

# **Bilan publicitaire Télévision 1er semestre 2009**

**YACAST France**



**Les conditions générales de vente appliquées au cours de l'année 2008 et les nouvelles conditions appliquées en 2009 par France télévisions Publicité (supports France 2, France 3, France 5 hertzien) ne permettent pas de comparer ces chaînes avec les autres supports de télévision.**

**En conséquence, toutes les évolutions de chiffres d'affaires dans ce bilan sont calculés sur un périmètre supports hors France télévisions (Fr2, Fr3, Fr5 hertzien).**

## Valeurs, volumes et durées publicitaires Télévision

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)


**Recettes publicitaires 1er semestre 2009 = 3 073 606 000 €\***

*Avec France Télévisions, Recettes publicitaires 1<sup>er</sup> sem. 2009 = 3 271 194 000 €*

**+ 2 %\*** 

*( dont - 7,5 %\* pour les 3 TV hertziennes privées, + 66% pour les TNT et - 6 % pour les TV cab/sat)*

**Nombre de messages 1er semestre 2009 = 2 098 067**

**- 3 %** 

*( dont - 9 % pour les 6 TV hertziennes, + 12% pour les TNT et - 7 % pour les TV cab/sat)*

**Durée publicitaire cumulée 1er semestre 2009 = + de 506 jours**

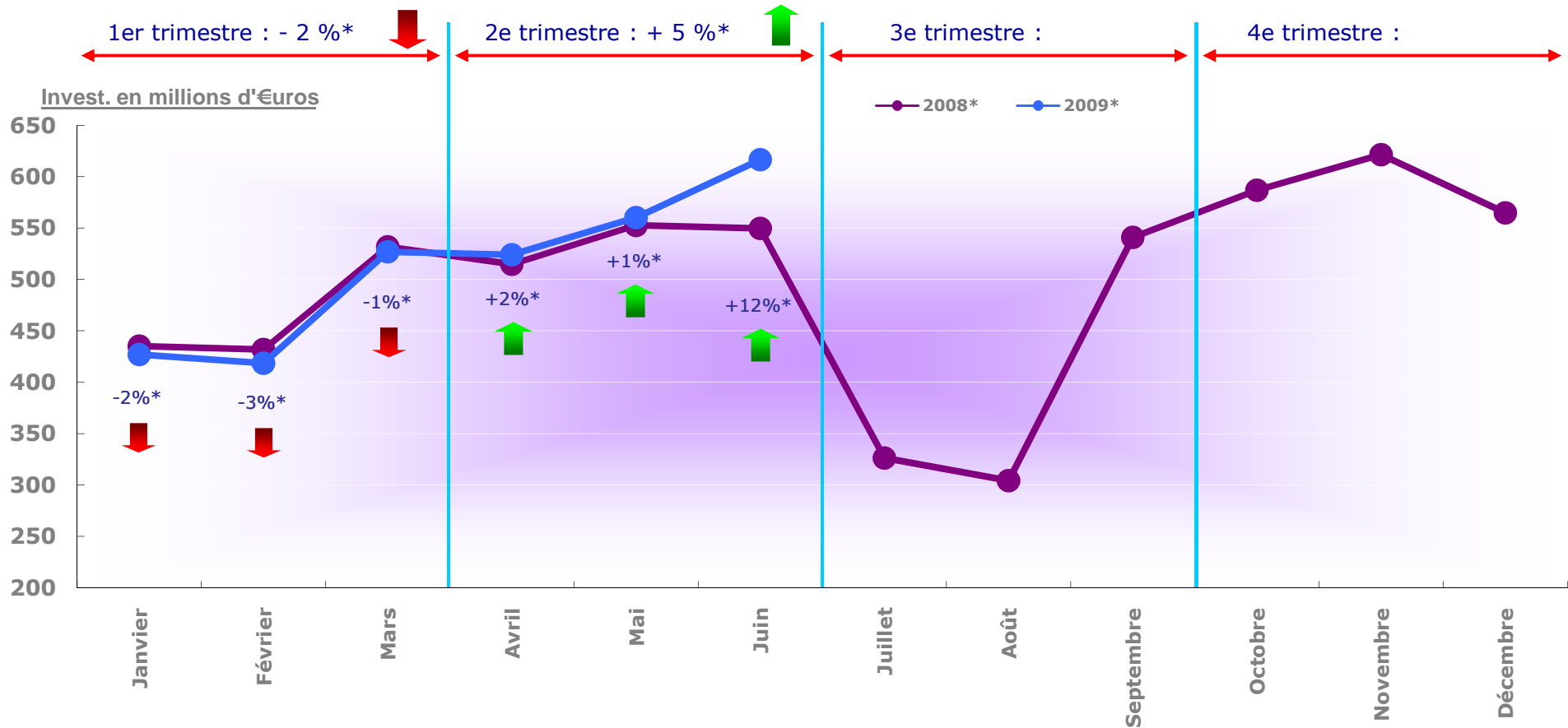
**- 3 %** 

*( dont - 8 % pour les 6 TV hertziennes, + 9% pour les TNT et - 6 % pour les TV cab/sat)*

