

Communiqué de presse du 27 janvier 2005

publisuisse SA
Giacomettistrasse 15
Case postale 610
3000 Berne 31
Téléphone 031 358 31 11
Téléfax 031 358 31 00
webteam@publisuisse.ch

40 ans de publicité télévisée en Suisse : l'histoire d'un succès

La publicité télévisée en Suisse est née il y a 40 ans, plus précisément le 1^{er} février 1965, avec la diffusion des premiers spots noir-blanc sur les petits écrans helvétiques. Aujourd'hui, la palette d'offre s'est élargie, elle va du cross-média au sponsoring. Autorisée par le Conseil fédéral malgré l'opposition initiale des grandes maisons d'édition, la publicité télévisée s'est progressivement imposée et son chiffre d'affaires n'a cessé de croître. De 1965 à nos jours, publisuisse, partenaire commerciale de la première heure et filiale de SRG SSR idée suisse, a dégagé quelque 6,7 milliards de francs de recettes, contribuant pour une part substantielle au financement des programmes. De 1993 à 2003, le volume tout comme la part de marché de la publicité télévisée a doublé en Suisse ; les experts pronostiquent même que la barre des 600 millions de francs de chiffre d'affaires net pourrait être franchie dès 2006. La publicité télévisée a donc de beaux jours devant elle !

La publicité télévisée augmente la notoriété des produits et des entreprises, crée une image de marque et stimule les ventes. Tout le monde se souvient des slogans « Les chats achèteraient Whiskas », « Meister Proper est si propre qu'on peut même se voir dedans », ou encore de la vache des PSL qui fait des claquettes. Certaines expressions sont rentrées dans le langage quoti-

dien et resteront à jamais gravées dans la mémoire collective. Si de grandes entreprises comme Nestlé, Migros, Coop ou Swisscom misent sur l'impact fort et durable de la publicité télévisée, elles sont de plus en plus souvent imitées par des PME telles que Pneu Egger. Depuis l'apparition de la pub sur le petit écran, publisuisse (anciennement la SA pour la publicité à la télévision) a l'exclusivité de la commercialisation des programmes de SRG SSR idée suisse.

Une contribution majeure au financement des programmes de SRG SSR idée suisse

Grâce à publisuisse, le secteur TV représente près d'un quart des recettes annuelles de SRG SSR idée suisse, un apport qui permet d'éviter la hausse de la redevance et de maintenir la qualité des programmes. publisuisse contribue par ailleurs à près d'un sixième des recettes globales de SRG SSR idée suisse. En sa qualité de partenaire commerciale exclusive de SRG SSR idée suisse, elle est responsable de la publicité télévisée et du sponsoring radio dans tous les programmes, ainsi que du sponsoring sur la TSI. En ce qui concerne les dépenses publicitaires à la télévision, sa part de marché est de 70%. Avec un chiffre d'affaires net de 307 millions de francs en 2004, publisuisse est le leader incontesté du marché suisse de la publicité télévisée.

La publicité TV a le vent en poupe depuis l'introduction de la LRTV

L'entrée en vigueur de la première Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) le 1^{er} avril 1992 marque le début d'une période de croissance durable pour la publicité télévisée, la libéralisation du marché stimulant les investisse-

ments annuels consentis dans ce secteur. La barre des 300 millions de francs nets est franchie en 1994 déjà, celle du demi-milliard en 1999. Selon certaines estimations, le cap des 600 millions, soit près de 50 fois plus qu'il y a 40 ans, pourrait être atteint dès 2006. De 1993 à 2003, le volume et la part de marché de la publicité TV fait plus que doubler en Suisse. Par rapport aux pays voisins, celle-ci reste cependant encore relativement modeste puisqu'elle ne représente en 2003 que 16,2 % des dépenses publicitaires nettes, contre 26,9 % en Allemagne ; de l'avis des experts, elle devrait continuer à progresser pour venir taquiner la barre des 20% dans un proche avenir.

Les développements techniques de publisuisse posent de nouveaux jalons et contribuent au succès de l'entreprise.

Pour pouvoir gérer au mieux un volume publicitaire en constante augmentation, publisuisse s'est lancée dans une politique d'investissement ciblée, que ce soit dans le développement d'outils de planification et de réservation, le conseil, la planification, la réalisation et le contrôle de la publicité TV, voire la recherche. Elle a participé largement au développement de Telecontrol, l'instrument électronique de mesure de l'audience qui fait aujourd'hui référence sur le plan international.

Grâce à « publiplan », le système de réservation en ligne qu'elle a lancé en 1996, les agences média et les annonceurs peuvent réserver, contrôler et optimiser leurs campagnes en ligne. En 2000, publisuisse met en service en première mondiale le « digispot » destiné à la transmission des spots TV par fibre optique vers les studios SRG SSR idée suisse. Autre innovation unique en son genre, la banque de données « publispot » per-

met aux annonceurs, aux agences de publicité,
aux agences média et à tous les intéressés
d'accéder en ligne à plus de 60 000 spots.

Nombre de caractères (y compris les espaces) :

4876

Fiche signalétique

Actionnaires:	SRG SSR idée suisse (99,8%) Union suisse des arts et métiers (0,2%)
Nombre de collaborateurs:	96 (postes à plein temps)
Chiffre d'affaires 2004:	318 millions de francs (chiffre d'affaires total net) 307 millions de francs (chiffre d'affaires TV net)
Sièges:	5 (Berne, Zurich, Lausanne, Genève, Lugano)

Les responsables média trouveront sur le site www.publisuisse.ch (rubrique Qui sommes-nous ? → Service de presse → 40 ans de publicité TV) des communiqués traitant des sujets suivants:

- Aspects économiques de la publicité télévisée
- Historique de publisuisse (De la SAP à publisuisse, 1965 – 2005)
- Evolution technique de la publicité à la télévision
- Fond et forme des spots TV
- Images, illustrations et tableaux sur le thème de la publicité à la télévision
- Les 40 meilleurs spots suisses

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à vous adresser à Peter Kaufmann, Responsable Public Relations de publisuisse.

publisuisse
Giacomettistrasse 15
Case postale 610
3000 Berne 31

Téléphone: ++41 31 358 31 11
Téléfax: ++41 31 358 34 00
Ligne directe: ++41 31 358 34 41
E-mail: p.kaufmann@publisuisse.ch

Berne le 27 janvier 2005