

yacast

**Bilan des investissements publicitaires
de la télévision.
Novembre 2012 et
Cumul janvier-novembre 2012**

Chiffres clés

Novembre 2012 vs novembre 2011

Recettes publicitaires en K€

TOTAL TV	989 708		6,5%
TV Herziennes	574 509		5%
TNT	305 099		12,8%
CAB/SAT + Déclaratif	110 100		-1,5%

Nombre de messages

TOTAL TV	619 901		5,8%
TV Herziennes	50 510		3,4%
TNT	131 933		2%
CAB/SAT + Déclaratif	437 458		7,3%

Durée en hh:mm:ss

TOTAL TV	3506:05:43		4,5%
TV Herziennes	280:17:15		4,1%
TNT	749:01:29		2%
CAB/SAT + Déclaratif	2476:46:59		5,3%

Nombre d'annonceurs présents

TOTAL TV	1 767		-0,2%
----------	-------	---	-------

Janv. à novembre 2012 vs janv. à novembre 2011

Recettes publicitaires en K€

TOTAL TV	8 073 212		3,9%
TV Herziennes	4 862 640		0,8%
TNT	2 433 108		13,3%
CAB/SAT + Déclaratif	777 464		-3,0%

Nombre de messages

TOTAL TV	4 711 836		-3,4%
TV Herziennes	487 055		-4,6%
TNT	1 235 262		-0,8%
CAB/SAT + Déclaratif	2 989 519		-4,2%

