

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

Décembre 2012 vs Décembre 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

INTERNET

# 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

## Adex Report Décembre 2012 : une année stable en apparence

L'année 2012 se solde par une stabilisation du marché publicitaire plurimédia à +0,9%. La saisonnalité montre un premier trimestre positif mais néanmoins modeste (+3,6%), suivi par une activité stable jusqu'à la fin de l'année. En volume, le constat est plus négatif et confirme la morosité persistante du marché global.

La **télévision** clôturera l'année sur une évolution à +4,5% de ses recettes brutes. Les chaînes de la TNT, avec une croissance de +13,7%, expliquent 80% de la hausse annuelle de la télévision tandis que les chaînes historiques s'équilibrent à +1%. En revanche, les résultats en volume sont dans le rouge pour le média (-3,2%) et se répercutent sur l'ensemble des segments : -3,9% pour les chaînes historiques et -0,8% pour celles de la TNT. Premier secteur en télévision, l'alimentation évolue dans la moyenne (+4,1%) quand les distributeurs contribuent pour 1/3 à la croissance du média avec une progression de +21,1% de leurs investissements. Dans la même tendance, le secteur voyage tourisme se montre dynamique avec une hausse budgétaire de +15,7%. A l'inverse, les établissements financiers réduisent leur pression publicitaire de -6,8%.

La **radio** tire son épingle du jeu cette année et cumule +3,7% de recettes brutes. Les stations généralistes présentent des évolutions similaires en valeur (respectivement +2,2% et +2,4%) mais la durée publicitaire ne progresse que sur les stations musicales (+4,2%) alors qu'elle se stabilise sur les généralistes (+0,5%). A noter que les programmes locaux poursuivent leur ascension en valeur (+16,9%) et en volume (+8,2%). Le portefeuille sectoriel de la radio observe de fortes croissances pour certains secteurs significatifs. On retiendra notamment l'importante hausse budgétaire des constructeurs automobiles (+23,6%) qui, à eux seuls, contribuent pour 70% à l'évolution du média. De même, les établissements financiers évoluent à +15,3% et le secteur des télécommunications affiche +10,2% d'investissements sur l'année 2012.

En **presse**, les indicateurs évoluent à la baisse tant sur les recettes brutes (-2,7%) que sur la pagination (-6,4%). Les magazines enregistrent un manque à gagner de -1,2% en valeur et ne sont pas épargnés en volume (-3,7%). Les secteurs de la mode (+7,3%) et de l'automobile (+13,6%) soutiennent le segment cette année sans pouvoir compenser les pertes liées au repli de la distribution (-4,2%) et des établissements financiers (-17,5%). Les quotidiens nationaux accusent une baisse plus marquée avec -7,8% de recettes brutes et -10,2% de pagination. La moitié des secteurs opère des réductions budgétaires importantes sur le segment, à l'image des établissements financiers (-27,6%) et des secteurs services (-20,2%) et culture loisirs (-11,8%). Sur l'ensemble du média, les établissements financiers représentent 37% des pertes de la presse cette année.

Les recettes brutes du **display** enregistrent une évolution supérieure à la moyenne plurimédia à +3,3%. Pourtant, deux secteurs majeurs réduisent leur enveloppe budgétaire sur le média : établissements financiers (-6,3%) et culture loisirs (-4,5%). Des replis qui sont largement compensés par les constructeurs automobiles (+7%), les distributeurs (+28,3%) et par le secteur des services (+15,3%).

En **publicité extérieure\***, l'année 2012 s'achève sur une activité en repli de -6,6%. La distribution, toujours première sur le média, marque le pas cette année et opère une baisse budgétaire de -11,7%. Les télécommunications et les boissons suivent cette tendance en réduisant leurs investissements annuels (respectivement -30,7% et -27,8%). *\*(voir annotation sur les offres « JC Decaux Large »).*

L'année 2012 est une année stable pour le **cinéma** qui clôturera à +0,3% sur ses recettes brutes. On observe deux tendances sur le média. D'une part, des secteurs en repli cette année : boissons (-14%), hygiène beauté (-7,9%) et établissements financiers (-42,4%). D'autre part, une hausse budgétaire importante pour les constructeurs automobiles (+52,3%) et le secteur des télécommunications (+20,6%).

