



**Cité de la musique**

---

**OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE**

**Baromètre des investissements publicitaires  
du secteur des éditions musicales en radio et télévision**

*Sur un panel de 18 stations de radio et 31 chaînes de télévision*

---

**Année 2009**

**André Nicolas**

*Responsable de l'Observatoire de la musique*

221 avenue Jean Jaurès

75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Email : [observatoire@cite-musique.fr](mailto:observatoire@cite-musique.fr)

Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr>

# Sommaire

---

Méthodologie.....	3
Synthèse.....	4
Les chiffres clés de l'année 2009.....	6
I. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio.....	8
A. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en radio.....	10
B. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio.....	11
C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format.....	12
D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur.....	13
E. Part de marché des radios sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales .....	14
F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio.....	15
II. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en télévision.....	17
A. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en TV.....	19
B. Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par rapport à l'ensemble des recettes publicitaires des chaînes.....	20
C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format.....	21
D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur.....	22
E. Part de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales.....	23
F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaînes de TV.....	24
Annexes.....	27

# Méthodologie

Le baromètre des investissements publicitaires présenté est établi sur la base des diffusions de spots publicitaires (annonce publicitaire ou promotionnelle de courte durée diffusée sur un support audiovisuel) recensées par la société Yacast, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Yacast utilise la nomenclature SNPTV (fournie en annexe) contenant une liste des familles, classes, secteurs et variétés de produits.

Le panel comprend :

- 17 radios et une donne agrégée pour les radios du SIRTI
- 6 chaînes hertziennes et 25 chaînes du câble, du satellite et du numérique hertzien.

Les investissements publicitaires sont **exprimés en millions d'euros (M€) hors taxes** et ne concernent que la diffusion nationale des médias panélisés.

Les investissements publicitaires relatifs aux décrochages locaux ne sont pas pris en compte et, à fortiori, les investissements des contrats régionaux et/ou locaux des médias.

## **Note relative au périmètre du panel :**

L'examen des piges publicitaires porte sur un panel de radios et de TV distincts de ceux qui sont retenus pour le dispositif d'observation sur la diversité musicale en radio et en TV.

## **Contrainte concernant la réalité des flux financiers :**

Le dispositif statistique présenté, établi dans le respect de la loi Sapin sur la transparence du marché publicitaire, permet de vérifier, sur la base de leurs publications, les tarifs bruts annoncés par les régies publicitaires. Cette donne professionnelle, communément retenue, respecte par ailleurs les conditions d'un marché concurrentiel.

Si ce dispositif permet de fixer le cadre macro-économique des relations entre annonceurs et diffuseurs, il ne reflète pas pour autant la réalité des flux financiers nets. Les investissements sont fournis par tous les instituts, à partir des tarifs bruts communiqués, soit hors parrainages, autopromotion, taux de négociations, etc.

Bien que les taux de négociations ne soient pas annoncés, les secteurs musicaux sont considérés, par les médias, comme secteurs partenaires et bénéficient de taux de remise privilégiés, d'autant plus que les contrats sont souvent établis en tenant compte de la technique commerciale du floating\*.

La légitimité de ce traitement statistique ne doit pas occulter les effets collatéraux de pratiques commerciales sur un système de production, celui-ci étant fortement dépendant de ses capacités d'exposition.

\* Le floating est un mode de commercialisation des espaces publicitaires invendus, cédés à des conditions tarifaires particulières et avantageuses. Les conditions préférentielles compensent le fait que lors d'un achat en floating, l'annonceur n'a généralement pas de garanties (ou tout au moins des garanties limitées) sur le moment ou les emplacements ou ses messages seront diffusés.

# Synthèse

## Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio et en TV (à périmètre constant)

> Les investissements publicitaires tous secteurs confondus, s'élèvent en 2009 à **9 479,31 M€** (dont 3 197,02 M€ en radio et 6 282,29 M€ en TV), en augmentation de **+5,4%** par rapport à 2008. Ceux du **secteur des éditions musicales**, à hauteur de **201,60 M€**, chutent de **-12,5%** par rapport à 2008.

> Les investissements du secteur des éditions musicales en radio et en TV ne représentent que **2,1%** de l'ensemble des investissements publicitaires tous secteurs confondus (-0,5 pt vs. 2008).

> **895 spots publicitaires** (92 de moins qu'en 2008) sont recensés sur l'année 2009, pour **59 036 diffusions** (10 907 de moins qu'en 2008).

> Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV et en radio sont concentrés sur la promotion des albums, à hauteur de **73,4%** (en hausse de +3,2 pts vs. 2008). Les parts consacrées aux compilations, singles et DVD s'élèvent respectivement à 23,6% (-0,1 pt vs. 2008), 1,7% (-2,1 pts vs. 2008) et 1,4% (-0,9 pt vs. 2008).

