

1er semestre 2010

Bilan des investissements publicitaires

PRESSE

Chiffres clés publicitaires Presse

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Recettes publicitaires

2 368 millions €



+ 7% vs 1^{er} sem.09

Nombre d'insertions

+ de 74 580



+ 2,3% vs 1^{er} sem.09

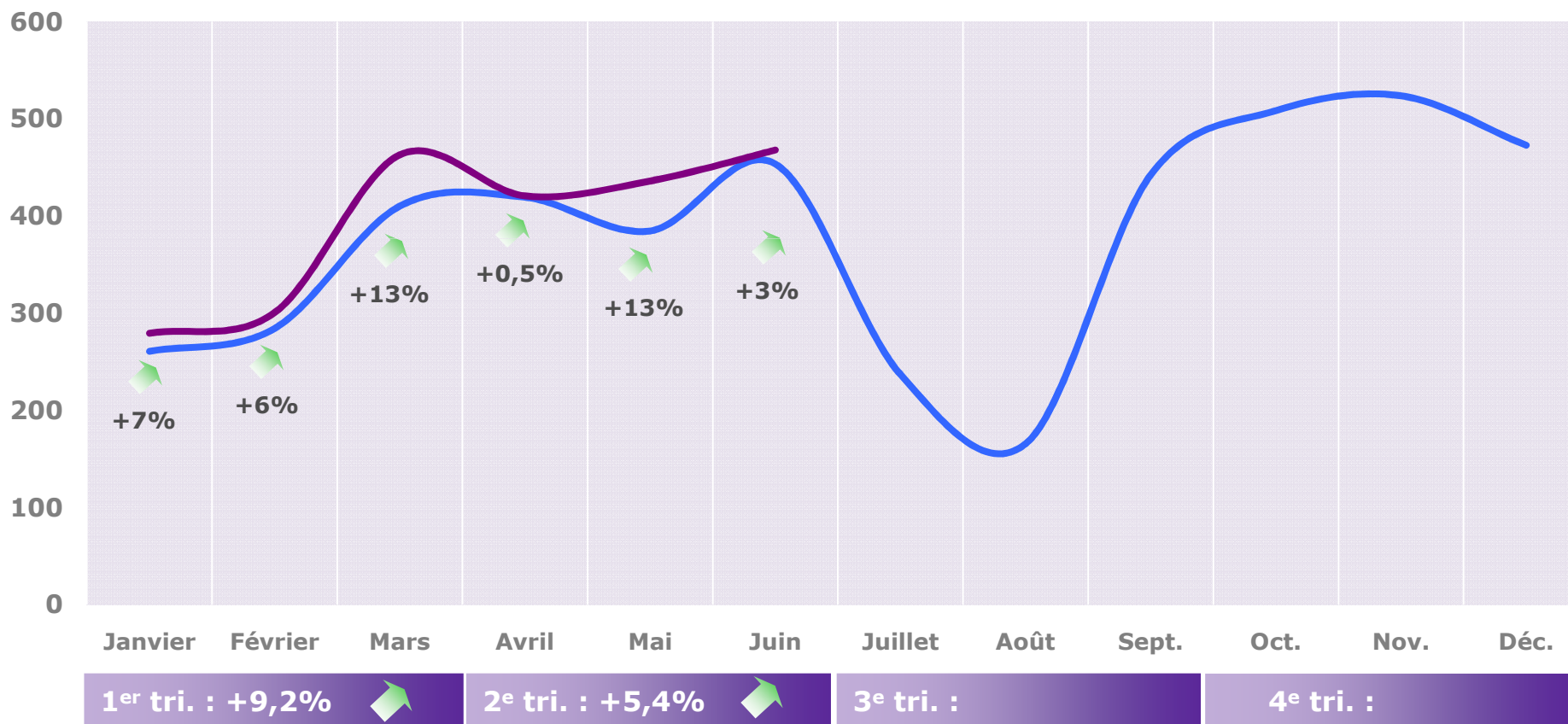
Saisonnalité des investissements publicitaires PRESSE

Cumul année 2010 (évolution vs année 2009)

Rappel : investissements publicitaires PRESSE 1^{er} sem. 2009 vs 1^{er} sem. 2008 : -5%

En millions d'€uros

— 2009 — 2010



Source : YACAST. Base insertions publicitaires classiques, hors Petites Annonces. C.A. brut en € H.T. Panel Presse. 1^{er} sem.10 vs 1^{er} sem.09.