# Saisonnalité des investissements Télévision

Année 2009 (évolution vs année 2008)

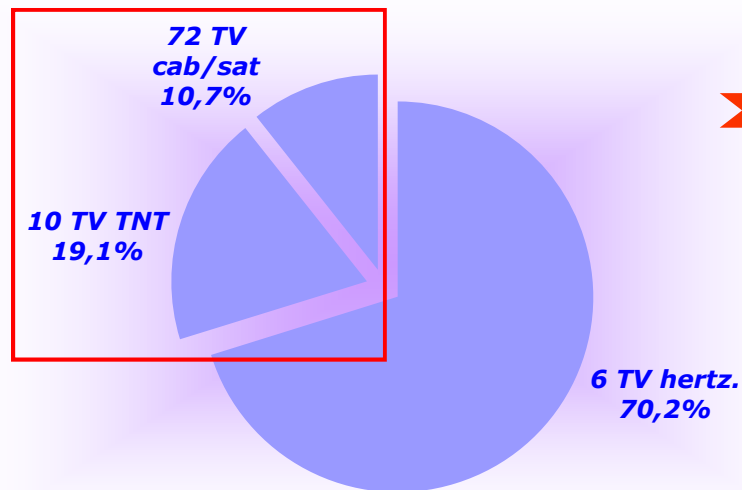
Rappel : évolution du C.A. semestriel TV :  
+ 2 %\*



