

KANTAR MEDIA

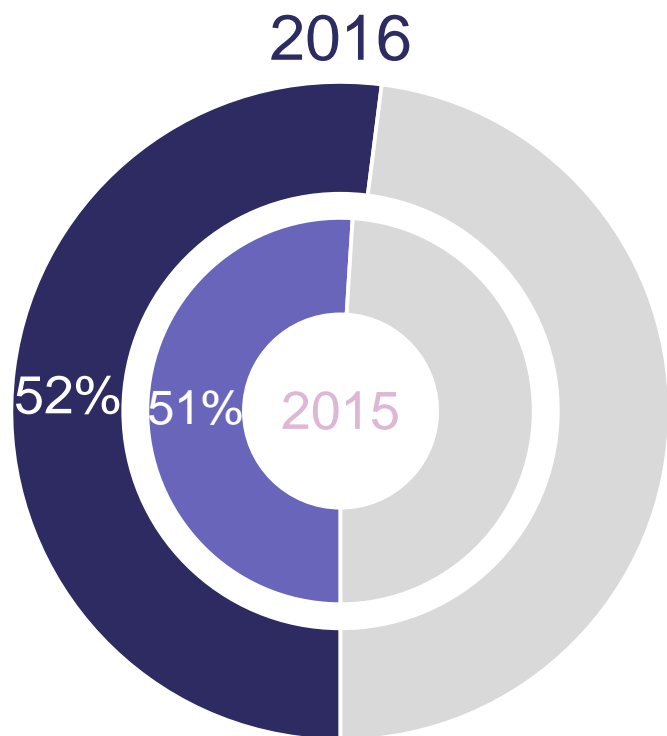
Année de pub 2016

Focus sectoriels



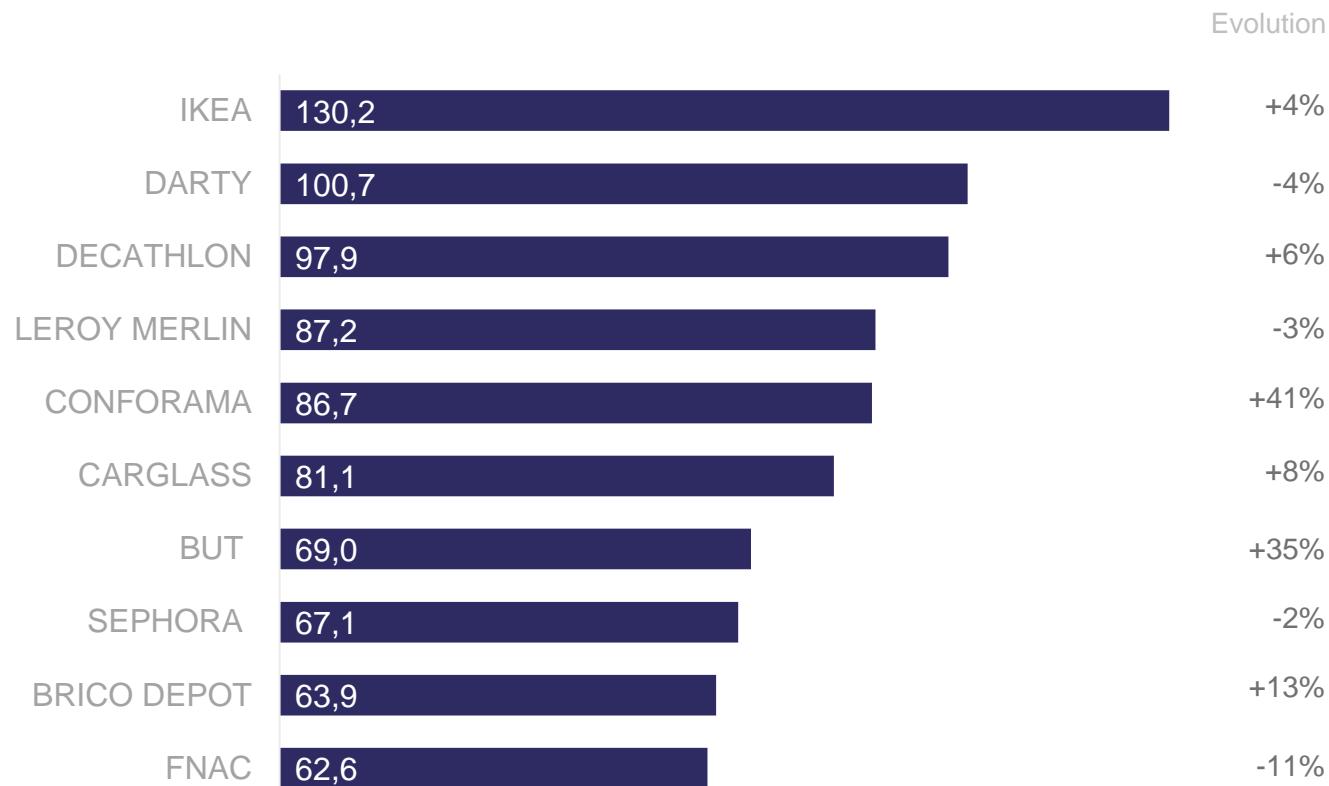
Distribution spécialisée : Conforama et But se distinguent par leurs fortes évolutions