Sur l'ensemble des médias, les constructeurs automobiles (+5%) et ceux du secteur de la mode maintiennent leur pression publicitaire quand les établissements financiers (-7,6%) et les annonceurs des télécommunications (-5,1%) sont en perte de vitesse.

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	Déc
<b>Total</b>													
evol%	0,9%	3,7%	3,1%	3,8%	5,2%	-8,5%	4,5%	6,1%	1,8%	-4,3%	-0,6%	0,8%	0,1%
2012	27 887 832	1 880 516	1 895 733	2 586 504	2 410 460	2 313 796	2 635 436	1 723 935	1 340 175	2 627 332	2 858 024	2 878 380	2 737 543
2011	27 634 920	1 813 626	1 838 554	2 491 145	2 291 244	2 527 756	2 520 957	1 624 778	1 316 619	2 744 780	2 874 988	2 855 323	2 735 150
<b>PRESSE</b>													
evol%	-2,7%	-2,9%	0%	5,4%	-1,4%	-9,4%	2,4%	-0,2%	2,8%	-12,4%	-1,9%	-1,4%	-7,3%
2012	7 533 766	480 493	513 535	767 534	643 855	641 130	716 356	406 652	354 864	727 055	797 863	792 397	692 034
2011	7 742 915	494 998	513 620	728 201	652 958	707 479	699 267	407 356	345 107	830 002	813 564	803 559	746 805
<b>MAGAZINES</b>													
evol%	-1,2%	-4,3%	-1,5%	5,8%	-4,4%	0,2%	3,5%	-1,9%	8,4%	-8,3%	-2,8%	1,9%	-8,4%
2012	3 197 198	181 058	223 215	327 077	277 045	293 370	269 700	166 267	205 576	317 247	335 817	338 685	262 143
2011	3 237 063	189 252	226 610	309 009	289 898	292 908	260 497	169 450	189 582	345 943	345 344	332 322	286 247
<b>QUOTIDIENS NAT.</b>													
evol%	-7,8%	-9,9%	-1,	0,6%	0,5%	-18,1%	1,8%	-7,	-9,4%	-17,9%	-10,8%	-5,8%	-13,1%
2012	1 341 956	93 664	96 093	139 253	104 847	108 823	137 178	83 893	53 353	116 999	132 821	139 563	135 469
2011	1 455 854	103 939	97 067	138 407	104 286	132 807	134 698	90 225	58 892	142 542	148 963	148 174	155 854
<b>RADIO</b>													
evol%	3,7%	2,9%	8,6%	-2,3%	12,3%	-8,3%	10,8%	16,9%	7,9%	-3,4%	7,6%	0%	0,7%
2012	4 305 376	278 971	266 975	384 973	363 672	337 672	431 412	312 602	220 350	414 088	473 319	425 191	396 150
2011	4 152 046	271 230	245 921	394 225	323 799	368 349	389 340	267 404	204 302	428 863	439 977	425 198	393 439
<b>STATIONS GENERALISTES</b>													
evol%	2,2%	5,3%	6,1%	-2,9%	12,4%	-10,8%	7,3%	14,9%	14,6%	-6,6%	6,5%	-1,1%	-3,7%
2012	1 687 341	108 301	108 263	159 376	150 848	134 950	169 445	114 357	76 828	162 019	195 470	164 631	142 852
2011	1 650 803	102 879	102 080	164 193	134 155	151 252	157 878	99 550	67 061	173 415	183 466	166 521	148 355
<b>STATIONS MUSICALES NAT</b>													
evol%	2,4%	-0,9%	9,2%	-4,4%	9,1%	-9,2%	12,	16,	1,9%	-2,8%	5,8%	-4,8%	3,1%
2012	1 718 411	111 580	102 592	144 945	136 141	130 154	170 678	133 785	101 862	167 050	179 483	168 281	171 860
2011	1 678 081	112 637	93 956	151 032	124 830	143 269	152 332	115 301	99 955	171 805	169 598	176 724	166 643