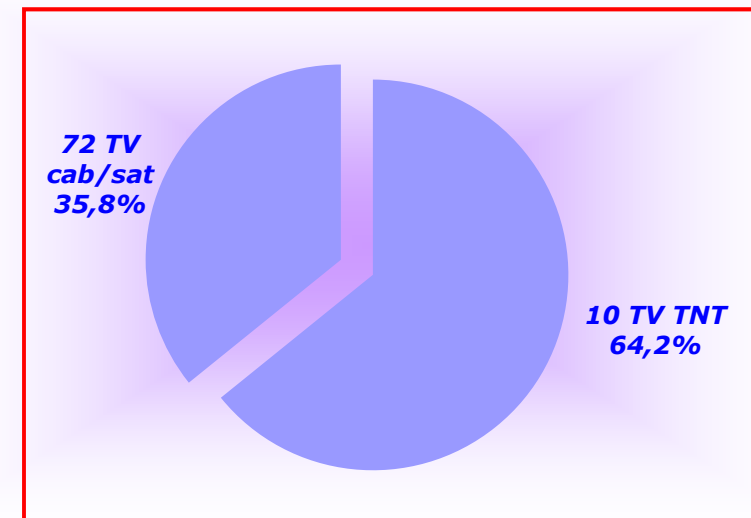
## Poids des segments Télévision

1er semestre 2009

Répartition sur univers total TV

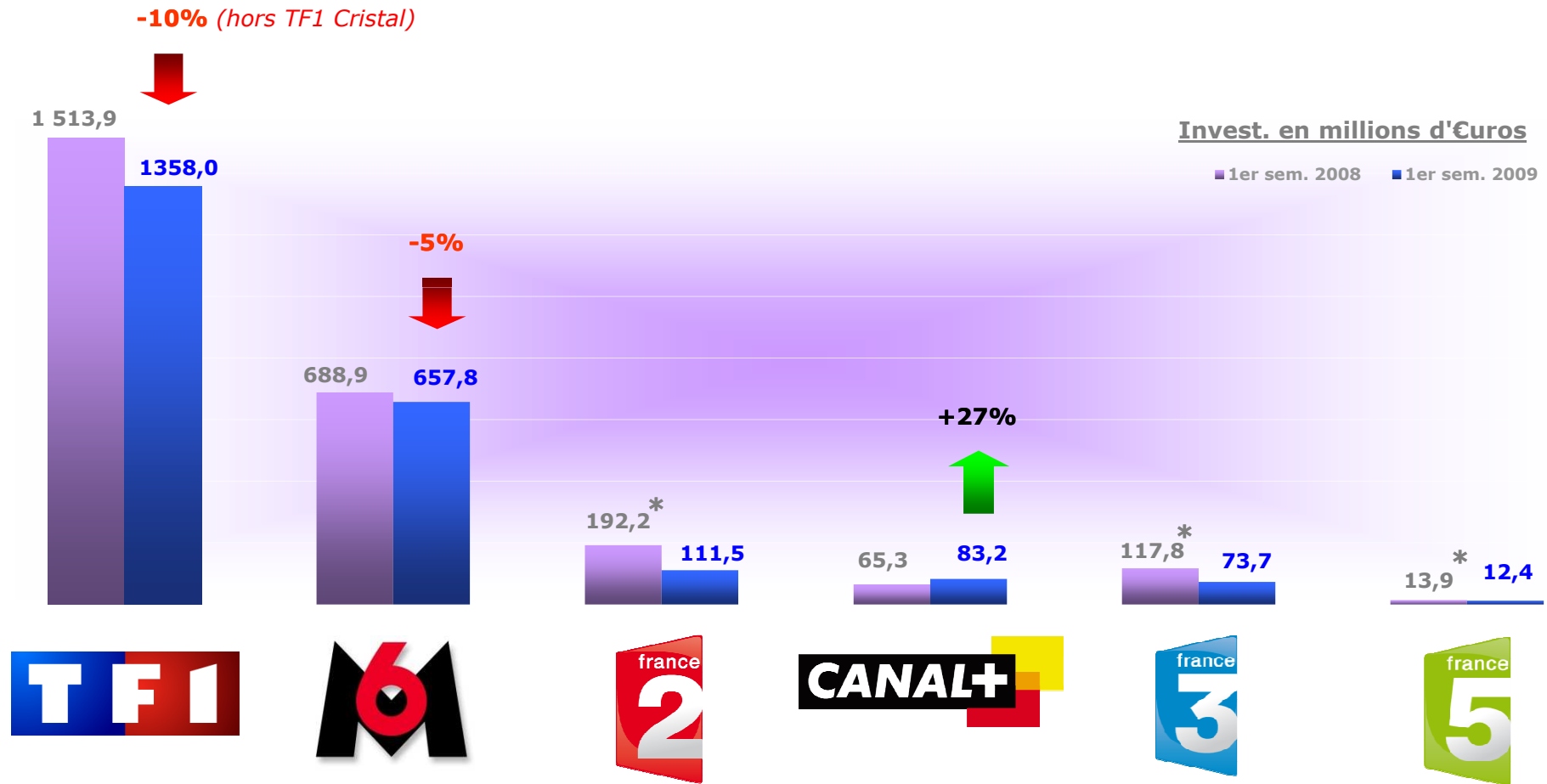


Répartition sur univers restreint cab/sat/TNT



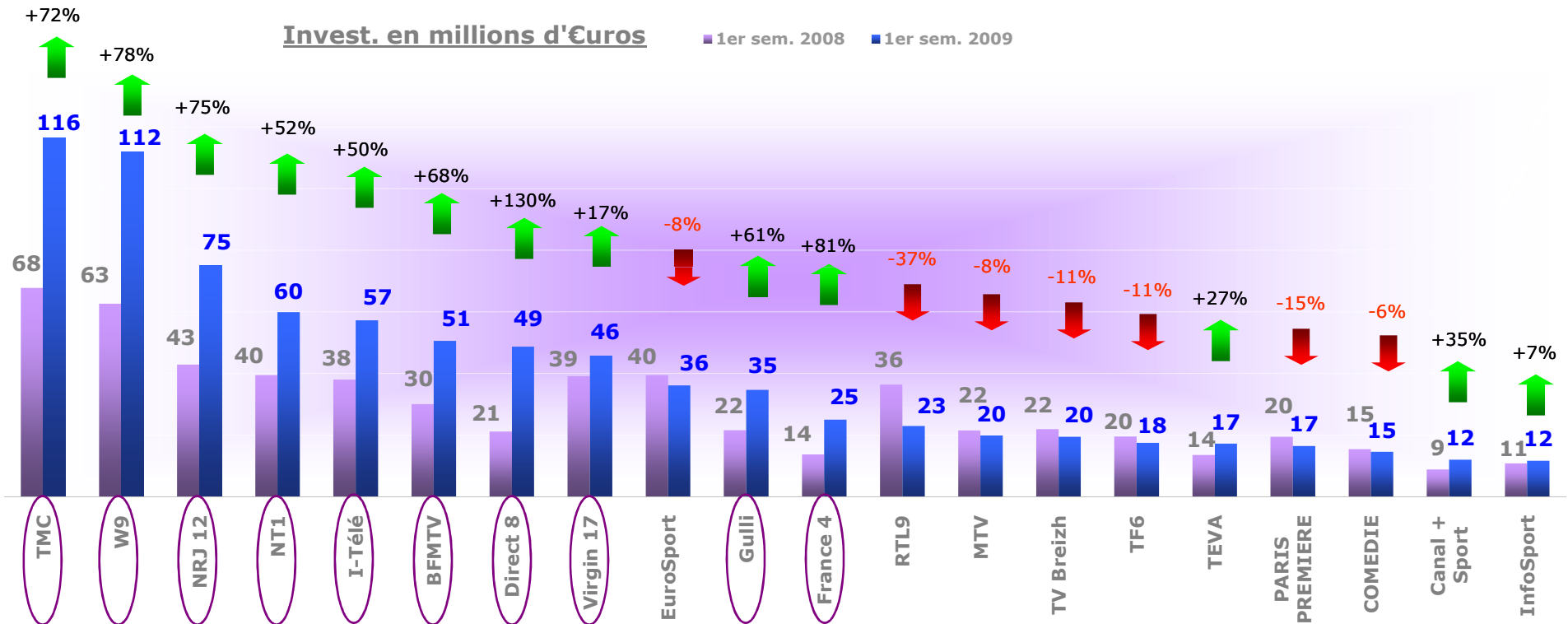
# Télévisions hertziennes : Détail des recettes par chaînes