Poids de la distribution spécialisée et top 10 enseignes – 2016 vs 2015




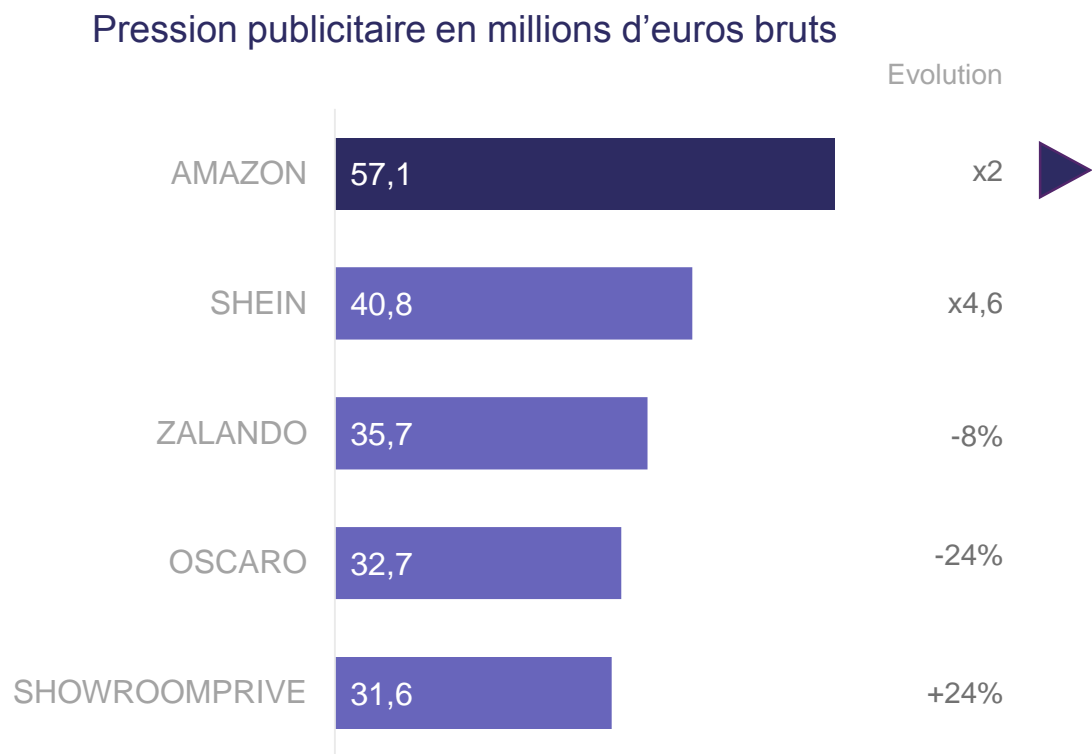
Distribution spécialisée : +5%

Pression publicitaire en millions d'euros bruts



E-Commerce : AMAZON assure une communication continue en télévision

Top 5 pure players – 2016 vs 2015

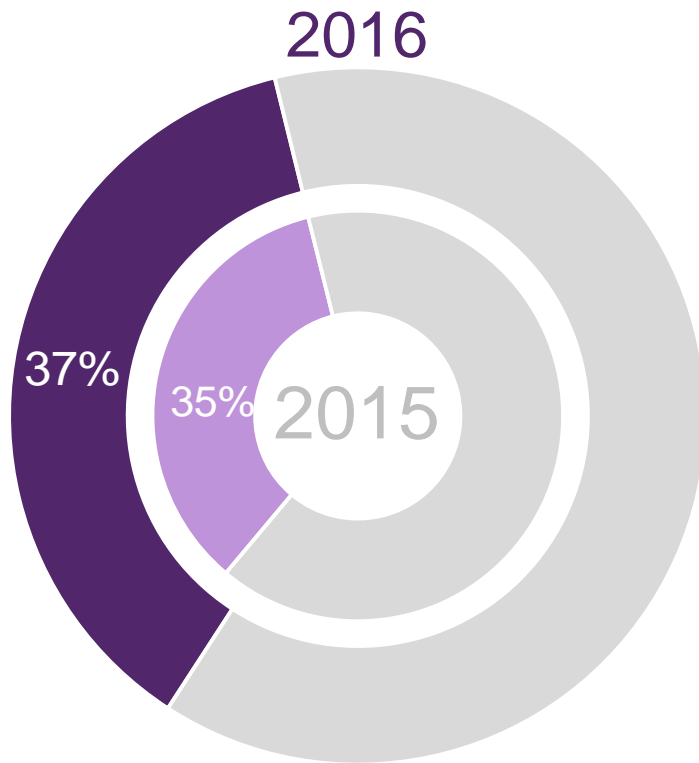


x 3,1
Pression publicitaire en télévision

- ✓ 48 234 spots diffusés en 2016
soit 132 spots par jour
- ✓ 9 fois plus que la moyenne des enseignes