> La répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales dans les médias (radio + TV) par annonceur s'établit comme suit :

Universal : 38,3% (+5,7 pts vs. 2008)  
Warner : 26,3% (+4,1 pts vs. 2008)  
Sony : 14,8% (-7,4 pts vs. 2008)  
EMI : 10,1% (-4,3 pts vs. 2008)  
Indépendants : 10,4% (+1,8 pt vs. 2008)

# Synthèse

## Les investissements du secteur des éditions musicales en radio

> Le montant consacré aux investissements publicitaires en radio s'élève à **61,56 M€ (-18,8% vs. 2008)**, représentant **30,5%** de l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV et en radio.

> Des disparités entre les radios apparaissent :

> Les radios généralistes captent une part des investissements publicitaires plus importante qu'en 2008 (+10,1%). **RTL**, radio à forte audience, renforce sa place de leader avec +4,3 pts, alors que **RMC** perd -1,2 pt vs. 2008.

> Parmi les radios musicales et thématiques, les parts de marché de **Radio Classique** et **Skyrock** progressent, avec respectivement **19,8%** (+5 pts), **17%** (+2,1 pts vs. 2008) .

> À l'inverse, **NRJ** et **Fun Radio** perdent respectivement -8,9 pts et -3,7 pts de parts de marché, ne captant plus que **10,9%** et **4,6%** des recettes publicitaires des radios dans le secteur des éditions musicales.

> En termes de stratégies de positionnement des éditeurs :

> Universal augmente ses investissements publicitaires sur les radios généralistes et les alloue majoritairement à RTL et Europe 1.

> Warner investit principalement sur Skyrock et sur RTL.

> EMI réduit ses investissements publicitaires de -50,1% sur les chaînes musicales, son plus fort investissement étant porté sur RTL.

> Sony se reporte sur Skyrock, Radio Classique et Europe 1.

> Les indépendants concentrent et renforcent leurs investissements sur Radio Classique, à hauteur de 64,7%.

## Les investissements du secteur des éditions musicales en TV

> Le montant des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV s'élève à **140,04 M€ (-9,4% vs. 2008)**, soit une part de marché de **69,5%**.

> **TF1** et **M6** demeurent les chaînes dominantes avec **51,3%** (-1,3 pt vs. 2008) et **27,7%** de parts de marché (-0,8 pt vs. 2008).

> Dans l'ensemble, les chaînes du câble-satellite et de la TNT progressent (+1,9%) et notamment **TMC (2%)**, **W9 (3,3%)** et **NRJ 12 (2%)**, dont la part d'investissements augmente respectivement de +1,6, +0,8 et +0,7 pt vs. 2008.

> Les recettes publicitaires des chaînes publiques (hors partenariat) restent faibles, les parts de marché de **France 2 et France 3** s'élevant respectivement à **2,3%** (-0,4 pt vs. 2008) et **1,2%** (+0,5 pt).

> En termes de stratégies de positionnement des éditeurs :

> Sony et EMI se désengagent des chaînes hertziennes, avec des investissements en baisse respectivement de -52,2% et -44,2%, TF1 subissant les plus fortes pertes de -60% et -54,7% vs. 2008.

> Universal augmente ses investissements sur les chaînes hertziennes de +15,9%, notamment sur TF1 (51%, +5,7 pts vs. 2008).

> Les indépendants renforcent leurs investissements sur les chaînes du câble-satellite et de la TNT, notamment sur France 4 (7,7%, +1,6 pt vs. 2008) et W9 (4,1%, +1,7 pt vs. 2008).

# Les chiffres clés de l'année 2009

Au cours de l'année 2009, le secteur des éditions musicales a concouru aux recettes publicitaires des médias (*TV + Radio*) à hauteur de **201,60 M€** \*, soit une diminution de -12,5% par rapport à l'année 2008. Ce secteur représente **2,1%** (-0,5 pt vs. 2008) du montant total des recettes publicitaires des médias.

## La répartition entre médias s'établit de la manière suivante :

> Télévision (6 chaînes hertziennes et 25 chaînes du câble et du satellite) : **140,04 M€** (-9,4% vs. 2008), soit une part de marché de 69,5% (+2,4 pts vs. 2008).

> Radio (5 généralistes et 13 musicales) : **61,56 M€** (-18,8% vs. 2008), soit une part de marché de 30,5%, qui diminue mécaniquement de -2,4 pts par rapport à l'année 2008.

