

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

	sept-12	sept-13	Evol %	01/01/2012 à 30/09/2012	01/01/2013 à 30/09/2013	Evol %
en millions d'Euros						
PRESSE - Supports en alerte	514	505,9	-1,6%	3 690,5	3 559,6	-3,5%
MAGAZINES	292,2	277,9	-4,9%	2 101,4	2 014,8	-4,1%
QUOTIDIENS NAT.	101,8	115,9	13,9%	852,7	841,1	-1,4%
RADIO NATIONALE	391,8	433,1	10,5%	2 824,6	3 040,5	7,6%
STATIONS GENERALISTES	159,6	181,6	13,8%	1 167,9	1 244,0	6,5%
STATIONS MUSICALES NAT	167	179,1	7,2%	1 198,8	1 302,2	8,6%
PROGRAMMES LOCAUX	50,2	54,8	9,2%	343,4	381,7	11,2%
TELEVISION NATIONALE	780,3	894,7	14,7%	5 636,9	6 039,8	7,1%
TV HISTORIQUE	528,5	586,2	10,9%	3 767,4	3 903,0	3,6%
TV TNT	251,8	308,6	22,6%	1 869,5	2 136,9	14,3%
PUBLICITE EXTERIEURE*	265,6	231,8	-12,7%	1 972,8	1 829,6	-7,3%
CINEMA	15,3	25,8	68,6%	246,7	265,1	7,5%
Nombre de pages						
PRESSE - Supports en alerte	14 593	13 484	-7,6%	105 836	98 784	-6,7%
MAGAZINES	11 350	10 566	-6,9%	83 150	77 613	-6,7%
QUOTIDIENS NAT.	939	1 050	11,8%	7 943	7 885	-0,7%
Durée en secondes						
RADIO NATIONALE	2 994 290	3 230 965	1,5%	22 614 805	23 863 955	5,5%
STATIONS GENERALISTES	937 305	951 100	10,1%	6 933 845	6 920 320	-0,2%
STATIONS MUSICALES NAT	1 673 155	1 841 465	4,4%	12 650 390	13 915 655	10,9%
PROGRAMMES LOCAUX	155 505	162 395	4,4%	1 150 170	1 200 210	4,4%
TELEVISION NATIONALE	3 403 894	5 020 564	47,5%	28 089 402	38 267 883	36,2%
TV HISTORIQUE	942 617	1 043 934	10,7%	7 753 163	8 560 020	10,4%
TV TNT	2 461 277	3 976 630	61,6%	20 336 239	29 707 863	46,1%
Nombre d'annonceurs						
PRESSE - Supports en alerte	3 976	3 545	-10,8%	11 395	10 522	-7,7%
MAGAZINES	2 863	2 569	-10,3%	8 553	7 753	-9,4%
QUOTIDIENS NAT.	794	757	-4,7%	2 518	2 309	-8,3%
RADIO NATIONALE	622	731	17,5%	1 798	2 066	14,9%
STATIONS GENERALISTES	370	403	8,9%	1 066	1 145	7,4%
STATIONS MUSICALES NAT	301	381	26,6%	819	1 087	32,7%
PROGRAMMES LOCAUX	102	106	3,9%	210	214	1,9%
TELEVISION NATIONALE	519	592	14,1%	1 145	1 268	10,7%
TV HISTORIQUE	425	470	10,6%	905	988	9,2%
TV TNT	461	513	11,3%	999	1 098	9,9%
CINEMA	58	57	-1,7%	174	201	15,5%



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

Septembre 2013 : tous les afficheurs



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.