

# Baromètre du marché de la publicité TV

septembre 2015

# le marché de la publicité TV

## septembre 2015

Avertissement : Kantar Media mesure les volumes de publicité diffusée sur les chaînes de télévision. Les investissements publicitaires correspondent à la valorisation financière des volumes de publicité sur la base des tarifs publiés par les régies. Ce sont, par conséquent, des investissements bruts qui ne tiennent pas compte des remises, dégressifs et négociations.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2015, le volume de publicité diffusée sur les chaînes de télévision est en hausse de 7,4 % par rapport à la même période en 2014 (+5,8 % sur les chaînes nationales historiques, +10,0 % sur les chaînes TNT/TNT HD et +5,1 % sur les chaînes thématiques) et les investissements publicitaires bruts augmentent de 6,2 % (+5,6 % sur les chaînes nationales historiques, +8,4 % sur les chaînes TNT/TNT HD et +4,6 % sur les chaînes thématiques).

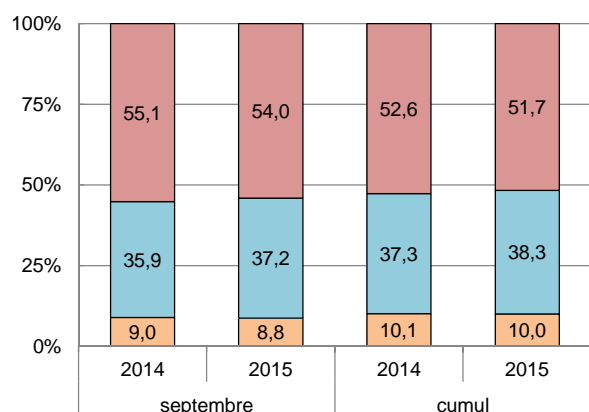
Sur les neuf premiers mois de l'année 2015, les chaînes nationales historiques captent 56,3 % des investissements publicitaires bruts à la télévision (-0,5 point par rapport à janvier-septembre 2014), contre 36,5 % pour les chaînes TNT/TNT HD (+0,6 point) et 7,3 % pour les chaînes thématiques (-0,1 point).

### volumes de publicité diffusée (millions de secondes)

par agrégat	septembre			cumul		
	2014	2015	évol.	2014	2015	évol.
chaînes historiques	1,15	1,17	1,9%	9,21	9,74	5,8%
chaînes TNT/TNT HD	4,57	4,93	8,0%	33,85	37,24	10,0%
chaînes thématiques	7,01	7,18	2,3%	47,79	50,22	5,1%
total télévision <sup>1</sup>	12,95	13,60	5,0%	93,00	99,83	7,4%

<sup>1</sup> y compris parrainage.

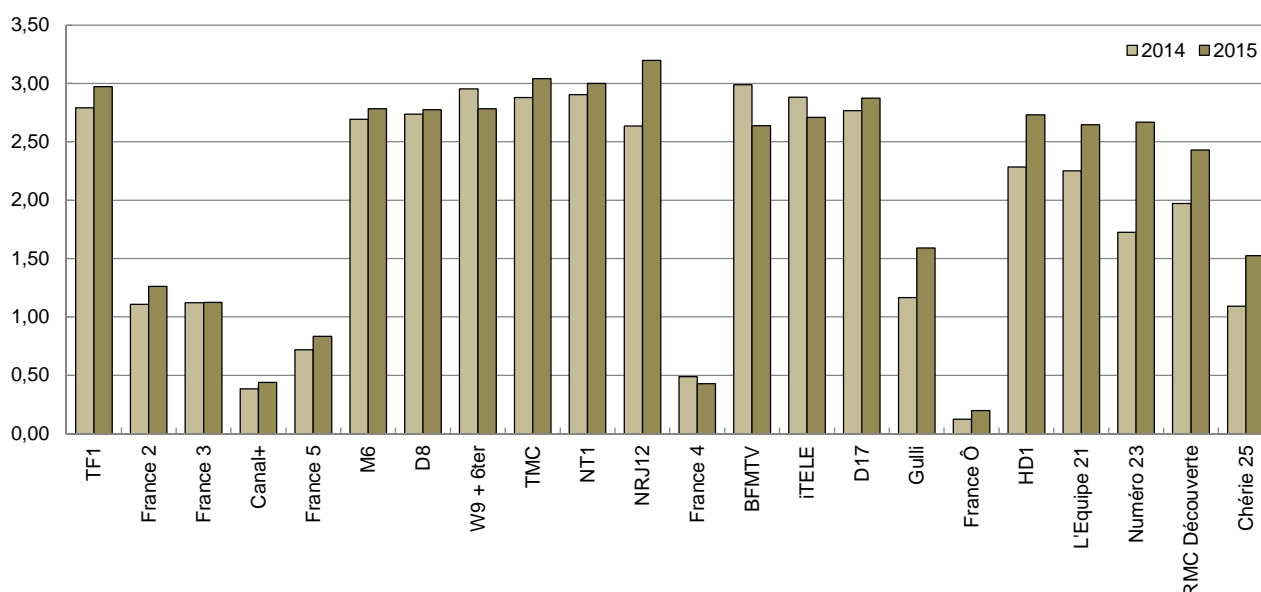
### répartition des volumes de publicité (%)