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)



# TV TNT, câble et satellite : Détail des recettes par chaînes (Top 20)

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)



10 chaînes de la TNT dans le top 11.

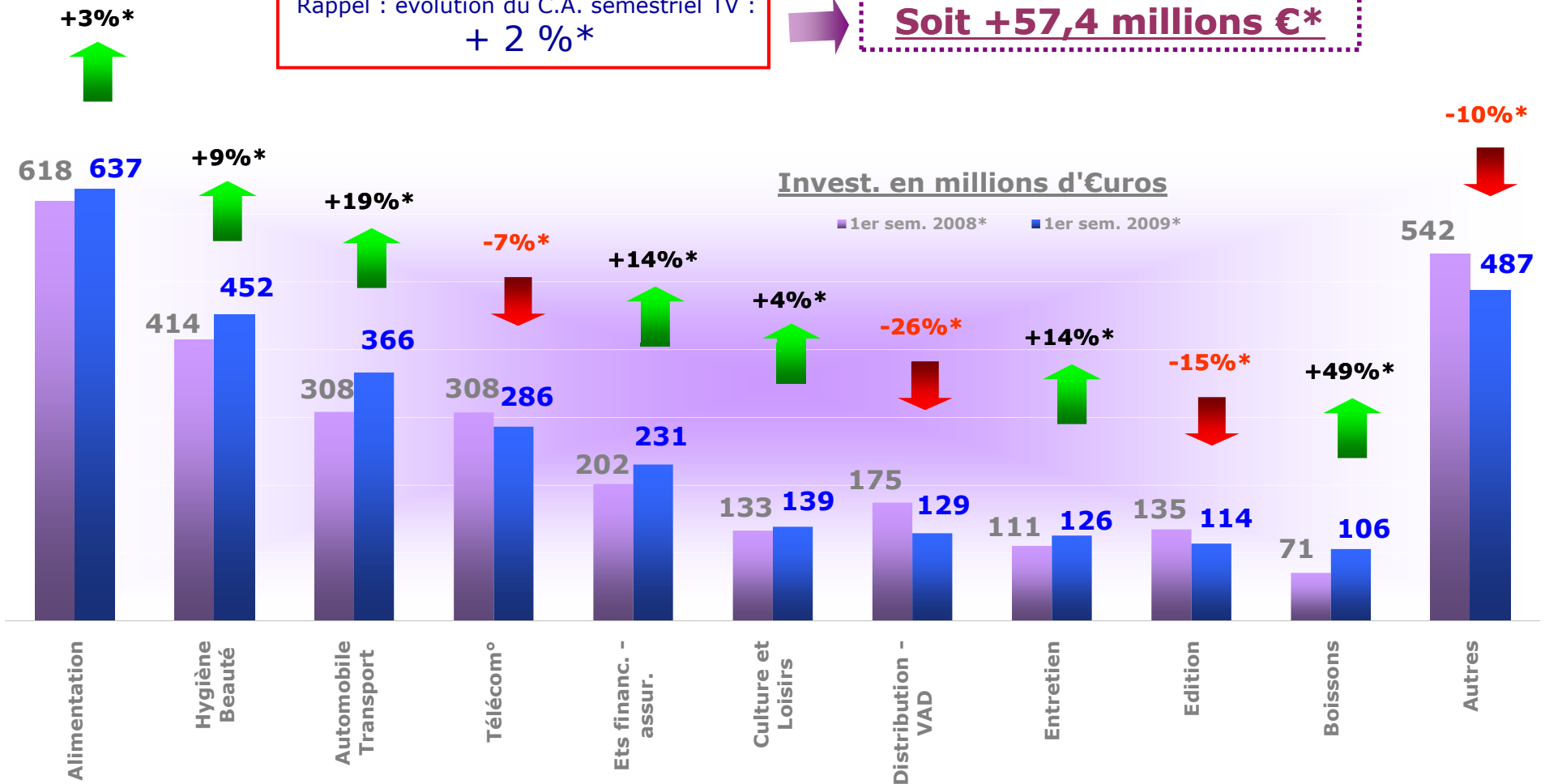


# Télévision : Top 10 familles en valeur

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)

Rappel : évolution du C.A. semestriel TV :  
+ 2 %\*

**Soit +57,4 millions €\***



## Evolution calculée hors France télévisions :

**Soit +18,7 millions €\***   
**Soit +38,1 millions €\***   
**Soit +58,2 millions €\***   
**Soit -21,1 millions €\***   
**Soit +28,6 millions €\***   
**Soit +5,6 millions €\***   
**Soit -45 millions €\***   
**Soit +15,1 millions €\***   
**Soit -20,9 millions €\***   
**Soit +35,1 millions €\***   
**8 Soit -55 millions €\***

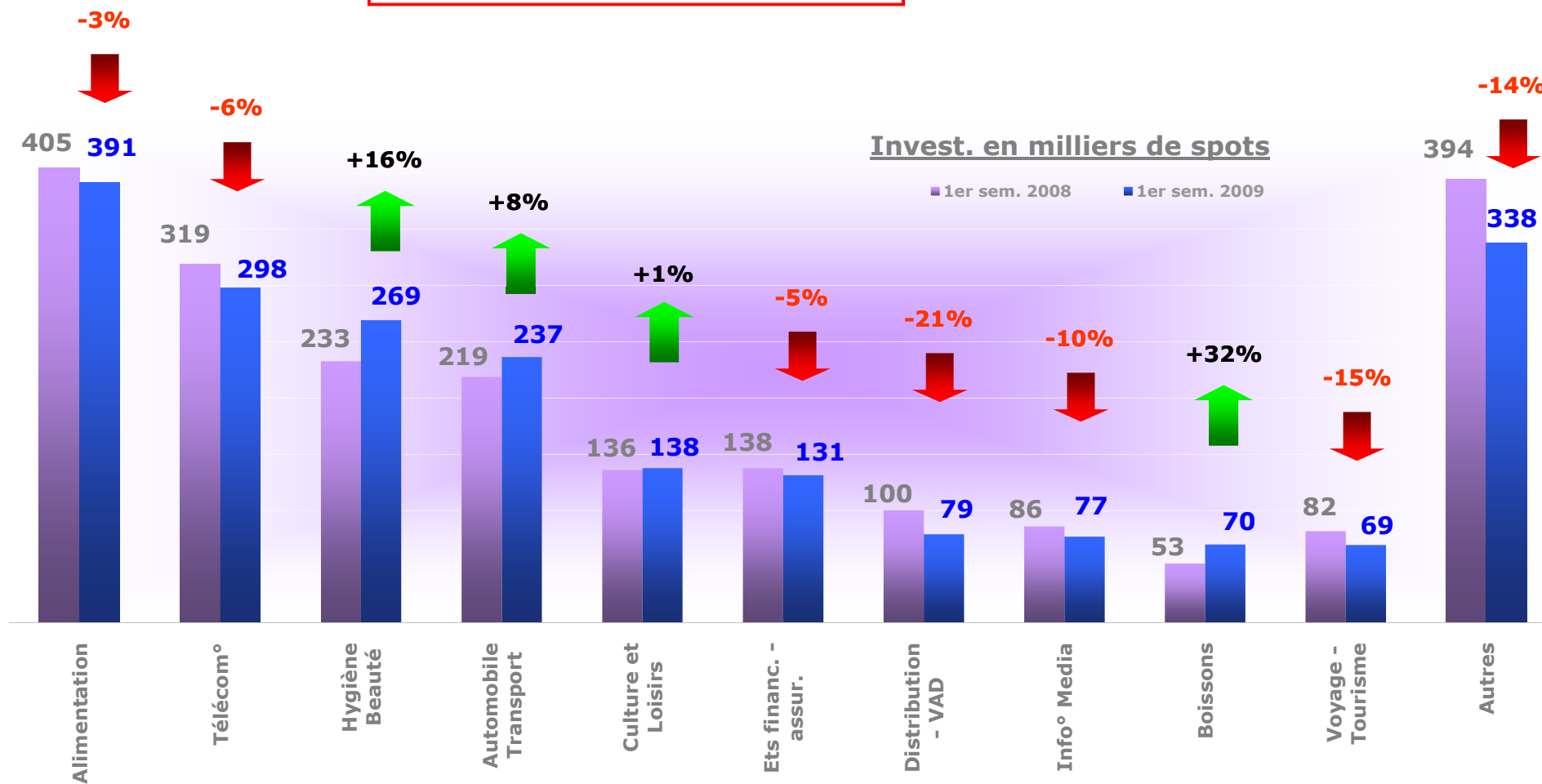
Source : YACAST. Base écrans publicitaires classiques, hors sponsoring, auto-promotion et partenariat. C.A. brut en € H.T. Panel Télévision. 1er sem. 09 vs 1er sem. 08.

