

Embargo jusqu'au 2 juillet 2003, 11.45 heures

Communiqué de presse – version normale (env. 6'000 signes)

Dépenses publicitaires en Suisse

5.4 milliards de recettes publicitaires nettes en 2002

L'évolution économique en Suisse s'est aussi répercutée sur les recettes publicitaires. Après l'embellie de l'an 2000 et un léger revers l'année suivante, les chiffres d'affaires ont subi un recul de 4.8% en 2002. Le total des recettes publicitaires net s'élevait à 5.390 milliards de francs. Les différents groupes de médias ont connu une évolution contrastée.

Lors de sa conférence de presse, la Fondation Statistique Suisse en Publicité a présenté les résultats du recensement des dépenses publicitaires pour l'année dernière. Désormais des données sont à disposition pour les années 1982 à 2002. Les données ont été récoltées directement auprès des médias par des questionnaires écrits. Les réponses expriment les sommes effectivement dépensées par les annonceurs pour la diffusion de leurs mesures publicitaires. Seuls les chiffres de la publicité sont basés sur une estimation.

La faible croissance économique se répercute sur les recettes publicitaires

L'année dernière, les recettes publicitaires ont atteint le montant de 5'390 milliards de francs, ce qui représente un recul de 275 millions de francs ou 4.8% par rapport à l'année précédente. Selon les chiffres les plus actuels de l'Office fédéral de la statistique, le produit intérieur brut aux prix courants a augmenté de 0.5% durant la même période. De faibles taux de croissance conduisent le plus souvent à une évolution négative sur le marché de la publicité. Cependant, l'expérience montre qu'il n'est pas possible d'en tirer des conclusions directes pour prévoir le futur volume publicitaire.

Les journaux abonnés sont le plus durement touchés par le recul

En 2002, les recettes des journaux, périodiques et de la presse professionnelle ont atteint 2.547 milliards de francs. Partant, les chiffres d'affaires ont été de 11.8% inférieures à ceux de l'année précédente. Les journaux abonnés ont été le plus durement touchés, puisqu'ils ont connu une régression de 13.9%. S'agissant des offres d'emploi le recul des recettes était de 232 millions de francs, tandis que les annonces commerciales ont encaissé 107 millions de francs en moins.

Les quotidiens à fort tirage ont le plus souffert du marasme sur le marché des annonces. L'année dernière, chaque exemplaire publié des quotidiens avec un tirage supérieur à 50'000 exemplaires a été financé en moyenne à raison de Fr. 1.77 par exemplaire par des recettes publicitaires. Durant l'année record 2000, cette valeur se situait encore au niveau de Fr. 2.32.

L'effondrement des offres d'emploi

Le marché des offres d'emploi dépend fortement de la situation conjoncturelle et par conséquent, il est soumis à de grosses oscillations. Après de taux de croissance dépassant 30% durant les années 1998 à 2000 et un léger recul de 4.5% en 2001, l'année 2002 a conduit à un effondrement de 42.1%. En revanche, au niveau de la comparaison à long terme, les 320 millions de francs de recettes annoncés ne sont pas un événement exceptionnel, puisque la valeur moyenne des dix dernières années n'est avec 342 millions de francs que légèrement supérieure.

Les périodiques grand public ont connu une évolution différente

Gloablement, les recettes réalisées par les périodiques grand public ont diminué de 12.0% pour atteindre 304 millions de francs. Dans les secteurs intérêt général ainsi que périodiques et encarts TV, la diminution des recettes a été insignifiante, tandis que les publications de la finance et de l'économie ont connu avec 20.6% un revers nettement plus marqué. La diminution du chiffre d'affaires de 21.1% au niveau des périodiques féminins s'explique, entre autre, aussi par la disparition du titre Meyer's.

Télévision: Déplacement du chiffre d'affaires par l'abandon de TV3 et Tele 24

L'année dernière, les recettes de la publicité et le sponsoring d'émissions ont rapporté 527 millions de francs au total. En comparaison avec l'année précédente, cela représente une diminution de 3.5%. La disparition des chiffres d'affaires de TV3 et Tele 24 ont conduit à une évolution différente pour les genres de chaînes en présence. Tandis que le volume publicitaire des chaînes privées suisses a diminué de 69 à 32 millions de francs, les fenêtres publicitaires étrangères en ont profité, puisqu'elles ont réalisé une croissance de leurs recettes de 99 à 123 millions de francs. Les chaînes de droit public ont annoncé 372 millions de francs de recettes, ce qui signifie un léger recul de 5 millions de francs.

Stagnation, respectivement légères pertes pour les autres médias électroniques

Le résultat des chaînes de radio se situe avec 129 millions de francs de recettes exactement au niveau de celui de l'année précédente. Tout au plus a-t-on constaté un léger déplacement des secondes publicitaires vendues vers des recettes provenant du sponsoring d'émissions.

En 2002, la publicité au cinéma a rapporté 38 millions de francs. Ce résultat est de 6.3% inférieur à celui de l'année précédente.

Avec le télétexte, la SSR et les chaînes de télévision locales ont généré 14 millions de francs de recettes publicitaires (+1.9% par rapport à l'année précédente).

Publicité extérieure: 571 millions de francs de chiffre d'affaires

Avec 571 millions de francs, les recettes réalisés par la publicité extérieure en 2002 étaient de 5.3% inférieures à celles de l'année précédente. Les affiches, en tant que secteur le plus important, ont apporté 342 millions de francs de recettes (-8.3%). Le second facteur important, la publicité néon, se situait avec 160 millions de francs au niveau de l'année précédente.

Les annuaires d'adresse et de téléphone continuent de monter

Les annuaires d'adresses et ouvrages d'information ont réalisé un plus de 16.8% par rapport à l'année précédente. Ce genre se concentre de plus en plus sur les annuaires d'adresse et de téléphone, dont les chiffres d'affaires ont connu une croissance de 22.1%, grâce aux inscriptions dans l'Internet. Ils ont généré 160 millions de francs de recettes du total 181 millions, tandis que les ouvrages d'information devait se contenter de 21 millions de francs.

Croissance constante pour les foires et expositions

Les foires et expositions ont annoncé un chiffre d'affaires de 243 millions de francs pour 2002 (+3.4% par rapport à l'année précédente). L'évolution positive, observée depuis 1997, a donc été confirmée.

Légères augmentations des recettes pour la publicité directe

En 2002, les recettes de La Poste et des organisations de distribution privées, provenant de la distribution de la publicité adressée et non adressée, ont atteint 1'140 millions de francs. Par rapport à l'année précédente, cela représente une croissance de 2.7%. Partant, de tous les genres présents dans la statistique en publicité, la publicité directe s'est clairement établie comme numéro 2 derrière les médias imprimés.

Source d'approvisionnement:

La brochure „Dépenses publicitaires Suisse“ contenant les résultats détaillés peut être commandée au prix de Fr. 28.- auprès de :

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstr. 53, 8048 Zurich
Téléphone 01 434 31 11, e-mail wemf@wemf.ch, website www.wemf.ch

Pour de plus amples informations, adressez-vous s.v.p. à :

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstr. 53, 8048 Zürich
Téléphone 01 434 31 11, Fax 01 434 31 12, Mail e-mail@wemf.ch

→ Rolf Blum, chef de projet. Tél. direct 01 434 31 03, e-mail rolf.blum@wemf.ch