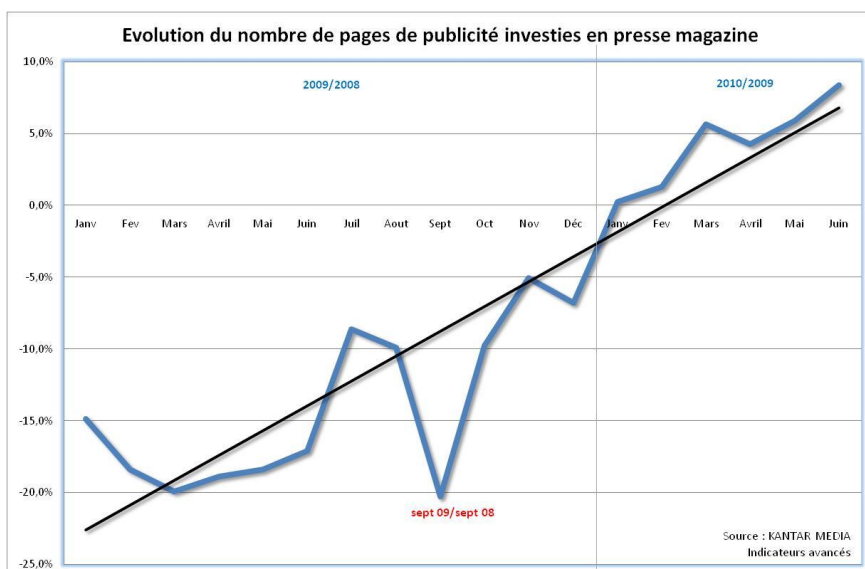


+ 2475 pages de publicité sur 6 mois en presse magazine!

Les indicateurs avancés de Kantar Media viennent de tomber : la presse magazine a engrangé **2475 pages de plus** sur les 6 premiers mois de 2010 que sur la même période 2009, pour atteindre un total de **56 992 pages** ! Une telle progression permanente sur 6 mois ne s'était pas produite depuis 2006.

Sur les différents indicateurs, la hausse sur les 6 premiers mois 2010 est de 4,5% en volume, de 5,9 % en valeurs et de 4,1% en nombre d'annonceurs.

Une amélioration depuis octobre 2009



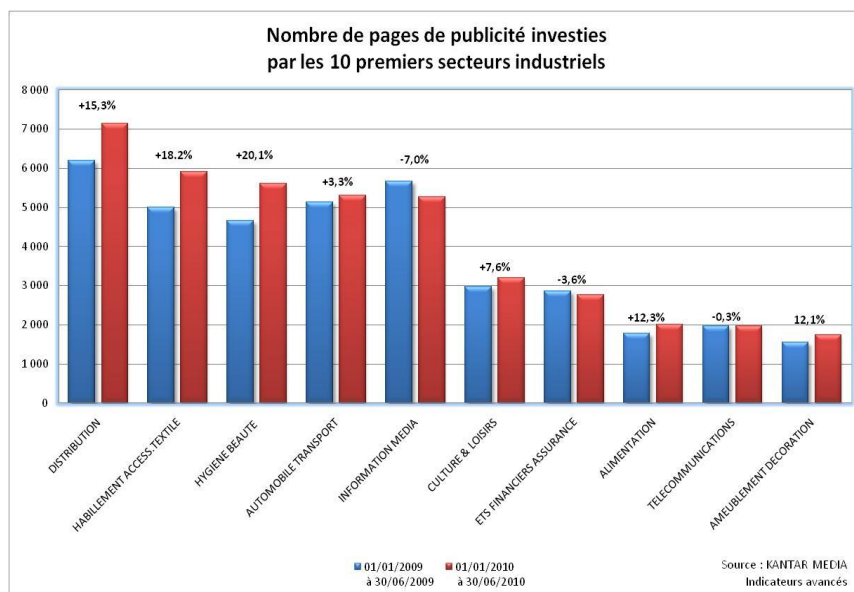
Si on travaille sur un historique plus long, on constate que si l'année 2009 fut délicate pour de nombreux éditeurs, l'amélioration publicitaire de la presse magazine est sensible depuis octobre 2009!

Cette consolidation continue se ressent en CA publicitaire comme en pagination, elle passe en positif dès janvier 2010 et s'accroît depuis le printemps.

Les secteurs annonceurs traditionnels de la presse magazine performant mieux que les autres !