## Les plus forts investissements par médias concernent les spots des artistes suivants (en M€) :

### > Top 3 télévision :

- > Mozart l'Opéra Rock (Warner) : 4,88
- > Seal (Warner) : 3,35
- > Black Eyed Peas (Universal) : 2,87

### > Top 3 radio :

- > Michael Buble (Warner) : 1,32
- > Roberto Alagna (Universal) : 1,24
- > Mozart l'Opéra Rock (Warner) : 1,23

## Les plus forts investissements par supports concernent les spots des artistes suivants (en M€) :

### > Top 3 Albums :

- > Mozart l'Opéra Rock (Warner) : 6,11
- > Michael Buble (Warner) : 3,31
- > Johnny Hallyday (Warner) : 3,07

### > Top 3 Singles :

- > Mikelangelo Loconte (Warner) : 0,76
- > Flo Rida (Warner) : 0,35
- > Cascada (Universal) : 0,30

### > Top 3 compilations :

- > 2009 Les Enfoirés font leur cinéma (Universal) : 1,60
- > The Beatles (EMI) : 1,55
- > Salut les copains (Universal) : 1,46

### > Top 3 DVD musicaux :

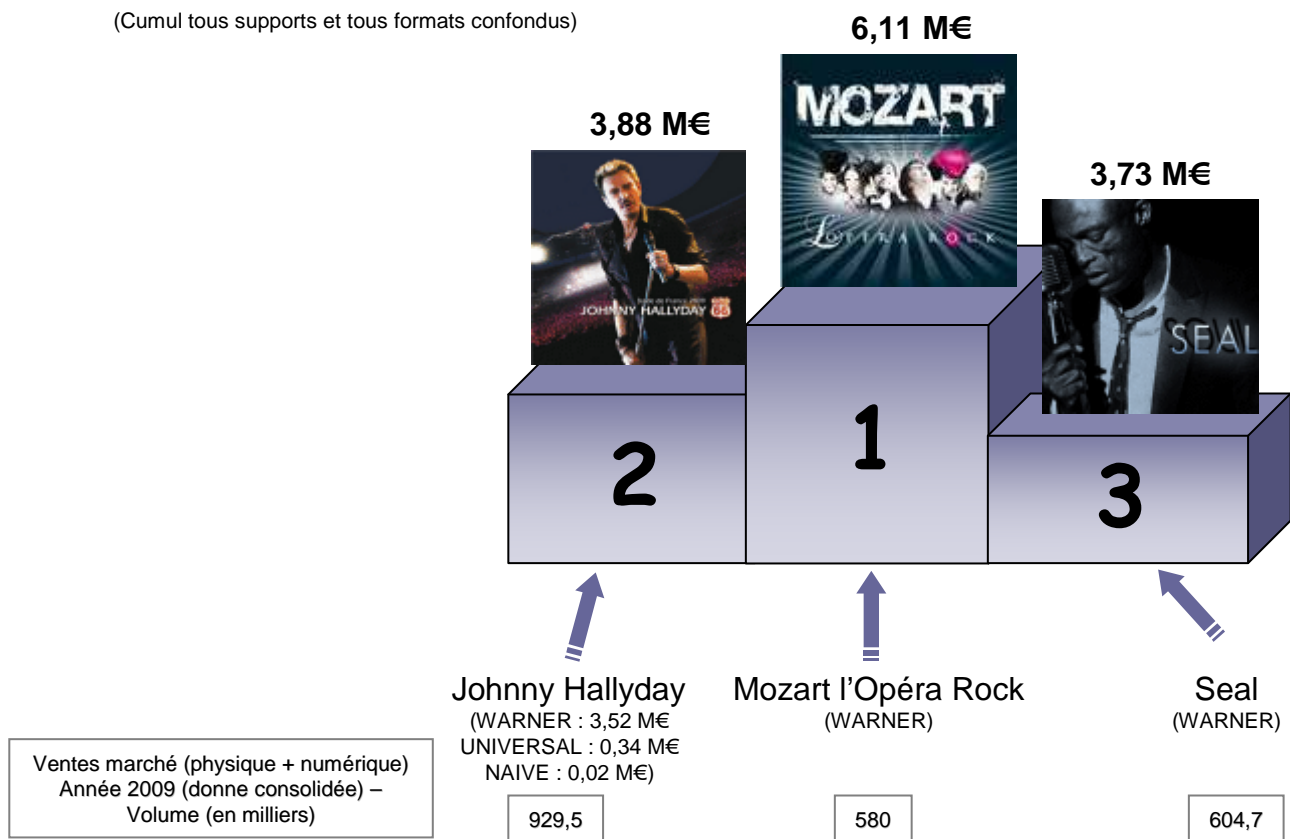
- > Céline Dion (TF1 Vidéo) : 0,67
- > Alain Bashung (Universal) : 0,51
- > Johnny Hallyday (Warner) : 0,45

\* cf. : méthodologie en page 3

# Les chiffres clés de l'année 2009

## Top 3 des artistes captant les plus forts investissements du secteur des éditions musicales en TV et en radio

(Cumul tous supports et tous formats confondus)



Les 3 artistes totalisant les plus forts investissements publicitaires du secteur des éditions musicales sont :

**1. Mozart l'Opéra Rock** : 6,11 M€, investis par Warner, dont 4,88 M€ en TV, concentré sur un spot diffusé sur 4 chaînes au total (plus fort investissement sur TF1 de 4,43 M€) et 1,23 M€, concentré sur un spot diffusé sur 5 radios et investis en majorité sur Virgin Radio (0,48 M€).