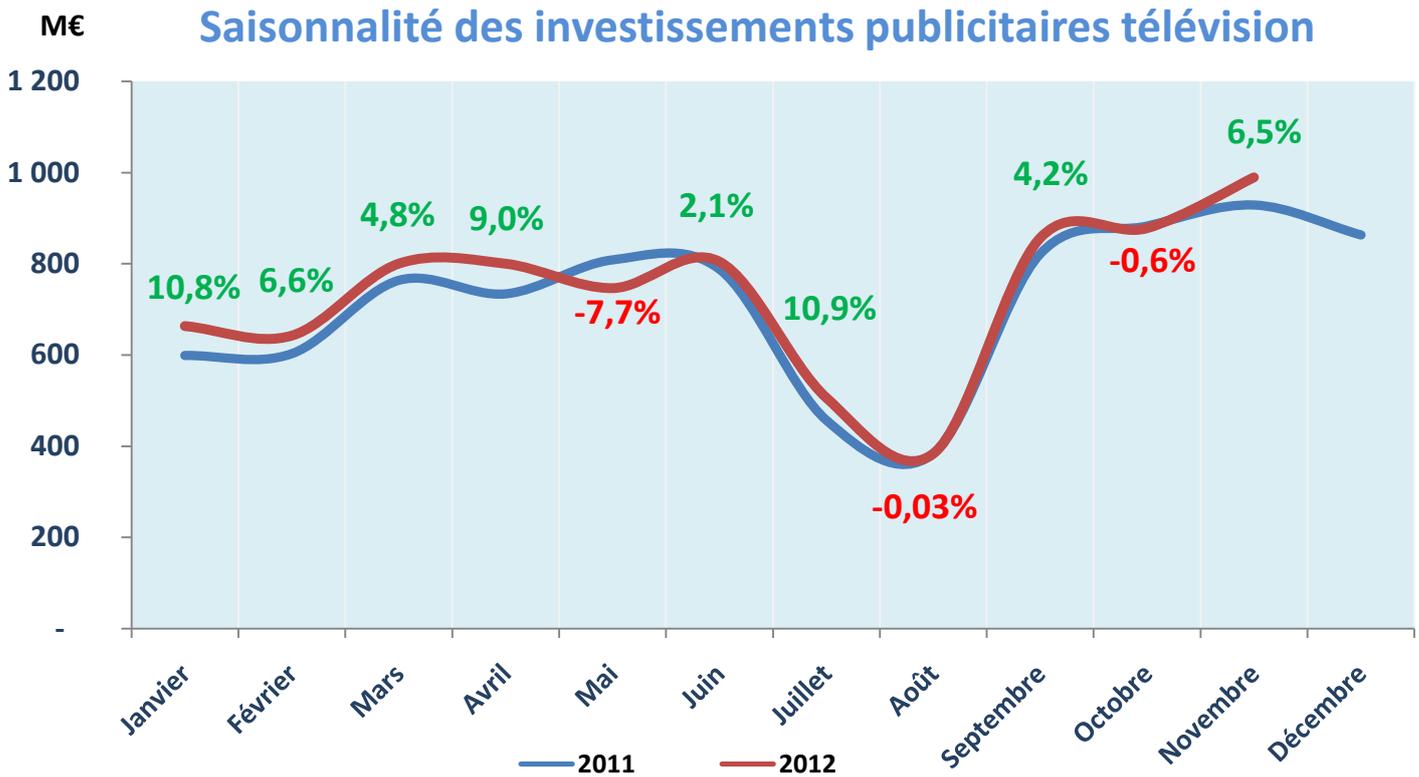
Durée en hh:mm:ss

TOTAL TV	27668:04:33		-4,4%
TV Herziennes	2705:05:46		-4,3%
TNT	7014:43:39		-2,6%
CAB/SAT + Déclaratif	17948:15:08		-5,1%

