

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

	Avril 2012	Avril 2013	Evol %	01/01/2012 à 30/04/2012	01/01/2013 à 30/04/2013	Evol %
en millions d'Euros						
PRESSE - Supports en alerte	446,1	441,5	-1,0%	1 693,70	1 613,90	-4,7%
MAGAZINES	259,7	258,1	-0,6%	942,6	902,3	-4,3%
QUOTIDIENS NAT.	97,3	96,9	-0,4%	401,3	381,8	-4,9%
RADIO NATIONALE	341,9	378	10,6%	1 213,50	1 273,80	5,0%
STATIONS GENERALISTES	149,2	157,7	5,7%	520,9	539	3,5%
STATIONS MUSICALES NAT	136,1	158,9	16,8%	495,3	531,3	7,3%
PROGRAMMES LOCAUX	44,1	47,7	8,2%	144,1	156,3	8,5%
TELEVISION NATIONALE	718	770,3	7,3%	2 628,90	2 692	2,4%
TV HISTORIQUE	465,2	489,1	5,1%	1 737,50	1 739,90	0,1%
TV TNT	252,8	281,2	11,2%	891,4	952,1	6,8%
PUBLICITE EXTERIEURE*	193	173	-10,0%	740,2	666,6	-9,9%
CINEMA	32	36,5	14,1%	101,1	104,6	3,5%
Nombre de pages						
PRESSE - Supports en alerte	12 697	12 475	-1,7%	48 110	44 567	-7,4%
MAGAZINES	10 002	9 766	-2,4%	37 342	34 502	-7,6%
QUOTIDIENS NAT.	871	976	12,1%	3 791	3 669	-3,2%
Durée en secondes						
RADIO NATIONALE	2 570 445	2 823 515	9,8%	9 853 700	10 012 135	1,6%
STATIONS GENERALISTES	830 525	803 170	-3,3%	3 111 490	3 034 500	-2,5%
STATIONS MUSICALES NAT	1 383 830	1 676 580	21,2%	5 393 265	5 724 455	6,1%
PROGRAMMES LOCAUX	148 355	128 835	-13,2%	495 790	485 740	-2,0%
TELEVISION NATIONALE	3 611 073	4 707 315	30,4%	13 232 167	16 179 474	22,3%
TV HISTORIQUE	954 929	1 014 699	6,3%	3 450 175	3 699 487	7,2%
TV TNT	2 656 144	3 692 616	39,0%	9 781 992	12 479 987	27,6%
Nombre d'annonceurs						
PRESSE - Supports en alerte	3 827	3 712	-3,0%	7 672	7 039	-8,3%
MAGAZINES	2 866	2 741	-4,4%	5 761	5 130	-11,0%
QUOTIDIENS NAT.	804	728	-9,5%	1 650	1 517	-8,1%
RADIO NATIONALE	585	702	20,0%	1 136	1 213	6,8%
STATIONS GENERALISTES	368	365	-0,8%	694	714	2,9%
STATIONS MUSICALES NAT	272	399	46,7%	525	652	24,2%
PROGRAMMES LOCAUX	88	91	3,4%	144	155	7,6%
TELEVISION NATIONALE	570	567	-0,5%	845	905	7,1%
TV HISTORIQUE	438	450	2,7%	672	726	8,0%
TV TNT	495	502	1,4%	737	787	6,8%
CINEMA	48	54	12,5%	95	106	11,6%



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

* Principaux afficheurs (dont activité longue conservation) :

Avenir/JC Decaux, CBS, et Mediatransports, Clear Channel

Hors 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.