Chiffres clés publicitaires par segments PRESSE

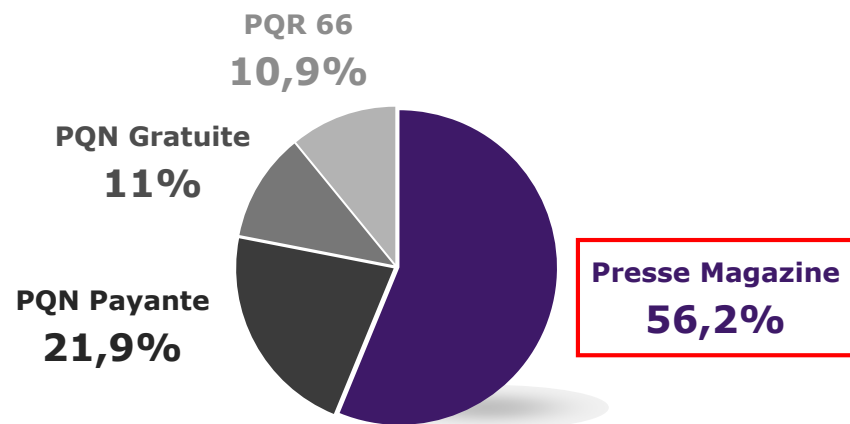
1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

	Recettes publicitaires	Nombre d'insertions
Total PRESSE	2 368 M€ ↑ +7%	+ de 74 580 ↑ +2,3%
Dt total Presse Magazine	1 331,2 M€ ↑ +5,7%	+ de 53 800 ↑ +3,3%
Dt total Presse Quotidienne	1 036,8 M€ ↑ +8,9%	+ de 20 750 ↓ -0,1%