\*Evol° calculée hors France télévisions (F2, F3, F5 hertz.) et TF1 Cristal.

## Télévision : Top 10 familles en volume

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)

Rappel : évolution du volume semestriel TV :  
- 3 %





## Télévision : bilan annonceurs

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)



**Annonceurs actifs 1er semestre 2009 = 1 159**

( rappel : 1 239 annonceurs sur le 1er semestre 2008)

  
**- 6,4 %** 



**Marques actives 1er semestre 2009 = 2 674** (soit 2,3 marques / annonceurs)

( rappel : 2 954 marques sur le 1er semestre 2008)

  
**- 9,5 %** 

**Produits actifs 1er semestre 2009 = 3 419** (soit 2,9 produits / annonceurs)

( rappel : 3 760 produits sur le 1er semestre 2008)

  
**- 9,1 %** 

## Télévision : Top 20 annonceurs

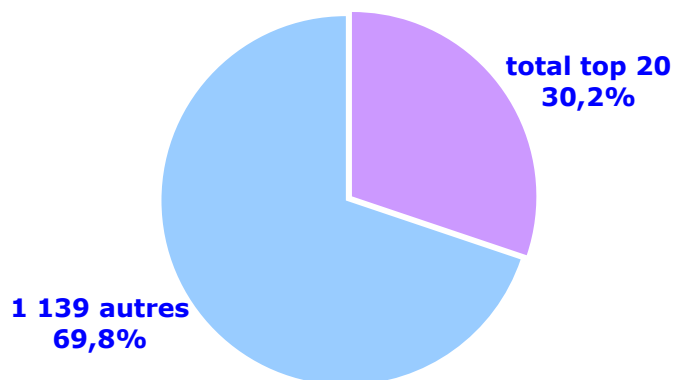
1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)

1 128 annonceurs au 1er semestre 2009 pour 3 073 606 000 €\*

Avec France Télévisions, 1 159 annonceurs au 1er sem. 2009 pour 3 271 194 000 €



Répartition du C.A. 1er sem.09 :  
Top 20 vs Autres



	Budget en Euros	1er sem. 2009*	évolution vs 1er sem. 2008*
	<b>Total*</b>	<b>3 073 606 254</b>	<b>1,9%</b>
1	UNILEVER FRANCE	88 265 390	22,7%
2	<b>PROCTER &amp; GAMBLE</b>	<b>69 577 467</b>	<b>-2,0%</b>
3	RECKITT BENCKISER	67 738 924	39,6%
4	L OREAL	58 340 082	22,8%
5	RENAULT	57 095 293	7,4%
6	LASCAD	52 307 435	4,9%
7	<b>FERRERO</b>	<b>51 540 469</b>	<b>-13,3%</b>
8	LU FRANCE	51 368 342	30,4%
9	DANONE	47 079 956	12,8%
10	NINTENDO FRANCE	42 230 962	0,3%
11	CITROEN	39 825 305	52,2%
12	<b>NIVEA BEIERSDORF</b>	<b>38 662 597</b>	<b>-12,5%</b>
13	PEUGEOT	35 116 295	32,0%
14	SFR	34 875 819	42,9%
15	KELLOGGS	34 666 357	14,4%
16	<b>HENKEL</b>	<b>33 251 419</b>	<b>-11,2%</b>
17	MC DONALDS	32 943 754	7,3%
18	CELLFISH MEDIA	32 376 135	29,5%
19	GARNIER LABORATOIRES	28 744 310	23,7%
20	BOUYGUES TELECOM	28 333 287	7,2%

