

LES GRANDS INDICATEURS PUBLICITAIRES
PRESSE, RADIO, TELEVISION, PUBLICITE EXTERIEURE, CINEMA
 tous secteurs hors auto-promotion & abonnements

	Mars 2012	Mars 2013	Evol %	01/01/2012 à 31/03/2012	01/01/2013 à 31/03/2013	Evol %
en millions d'Euros						
PRESSE - Supports en alerte	541,1	468,7	-13,4%	1 247,70	1 172	-6,1%
MAGAZINES	303	271,9	-10,3%	682,6	642,8	-5,8%
QUOTIDIENS NAT.	127,5	106	-16,9%	333,4	288,6	-13,4%
RADIO NATIONALE	361	370,1	2,5%	871,6	895,8	2,8%
STATIONS GENERALISTES	157,9	165,7	4,9%	371,7	381,3	2,6%
STATIONS MUSICALES NAT	144,9	147,3	1,7%	359,1	372,4	3,7%
PROGRAMMES LOCAUX	41,5	45,1	8,7%	99,9	108,6	8,7%
TELEVISION NATIONALE	721,6	727,9	0,9%	1 910,60	1 921,10	0,5%
TV HISTORIQUE	481,5	472,6	-1,8%	1 272,30	1 250,80	-1,7%
TV TNT	240,1	255,3	6,3%	638,3	670,2	5,0%
PUBLICITE EXTERIEURE*	253,5	220,6	-13,0%	644,8	597,1	-7,4%
CINEMA	30	37	26,4%	69	68	-1,4%

	Nombre de pages					
PRESSE - Supports en alerte	15 364	12 791	-16,7%	35 416	32 052	-9,5%
MAGAZINES	11 844	10 033	-15,3%	27 070	24 522	-9,4%
QUOTIDIENS NAT.	1 426	1 106	-22,4%	3 583	2 979	-16,9%

	Durée en secondes					
RADIO NATIONALE	2 776 110	2 653 785	-4,4%	7 283 255	7 188 675	-1,3%
STATIONS GENERALISTES	890 270	868 605	-2,4%	2 280 965	2 231 485	-2,2%
STATIONS MUSICALES NAT	1 482 900	1 456 785	-1,8%	4 009 435	4 047 775	1,0%
PROGRAMMES LOCAUX	128 155	127 395	-0,6%	347 435	356 905	2,7%
TELEVISION NATIONALE	3 489 390	4 425 000	26,8%	9 540 573	11 430 328	19,8%
TV HISTORIQUE	905 390	983 189	8,6%	2 495 246	2 684 788	7,6%
TV TNT	2 584 000	3 441 811	33,2%	7 045 327	8 745 540	24,1%

	Nombre d'annonceurs					
PRESSE - Supports en alerte	4 347	3 690	-15,1%	6 580	5 904	-10,3%
MAGAZINES	3 058	2 602	-14,9%	4 634	4 138	-10,7%
QUOTIDIENS NAT.	1 077	843	-21,7%	1 790	1 483	-17,2%
RADIO NATIONALE	669	639	-4,5%	984	966	-1,8%
STATIONS GENERALISTES	416	399	-4,1%	604	618	2,3%
STATIONS MUSICALES NAT	309	325	5,2%	466	487	4,5%
PROGRAMMES LOCAUX	85	85		125	137	9,6%
TELEVISION NATIONALE	540	571	5,7%	734	779	6,1%
TV HISTORIQUE	440	463	5,2%	597	633	6,0%
TV TNT	467	499	6,9%	637	671	5,3%
CINEMA	50	57	14,0%	79	83	5,1%

Copyright Kantar Media - BAROMETRE - LES INDICATEURS AVANCES V2 - ADR 9220 - 4461

*** Principaux afficheurs (dont activité longue conservation) :**

Avenir/JC Decaux, CBS, Clear Channel et Mediatransports



Clear Channel a lancé une nouvelle offre le 4 Mars 2013, qui se décline en 4 Parcours Consommateurs. Cette nouvelle architecture entraîne une redéfinition des univers d'affichage tels qu'ils existaient jusqu'alors. L'ensemble des mobiliers rétro-éclairés présents dans la rue, sur les points de vente, dans les parkings de centre-ville et les métros est désormais intégré à l'activité MOBILIER URBAIN. La nouvelle segmentation s'articule donc selon la segmentation suivante : Le mobilier urbain (2 et 8 m²), le grand format classique, le bus et le digital, sous la marque Play (non suivi jusqu'à présent par KANTAR MEDIA). Compte tenu de la politique de tarification et des CGV du Mobilier Urbain, ces modifications feront mécaniquement chuter la valeur brute de l'offre globale de Clear Channel sur la période de 4 mars au 31 décembre 2013 et impacteront donc les résultats d'investissements publicitaires de la PUBLICITE EXTERIEURE, publiés par KANTAR MEDIA.