

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

	juin-12	juin-13	Evol %	01/01/2012 à 30/06/2012	01/01/2013 à 30/06/2013	Evol %
--	---------	---------	--------	----------------------------	----------------------------	--------

	en millions d'Euros					
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>493,3</b>	<b>456,1</b>	<b>-7,5%</b>	<b>2 640,30</b>	<b>2 540</b>	<b>-3,8%</b>
MAGAZINES	247,4	232,1	-6,2%	1 463,50	1 410,20	-3,6%
QUOTIDIENS NAT.	122,2	111,9	-8,4%	620,1	600,6	-3,1%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>405,5</b>	<b>404,9</b>	<b>-0,1%</b>	<b>1 931,40</b>	<b>2 063,20</b>	<b>6,8%</b>
STATIONS GENERALISTES	166,7	167,9	0,7%	820,6	860,8	4,9%
STATIONS MUSICALES NAT	170,7	170,1	-0,4%	796,1	866,6	8,9%
PROGRAMMES LOCAUX	51,3	50,9	-0,8%	231,4	256,7	10,9%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>727,8</b>	<b>787</b>	<b>8,1%</b>	<b>4 034,90</b>	<b>4 210,70</b>	<b>4,4%</b>
TV HISTORIQUE	489,8	506,3	3,4%	2 683,80	2 715,60	1,2%
TV TNT	238	280,8	18,0%	1 351,10	1 495,10	10,7%
<b>PUBLICITE EXTERIEURE*</b>	<b>191,9</b>	<b>184,6</b>	<b>-3,8%</b>	<b>1 113,2</b>	<b>1 018,3</b>	<b>-8,5%</b>
<b>CINEMA</b>	<b>48,1</b>	<b>47,9</b>	<b>-0,4%</b>	<b>174</b>	<b>184,5</b>	<b>6,0%</b>



	Nombre de pages					
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>12 920</b>	<b>11 826</b>	<b>-8,5%</b>	<b>74 453</b>	<b>69 346</b>	<b>-6,9%</b>
MAGAZINES	9 708	8 933	-8,0%	57 796	53 750	-7,0%
QUOTIDIENS NAT.	1 068	1 002	-6,2%	5 755	5 667	-1,5%

	Durée en secondes					
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>3 101 800</b>	<b>3 212 750</b>	<b>3,6%</b>	<b>15 363 075</b>	<b>16 145 175</b>	<b>5,1%</b>
STATIONS GENERALISTES	975 850	960 990	-1,5%	4 853 200	4 811 220	-0,9%
STATIONS MUSICALES NAT	1 697 940	1 826 880	7,6%	8 380 360	9 262 925	10,5%
PROGRAMMES LOCAUX	164 280	163 405	-0,5%	773 480	798 205	3,2%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>3 322 591</b>	<b>4 926 866</b>	<b>48,3%</b>	<b>19 814 950</b>	<b>25 845 086</b>	<b>30,4%</b>
TV HISTORIQUE	891 612	1 026 757	15,2%	5 189 144	5 726 664	10,4%
TV TNT	2 430 979	3 900 109	60,4%	14 625 806	20 118 422	37,6%

	Nombre d'annonceurs					
<b>PRESSE - Supports en alerte</b>	<b>3 838</b>	<b>3 585</b>	<b>-6,6%</b>	<b>9 613</b>	<b>8 945</b>	<b>-6,9%</b>
MAGAZINES	2 765	2 530	-8,5%	7 219	6 527	-9,6%
QUOTIDIENS NAT.	806	751	-6,8%	2 135	1 950	-8,7%
<b>RADIO NATIONALE</b>	<b>691</b>	<b>801</b>	<b>15,9%</b>	<b>1 508</b>	<b>1 672</b>	<b>10,9%</b>
STATIONS GENERALISTES	422	444	5,2%	905	949	4,9%
STATIONS MUSICALES NAT	328	422	28,7%	696	884	27,0%
PROGRAMMES LOCAUX	104	101	-2,9%	177	180	1,7%
<b>TELEVISION NATIONALE</b>	<b>538</b>	<b>562</b>	<b>4,5%</b>	<b>1 007</b>	<b>1 097</b>	<b>8,9%</b>
TV HISTORIQUE	424	429	1,2%	795	860	8,2%
TV TNT	469	500	6,6%	875	952	8,8%
<b>CINEMA</b>	<b>60</b>	<b>77</b>	<b>28,3%</b>	<b>136</b>	<b>162</b>	<b>19,1%</b>

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



**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 m<sup>2</sup>), 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.**