Distribution généraliste : un secteur qui accentue sa pression publicitaire

Poids et évolution de la distribution généraliste – 2016 vs 2015



Distribution généraliste : +8%

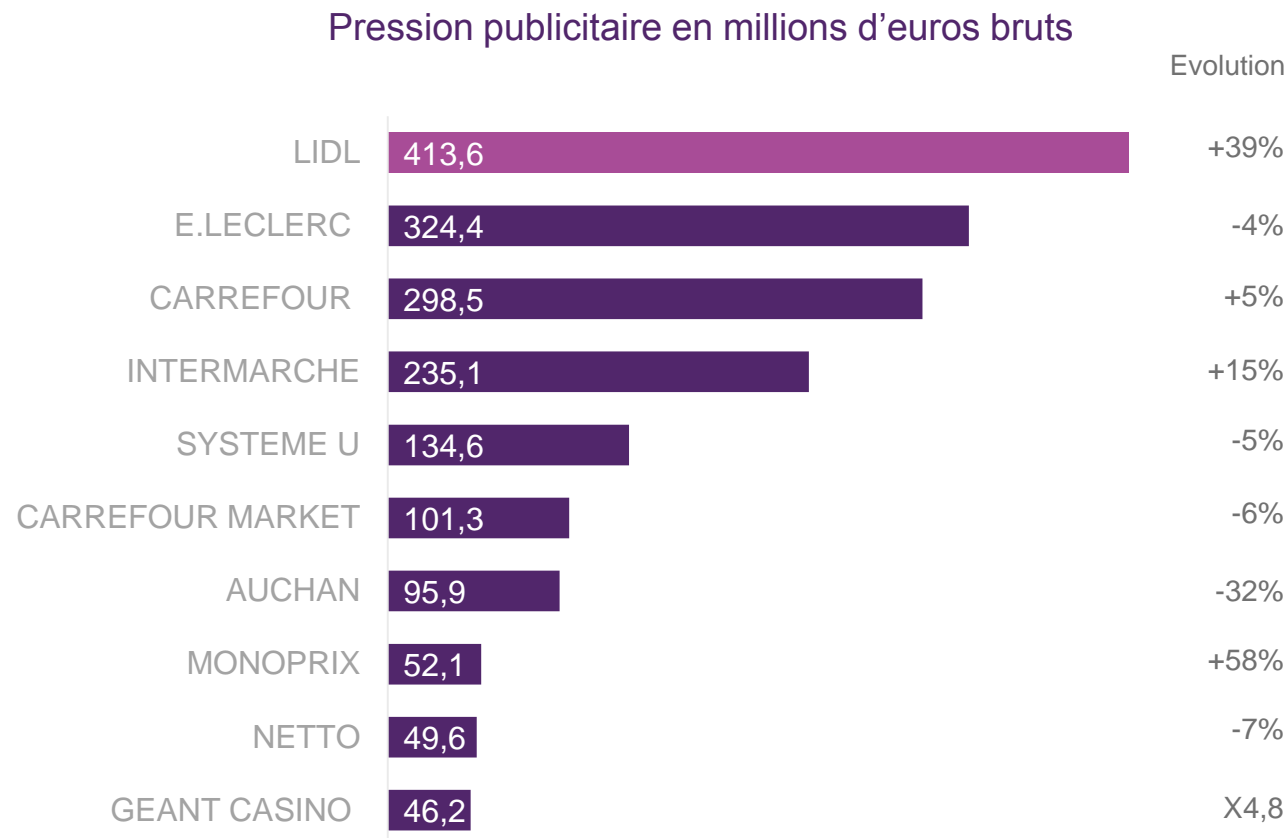
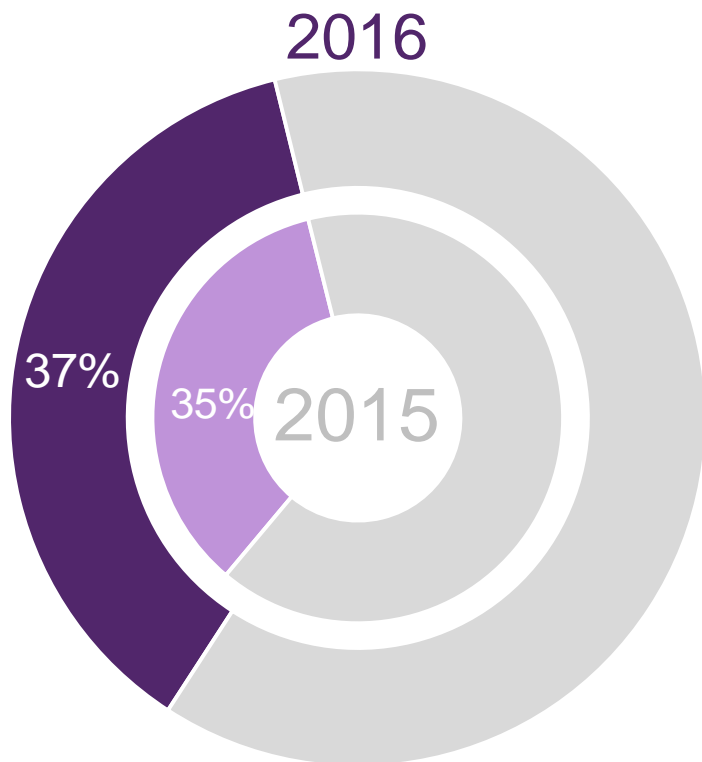


« On est mal patron ! »

- ✓ Contribue pour 82% à la croissance des GMS
- ✓ Discours: référencement, qualité des produits & consommation responsable

Distribution généraliste : Lidl, l'enseigne la plus présente dans les médias en 2016

Poids et évolution de la distribution généraliste – 2016 vs 2015



Distribution généraliste : une communication plus orientée sur la consommation responsable

Thématiques de communication des enseignes généralistes - 2016



PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



RESPECT DES PRODUCTEURS



TRACABILITE



MADE IN FRANCE



MDD BIO



Un discours
qui reste
résolument orienté

PRIX

La consommation responsable, un message porté par les marques nationales

Activité publicitaire Alimentation sur le “Manger Sain”



289 marques
Légumes/Viande & Produits
Laitiers



2% de l'alimentation
Laits & Ultra Frais



« Sans »