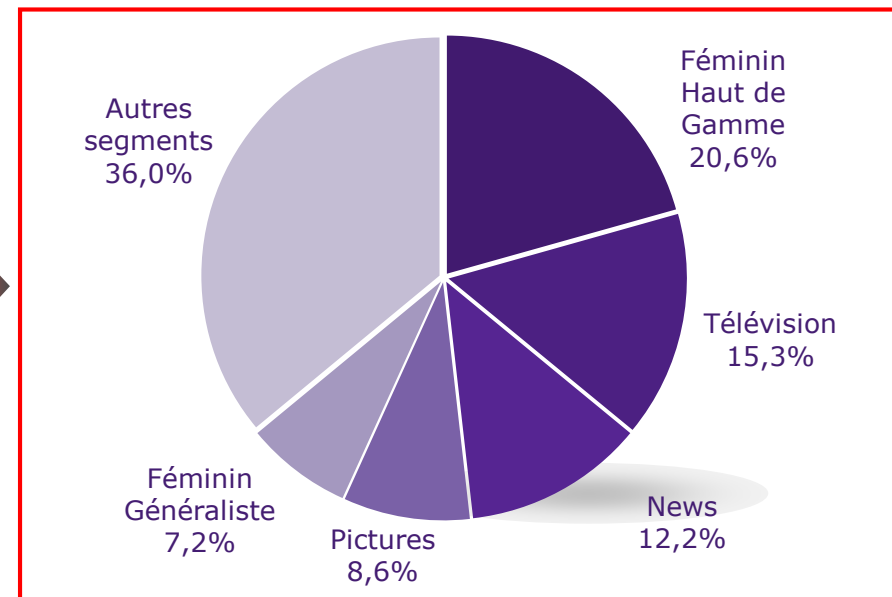
Poids des segments PRESSE

1^{er} semestre 2010

Répartition sur univers total PRESSE

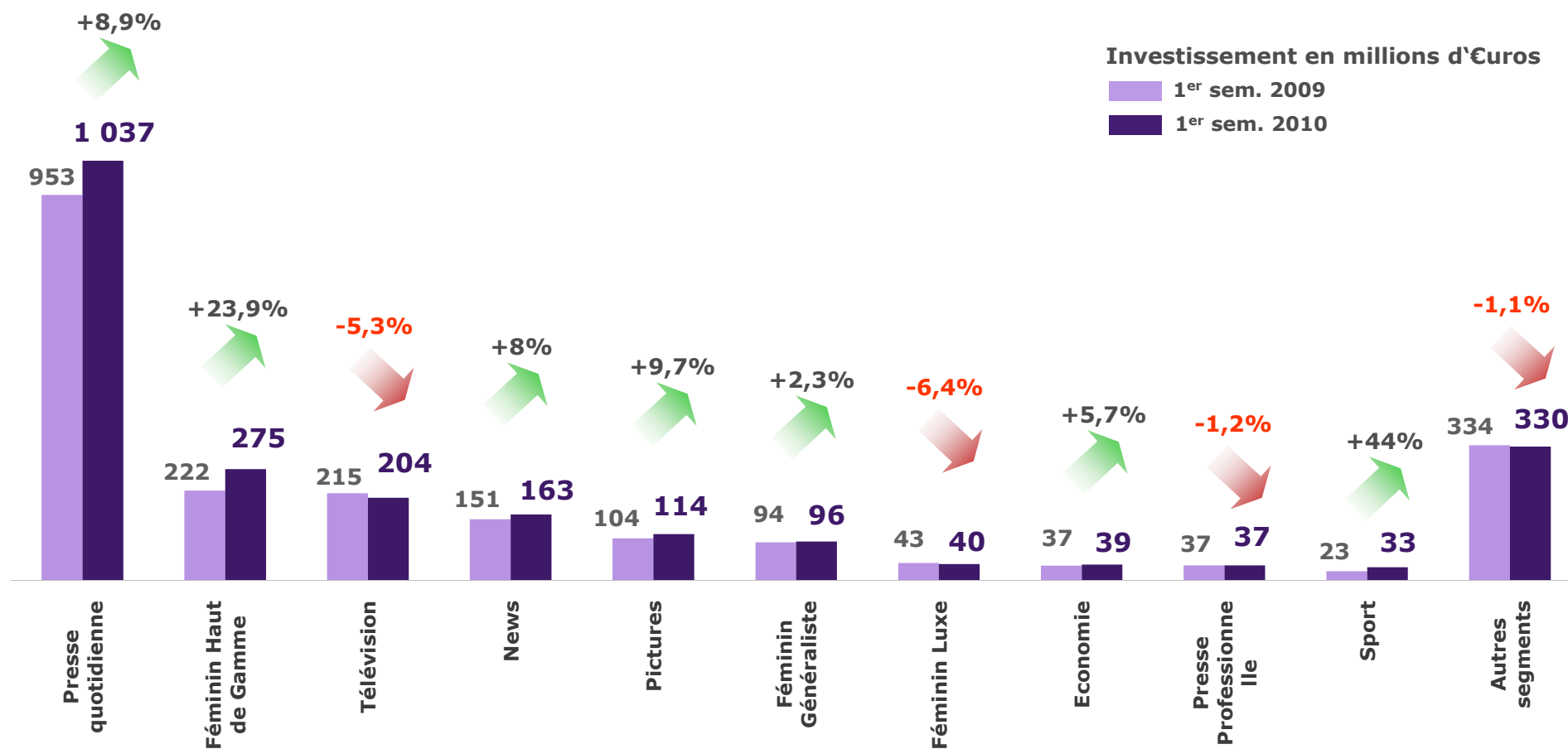


Répartition sur univers restreint Presse Magazine



PRESSE : Détail des recettes par segments

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

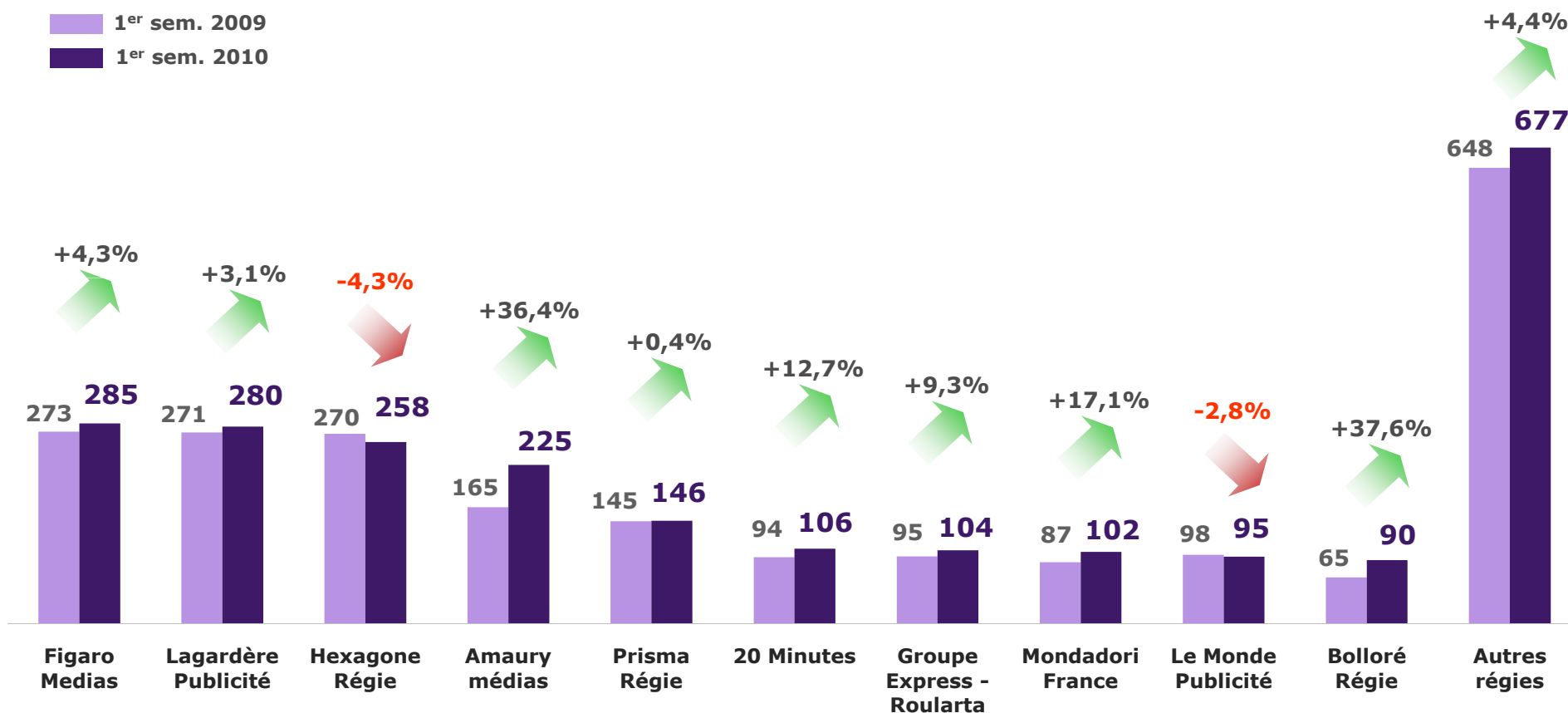


PRESSE : Détail des recettes par régions publicitaires (Top 10)