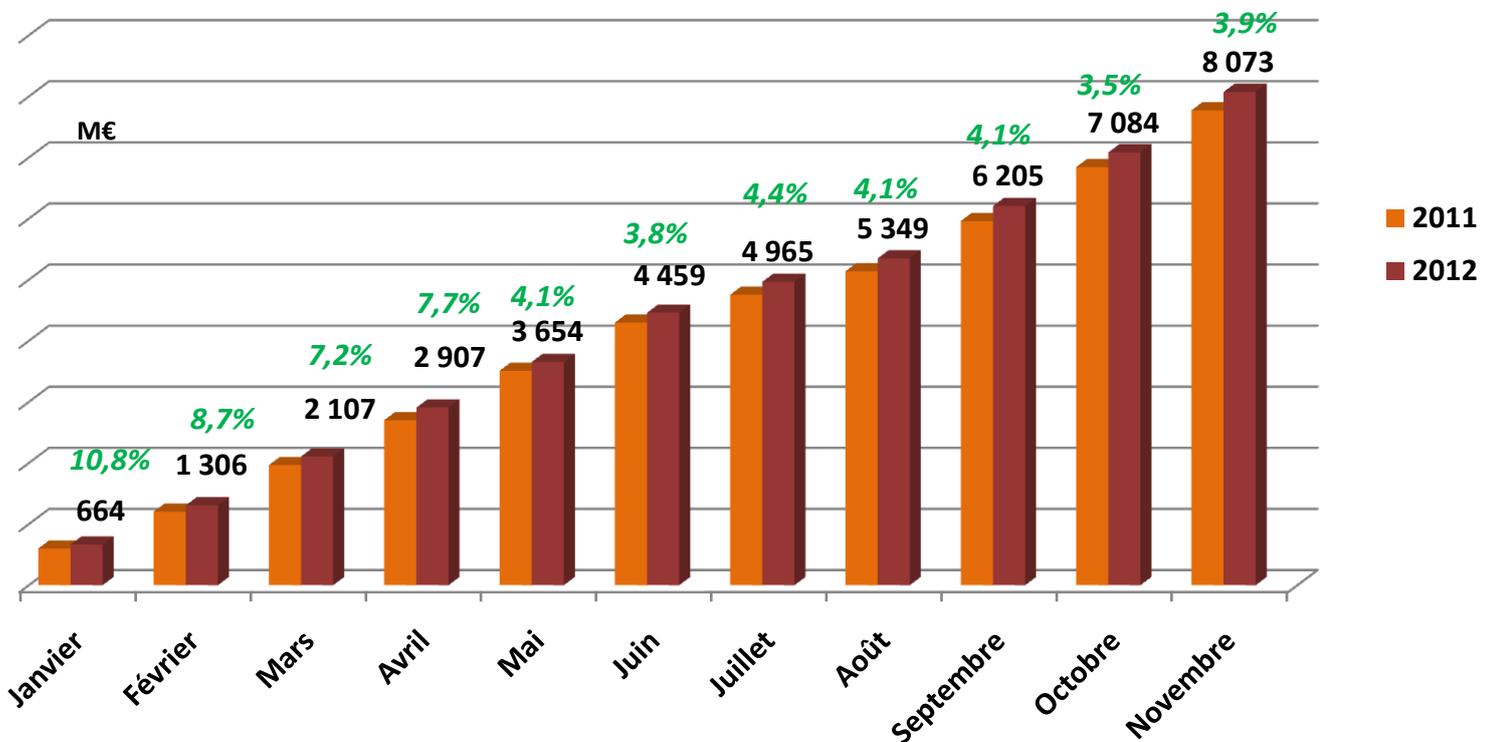
Nombre d'annonceurs présents

TOTAL TV	4 187		-3,0%
----------	-------	---	-------

Les résultats de novembre 2012 font apparaître un bilan très positif comparés à novembre 2011, tant en termes de volume d'investissements, de durée et de messages publicitaires. Au cumul, on note d'une part, le recul des chaînes Cab-Sat en termes d'investissements de -1,5%, d'autre part le recul global du média en termes de volume de messages (-3,4%) et de durée publicitaire (-4,4%) vs 2011 (janvier-novembre). Pour Info, les nouvelles TNT : HD1, l'Equipe HD, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25 seront lancés le 12 décembre 2012.