Tendance émergente
sur les produits Apéritifs
et les pâtes

144

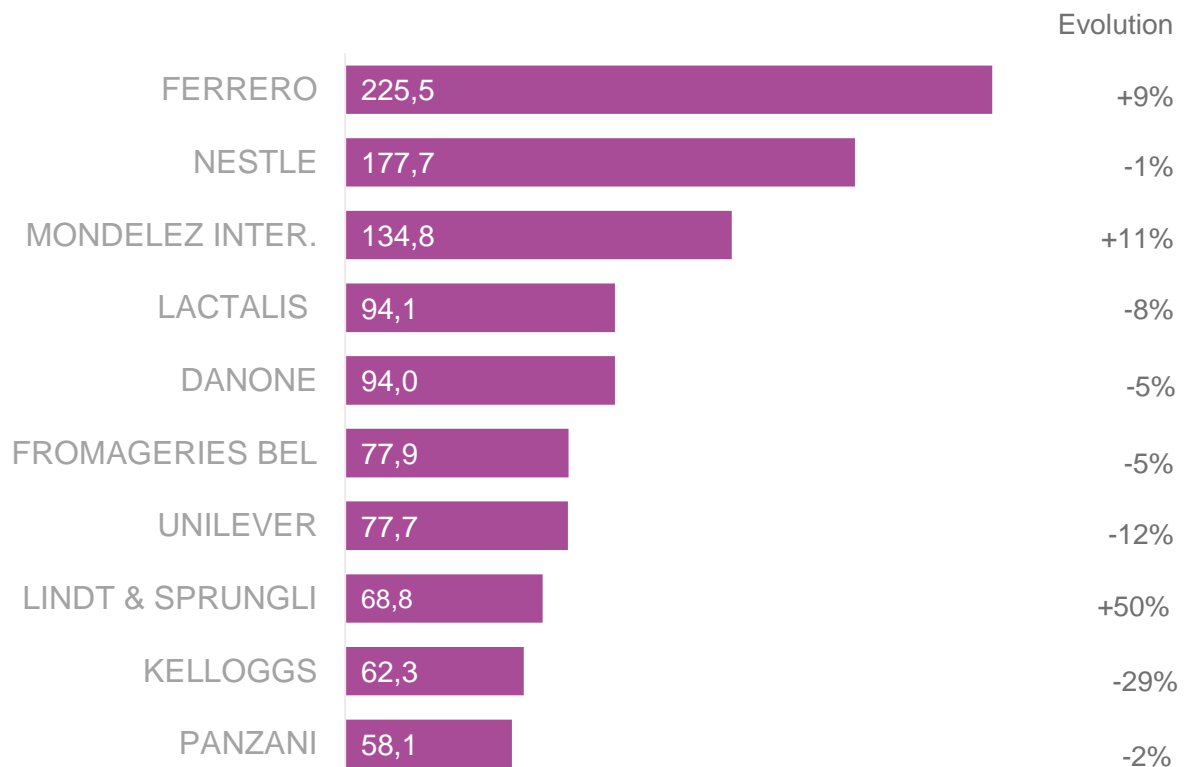
Annonceurs

Près de 600 créations sur l'ensemble des médias

L'alimentation accentue sa présence en digital

Top annonceurs 2016 vs 2015

Pression publicitaire en millions d'euros bruts



Alimentation: -1,4%

Focus Ultra-Frais



Forte activation media

- ✓ Dispositif complet et multi devices
- ✓ Une volonté de pousser le Digital
- ✓ Facebook pour capter une cible plus jeune