**2. Johnny Hallyday** (classé dans le top 3 pour la troisième année consécutive) : 3,88 M€, investis par Warner, Universal et Naïve, dont 2,92 M€ en TV sur 2 spots, diffusés sur 4 chaînes (plus fort investissement sur TF1 de 2,64 M€), et 0,97 M€ en radio réparti sur 3 spots, diffusés exclusivement sur RTL.

**3. Seal** : 3,73 M€ investis par Warner, dont 3,35 M€ en TV concentré sur un spot, diffusé sur 3 chaînes (plus fort investissement sur TF1 de 3,21 M€), et 0,38 M€ en radio sur un seul spot diffusé sur 2 radios, investis majoritairement sur RTL (0,37 M€).

Ces 3 artistes captent 6,8% du montant total des investissements publicitaires en TV et en radio (en hausse de +0,6 pts vs. 2008).

# I. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio

---

- A. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en radio
- B. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio
- C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format
- D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur
- E. Part de marché des radios sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales
- F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio



# I. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio

En 2009 pour les radios du panel, les investissements publicitaires, tous secteurs confondus, s'élevèrent à **3 197,02 M€** (+7,8% vs. 2008).

Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales s'élevèrent à **61,56 M€** (-18,8% vs. 2008), représentant seulement **1,9%** des investissements publicitaires en radio tous secteurs confondus (-0,7 pt vs. 2008).

## Panel

Le panel comprend 18 radios, soit 17 radios ainsi qu'une donne agrégée dénommée « Les Indépendants » regroupant les radios indépendantes du SIRTU (concernant leur seule publicité nationale).

### Répartition des radios du panel par formats :

5 radios généralistes : Europe 1, France Inter, RMC, RTL, Sud Radio;

13 radios musicales et thématiques : Chérie FM, France Info, Fun Radio, Les Indépendants, MFM, Nostalgie, NRJ, Radio Classique, RFM, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio;

### Plusieurs radios du panel font partie d'un même groupe médias :

4 stations du groupe NRJ : NRJ, Chérie FM, Rire et Chansons, Nostalgie;

3 stations du groupe RTL : RTL, RTL 2 et Fun Radio;

3 stations du groupe Lagardère Active : Europe 1, Virgin Radio et RFM;

2 stations du groupe Radio France : France Inter et France Info.

### Les régies publicitaires des radios du panel sont :

NRJ Régies : NRJ, Chérie FM, Rire et Chansons, Nostalgie et MFM;

IP France : RTL, RTL 2, FUN Radio et Sud Radio;

Lagardère Active Publicité : Europe 1, Virgin radio, RFM et les Indépendants;

SKY Régie : Skyrock;

Radio France Publicité : France Inter et France Info;

RMC Régie : RMC.

## A. Evolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en radio

(c.f. annexe 1.1)