■ chaînes historiques ■ chaînes TNT/TNT HD ■ chaînes thématiques

par chaîne	septembre			cumul		
	2014	2015	évol.	2014	2015	évol.
TF1	0,35	0,35	1,0%	2,79	2,97	6,5%
France 2	0,14	0,16	8,3%	1,11	1,26	13,9%
France 3	0,13	0,12	-1,1%	1,12	1,12	0,4%
Canal+	0,05	0,05	3,9%	0,38	0,44	14,3%
France 5	0,09	0,11	13,2%	0,72	0,83	16,2%
M6	0,34	0,35	1,5%	2,69	2,78	3,4%
D8	0,35	0,34	-3,1%	2,74	2,78	1,4%
W9 + 6ter	0,37	0,33	-9,8%	2,95	2,78	-5,8%
TMC	0,37	0,36	-0,9%	2,88	3,04	5,6%
NT1	0,36	0,37	1,9%	2,90	3,00	3,3%
NRJ12	0,36	0,38	4,4%	2,63	3,20	21,4%
France 4	0,04	0,06	28,9%	0,49	0,43	-12,6%
BFMTV	0,36	0,37	2,9%	2,99	2,64	-11,8%
ITTELE	0,37	0,38	2,5%	2,88	2,71	-6,0%
D17	0,35	0,34	-1,6%	2,77	2,87	3,9%
Gulli	0,17	0,21	21,9%	1,17	1,59	36,3%
France Ô	0,03	0,03	-5,5%	0,12	0,20	62,0%
HD1	0,36	0,39	9,5%	2,28	2,73	19,6%
L'Equipe 21	0,28	0,38	36,5%	2,25	2,65	17,5%
Numéro 23	0,31	0,34	10,8%	1,72	2,67	54,9%
RMC Découverte	0,33	0,38	14,9%	1,97	2,43	23,2%
Chérie 25	0,16	0,27	68,3%	1,09	1,52	39,8%

### volumes de publicité diffusée par chaîne (millions de secondes, cumul)

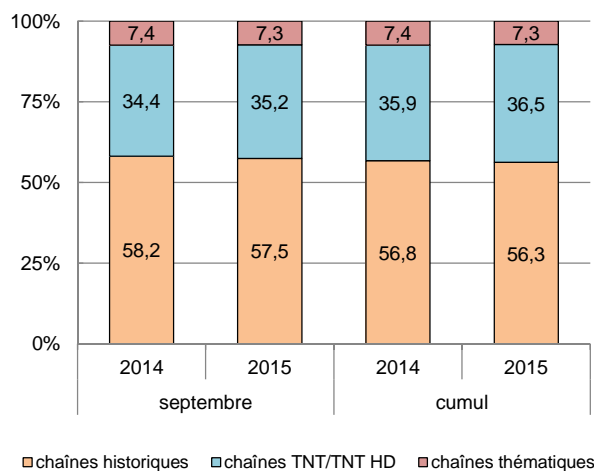


## investissements publicitaires bruts (M€)

par agrégat	septembre			cumul		
	2014	2015	évol.	2014	2015	évol.
chaînes historiques	614,9	638,7	3,9%	4 095,7	4 324,0	5,6%
chaînes TNT/TNT HD	363,8	391,2	7,5%	2 587,2	2 804,5	8,4%
chaînes thématiques	78,5	81,7	4,1%	533,2	557,5	4,6%
total télévision <sup>1</sup>	1 134,7	1 200,2	5,8%	7 804,1	8 284,8	6,2%