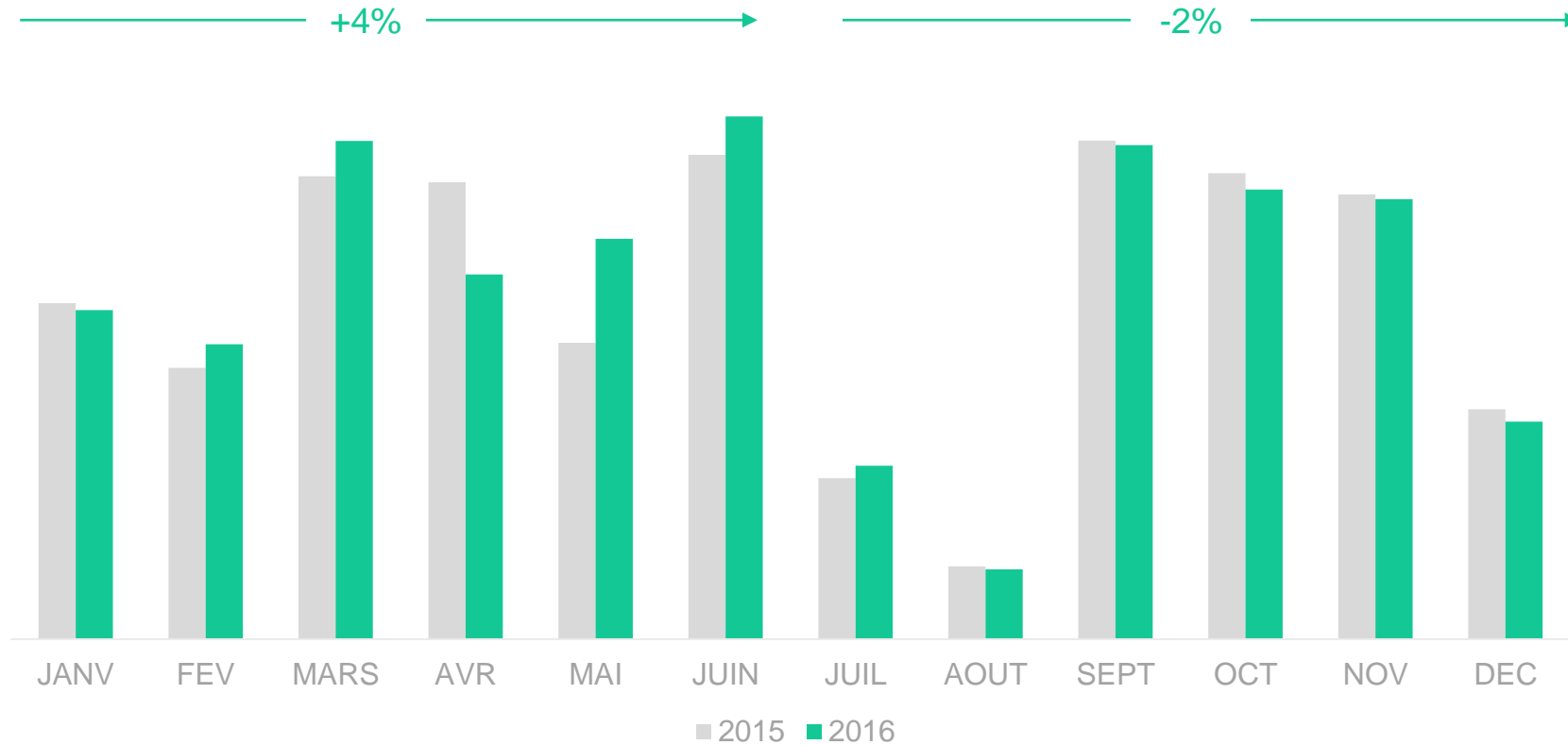
Yoplait célèbre ses 50 ans sur le digital

- ✓ Mise en scène de consommateurs de 1 à 100 ans via des vidéos exclusivement sur les réseaux sociaux



Les constructeurs automobiles renforcent leurs communications sur les modèles

Evolutions mensuelles de la pression publicitaire des constructeurs automobiles - 2016



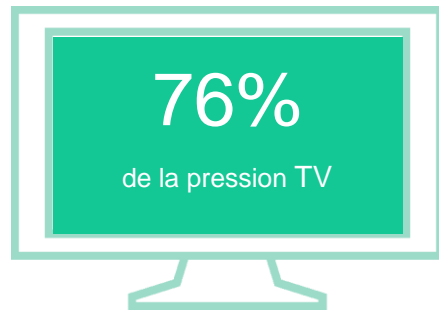
Automobile : +1%

Automobile : une hausse du format vidéo

Evolution de la pression publicitaire 2016 vs 2015

- » Progression significative de la pression publicitaire en TV (+10%)