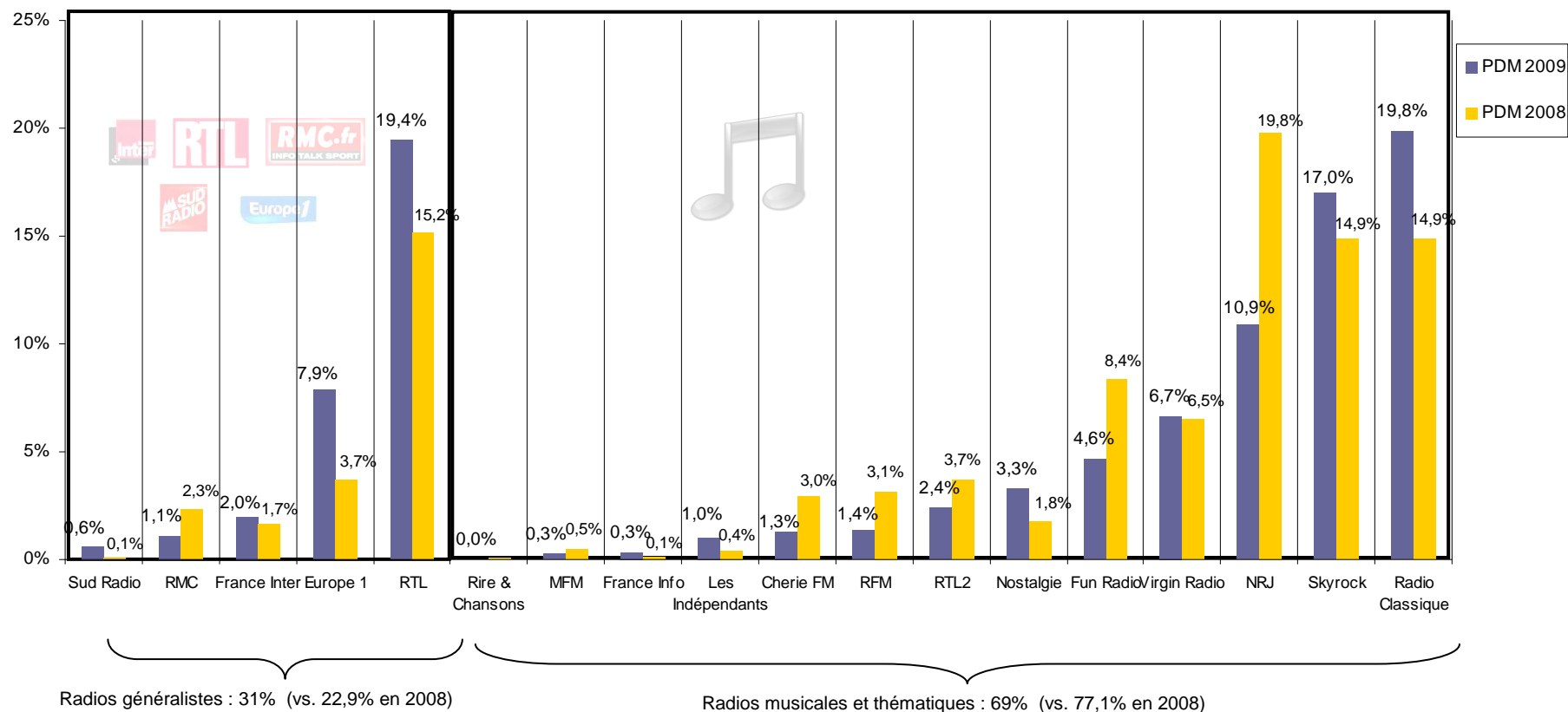
	Total Investissements publicitaires						Investissements publicitaire EM					
	Montant (Milliers)			Part de marché			Montant (Milliers)			Part de marché		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
Radios généralistes	1 327 772 €	1 157 723 €	+14,7%	41,5%	39,0%	+2,5 pt	19 086 €	17 340 €	+10,1%	31,0%	22,9%	+8,1 pt
Radios musicales et thématiques	1 869 244 €	1 807 457 €	+3,4%	58,5%	61,0%	-2,5 pt	42 475 €	58 483 €	-27,4%	69,0%	77,1%	-8,1 pt
<b>Total Radios</b>	<b>3 197 016 €</b>	<b>2 965 179 €</b>	<b>+7,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>61 561 €</b>	<b>75 824 €</b>	<b>-18,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

	Investissements publicitaire EM								
	Nb annonceurs EM			Nb spots EM			Nb Diffs EM		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
Radios généralistes	16	16	+0	146	118	+28	5 707	5 119	+588
Radios musicales et thématiques	20	25	-5	366	377	-11	20 133	25 438	-5305
<b>Total Radios</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>-8</b>	<b>474</b>	<b>495</b>	<b>-21</b>	<b>25 840</b>	<b>30 557</b>	<b>-4717</b>

- Le secteur des éditions musicales concentre ses investissements à hauteur de **69%** sur les radios musicales et thématiques, soit **42,48 M€**. Le format musical et thématique perd -8,1 pts vs. 2008, au profit des radios généralistes. Les plus forts investissements publicitaires concernent Radio Classique (12,21 M€, en hausse de +8,3% vs. 2008), Skyrock (10,44 M€, en baisse de -7,5%) et NRJ (6,7 M€, en chute de -55,4% vs. 2008). Sur le format musical et thématique, le nombre de spots (366) et de diffusions musicales (20 133) diminuent respectivement de -11 et -5 305 par rapport à 2008.
- Les recettes publicitaires des radios généralistes s'élèvent à **19,09 M€**, représentant **31%** (en hausse de +8,1 pts vs. 2008) du montant global investi par le secteur des éditions musicales en radio. RTL capte le montant le plus important avec 11,97 M€ (+4,2% vs. 2008). Pour le format généraliste, le nombre de spots s'élève à 146 (+28 vs. 2008) et le nombre de diffusions à 5 707 (+588 vs. 2008).