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Investissement en millions d'€uros

■ 1^{er} sem. 2009
 ■ 1^{er} sem. 2010



Source : YACAST. Base insertions publicitaires classiques, hors Petites Annonces. C.A. brut en € H.T. Panel Presse. 1^{er} sem.10 vs 1^{er} sem.09.

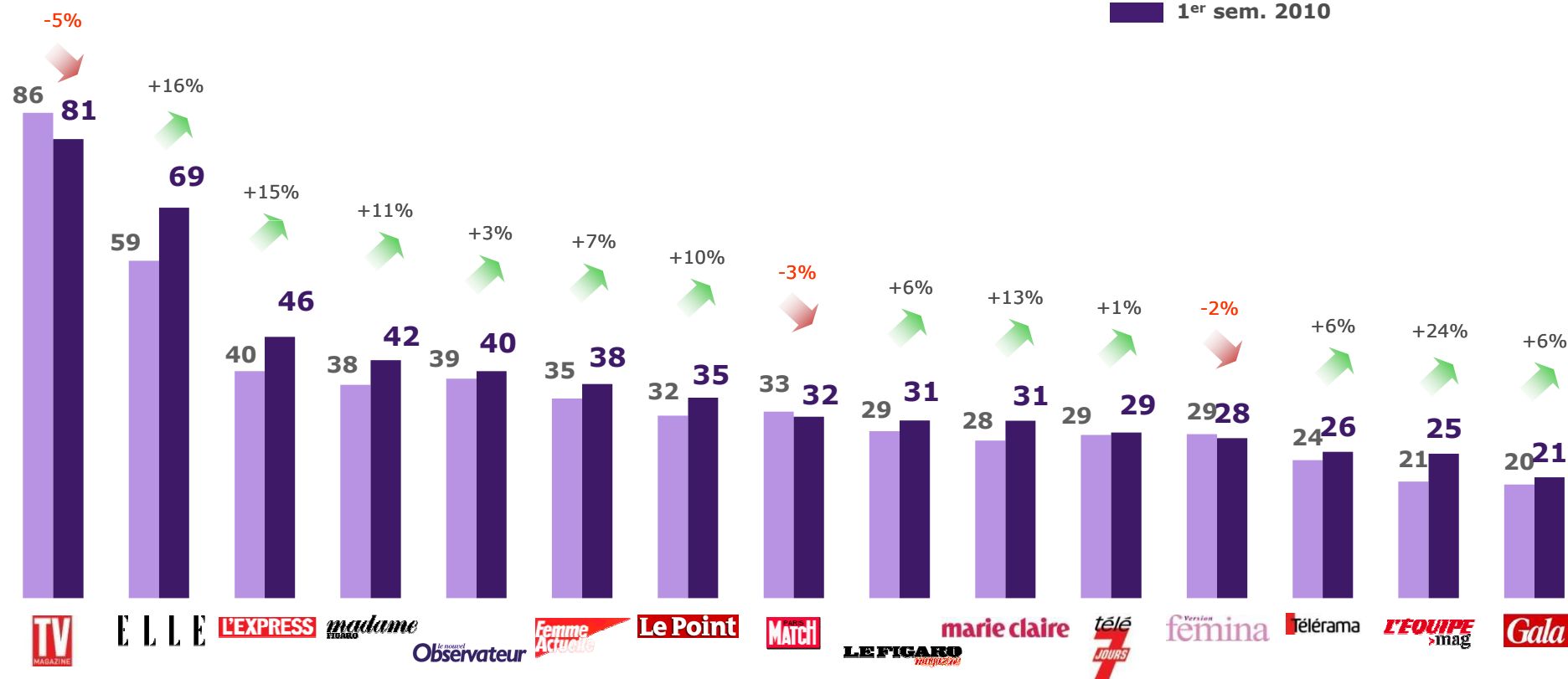
Presse Magazine : Détail des recettes par titres (Top 15)