+15%
Campagnes
Modèles



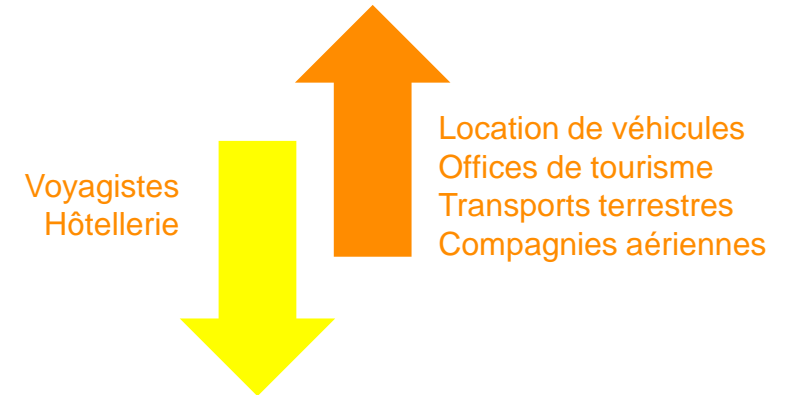
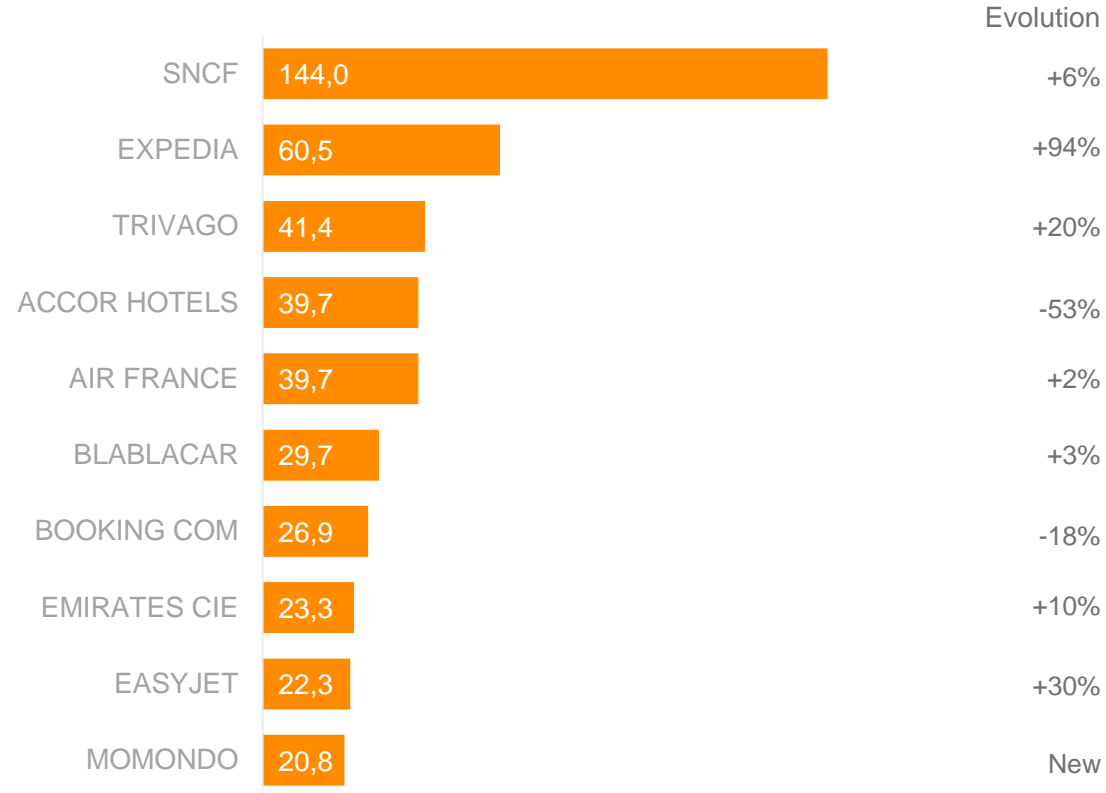
Utilisation de la vidéo sous toutes ses formes

- ✓ Vidéo Instream
+25% d'annonceurs
26% des vidéos spécifiques au digital
- ✓ Vidéos virales
3^{ème} secteur sur la vidéo virale
+43% de marques
1 234 créations

Voyage Tourisme : les pure players représentent 25% de la pression publicitaire du secteur