<b>PROGRAMMES LOCAUX</b>													
evol%	16,9%	16,1%	18,2%	3,7%	36,8%	0,5%	27,1%	41,7%	25,5%	3,7%	20,8%	17,8%	8,4%
2012	496 310	31 155	27 281	41 499	44 150	36 073	51 251	36 768	25 014	50 191	56 769	51 274	44 886
2011	424 679	26 833	23 075	40 023	32 263	35 893	40 335	25 940	19 924	48 422	47 008	43 541	41 423
<b>TELEVISION</b>													
evol%	4,5%	10,2%	7,3%	5,3%	10,5%	-5,8%	3,3%	10,4%	-0,5%	3,3%	-1,	6,5%	7,2%
2012	9 803 093	711 821	696 647	868 037	876 869	826 146	879 592	555 755	428 629	931 890	957 329	1 072 138	998 241
2011	9 382 352	645 819	649 343	824 189	793 714	877 370	851 466	503 501	430 568	901 901	966 765	1 006 808	930 908
<b>TV NATIONALE</b>													
evol%	1,	3,5%	-0,5%	0,1%	7,1%	-10,5%	-0,7%	11,9%	-0,7%	1,1%	-2,6%	5,	3,4%
2012	5 409 354	410 311	380 473	481 477	465 191	456 572	489 755	312 577	242 572	528 509	520 189	574 303	547 425
2011	5 353 739	396 468	382 292	480 769	434 155	510 106	493 104	279 396	244 268	522 754	534 190	546 891	529 347
<b>TV TNT</b>													
evol%	13,7%	30,7%	24,4%	16,7%	17,4%	1,3%	10,	10,7%	5,9%	12,9%	6,3%	12,6%	19,2%
2012	2 733 781	196 433	201 826	240 086	252 723	221 611	237 904	153 433	112 918	251 713	269 887	305 366	289 880
2011	2 405 149	150 278	162 284	205 731	215 331	218 796	216 271	138 573	106 652	222 959	253 831	271 267	243 175
<b>TV NAT THEMATIQUES</b>													
evol%	-2,3%	11,2%	5,6%	3,5%	0,1%	-14,	-3,3%	-4,3%	-17,1%	-0,3%	-7,4%	-2,1%	0,1%
2012	855 702	56 759	60 243	78 526	82 676	68 313	76 343	43 112	30 453	75 424	87 292	107 720	88 840
2011	875 406	51 039	57 045	75 883	82 604	79 427	78 938	45 053	36 753	75 617	94 311	110 006	88 730
<b>PUBLICITE EXTERIEURE</b>													
evol%	-6,6%	-1,	-3,8%	-3,2%	-10,7%	-18,3%	-4,4%	-12,3%	-7,8%	-4,3%	-4,3%	-6,9%	-1,3%
2012	2 926 459	226 471	201 682	268 716	238 845	228 741	246 957	217 192	189 403	284 638	295 134	259 877	268 804
2011	3 132 290	228 810	209 618	277 630	267 468	279 960	258 404	247 728	205 454	297 375	308 375	279 182	272 288
<b>CINEMA</b>													
evol%	0,3%	-30,9%	-29,9%	49,3%	19,1%	-18,6%	37,7%	1,7%	-20,9%	-7,2%	0,1%	-14,7%	10,
2012	380 832	12 734	26 812	29 515	32 022	24 882	48 067	40 673	16 710	15 283	39 887	30 381	63 868
2011	379 875	18 440	38 254	19 767	26 877	30 555	34 909	39 995	21 115	16 461	39 843	35 622	58 037
<b>INTERNET</b>													
evol%	3,3%	10,2%	4,6%	8,3%	12,7%	-3,3%	8,9%	20,3%	18,3%	-5,8%	-3,9%	-2,2%	-4,6%
2012	2 938 305	170 026	190 083	267 729	255 197	255 225	313 052	191 062	130 218	254 378	294 492	298 396	318 445
2011	2 845 443	154 329	181 799	247 133	226 428	264 043	287 572	158 795	110 073	270 179	306 464	304 955	333 674