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Investissement en millions d'€uros

1^{er} sem. 2009

1^{er} sem. 2010



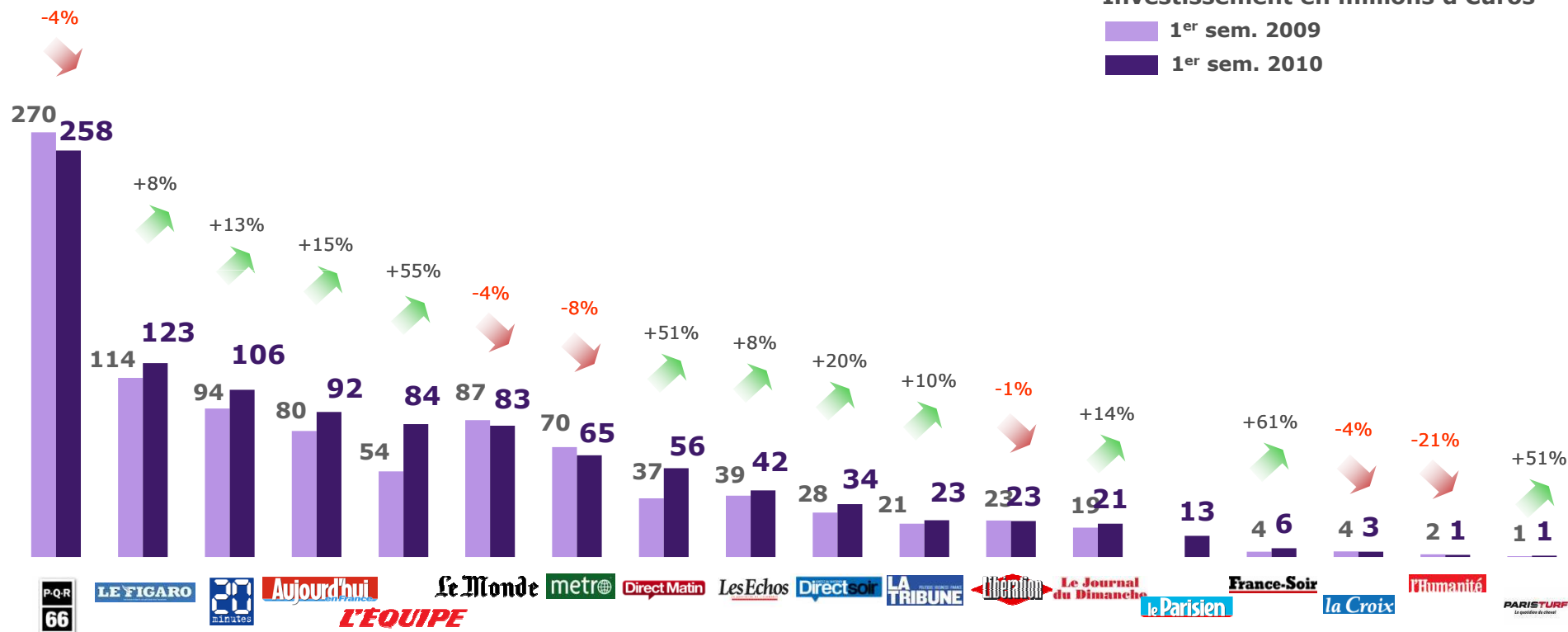
Presse Quotidienne : Détail des recettes par titres

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Investissement en millions d'€uros