Secteurs industriels : les 5 premiers secteurs annonceurs représentent 29231 pages /contre 26 665 un an plus tôt soit une hausse de 9,6%. Le portefeuille annonceurs se concentre donc quelque peu : les 5 secteurs traditionnels (distribution, habillement, hygiène beauté automobile et infos médias ... qui est en chute) représentent désormais 51,3% contre 48,9% !

D'ailleurs, les 15 secteurs investisseurs à plus de 1000 pages de publicité sur 6 mois progressent eux-mêmes de 2691 pages, en hausse de 5,8% et confirment ce mouvement.



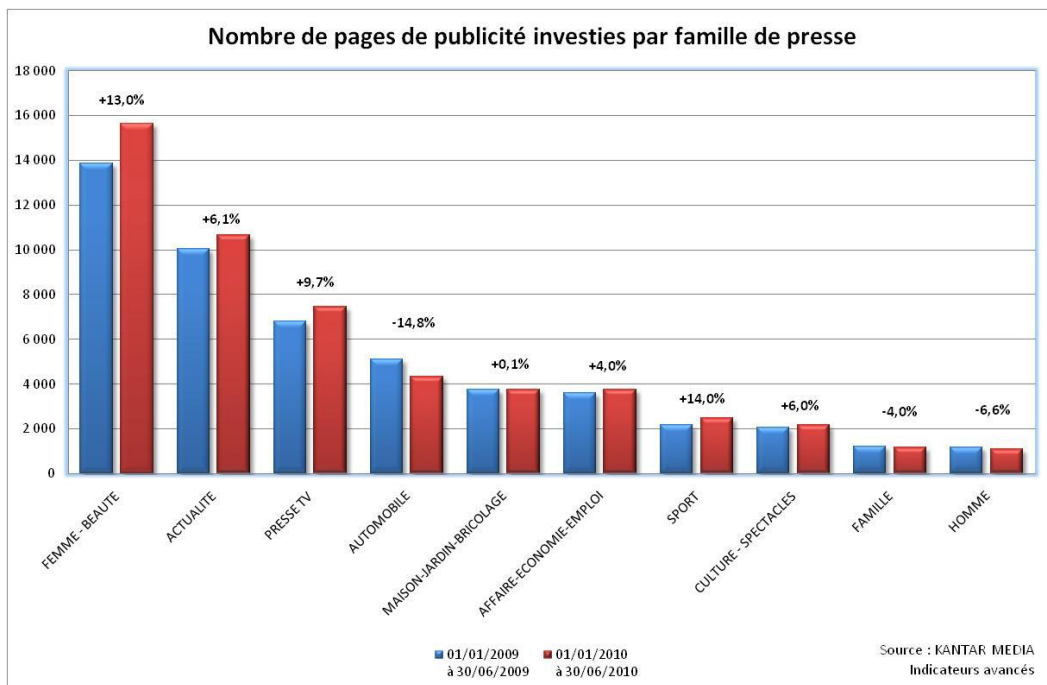
Le nombre d'annonceurs en presse magazine progresse pour atteindre un record de 6620 sur 6 mois !

La presse magazine est le média le plus référencé par les annonceurs : 6620 annonceurs lui ont fait confiance depuis le début de l'année. Ce référencement a progressé de 4,1% (soit 260 nouveaux annonceurs/2009).

Les familles de presse magazine qui progressent le plus.

La hausse bénéficie de façon inégale à l'ensemble des familles de presse magazine : 8 familles progressent dont en tout premier lieu la presse féminine qui gagne 1796 pages, la presse TV et la presse news actualités qui engrangent 659 et 618 pages supplémentaires / 2009. A noter la presse sport qui gagne + 14%, soit un apport de 311 pages.

Sur le graphique suivant, on voit les évolutions pour les 10 premières familles en volume.



En guise de conclusion

La presse magazine étant un média plus éclaté que d'autres, avec un portefeuille client très diversifié, ses évolutions sont moins rapides que celles d'autres médias : « *La presse magazine a mis plus de temps que ses concurrents à entrer dans la crise publicitaire, elle met peut être plus de temps pour en sortir mais les évolutions du 1^{er} et surtout du 2^{ème} trimestre 2010 sont là pour montrer que ce rebond est bien réel : près de 2500 pages supplémentaires en un an, cela compte !* » déclare un éditeur d'un grand groupe de presse magazine.

En partenariat avec :