Top 10 annonceurs Tourisme – 2016 vs 2015

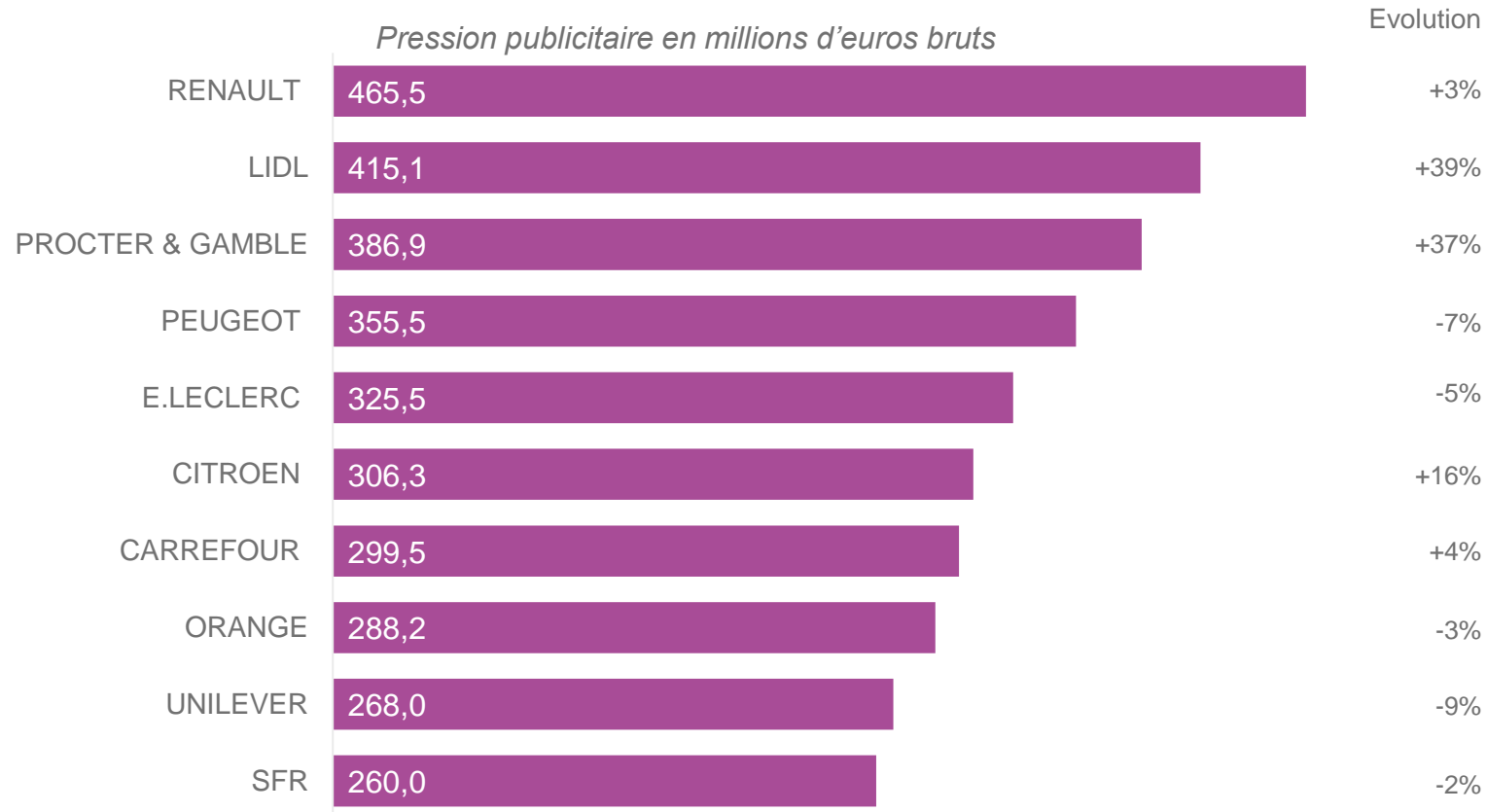
Pression publicitaire en millions d'euros bruts



Voyage Tourisme : -3 %

Des évolutions contrastées entre les annonceurs

Top 10 annonceurs plurimédias – 2016 vs 2015



Concentration du marché publicitaire

Les 100 premiers annonceurs
représentent

39%
de la pression brute