1^{er} sem. 2009

1^{er} sem. 2010



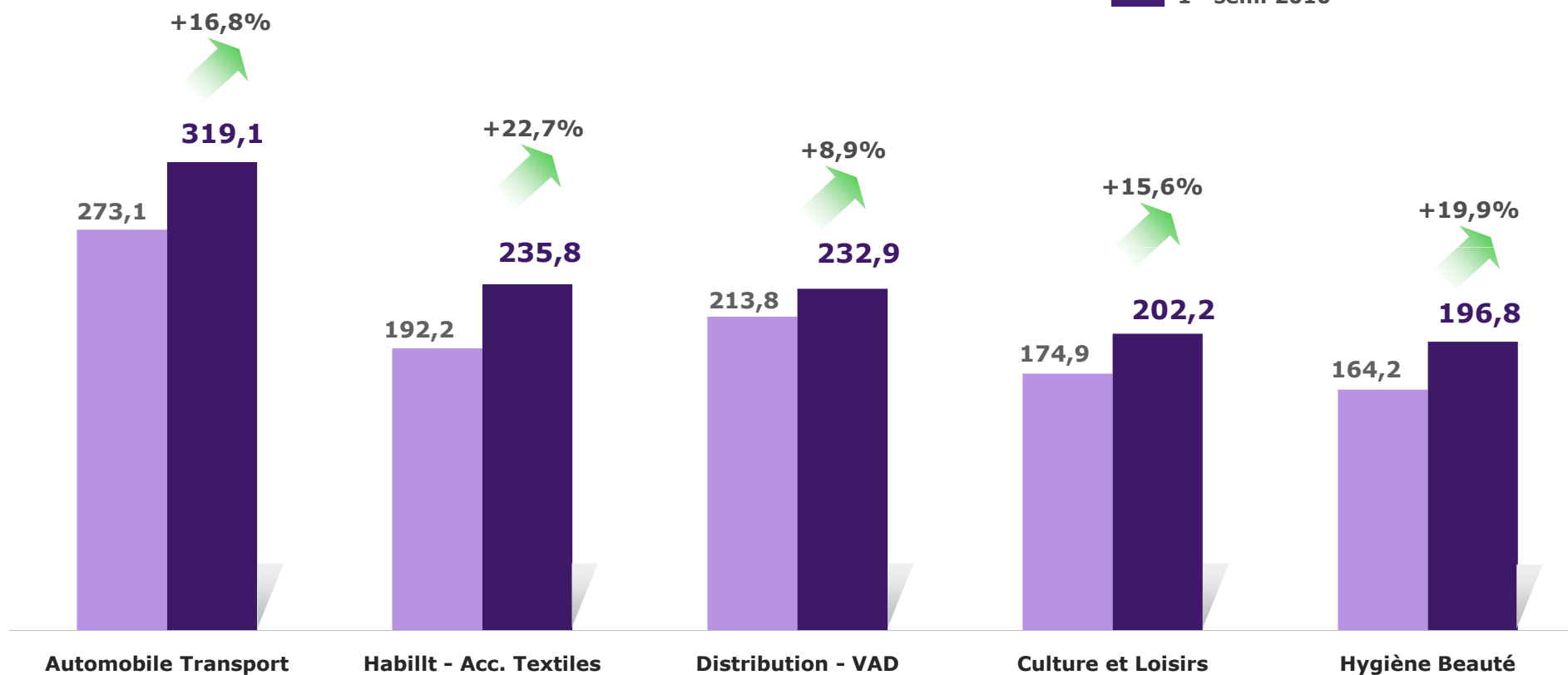
Top 5 familles PRESSE

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Investissement en millions d'€uros

1^{er} sem. 2009

1^{er} sem. 2010



Evolution :

Soit +45,9 millions €

Soit +43,6 millions €

Soit +19,1 millions €

Soit 27,3 millions €

Soit +32,6 millions €

Chiffres clés Annonceurs PRESSE

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Annonceurs actifs

8 422



+ 3,3% vs 1^{er} sem.09

(Dont : +4,6% Presse Magazine ; -3,9% Presse Quotidienne)

Marques actives

12 762



+ 2,4% vs 1^{er} sem.09

(Dont : +3,7% Presse Magazine ; -1,2% Presse Quotidienne)

Produits actifs

14 929



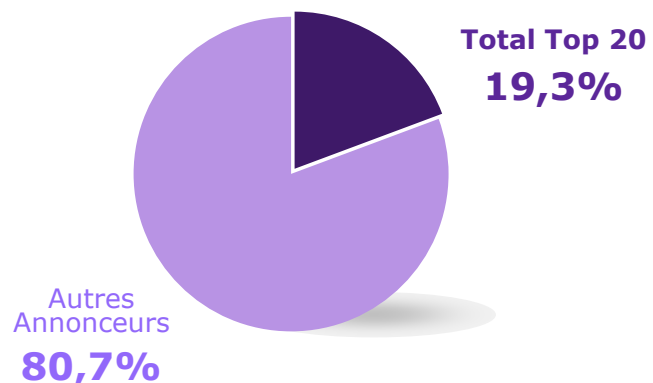
+ 2,7% vs 1^{er} sem.09

(Dont : +3,7% Presse Magazine ; -0,8% Presse Quotidienne)

Top 20 annonceurs PRESSE

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)

