

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

	juil-12	juil-13	Evol %	01/01/2012 à 31/07/2012	01/01/2013 à 31/07/2013	Evol %
en millions d'Euros						
PRESSE - Supports en alerte	270,6	265,1	-2,0%	2 910,9	2 804,6	-3,7%
MAGAZINES	153,3	145,2	-5,3%	1 616,8	1 557,5	-3,7%
QUOTIDIENS NAT.	78,5	78,8	0,4%	698,6	676,8	-3,1%
RADIO NATIONALE	292,3	296,8	1,5%	2 223,7	2 360,1	6,1%
STATIONS GENERALISTES	112	115	2,7%	932,6	975,8	4,6%
STATIONS MUSICALES NAT	133,8	134,2	0,3%	929,9	1 000,9	7,6%
PROGRAMMES LOCAUX	36,8	37,8	2,7%	268,2	294,6	9,8%
TELEVISION NATIONALE	466,1	525,8	12,8%	4 501,0	4 738,2	5,3%
TV HISTORIQUE	312,6	337,5	8,0%	2 996,4	3 053,8	1,9%
TV TNT	153,5	188,2	22,6%	1 504,7	1 684,4	11,9%
PUBLICITE EXTERIEURE*	173,9	159,9	-8,1%	1 287,1	1 178,3	-8,5%
CINEMA	40,7	31,1	-23,6%	214,7	215,5	0,4%



	Nombre de pages					
	juil-12	juil-13	Evol %	01/01/2012 à 31/07/2012	01/01/2013 à 31/07/2013	Evol %
PRESSE - Supports en alerte	7 697	7 489	-2,7%	82 150	76 879	-6,4%
MAGAZINES	6 080	5 920	-2,6%	63 877	59 733	-6,5%
QUOTIDIENS NAT.	743	740	-0,4%	6 498	6 389	-1,7%

	Durée en secondes					
	juil-12	juil-13	Evol %	01/01/2012 à 31/07/2012	01/01/2013 à 31/07/2013	Evol %
RADIO NATIONALE	2 545 210	2 441 670	-4,1%	17 907 840	18 586 920	3,8%
STATIONS GENERALISTES	701 915	665 815	-5,1%	5 555 115	5 477 305	-1,4%
STATIONS MUSICALES NAT	1 529 345	1 473 725	-3,6%	9 909 705	10 736 945	8,3%
PROGRAMMES LOCAUX	138 470	131 710	-4,9%	911 950	929 970	2,0%
TELEVISION NATIONALE	2 750 977	4 014 940	45,9%	22 565 927	29 984 682	32,9%
TV HISTORIQUE	892 764	983 633	10,2%	6 081 908	6 712 701	10,4%
TV TNT	1 858 213	3 031 307	63,1%	16 484 019	23 271 981	41,2%

	Nombre d'annonceurs					
	juil-12	juil-13	Evol %	01/01/2012 à 31/07/2012	01/01/2013 à 31/07/2013	Evol %
PRESSE - Supports en alerte	2 645	2 346	-11,3%	10 130	9 361	-7,6%
MAGAZINES	1 905	1 715	-10,0%	7 601	6 858	-9,8%
QUOTIDIENS NAT.	575	520	-9,6%	2 263	2 065	-8,7%
RADIO NATIONALE	519	571	10,0%	1 610	1 795	11,5%
STATIONS GENERALISTES	310	311	0,3%	963	1 008	4,7%
STATIONS MUSICALES NAT	255	318	24,7%	737	954	29,4%
PROGRAMMES LOCAUX	76	80	5,3%	188	193	2,7%
TELEVISION NATIONALE	409	406	-0,7%	1 053	1 144	8,6%
TV HISTORIQUE	320	306	-4,4%	832	891	7,1%
TV TNT	359	344	-4,2%	916	992	8,3%
CINEMA	52	48	-7,7%	145	169	16,6%

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

Juillet 2013 : 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.