

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 20 mars 2009 – Embargo jusqu'au lundi 23 mars 0h00

Première enquête sur la relation médias-agences médias réalisée par Offremedia pour Marketing Magazine

Pour la première fois, les régies publicitaires s'expriment sur leurs premiers clients, les agences médias et leur attribuent une note moyenne de 5,5 /10.

L'évaluation révèle en substance des relations étroites mais qui sont loin d'être idéales.

Les médias reprochent aux agences de manquer de temps, de culture (54% des répondants considèrent que leurs interlocuteurs en Agence Média ne connaissent que partiellement le support présenté), et d'expérience, de n'être concernées que par la négociation et de ne pas être transparentes. (50% des personnes interrogées jugent ne pas avoir les moyens de savoir si leurs informations sont correctement relayées vers l'annonceur).

L'étude met également en avant le décalage des motivations des contacts :

Quand 34% des relations entre médias et agences médias sont motivées par une présentation globale, 35% des contacts agences médias - médias sont, eux, directement liés à une demande financière spécifique.

Compte tenu de l'augmentation exponentielle du nombre de supports, on arrive à un « goulot d'étranglement » qui fait que 52% des médias jugent insuffisante la fréquence de leurs relations avec les agences. Le pourcentage monte à 58% pour les nouveaux entrants et les médias challengers.

Toutefois les médias ne mettent pas toutes les agences dans le même sac. Ils reconnaissent à 88% que les relations varient d'une agence à une autre. Ce qui fait la différence : l'expérience des collaborateurs de l'agence (25%), la personnalité des dirigeants (19%), la philosophie de l'agence (18%), la taille (10%)

Voici le top 5 des agences qui, pour les médias, entretiennent les meilleures relations avec les régies

- 1 – Zenith Optimedia
- 2 – Carat
- 3- KR Médias
- 4 – MPG
- 5 – OMD

A découvrir également dans le supplément media de Marketing Magazine conçu et réalisé avec 100%media, la newsletter média d'Offremedia.com, les réactions de Dominique Delport qui s'exprime en tant que Président de l'Udecam, Magali Florens, DG de OMD, Marc Lewitanski (Vice Président de Media Track), Pascal Dasseux COO d'Havas Media, Catherine Bonnange, fondatrice de GoodAngel Media, Stéphane Bodier, président d'Initiative et Universal Mc Cann, Hervé Brossard, président d'Omnicom Media Group, Thomas Le Thierry président de Carat , Thierry Jadot, président de Starcom et Sébastien Danet, président de ZenithOptimedia.

Enquête réalisée par Offremedia

Article réalisé par Isabelle Musnik pour Offremedia

Les résultats complets de l'enquête seront publiés dans un supplément 100%media réalisé conjointement par la rédaction d'Offremedia et celle de Marketing Magazine et qui sortira le 25 mars prochain

FICHE TECHNIQUE

Enquête réalisée en ligne du 20 janvier 2009 au 15 février 2009. Système Libop Quest
Questionnaire envoyé à 2 000 personnes
170 réponses complètes reçues

PROFIL DES REpondants

Régies publicitaires et médias : 94%

Taille de société

De 1 à 5 personnes : 23%

De 6 à 20 personnes : 18%

De 21 à 100 personnes : 21%

Plus de 100 personnes : 35%

Non réponse : 3%

Domaine d'intervention des répondants

Plurimédia : 8%

Presse grand public (payante et gratuite) : 29%

Presse professionnelle : 10%

Radio : 3%

Internet & Téléphonie mobile : 22%

Affichage : 6%

Télévision : 8%

Cinéma : 0.5%

Médias de terrain et événementiels : 7%

Poste occupé par les répondants

Dirigeant (PDG, DG, Gérant) d'une société de média : 25%

Commercial(e) de 6 d'expérience ou plus : 36%

Commercial(e) de 5 ans d'expérience ou moins : 20%

Indépendant : 1%

Occupant une fonction Marketing/Etudes dans un média ou une régie : 14%

Non réponse : 4%

Statut du média représenté

Un média reconnu et institutionnel parmi les acteurs du marché : 52%

Un média challenger : (31%)

Un nouvel entrant sur le marché (moins d'un an d'existence) : 12%

CONTACT

Thierry Amar Président d'Offremedia

01 40 72 73 00

thamar@offremedia.com