Répartition du C.A. :
Top 20 vs Autres

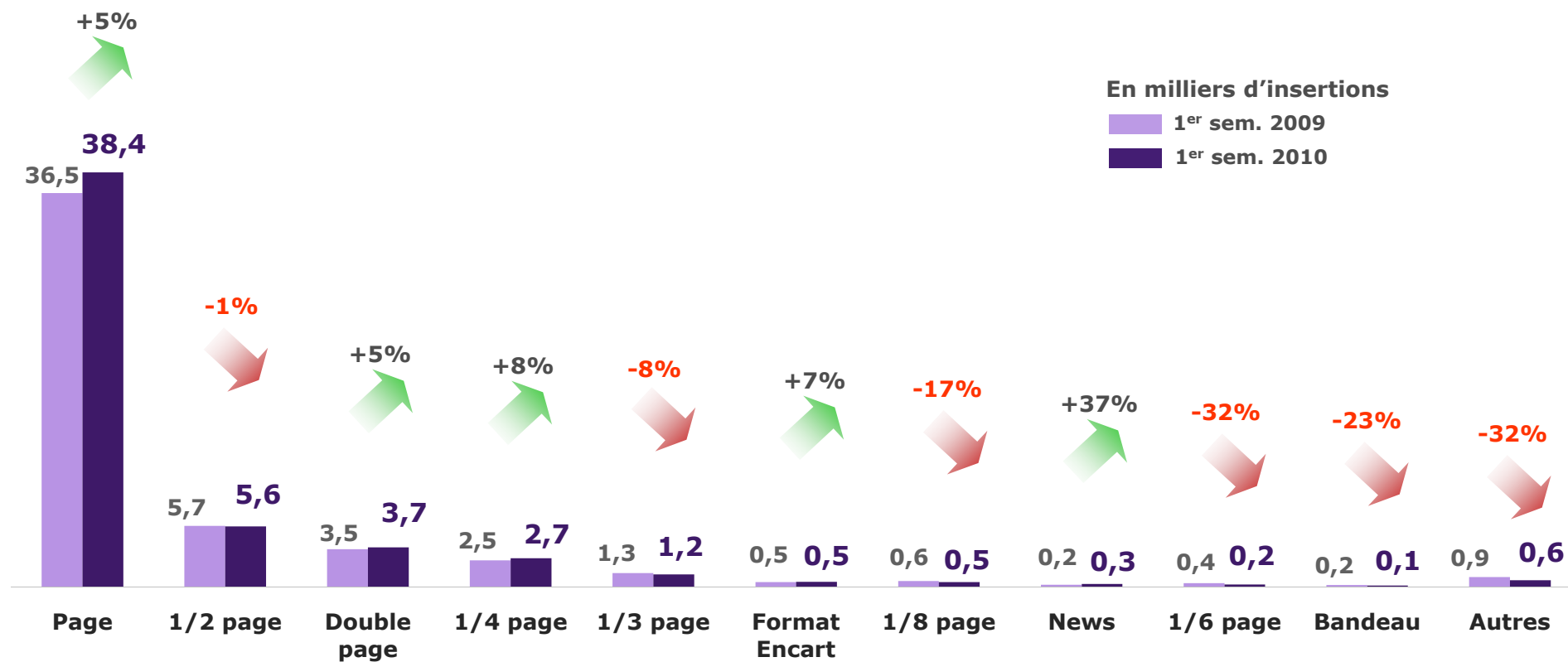


	1er semestre 2010	Budget en Millions d'€uros bruts H.T.	Evol° vs 1er sem. 2009
	Total PRESSE	2 368	7,0%
1	SFR	60	42%
2	PEUGEOT	52	25%
3	RENAULT	39	25%
4	ORANGE FRANCE	38	41%
5	CITROEN	28	26%
6	TOYOTA	20	49%
7	VOLKSWAGEN	19	5%
8	BMW	19	16%
9	EDF	19	10%
10	CARREFOUR MAGASIN	17	33%
11	BEIERSDORF SA NIVEA	16	18%
12	LECLERC	16	15%
13	SNCF	15	-24%
14	FIAT	15	-11%
15	CHRISTIAN DIOR PARFUMS	15	12%
16	BOUYGUES TELECOM	14	24%
17	LIDL	14	8%
18	MERCEDES BENZ	14	-13%
19	BNP PARIBAS	14	62%
20	L OREAL PRODUITS DE LUXE	13	21%