Soit une variation du C.A. pour le Top 20 : + 12,8 %\*

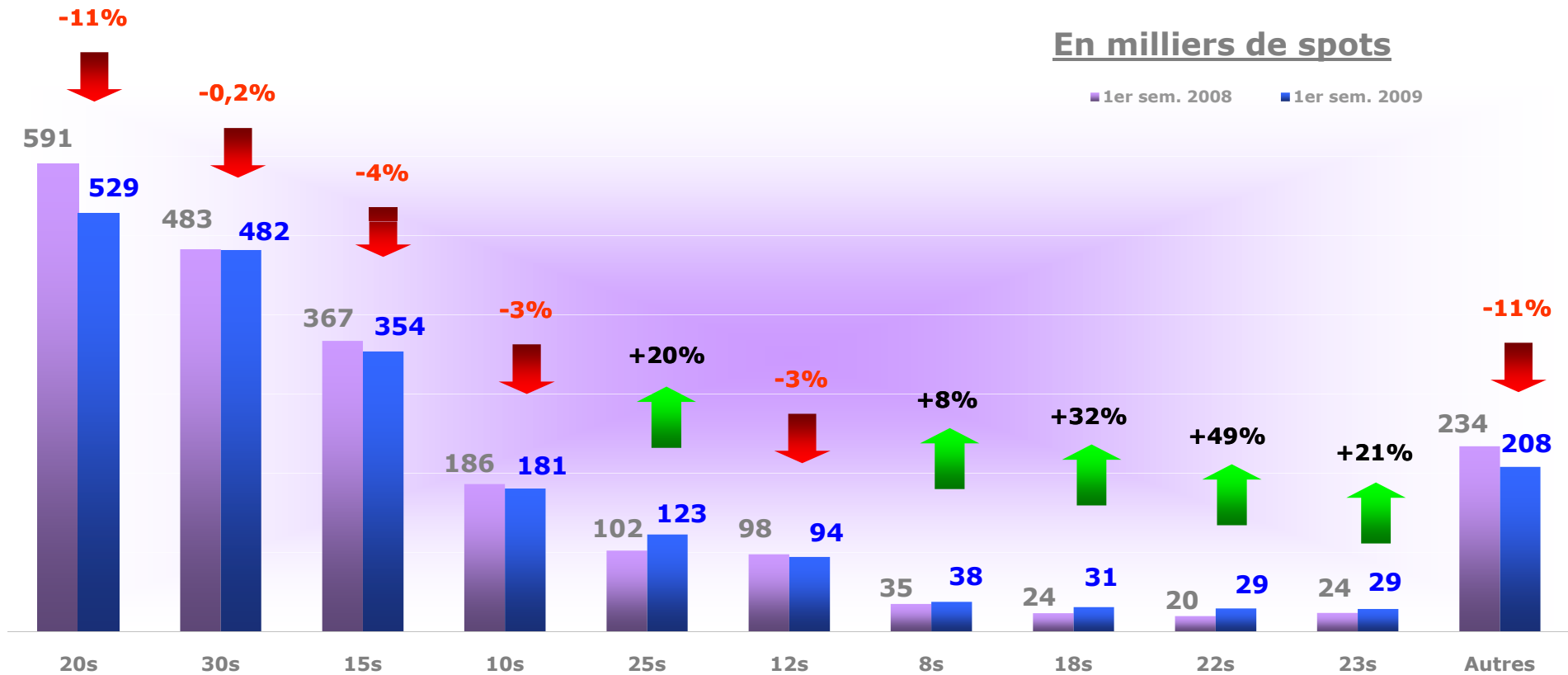
## Télévision : Détail des formats en volume

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)

Rappel : nombre de messages : - 3 %  
durée moyenne du spot : 20,8 sec

En milliers de spots

■ 1er sem. 2008 ■ 1er sem. 2009



# **Zoom Sponsoring TV hertzienne 1er semestre 2009**

**YACAST France**

## Sponsoring 7 chaînes hertziennes : Sponsors actifs, nombre de spots et durée du sponsoring

1er semestre 2009 (évolution vs 1er semestre 2008)



	Nombre de sponsors				Nombre d'apparitions				Durée du partenariat			
	1 Sem 09	1 Sem 08	évol. %	%	1 Sem 09	1 Sem 08	évol. %	%	1 Sem 09	1 Sem 08	évol. %	%
<b>TELEVISIONS NATIONALES</b>	517	560	-8%	100	56283	63359	-11%	100	110h12m	125h52m	-12%	100
TF1	129	172	-25%	25	11691	17100	-32%	21	21h28m	33h01m	-35%	19
France 2	117	118	-1%	23	11210	13040	-14%	20	21h25m	25h47m	-17%	19
France 3	72	81	-11%	14	9055	8682	4%	16	19h15m	18h32m	4%	17
CANAL PLUS	56	64	-12%	11	9327	8902	5%	17	18h04m	18h18m	-1%	16
ARTE	29	23	26%	6	865	941	-8%	2	1h54m	1h57m	-2%	2
France 5	29	15	93%	6	2833	1954	45%	5	6h33m	4h16m	54%	6
M6	114	110	4%	22	12167	13681	-11%	22	23h25m	25h56m	-10%	21