## B. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio

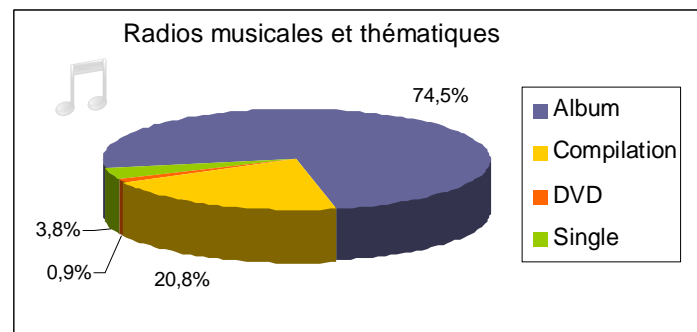
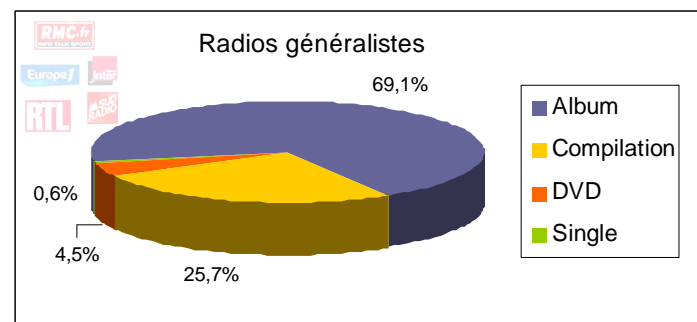
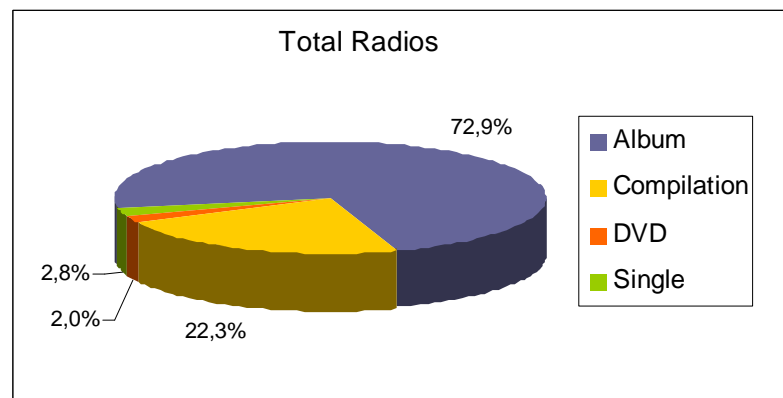
(c.f. annexe 1.2)



La part des recettes publicitaires de NRJ ne cesse de décroître (10,9%, en baisse de -8,9 pts vs. 2008 et -14,2 pts vs. 2007) tandis que celle de Radio Classique (19,8%, en hausse de +5 pts vs. 2008 et +11,7 pts vs. 2007) poursuit son ascension. RTL, avec 19,4% de parts de marché, affiche une hausse de +4,3 pts vs. 2008 et Europe 1 gagne +4,2 pts, captant ainsi 7,9% des recettes publicitaires. À noter que pour Radio Classique, le secteur des éditions musicales contribue à hauteur de 22,4% de l'ensemble de ses recettes publicitaires (-1,2 pt vs. 2008).

## C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format

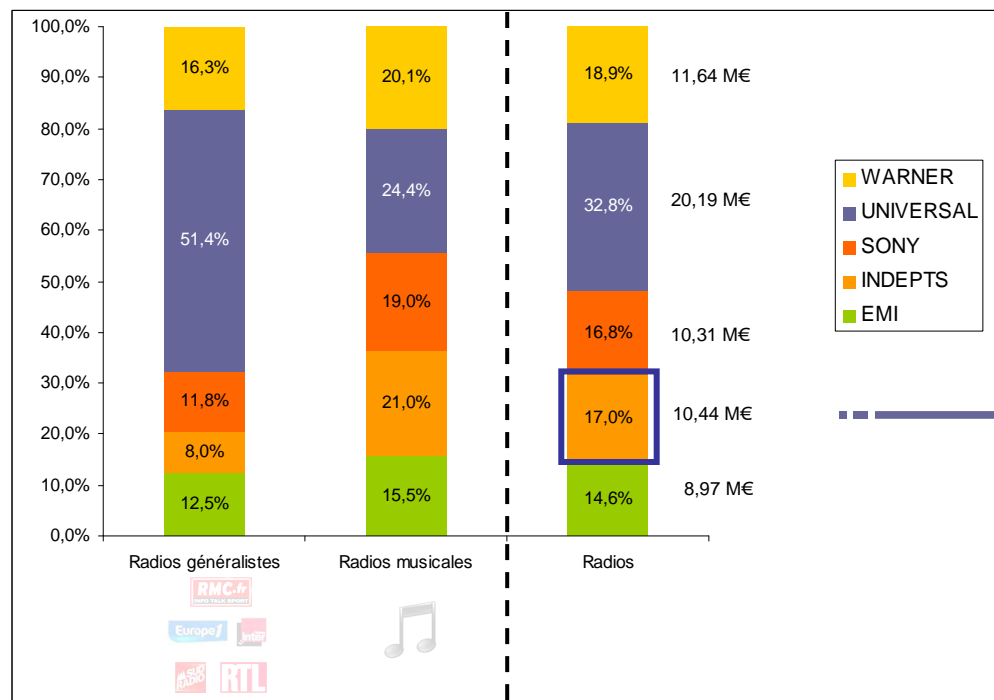
(c.f. annexe 1.3)