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	Nov	Déc
<b>En Nombre de Pages</b>													
<b>PRESSE</b>													
evol%	<b>-6,4%</b>	-4,4%	-4,5%	3,7%	-6,8%	-9,5%	-3,8%	-5,5%	-1,2%	-17,1%	-6,1%	-7,1%	-9,1%
2012	<b>311 243</b>	21 129	21 673	32 109	27 279	27 203	28 841	16 646	15 615	29 557	32 188	32 062	26 940
2011	<b>332 567</b>	22 107	22 702	30 963	29 258	30 048	29 989	17 621	15 797	35 668	34 266	34 497	29 651
<b>MAGAZINES</b>													
evol%	<b>-3,7%</b>	-6,3%	-7,7%	5,7%	-8,4%	1,0%	2,6%	-7,3%	5,8%	-11,4%	-3,0%	-2,3%	-12,4%
2012	<b>140 043</b>	8 706	9 865	14 405	11 929	13 068	12 194	7 451	9 578	13 527	14 059	14 844	10 417
2011	<b>145 386</b>	9 287	10 685	13 632	13 022	12 939	11 880	8 042	9 051	15 274	14 487	15 195	11 892
<b>QUOTIDIENS NAT.</b>													
evol%	<b>-10,2%</b>	-9,5%	-9,0%	-1,3%	-5,6%	-19,8%	-7,6%	-5,5%	-3,5%	-20,6%	-13,6%	-6,9%	-12,3%
2012	<b>14 749</b>	1 106	1 085	1 527	1 137	1 217	1 433	965	656	1 275	1 435	1 475	1 438
2011	<b>16 425</b>	1 221	1 192	1 548	1 205	1 517	1 551	1 021	680	1 606	1 661	1 585	1 640
<b>En Secondes</b>													
<b>RADIO</b>													
evol%	<b>-0,1%</b>	-3,7%	3,5%	-5,2%	4,7%	-9,8%	3,8%	12,1%	-4,3%	-2,8%	1,4%	-0,4%	1,6%
2012	<b>46 288 650</b>	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	4 671 370	4 385 255	4 391 370
2011	<b>46 314 340</b>	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	4 321 645
<b>STATIONS MUSICALES NAT</b>													
evol%	<b>0,5%</b>	-5,3%	2,2%	-11,0%	7,3%	-13,6%	7,7%	15,7%	-4,1%	-1,4%	4,6%	-3,8%	9,1%
2012	<b>17 867 670</b>	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	1 630 440	1 800 580
2011	<b>17 785 180</b>	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	1 650 015
<b>STATIONS GENERALISTES</b>													
evol%	<b>4,2%</b>	2,9%	10,0%	-0,1%	20,9%	-8,5%	12,3%	20,5%	7,5%	-2,5%	0,3%	0,3%	-0,3%
2012	<b>10 818 425</b>	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	953 620
2011	<b>10 385 600</b>	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	956 245
<b>PROGRAMMES LOCAUX</b>													
evol%	<b>8,2%</b>	9,4%	10,3%	-11,7%	29,0%	-6,1%	19,1%	47,2%	13,5%	-3,0%	3,0%	7,1%	2,0%
2012	<b>1 609 200</b>	118 140	101 140	128 155	148 355	113 410	164 280	138 470	82 715	155 505	164 330	154 185	140 515
2011	<b>1 487 270</b>	107 945	91 725	145 185	114 960	120 815	137 955	94 050	72 890	160 370	159 570	143 985	137 820
<b>TELEVISION</b>													
evol%	<b>-3,2%</b>	4,2%	-0,8%	-2,0%	-4,2%	-14,6%	-9,1%	-5,5%	-12,2%	-0,2%	-4,1%	2,5%	5,2%
2012	<b>112 619 215</b>	7 908 452	8 211 420	10 134 065	10 567 892	9 157 691	9 817 309	6 999 697	5 165 819	10 131 043	10 997 099	12 519 904	11 008 824
2011	<b>116 366 945</b>	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	10 468 102
<b>TV NATIONALE</b>													
evol%	<b>-3,9%</b>	-4,0%	-10,5%	-7,7%	0,7%	-16,3%	-11,5%	-0,8%	-1,3%	2,2%	-1,4%	4,0%	1,9%
2012	<b>10 645 028</b>	809 789	780 067	905 390	954 929	847 357	891 612	892 764	728 638	942 617	967 887	1 006 873	917 105
2011	<b>11 073 800</b>	843 242	871 452	981 423	948 066	1 011 927	1 007 143	899 853	738 025	922 379	981 921	968 201	900 168
<b>TV TNT</b>													
evol%	<b>-0,8%</b>	7,2%	8,0%	0,3%	-1,4%	-13,2%	-9,6%	-6,9%	-7,7%	-1,5%	-6,0%	1,8%	20,5%
2012	<b>28 236 779</b>	2 200 327	2 261 000	2 584 000	2 624 224	2 379 882	2 397 253	1 827 351	1 368 154	2 427 094	2 502 818	2 698 933	2 965 743
2011	<b>28 461 003</b>	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	2 462 210
<b>TV NAT THEMATIQUES</b>													
evol%	<b>-4,3%</b>	4,4%	-3,1%	-2,4%	-6,4%	-15,7%	-9,4%	-6,3%	-16,8%	0,2%	-4,0%	2,7%	0,5%
2012	<b>71 250 851</b>	4 726 009	4 997 664	6 436 992	6 750 166	5 699 079	6 290 951	4 084 728	2 889 869	6 552 570	7 292 611	8 601 173	6 929 039
2011	<b>74 453 510</b>	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	6 897 728