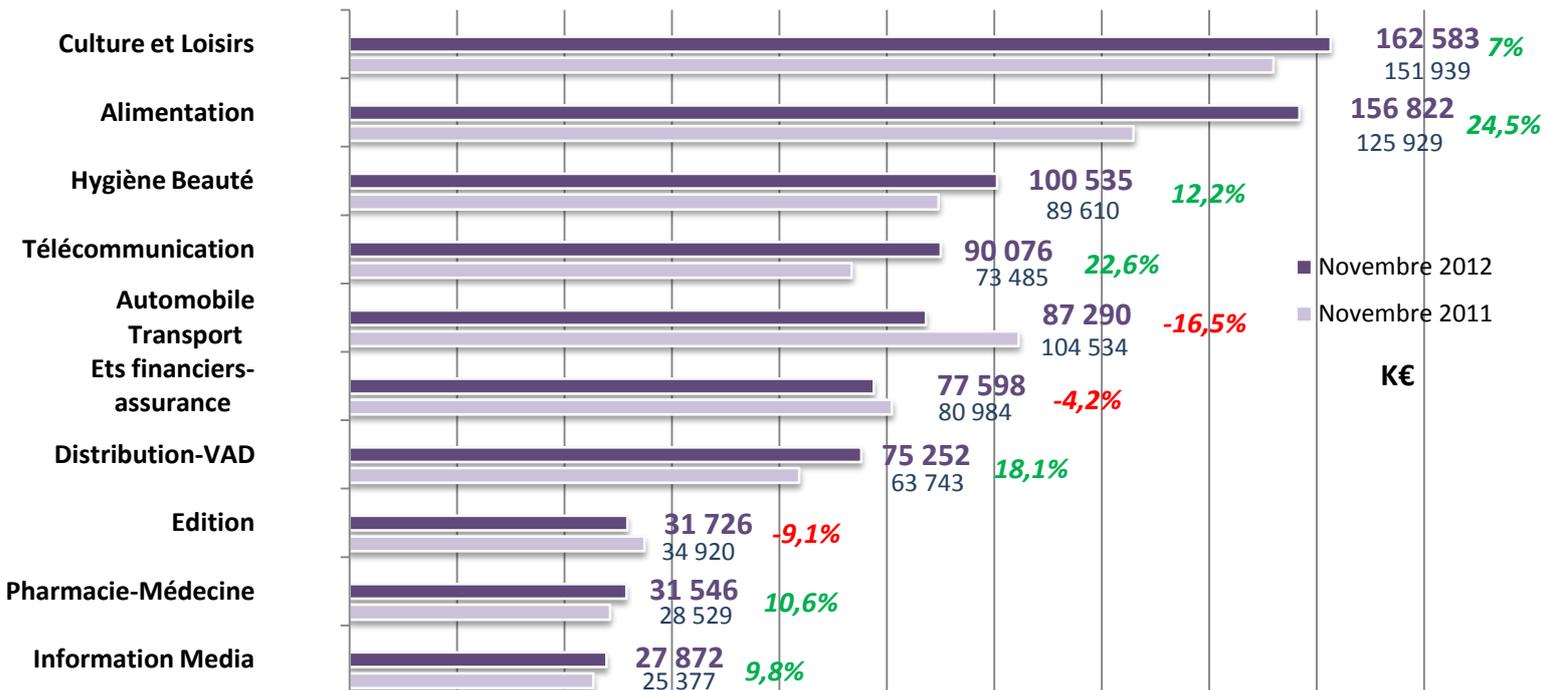


C.A. publicitaire télévision cumulé progressif depuis le début de l'année



On note un bilan positif de l'année 2012 à date, la croissance du média reste soutenue malgré un fléchissement en fin d'exercice.

Top 10 Familles d'annonceurs en investissements publicitaires (novembre 2012 vs novembre 2011)



A l'approche de Noël, ce sont les familles Culture Loisirs, Alimentation et Hygiène-beauté qui occupent le top 3 des investissements publicitaires (avec respectivement +7%, + 24,5% et +12,2%). A noter la bonne progression de la famille Télécommunication en 4^{ème} position (+22,6%). L'Automobile-transport arrive en 5^{ème} position de ce top, en contre-performance ce mois-ci avec -16,5% (C.A. novembre 2012 vs novembre 2011).

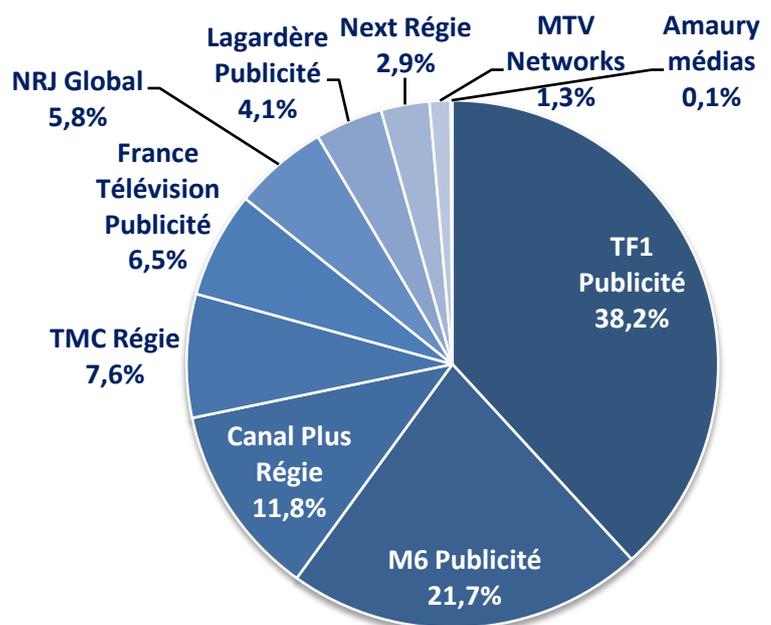
Evolution des C.A publicitaires des régies

Novembre 2012 vs novembre 2011

TF1 Publicité	3,5%
M6 Publicité	16,6%
Canal Plus Régie*	-10,1%
TMC Régie	34,2%
France Télévision Publicité	10,9%
NRJ Global	-11,1%
Lagardère Publicité	20,2%
Next Régie	20,3%
MTV Networks	-0,6%
Amaury médias	20,7%

*Nouveau périmètre de Canal Plus régie incluant D17 et D8 tant en 2011 qu'en 2012.

Parts de marché des régies publicitaires (Novembre 2012)



Les trois régies TF1, M6 et Canal + détiennent à elles seules plus de 70% du marché en novembre 2012. On note la forte progression de C.A. publicitaires de TMC régie ce mois-ci, +34,2% vs novembre 2011.