- Les investissements du secteur des éditions musicales sont concentrés en radio sur la promotion d'albums, à hauteur de 72,9% (en hausse de +3,3 pts vs. 2008).
- Les compilations totalisent 22,3% (25,7% pour le format généraliste) et sont en hausse de +2,5 pts vs. 2008.
- La part d'investissements consacrée aux singles chute à 2,8% (en forte baisse de -5,9 pts vs. 2008) et à 3,8% pour les radios musicales et thématiques (-6,4 pts vs. 2008).
- La promotion des DVD musicaux en radio représente 2% (sans variation vs. 2008).

## D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur

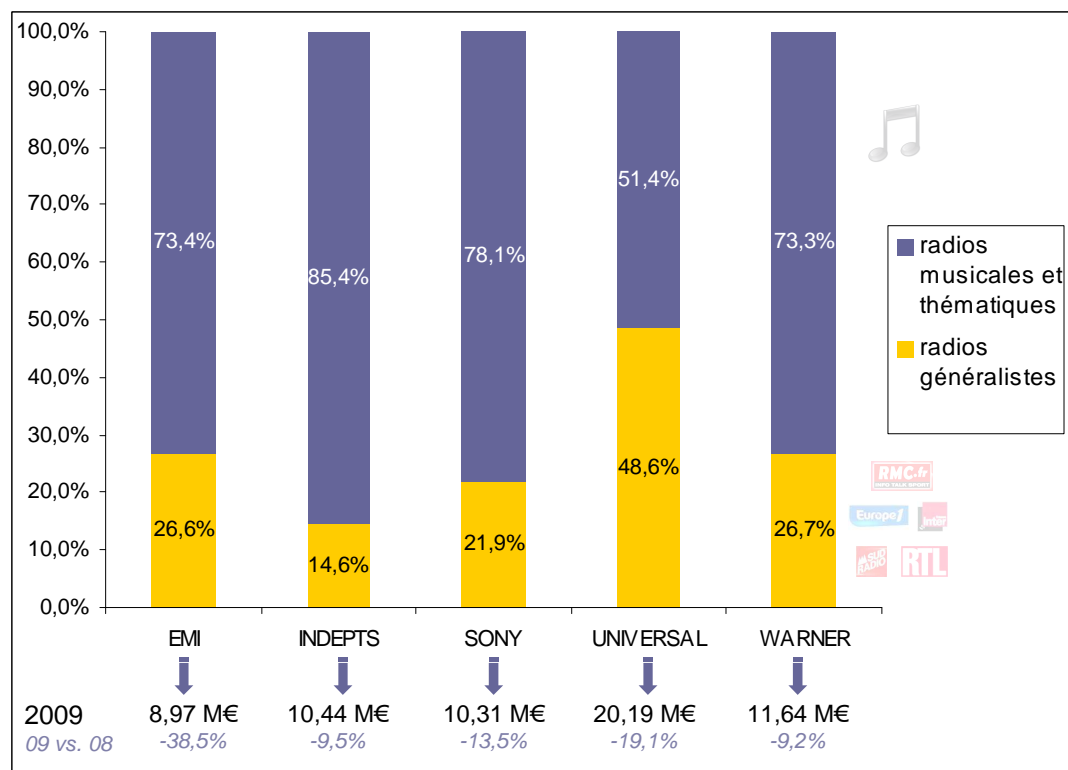
(c.f. annexe 1.6)



Harmonia Mundi	45,6%
Wagram Music	15,9%
Naïve	14,6%
Codaex France	3,7%
M6 Interactions	3,1%
Bayard Musique	3,0%
Abeille Musique Distribution	2,9%
Pias	2,3%
Tf1 Entreprises	1,6%
Integral Distribution	1,2%
Rue Stendhal Diffusion	1,2%
Tf1 Video	1,1%
Air Note	1,0%
Agorila Productions	0,8%
Discograph	0,5%
Nocturne Abeille Musique	0,5%
Socadisc	0,5%
Anticraft	0,4%
Mosaic Music Distribution	0,1%
Fremaux & Associes Editions	0,0%
<b>TOTAL INDEPENDANTS</b>	<b>100,0%</b>


