,3</b>	<b>2 894,9</b>	<b>0,7%</b>	<b>25 098,4</b>	<b>25 323,4</b>	<b>0,9%</b>
PRESSE	803,6	789,	-1,8%	6 996,1	6 835,9	-2,3%
RADIO	425,2	425,2	0%	3 758,6	3 909,2	4, %
TELEVISION	1 006,8	1 071,5	6,4%	8 451,4	8 802,5	4,2%
PUBLICITE EXTERIEURE	279,3	260,	-6,9%	2 862,3	2 659,6	-7,1%
CINEMA	35,6	30,4	-14,7%	321,8	317,	-1,5%
INTERNET	323,9	318,9	-1,5%	2 708,1	2 799,3	3,4%

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 8m<sup>2</sup> 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

	Nov 2011	Nov 2012	Evol %	Janv à Nov 2011	Janv à Nov 2012	Evol %
<b>TOTAL PLURIMEDIA</b>	<b>2 874,3</b>	<b>2 894,9</b>	<b>0,7%</b>	<b>25 098,4</b>	<b>25 323,4</b>	<b>0,9%</b>
DISTRIBUTION	413,6	405,6	-1,9%	3 524,6	3 639,9	3,3%
AUTOMOBILE TRANSPORT	318,1	279,3	-12,2%	2 617,8	2 792,8	6,7%
CULTURE & LOISIRS	293,4	302,3	3%	2 125,6	2 115,4	-0,5%
ALIMENTATION	196,6	237,5	20,8%	2 074,5	2 106,5	1,5%
HYGIENE BEAUTE	141,5	164,	15,9%	1 729,	1 768,3	2,3%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	205,3	188,1	-8,3%	1 843,3	1 716,2	-6,9%
TELECOMMUNICATIONS	166,3	185,5	11,5%	1 460,5	1 366,4	-6,4%
HABILLEMENT ACCESS.TEXTIL	138,5	145,7	5,1%	1 190,9	1 320,	10,8%
INFORMATION MEDIA	136,3	143,9	5,6%	1 298,7	1 249,4	-3,8%
SERVICES	140,4	154,7	10,1%	1 192,7	1 166,1	-2,2%
VOYAGE-TOURISME	96,9	107,7	11,2%	1 120,8	1 130,9	0,9%
BOISSONS	76,	47,4	-37,7%	782,9	755,9	-3,4%
EDITION	132,	120,3	-8,8%	749,3	722,6	-3,6%
SANTE	55,2	52,5	-4,8%	474,8	479,9	1,1%
IMMOBILIER	36,8	36,7	-0,4%	322,4	409,7	27,1%
ENTRETIEN	33,6	24,6	-26,8%	336,3	343,8	2,2%
AMEUBLEMENT DECORATION	25,6	30,1	17,7%	296,8	318,1	7,2%
INFORMATIQUE BUREAUTIQUE	26,3	41,4	57,1%	283,1	317,	12%
ENERGIE	37,3	35,7	-4,4%	236,2	230,9	-2,3%
APPAREILS MENAGERS	34,	31,7	-6,8%	230,	202,9	-11,8%
PUBLICITES DIVERSES	17,3	19,2	11,1%	183,7	180,1	-2%
AUDIOVISUEL PHOTO CINEMA	47,1	57,4	21,9%	182,9	178,3	-2,5%
ENSEIGNEMENT FORMATION	17,8	14,5	-18,6%	167,7	176,8	5,4%
BATIMENT TRAVAUX PUBLICS	9,5	8,2	-14,1%	132,2	129,7	-1,9%
ORGANISMES HUMANITAIRES	23,2	23,5	1,3%	120,9	123,4	2%
INDUSTRIE	32,	15,7	-50,9%	130,	103,7	-20,3%
CORPORATE	6,9	5,6	-17,9%	77,9	88,4	13,5%
PUBLICITE FINANCIERE	5,3	5,4	1,8%	77,7	69,4	-10,8%
ANNONCES LEGALES	7,5	6,6	-12%	83,1	67,7	-18,4%
AGRICULTURE JARDINAGE	4,	4,1	2,9%	52,	53,4	2,7%

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 AVEC INTERNET

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

	Nov 2011	pdm	Nov 2012	pdm	Evol %	Janv à Nov	pdm	Janv à Nov	pdm	Evol %
<b>Total</b>	<b>2 874,3</b>	<b>100,%</b>	<b>2 894,9</b>	<b>100,%</b>	<b>0,7%</b>	<b>25 098,4</b>	<b>100,%</b>	<b>25 323,4</b>	<b>100,%</b>	<b>0,9%</b>
PRESSE	803,6	28,%	789,	27,3%	-1,8%	6 996,1	27,9%	6 835,9	27,%	-2,3%
RADIO	425,2	14,8%	425,2	14,7%	0,%	3 758,6	15,%	3 909,2	15,4%	4,%
TELEVISION	1 006,8	35,%	1 071,5	37,%	6,4%	8 451,4	33,7%	8 802,5	34,8%	4,2%
PUBLICITE EXTERIEURE	279,3	9,7%	260,	9,%	-6,9%	2 862,3	11,4%	2 659,6	10,5%	-7,1%
CINEMA	35,6	1,2%	30,4	1,%	-14,7%	321,8	1,3%	317,	1,3%	-1,5%
INTERNET	323,9	11,3%	318,9	11,%	-1,5%	2 708,1	10,8%	2 799,3	11,1%	3,4%

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 8m<sup>2</sup> 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 Nov 2011	Janv à Nov 2012	Evol %
RENAULT AUTOMOBILES	332,5	359,4	8,1%
PEUGEOT AUTOMOBILES	287,2	326,5	13,7%
ORANGE FRANCE	281,3	279,7	-0,6%
CITROEN AUTOMOBILES	259,1	277,8	7,2%
E.LECLERC MAGASINS	241,7	257,5	6,5%
CARREFOUR HYPERMARCHES	272,7	248,1	-9,%
SFR	246,	235,7	-4,2%
UNILEVER FRANCE	224,6	225,	0,2%
PROCTER & GAMBLE FRANCE	207,6	215,3	3,7%
VOLKSWAGEN	164,8	208,7	26,7%

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

	Nov 2011	Nov 2012	Evol %
ORANGE FRANCE	30,2	38,3	26,7%
RENAULT AUTOMOBILES	34,1	35,8	4,9%
SFR	30,6	33,3	9,0%
FERRERO FRANCE	30,	32,1	6,8%
VOLKSWAGEN	22,9	28,6	25,3%
PROCTER & GAMBLE FRANCE	25,9	28,3	9,0%
BOUYGUES TELECOM	26,7	28,2	5,8%
CITROEN AUTOMOBILES	36,2	27,9	-23,1%
PEUGEOT AUTOMOBILES	32,7	27,8	-15,0%
MICROSOFT	13,9	26,9	94,2%

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

\* Univers constant 2012 vs 2011