Investissements publicitaires par supports en K€

(Evolution vs novembre 2011)

Support	Nov. 2012 K€	Evolution
TF1	345 197	2,9%
M6	163 884	16,8%
Gulli	53 683	13,6%
TMC	44 872	30,5%
W9	40 733	20,5%
NRJ 12	38 489	19,5%
I-Télé	33 038	-9,8%
NT1	29 967	40,2%
BFM TV	28 576	20,4%
France 2	24 660	-1,7%
D8	20 980	-17,6%
CANAL PLUS	19 433	2,8%
France 3	17 476	-7,4%
D17	11 104	-14,1%
Disney Channel	8 169	14,6%
TELETOON +	6 916	-24,3%
PIWI +	5 082	22,7%
TEVA	5 067	10,1%
TV Breizh	5 021	28,4%
Game One	4 529	25,4%
RTL9	4 500	5,2%
Canal + Décalé	4 382	19,7%
INFOSPORT +	4 299	-11,4%
France 5	3 860	7,7%
PARIS PREMIERE	3 712	-14,3%
France 4	3 658	37,8%
COMEDIE +	3 440	-12,7%
EUROSPORT	3 314	-4,1%
TF6	3 083	6,9%
LCI	3 043	-3,7%
MTV	2 963	-4,6%
Boomerang	2 652	21,7%
CARTOON NETWORK	2 540	9,2%
Canal + Sport	2 465	-20,6%
Nickelodeon	2 321	-33,3%
NRJ Hits	2 250	34,8%
DISNEY XD	2 149	-29,2%
Disney Junior	2 107	25,7%
Tiji	1 994	-1,7%
SPORT +	1 939	-21,9%
CANAL J	1 914	2,4%
JIMMY	1 785	-3,3%
NickelOdeon Junior	1 749	57%

Support	Nov. 2012 K€	Evolution
SyFy Universal	1 740	5,5%
SERIE CLUB	1 542	26,3%
13eme Rue Universal	1 433	15,1%
PLANETE +	1 089	-34,3%
EQUIPE TV	1 032	20,7%
MCM	1 009	17,5%
BFM Business TV	571	14,3%
Trace Urban	562	-23,8%
Discovery	476	-53,1%
PLANETE + NO LIMIT	466	-25,1%
JUNE	441	43,5%
MTV Pulse	397	-6,6%
MTV Idol	389	-28,7%
MCM Pop	383	-36,2%
Maison +	359	13,6%
National Geographic	354	-8,8%
TV5	345	-28,1%
E! Entertainment	338	83,7%
MCM Top	335	-25,9%
Cuisine +	319	-66%
MTV Base	290	-33,9%
PLANETE + THALASSA	242	-44,4%
PLANETE + JUSTICE	232	-2,4%
NOLIFE	196	-31,6%
Voyage	175	-33,4%
Vivolta	174	38,4%
France Ô	122	30,5%
Montagne TV	78	-41,5%
Télé Melody	74	-45,5%
Nat Geo Wild	72	-47,5%
Ushuaia TV	63	-14,5%
M6 Hits	57	-40,6%
Histoire	30	-29,5%
Luxe TV	24	-36,8%
Stylia	23	-70,4%
Extreme Sports Chann	20	-67,6%
Mezzo	16	-70,2%
M6 Music Club	2	-49,9%
M6 Black	1	-80,6%

	Chaînes diffusées sur le câble et le satellite
	Chaînes de la TNT
	Chaines hertziennes historiques

Les campagnes publicitaires du mois

La plus grosse campagne (en termes d'investissements publicitaires)



La campagne publicitaire CIC Banque Mobile est celle qui a généré le plus de C.A. publicitaire en novembre : 9,67 millions d'€ brut HT. Trois versions de 12 secondes et deux versions de 25 secondes ont été diffusées sur 33 supports depuis le 2 novembre.