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

	Déc 2011	Déc 2012	Evol %	Janv à Déc 2011	Janv à Déc 2012	Evol %
<b>Total</b>	<b>2 735,1</b>	<b>2 737,5</b>	<b>0,1%</b>	<b>27 634,9</b>	<b>27 887,8</b>	<b>0,9%</b>
PRESSE	746,8	692,	-7,3%	7 742,9	7 533,8	-2,7%
RADIO	393,4	396,1	0,7%	4 152,	4 305,4	3,7%
TELEVISION	930,9	998,2	7,2%	9 382,4	9 803,1	4,5%
PUBLICITE EXTERIEURE	272,3	268,8	-1,3%	3 132,3	2 926,5	-6,6%
CINEMA	58,	63,9	10,%	379,9	380,8	0,3%
INTERNET	333,7	318,4	-4,6%	2 845,4	2 938,3	3,3%

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

	Déc 2011	Déc 2012	Evol %	Janv à Déc 2011	Janv à Déc 2012	Evol %
<b>TOTAL PLURIMEDIA</b>	<b>2 735,1</b>	<b>2 737,5</b>	<b>0,1%</b>	<b>27 634,9</b>	<b>27 887,8</b>	<b>0,9%</b>
DISTRIBUTION	442,7	430,9	-2,7%	3 960,7	4 063,4	2,6%
AUTOMOBILE TRANSPORT	204,4	166,1	-18,8%	2 805,7	2 946,8	5,0%
CULTURE & LOISIRS	221,9	224,8	1,3%	2 312,8	2 314,6	0,1%
ALIMENTATION	210,4	227,1	7,9%	2 257,8	2 312,4	2,4%
HYGIENE BEAUTE	269,8	270,2	0,1%	1 987,2	2 019,7	1,6%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	115,5	94,9	-17,9%	1 945,8	1 798,1	-7,6%
TELECOMMUNICATIONS	212,2	215,5	1,5%	1 653,7	1 569,7	-5,1%
HABILLEMENT ACCESS.TEXTIL	141,5	148,3	4,9%	1 328,9	1 462,6	10,1%
INFORMATION MEDIA	117,8	129,3	9,8%	1 413,6	1 374,6	-2,8%
SERVICES	118,6	121,5	2,5%	1 291,9	1 261,7	-2,3%
VOYAGE-TOURISME	96,0	94,9	-1,2%	1 212,6	1 233,0	1,7%
EDITION	135,4	126,9	-6,2%	878,5	841,5	-4,2%
BOISSONS	81,9	79,8	-2,6%	860,0	830,8	-3,4%
SANTE	51,0	55,6	8,9%	524,5	531,1	1,3%
IMMOBILIER	23,8	20,0	-15,9%	345,6	429,4	24,3%
ENTRETIEN	29,0	18,3	-36,9%	363,0	358,7	-1,2%
INFORMATIQUE BUREAUTIQUE	35,5	44,9	26,4%	305,8	356,0	16,4%
AMEUBLEMENT DECORATION	19,2	16,6	-13,5%	315,7	334,8	6,1%
APPAREILS MENAGERS	36,6	57,8	57,9%	264,5	257,5	-2,6%
AUDIOVISUEL PHOTO CINEMA	50,8	73,5	44,6%	232,8	250,7	7,7%
ENERGIE	27,5	18,0	-34,8%	260,3	247,9	-4,8%
PUBLICITES DIVERSES	18,3	15,8	-13,4%	202,0	195,9	-3,0%
ENSEIGNEMENT FORMATION	11,9	16,2	35,9%	178,4	192,4	7,9%
ORGANISMES HUMANITAIRES	21,9	21,4	-2,2%	141,8	144,4	1,8%
BATIMENT TRAVAUX PUBLICS	7,6	8,0	5,5%	139,2	137,5	-1,2%
INDUSTRIE	13,1	16,8	27,9%	141,7	120,1	-15,2%
CORPORATE	4,7	10,7	127,5%	81,9	97,8	19,4%
ANNONCES LEGALES	9,7	8,7	-9,6%	92,7	76,5	-17,5%
PUBLICITE FINANCIERE	2,3	2,7	16,1%	79,8	72,2	-9,4%
AGRICULTURE JARDINAGE	4,1	2,6	-36,8%	56,0	55,8	-0,2%