# **Zoom Indicateurs Fin de la pub. après 20h 1er semestre 2009**

**YACAST France**

## Indicateurs 16 chaînes de télévisions (6 TV hertziennes + 10 chaînes TNT) :

### Evol° du C.A., du nombre de spots, du nombre de marques actives et de la durée publicitaire








Hors TF1 Cristal sur 2008





Variable : Invest. en K€							
TOTAL	-10%			29%		-4%	66%
0h à 20h	-16%			22%		-4%	64%
20h à 24h	-5%			33%		-5%	69%








P 1 : cumul jours nommés 25 semaines (du 05 janv. au 28 juin 09)

P 2 : cumul jours nommés 25 semaines (du 07 janv. au 29 juin 08)

Attention : Pas d'évolution du C.A. des 3 chaînes Fr2, Fr3 et Fr5 suite à la modification des CGV de France télévisions publicité (C.A. en "nets" sur 2008 et en "bruts" sur 2009)

Variable : Nbre de spots							
TOTAL	-1%	-19%	-29%	16%	-9%	-4%	12%
0h à 20h	-6%	9%	-6%	20%	-9%	-9%	11%
20h à 24h	10%	-98%	-98%	8%		4%	14%

Variable : Nbre de marques						
TOTAL	-14%	-20%	-22%	-4%	-9%	-12%
0h à 20h	-13%	-18%	-13%	-4%	-9%	-11%
20h à 24h	-13%	-96%	-96%	-2%		-11%

Variable : Durée Pub.							
TOTAL	-1%	-16%	-27%	16%	-5%	-7%	9%
0h à 20h	-5%	14%	-2%	20%	-5%	-11%	8%
20h à 24h	9%	-98%	-97%	8%		2%	11%

## Note méthodologique

Les chiffres d'affaires sont établis sur la base d'un **panel Yacast Télévision** 2009 / 2008 de 88 chaînes TV.

Retrouvez sur [www.yacast.fr](http://www.yacast.fr) tous les bilans de ce média.

Le **panel Yacast plurimédia 2009** est constitué de 439 supports.

Tarifs fournis en Euros brut hors taxe, hors parrainage et auto-promotion.

**Ecrans publicitaires nationaux** uniquement.

Hors publicité régionale ou locale.

Reproduction autorisée avec accord préalable de Yacast France, et mention obligatoire : « Source Yacast France ».

Copyright Yacast France – Juillet 2009. Tous droits réservés.

## **Panel Yacast plurimédia 2009**

### **Advertcast**

Suivi exhaustif des **diffusions publicitaires nationales** 24h/24h, sur les supports suivants :

#### **6 chaînes hertziennes :**

TF1, France 2, France 3, M6, France 5, Canal +.

#### **22 chaînes TNT, câble et satellite :**

MCM, MTV, W9, Cartoon Network, Télétoon, TF6,  
13ème rue, RTL9, TMC, Eurosport France, LCI, Paris Première,  
Téva, TV5, France 4, NT1, NRJ12, BFMTV, I-Télé, Virgin 17, Gulli, Direct 8.

#### **60 chaînes câble et satellite – Système pige mixte :**

Liste des chaînes sur demande.

#### **19 stations de Radio :**

RTL, Europe1, France Inter, RMC, Sud Radio, Chérie FM,  
Virgin Radio, Fun Radio, GIE Les Indépendants, Nostalgie, NRJ, MFM,  
Rire et Chansons, RFM, RTL2, Skyrock, BFM, France Info, Radio Classique.

#### **325 titres de presse (+ 2 400 titres possibles sur demande) :**

305 titres de presse magazine (toutes périodicités)

18 titres de PQN et leurs suppléments

PQR66

#### **2 régies Cinéma**

#### **6 réseaux Affichage**

#### **Internet (avec Nielsen & Médiamétrie//NetRatings)**

**Contacts : François Liénart – D.G.A.  
Guillaume Goubet – Directeur Commercial  
Bruno Millet – Responsable Marketing**

**Yacast France**  
4, rue Paul Valéry  
75116 PARIS

+33 (0)1 56 28 59 00