

## Point conjoncturel

### FRANCE

- Les investissements publicitaires bruts des grands médias (TNS média intelligence) progressent de 5,1 % entre janvier-mai 2008 et janvier-mai 2007 (pour un montant de 9 947,5 MEUR). Ce chiffre est en stable comparativement à celui enregistré sur la même période entre 2007 et 2006 (+5,0%) .
- L'indice du coût des médias UDA-CRTM montre que le coût du panier moyen de l'annonceur dans les médias sur la période janvier-mai 2008 est en recul de 1,6% par rapport à la même période de 2007. Il est, pour chaque média, à considérer au regard des indices d'audience (ou de diffusion) du média.
- L'indice INSEE mesurant l'évolution des prix à la production du secteur de la publicité. Il donne une indication l'évolution des prix de vente des prestations des entreprises du secteur de la communication.

### Principaux indicateurs économiques en France

#### Croissance économique

##### Croissance 2007

INSEE 2,1%

##### Prévision 2008

INSEE 1,4%

#### Prix à la consommation

Evolution mai 2008 / mai 2007 3,3%

Evolution mai 2008 / avril 2008 0,5%

*Série ensemble des ménages et hors tabac*

Source : Insee

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

## Le marché publicitaire en France

### Évolution des investissements publicitaires grands médias bruts

#### TOTAL DES 6 MEDIAS

<b>Evolution :</b>	<b>Janvier-mai 2008 / même période 2007 :</b>	<b>5,1%</b>
<i>Rappel :</i>	<i>Janvier- mai 2007 / même période 2006 :</i>	<b>5,0%</b>

	PRESSE	TELEVISION	RADIO	AFFICHAGE	CINEMA	INTERNET
<b>PDM sur l'ensemble des investissements bruts sur janvier-mai 2008 :</b>	<b>31,3%</b>	<b>30,3%</b>	<b>13,1%</b>	<b>11,2%</b>	<b>0,7%</b>	<b>13,5%</b>
<i>PDM sur l'ensemble des investissements bruts sur janvier - mai 2007 :</i>	<i>31,9%</i>	<i>30,7%</i>	<i>14,3%</i>	<i>11,5%</i>	<i>0,7%</i>	<i>10,9%</i>

<b>Évolution :</b>	<b>Janvier-mai 2008 / même période 2007 :</b>	<b>4,1%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>3,9%</b>	<b>1,3%</b>	<b>35,7%</b>
<i>Rappel :</i>	<i>Janvier- mai 2007 / même période 2006 :</i>	<i>2,8%</i>	<i>5,1%</i>	<i>-1,7%</i>	<i>-2,8%</i>	<i>-7,3%</i>	<i>39,6%</i>

Source : TNS Média Intelligence [www.tns-mediamintelligence.com](http://www.tns-mediamintelligence.com)

#### COMMENTAIRES (Issus de l'Adex Report mai 2008 TNS Medias Intelligence)

- Après des résultats de bon augure en avril, le mois de mai 2008 confirme le rebond des investissements publicitaires avec +7,3% ce qui porte la croissance en données cumulées à date à +5,1%. Après redressement en valeur brute estimée des chiffres de la télévision nationale, la croissance s'amplifie légèrement puisque portée à +7,5% en mai et +6,2% en cumul. Ce résultat est d'autant plus intéressant que la configuration des vacances scolaires et ponts n'était à priori guère favorable à un regain d'activité.

- Certes, l'analyse des résultats détaillés montre encore des signes de fébrilité voire d'inquiétude pour certaines catégories de media : la durée de publicité sur les chaînes nationales de télévision est encore en forte baisse (-8,5% mais +2,2% en valeur brute estimée après redressement de France Télévisions et des écrans Cristal de TF1 Publicité), celle des stations de radio musicales est toujours en baisse (-1,7%) et la pagination publicitaire des magazines est orientée à la baisse également (-3,5%). Mais dans le même temps, les chaînes de la TNT continuent leur développement (+122,7% en valeur et +17,4% en durée de pub.), les stations généralistes de radio sont en croissance en volume (+3,5%) pour le second mois consécutif, la PQN se développe en volume (+7,6%), le cinéma est au beau fixe (+32,3% en valeur) et internet a repris sa forte croissance (+39,7%). Autant de signes positifs et encourageants

- L'analyse sectorielle montre quant à elle des évolutions parfois en rupture avec les périodes précédentes. Ainsi en mai 2008, la Distribution (+26,4%), les Etablissements Financiers et Assurances (+13,7%) et l'Hygiène Beauté (+11,4%) comptent parmi les moteurs du marché. A contrario, l'Automobile et l'Alimentation l'ont nettement freiné. Mais au cumul à fin mai parmi les 10 principaux secteurs un seul se présente avec une évolution négative (Ets Financiers à -0,7%) mais également un seul avec une croissance à deux chiffres (Voyage Tourisme avec +14,6%). La Distribution s'affiche toujours comme le principal secteur mais également avec une forte croissance comparée à la moyenne (+7,1% vs +5,1%). Si plus que jamais les évolutions sectorielles semblent jouer « aux montagnes russes » d'un mois sur l'autre, force est de constater qu'en données cumulées le marché publicitaire semble reprendre quelques couleurs.

## Indice du coût des médias

Janvier-mai 2008 / janvier-mai 2007

	Indice coût	Indice diffusion*		Indice coût	Indice aud**
Total plurimédia	98,4		Radio	106,2	102,5
Quotidien Nationaux	104	112,6	Télévision	94,6	89,6
Magazines	97,7	92,3	Affichage	108,5	

Base 100 : janvier 2003  
 Source : UDA-CRTM [www.uda.fr](http://www.uda.fr)

COMMENTAIRE (issu du site [www.uda.fr](http://www.uda.fr))

- A fin mai 2008, le coût du panier moyen quadrimédia de l'annonceur se maintient à un niveau inférieur à 2007, à - 1,6 %. Ce sont la télévision privée nationale et les magazines dont le coût de panier moyen est en recul (respectivement - 5,4 % et - 2,3 %) qui contribuent à cette tendance. Mais la baisse du coût moyen de ces deux médias ne compense cependant pas leur performance négative en termes d'audience (- 10,4 %) ou de diffusion (- 7,7 %). A noter que, depuis plusieurs mois, la situation s'inverse pour les quotidiens nationaux.

- Pour mémoire : compte tenu de leur changement de mode de commercialisation, les chaînes publiques sont, depuis janvier 2008, exclues du panier moyen de l'annonceur en télévision. Les variations présentées dans l'Indice sont donc limitées aux chaînes privées nationales.

\* Diffusion France Payée

\*\* audience cible ensemble 15 ans et plus

## Indices INSEE de prix à la production

### Prix à la production des services aux entreprises sur le marché français - Services - Nomenclature CPF - Hors TVA - Publicité - Ensemble

	Période	Valeur	Remarque sur la valeur
2008	1er trimestre	103,4	Provisoire
2006	4è trimestre	103,4	
	3è trimestre	102,9	
	2è trimestre	102,8	
	1er trimestre	102,6	
2006	4è trimestre	101,7	
	3è trimestre	100,6	
	2è trimestre	100	
	1er trimestre	99,4	

Base 100 au mois de décembre 2001

Source : INSEE

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

Cet indice mesure l'évolution des prix à la production secteur de la publicité (744A et B). Il donne une indication l'évolution des prix de vente des prestations des entreprises du secteur de la communication.