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.



## REPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIA

## PLURIMEDIA

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

	Déc 2011	pdm	Déc 2012	pdm	Evol %	Janv à Déc 2011	pdm	Janv à Déc 2012	pdm	Evol %
<b>Total</b>	<b>2 735,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 737,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>27 634,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>27 887,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,9%</b>
PRESSE	746,8	27,3%	692,	25,3%	-7,3%	7 742,9	28,0%	7 533,8	27,0%	-2,7%
RADIO	393,4	14,4%	396,1	14,5%	0,7%	4 152,	15,0%	4 305,4	15,4%	3,7%
TELEVISION	930,9	34,0%	998,2	36,5%	7,2%	9 382,4	34,0%	9 803,1	35,2%	4,5%
PUBLICITE EXTERIEURE	272,3	10,0%	268,8	9,8%	-1,3%	3 132,3	11,3%	2 926,5	10,5%	-6,6%
CINEMA	58,	2,1%	63,9	2,3%	10,0%	379,9	1,4%	380,8	1,4%	0,3%
INTERNET	333,7	12,2%	318,4	11,6%	-4,6%	2 845,4	10,3%	2 938,3	10,5%	3,3%

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 Déc 2011	Janv à Déc 2012	Evol %
RENAULT AUTOMOBILES	365,3	382,2	4,6%
PEUGEOT AUTOMOBILES	314,1	353,3	12,5%
ORANGE FRANCE	336,4	332,4	-1,2%
CARREFOUR HYPERMARCHES	317,6	291,	-8,4%
CITROEN AUTOMOBILES	274,4	290,8	6,%
E.LECLERC MAGASINS	269,9	279,	3,4%
SFR	292,8	277,5	-5,2%
UNILEVER FRANCE	245,	236,5	-3,4%
KRAFT FOODS EUROPE	194,9	230,6	18,3%
BOUYGUES TELECOM	230,7	228,6	-0,9%

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

	Déc 2011	Déc 2012	Evol %
ORANGE FRANCE	59,5	53,8	-9,6%
SFR	48,9	45,5	-6,9%
CARREFOUR HYPERMARCHES	45,8	45,	-1,7%
FERRERO FRANCE	34,2	36,2	5,7%
BOUYGUES TELECOM	20,6	33,3	61,7%
PEUGEOT AUTOMOBILES	27,9	27,2	-2,4%
MICROSOFT	18,9	26,7	41,1%
RENAULT AUTOMOBILES	34,4	22,7	-33,8%
E.LECLERC MAGASINS	28,3	22,4	-20,7%
PROCTER & GAMBLE FRANCE	17,5	22,2	27,3%

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

\* Univers constant 2012 vs 2011