



### Forte progression des investissements publicitaires à la télévision au premier trimestre 2011 (Yacast)

La télévision a connu une hausse de 13,8 % de ses recettes publicitaires brutes au premier trimestre 2011, selon un bilan de Yacast. Au total 1 966 millions d'euros bruts (avant négociations commerciales) ont été investis sur les chaînes de télévision sur les trois premiers mois de l'année.

La croissance du chiffre d'affaires publicitaire des six télévisions hertziennes s'est ralentie par rapport à 2010 (+9 % sur l'ensemble de l'année) pour atteindre +5,6 % (vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2010) à 1 259 M€ de recettes publicitaires brutes. Dans le détail, TF1 affiche une progression limitée de son chiffre d'affaires publicitaire (755 M€) de +3,3 % (+4 % avant 20h, et +3 % après 20h). M6 connaît une forte croissance de ses recettes publicitaires (338 M€) de 12,6 % (+14 % avant 20h et +12 % après 20h). Canal+ (47 M€) est en hausse de +7,8 %. France 2 (75 M€) est à +2,9 %, France 3 (37 M€) à -3,3 % et France 5 (8 M€) à +4,4 %.

Les chaînes de la TNT, du câble et du satellite affichent, à nouveau, une belle progression de leurs recettes publicitaires de +32,2 %. En détail, ce sont les chaînes de la TNT (517 M€) qui soutiennent cette bonne évolution avec +36,5 % à elles seules (dont +37 % avant 20h et +36 % après 20h), tandis que les chaînes du câble et du satellite progressent toutefois de +21,7 %. Dorénavant, les 10 chaînes de la TNT accaparent 26,3 % de part de marché du média TV (+4,4 points).

Le podium des chaînes de la TNT revient à TMC (103 M€ / +63 %), W9 (74 M€ / +10 %) et NRJ12 (72 M€ / +74 %). Viennent ensuite I-Télé (67 M€ / +70 %), Direct 8 (56 M€ / +24 %), NT1 (53 M€ / +55 %), BFMTV (40 M€ / +11 %), Gulli (24 M€ / +23 %), Direct Star (21 M€ / -23 %). Les chaînes du cab-sat arrivent ensuite avec RTL9 (16 M€ / +91 %), InfoSport (12 M€ / +66 %), TV Breizh (11 M€ / +10 %).

Sur le podium sectoriel, la première place revient à l'alimentation (401 M€), en progression de +6,5 % puis l'automobile & transport (274,8 M€), en progression de +14 % et l'hygiène beauté (255,8 M€), en hausse de +20,4 %. Procter & Gamble a été l'annonceur le plus présent à la télévision au premier trimestre (-14 %), suivi par Unilever (43 M€ / +5 %) et Reckitt Benckiser (42 M€ / +12 %).