Evol° top 20 annonceurs : +20,3%

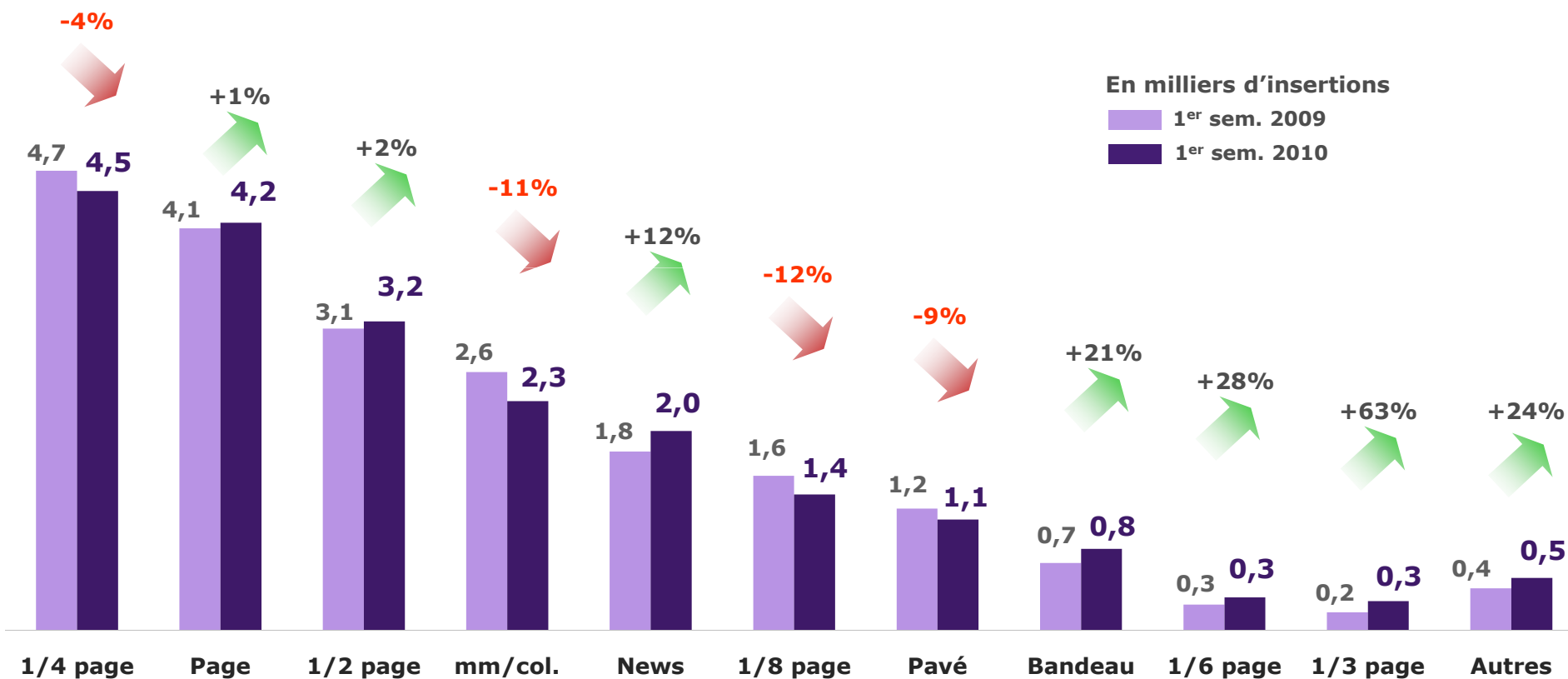
Détail des formats – Presse Magazine

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)



Détail des formats – Presse Quotidienne

1^{er} semestre 2010 (évolution vs 1^{er} sem.09)



Note méthodologique / Panel YACAST

AdvertCast 2010 / 2009

Suivi des diffusions publicitaires nationales sur les supports du panel Yacast plurimédia :

1) 104 supports TV :

- Dont 28 chaînes hertziennes, TNT, câble et satellite – Pige numérique intégrale :

TF1, France 2, France 3, M6, France 5, Canal +, MCM, MTV, W9, Cartoon Network, Télétoon, TF6, 13^e rue, RTL9, TMC, Téva, TV5, Eurosport France, LCI, Paris Première, NRJ 12, France 4, NT1, Virgin 17, Gulli, I-Télé, BFM TV, Direct 8.

- Dont 76 chaînes câble et satellite – Système pige mixte :

Liste des chaînes sur demande.

2) 19 supports RADIO :

RTL, Europe 1, France Inter, RMC, Sud Radio, Chérie FM, Virgin Radio, Fun Radio, GIE Les Indépendants, Nostalgie, NRJ, MFM, Rire & Chansons, RFM, RTL2, Skyrock, BFM, France Info, Radio Classique.

3) 352 supports PRESSE :

- Dont 331 titres de Presse Magazine :

Liste des titres sur demande.

- Dont 21 titres de Presse Quotidienne :

Liste des titres sur demande.

4) 2 régies CINEMA :

Screenvision, Médiavision.

5) 6 réseaux AFFICHAGE :

Clear Channel, CBS Outdoor, Avenir, JCDecaux, MetroBus, Insert.

6) INTERNET :

Avec nos partenaires Nielsen & Médiamétrie//NetRatings.

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

RADIO et TV : écrans publicitaires nationaux uniquement.

Hors publicité locale et/ou régionale.

PRESSE : hors Petites Annonces.

*Reproduction autorisée avec accord préalable de Yacast France, et mention obligatoire : « Source Yacast France ».
Copyright Yacast France – Juillet 2010. Tous droits réservés.*

yacast 

Contacts : François Liénart – Directeur Dépt Publicité

Guillaume Goubet – Directeur Commercial

Bruno Millet – Responsable Marketing

Yacast France

4, rue Paul Valéry

75116 PARIS

+33 (0)1 56 28 59 00