

# Veille



## Le décryptage commercial du mois Vers une (très) légère reprise du marché français d'ici à 2017

Connaître, comparer, contacter tous les médias! En quelques clics, accédez à plus de 8 500 médias référencés avec les tarifs publicitaires, les contacts commerciaux et rédactionnels, les fiches techniques, calendriers rédactionnels, ours de presse, descriptions, photos, etc. Une base de données complète et à jour, structurée et détaillée.



ZenithOptimedia revoit légèrement à la hausse ses prévisions sur l'évolution du marché publicitaire. Alors qu'en juin, on imaginait que les investissements en France allaient être stabilisés en 2017, cette fois, c'est un scénario un peu plus optimiste qui est envisagé.

### Des perspectives économiques « un peu plus favorables »

« Même si la reprise économique reste fragile, les perspectives économiques sont un peu plus favorables et nous ont incités à revoir à la hausse nos prévisions pour les trois prochaines années ». Sébastien Danet, président et global managing partner de ZenithOptimedia, réaffirme ainsi que les investissements publicitaires, en France, resteront négatifs en 2015, « avec -0,3% (vs -0,4% en juin), mais 2016 et 2017 sont en positif avec respectivement +0,1% (vs -0,1%) et +0,3% (vs +0,1%) ». Le niveau de croissance faible s'explique par le déséquilibre entre l'offre et la demande. Le marché publicitaire pèsera ainsi 9,9 milliards en 2017 et occupera la 7<sup>ème</sup> place du classement mondial, dans un marché global qui, lui, augmentera de 4% en 2015 (à 554 milliards de dollars US), de 5% en 2016, et de 4,4% en 2017.

### La télévision et l'Internet au coude à coude

« L'amélioration sur 2015 est due essentiellement à la télévision qui progresse désormais de 0,9% (vs +0,3% en juin) », indique ZenithOptimedia. Elle reste le média leader, avec une part de marché (PDM) de 32,4% (32,6% en 2017), et une valeur refuge pour les annonceurs. Mais comme on le voit depuis quelque temps maintenant, c'est Internet qui porte la croissance (+4,6%), surtout la vidéo en ligne (+41%) et le mobile (+47%). Au niveau mondial, le mobile devrait dépasser la publicité presse dès l'année prochaine. En France, sa part de marché passera de 6% cette année à 11% en 2017. L'Internet représentera 29,3% de PDM en 2015 et rattrapera la télévision, avec 32,1% de PDM.

### Pas d'amélioration pour la presse

Pour les autres médias, ZenithOptimedia ne revoit pas ses prévisions. Les investissements publicitaires en radio baisseront de 2% en 2015. Le média affiche une légère tendance à la baisse « avec une PDM passant de 7,2% en 2015 à 7,1% en 2017 ». L'affichage reculera de 0,5% en 2015, et devrait se stabiliser autour de 11,7% de PDM. Le cinéma perdra 5% en 2015, 0,3% en 2016 et 2017 (pour une PDM autour de 0,8%).

Enfin, la presse poursuit sa dégringolade : -8,6% en 2015, -8,9% en 2016 et 2017. Sa part de marché suivra le mouvement et passera de 18,6% en 2015 à 15,8% en 2017.

Jessica Ibelaidene

## Formation

**Il reste des places pour nos formations sur la presse des 14 octobre et 9 décembre**  
Confrontés à une baisse de leurs ventes au numéro et de leurs recettes publicitaires, chahutés par l'irruption du numérique, les éditeurs doivent faire preuve d'imagination et d'innovations. Pour mieux vous aider à comprendre cette mutation, et dessiner des pistes de réflexion, les Clés de la presse organise, le 14 octobre, sa formation « 7 clés pour comprendre la presse en 2015 ». Un tour d'horizon des enjeux du secteur, à travers son nouvel environnement, ses acteurs, ses mutations, ses innovations (éditoriales, commerciales, marketing), ses nouveaux modèles économiques, la place du numérique, le potentiel de la marque... Une mise à niveau indispensable.  
**En savoir+ [lesclesdelapresse.fr](http://lesclesdelapresse.fr)**

## Numérique

**Il reste des places à tarif réduit pour le Médialab speed-training du 22 septembre**  
Ouest médialab relance, le 22 septembre à Nantes, sa journée de formation en mode speed-training, pour se former aux médias numériques. Une trentaine de tutoriaux, démonstrations et retours d'expériences seront présentés en 30 minutes par des communicants, journalistes, designers, community managers, vidéastes... Partenaire de l'événement, les Clés de la presse vous propose 10 places à tarif réduit. Pour en bénéficier : [infos@lesclesdelapresse.fr](mailto:infos@lesclesdelapresse.fr)

## la pige de la presse



**L'enquête sport**  
Parution 10 septembre  
Famille Presse  
consacrée au sport  
Périodicité Trimestriel  
Prix 5,90 €  
Editeur Mazem éditions,  
5, avenue du général

Lapeccrine, 75 012 Paris  
Contact [lenquetespport@gmail.com](mailto:lenquetespport@gmail.com)  
Concept Magazine d'enquêtes et de reportages pour décrypter les grands bouleversements en cours dans le monde du sport.  
Directeur de la publication  
Eric Mugneret



**Instinct football**  
Parution 11 septembre  
Famille Presse  
consacrée au sport  
Périodicité  
bimensuel  
Prix 4,50 €  
Editeur

La brosse éditions,  
10, rue de Penthièvre, 75 008 Paris  
Contact pub 06 19 86 87 95  
Concept Magazine sur le football, avec beaucoup de photos, un ton décalé.  
Directeur de la publication  
Arnaud Sebin