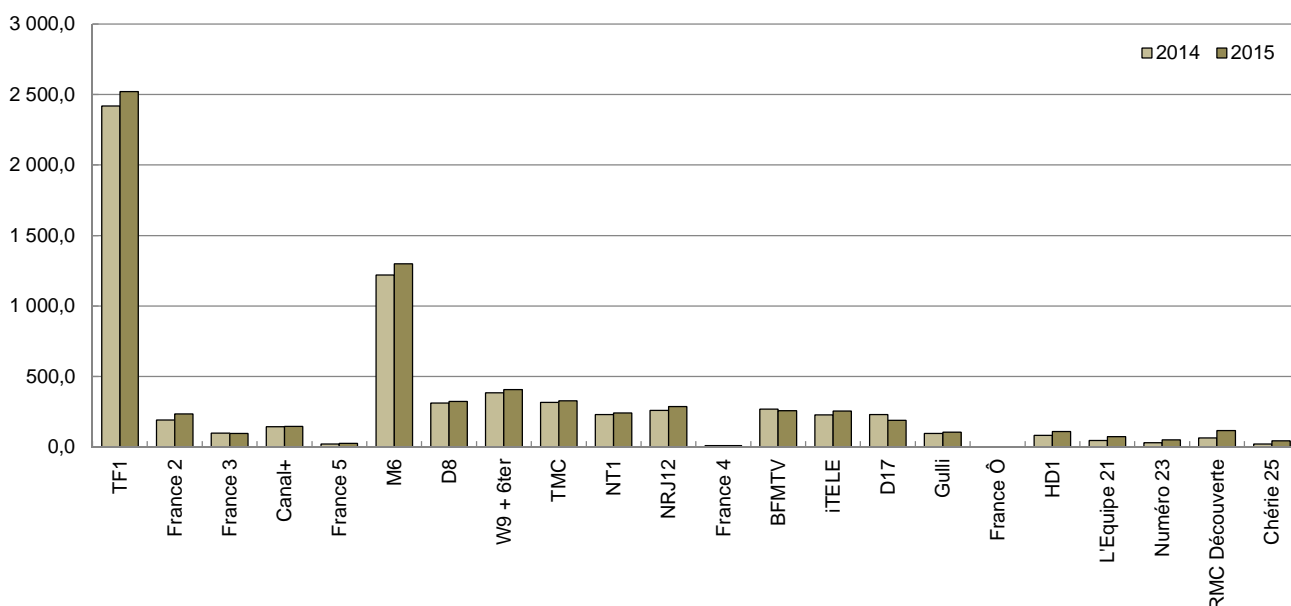
<sup>1</sup> y compris parrainage.

## répartition des investissements publicitaires bruts (%)



par chaîne	septembre			cumul		
	2014	2015	évol.	2014	2015	évol.
TF1	379,8	371,6	-2,1%	2 417,3	2 519,5	4,2%
France 2	26,7	31,2	16,8%	192,9	236,0	22,3%
France 3	11,8	11,5	-2,7%	99,4	96,6	-2,8%
Canal+	22,2	20,3	-8,5%	144,0	146,5	1,7%
France 5	3,0	3,7	22,0%	21,6	25,9	19,6%
M6	171,3	200,3	16,9%	1 220,5	1 299,6	6,5%
D8	42,1	43,9	4,3%	311,4	323,8	4,0%
W9 + 6ter	58,6	56,8	-3,1%	384,5	407,7	6,0%
TMC	39,2	39,3	0,3%	317,0	328,7	3,7%
NT1	28,1	36,5	30,2%	230,5	242,1	5,0%
NRJ12	33,0	33,9	3,0%	259,1	286,5	10,6%
France 4	1,1	1,3	20,9%	10,9	9,5	-12,6%
BFMTV	33,0	29,1	-11,8%	268,6	257,8	-4,0%
iTELE	39,4	36,7	-6,8%	229,3	256,2	11,8%
D17	30,5	27,3	-10,6%	230,6	189,0	-18,1%
Gulli	15,0	14,4	-3,5%	97,5	106,2	8,9%
France Ô	0,1	0,2	126,6%	1,0	1,1	11,9%
HD1	16,1	22,7	41,1%	81,9	109,1	33,2%
L'Equipe 21	7,8	12,0	54,9%	45,6	74,7	63,6%
Numéro 23	5,9	11,0	86,2%	31,1	50,7	63,1%
RMC Découverte	9,6	17,3	80,3%	65,3	117,0	79,1%
Chérie 25	4,5	8,7	91,8%	22,8	44,4	95,1%

## investissements publicitaires bruts par chaîne (M€, cumul)



## investissements publicitaires bruts par secteur (M€, cumul)

total télévision	2014	2015	évol.
ALIMENTATION	1 342,4	1 516,3	13,0%
HYGIENE BEAUTE	1 051,4	1 052,6	0,1%
AUTOMOBILE TRANSPORT	767,3	817,8	6,6%
DISTRIBUTION	626,4	738,4	17,9%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	650,6	632,8	-2,7%

chaînes historiques	2014	2015	évol.
ALIMENTATION	780,9	867,9	11,1%
HYGIENE BEAUTE	644,6	664,0	3,0%
DISTRIBUTION	342,6	399,0	16,4%
AUTOMOBILE TRANSPORT	383,4	395,6	3,2%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	303,8	291,6	-4,0%

chaînes TNT/TNT HD	2014	2015	évol.
ALIMENTATION	426,9	498,6	16,8%
HYGIENE BEAUTE	326,4	320,1	-1,9%
AUTOMOBILE TRANSPORT	295,5	313,6	6,1%
DISTRIBUTION	191,5	236,6	23,6%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	214,5	216,8	1,0%

chaînes thématiques	2014	2015	évol.
AUTOMOBILE TRANSPORT	67,4	76,8	13,9%
ALIMENTATION	58,3	63,2	8,4%
CULTURE & LOISIRS	41,3	59,9	45,2%
HYGIENE BEAUTE	52,9	53,1	0,3%
VOYAGE-TOURISME	31,9	40,9	28,4%