Large campagne télé pour le lancement de la Wii U

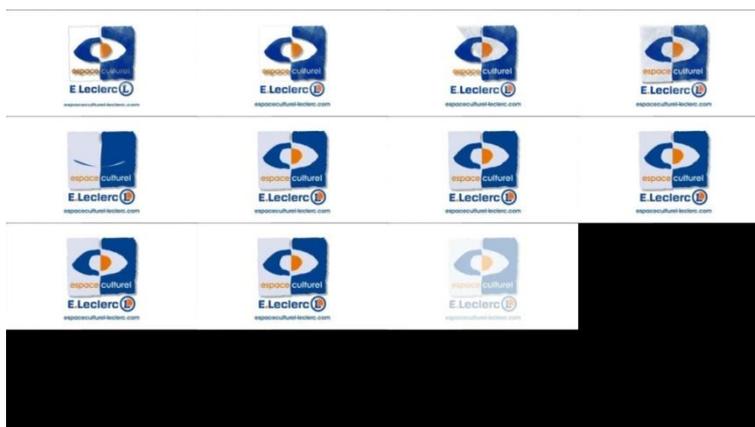


C'est, ce mois-ci, la campagne publicitaire de **Nintendo** pour la **Wii U** qui a généré le plus grand nombre de diffusion publicitaire. 6 versions en format 20 secondes, 2 versions de 25 secondes et 5 formats de 30 secondes pour un total de 3 723 diffusions sur 40 supports tv depuis le 10/11/2012.

Focus Sponsoring TV novembre 2012 vs novembre 2011

Support	Invest K€	Evolution Invest.	Nombre de sponsors	Evolution nombre de sponsors	Nombre d'apparitions	Durée	Evolution durée
Total	68 504	↑ 3,58%	194	↑ 8,38%	12 755	21h45m5s	↑ 14,13%
TF1	37 506	↑ 4,93%	68	↑ 4,62%	3 337	4h53m24s	↑ 17,88%
M6	15 110	↑ 1,43%	13	↓ -3,51%	2 273	4h15m8s	↑ 3,53%
CANAL PLUS	6 220	↑ 0,10%	39	→ 0,00%	1 687	2h58m55s	↑ 5,68%
France 2	5 824	↑ 2,00%	55	↑ 25,81%	2 593	4h34m55s	↑ 8,17%
France 3	3 189	↑ 2,94%	26	↑ 10,71%	1 511	3h13m23s	↑ 7,04%
France 5	565	↑ 76,55%	26	↑ 100,00%	1 244	1h27m59s	↑ 92,61%
ARTE	90	↓ -42,48%	31	↓ -7,14%	110	21m21s	↓ -22,72%

Les campagnes Sponsoring du mois



La campagne de parrainage des **espaces culturels Leclerc** a compté 500 apparitions en novembre. Plusieurs spots de 9 secondes ont ainsi introduit ou clôturé des émissions de France 2 et France 5.



La campagne qui a généré le plus de C.A. de parrainage en novembre est celle de **Joué Club** pour un total de 2,36 millions d'€ estimés. Ces spots de 6 secondes ont notamment parrainé les 12 coups de midi sur TF1.

Note Méthodologique

Advertcast 2012 / 2011 : suivi des diffusions publicitaires nationales sur les supports du panel Yacast télévision :

TV : écrans publicitaires classiques, hors sponsoring, autopromo et partenariat, (sauf Focus Sponsoring)

106 supports :

-Dont 28 chaînes en Pige numérique intégrale (hertziennes, TNT, câble et satellite) : TF1, France 2, France 3, M6, France 5, Canal +, MCM, MTV, W9, Cartoon Network, Télétoon+, TF6, D17, Gulli, RTL9, BFM TV, I-Télé, 13^{er} rue Universal, TMC, Téva, TV5, Eurosport France, LCI, Paris Première, NRJ 12, France 4, NT1, D8.-

Dont 78 chaînes câble et satellite – données déclarées : Liste des chaînes sur demande.

Tous les C.A. sont exprimés en € bruts H.T. Hors négociations commerciales.

Reproduction autorisée avec accord préalable de Yacast France, et mention obligatoire : « Source Yacast France ». Copyright Yacast France – Décembre 2012. Tous droits réservés