- La plus forte contribution aux recettes publicitaires des radios revient à Universal, avec 32,8%, soit un montant de 20,19 M€ (en baisse de -19,1% vs. 2008). La major participe à hauteur de 51,4% (+6,2 pts vs. 2008) aux recettes publicitaires des radios généralistes (à forte audience).
- Warner est le deuxième annonceur, contribuant pour 18,9% aux recettes publicitaires des radios (+2 pts vs. 2008) et pour 20,1% à celles des radios musicales et thématiques. Les investissements publicitaires de la major s'élevaient à 11,64 M€, en baisse de -9,2% vs. 2008.
- Sony et EMI participent respectivement à hauteur de 16,8% (+1 pt vs. 2008) et 14,6% (-4,7 pts) aux recettes publicitaires des radios, pour des montants respectifs de 10,31 M€ (en baisse de -13,5% vs. 2008) et 8,97 M€ (-38,5%).
- Les indépendants contribuent pour 17% aux recettes publicitaires des radios (+1,8 pt vs. 2008), soit un montant de 10,44 M€ en baisse de -9,5% vs. 2008. Les principaux indépendants sont Harmonia Mundi (45,6%), Wagram (15,9%) et Naïve (14,6%).

## E. Part de marché des radios sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (c.f. annexe 1.4 et 1.5)



- EMI réduit de -50,1% ses investissements sur les radios musicales et thématiques et ne consacre plus que 73,4% à ce format (-17,2 pts vs. 2008). Sa part d'investissements consacrée à NRJ et Fun Radio baisse respectivement de -8,5 pts et -6,4 pts vs. 2008. La major se réoriente sur RTL, en hausse de +12,9 pts vs. 2008.
- Les indépendants concentrent 85,4% de leurs investissements sur les radios musicales et thématiques, notamment sur Radio Classique (64,7%) qui gagne +18 pts vs. 2008.
- Avec 78,1% d'investissements publicitaires sur le format musical et thématique (+5,5 pts vs. 2008), Sony accroît ses investissements sur Skyrock avec 36,2%, soit +23,9 pts vs. 2008, sur Radio Classique (14,5%) et Virgin Radio (7,2%).
- Universal consacre 48,6% d'investissements sur le format généraliste (+17,2 pts vs. 2008) et notamment sur RTL (32%, soit le plus fort investissement de la major) et Europe 1 (13,2%).
- La part d'investissements de Warner diminue de -9,2% et s'élève à 73,3% sur les radios musicales et thématiques : Skyrock avec 26,7% perd -2 pts vs. 2008 et NRJ avec 20,9% perd -7,1 pts vs. 2008.

## F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio

Top 3 investissements pub (EM) par stations de radio					
	Rang	Annonceur	Spot	Invts pub (milliers)	
<b>Radios généralistes</b>  	Europe 1	1	Universal Music	Diana Krall	563 €
		2	Universal Music	Roberto Alagna	362 €
		3	Universal Music	Salut Les Copains Compilation Artistes	303 €
	France Inter	1	Universal Music	Cecilia Bartoli	68 €
		2	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi Collection Albums	62 €
		3	Naive	Vincent Josse	60 €
	RMC	1	Universal Music	Era	176 €
		2	Sony Music	Ac Dc	150 €
		3	Warner Music	Armaury Vassily	125 €
	RTL	1	Emi Music France	The Beatles	1 051 €
		2	Warner Music	Michael Buble	1 030 €
		3	Warner Music	Johnny Hallyday	856 €
	Sud Radio	1	Agorila Productions	Bar A Tapas Fiesta Du Sud Compilation Artistes	85 €
		2	Warner Music	Sliimy	49 €
		3	Universal Music	Nathanaelle	48 €

## F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par radio

		Top 3 investissements pub (EM) par stations de radio			
		Rang	Annonceur	Spot	Invts pub (milliers)
Radios musicales et thématiques	Cherie FM	1	Emi Music France	Rose	138 €
		2	Tf1 Video	Celine Dion	116 €
		3	Universal Music	Zorro Le Musical	106 €
	France Info	1	Warner Music	Boris Vian	23 €
		2	Harmonia Mundi	Paroles Albums Compilation Artistes	21 €
		3	Pias	La Grande Bo Le Grand Journal De Canal + Compilation Artistes	19 €
	Fun Radio	1	Emi Music France	Fun Radio Le Son Dancefloor Compilation Artistes	254 €
		2	Universal Music	Starfloor Compilation Artistes	204 €
		3	Warner Music	Madonna	170 €
	Les Indépendants	1	Warner Music	Emmanuel Moire	191 €
		2	Sony Music	Antoine Clamaran	166 €
		3	Sony Music	Ridan	141 €
	MFM	1	Warner Music	Amaury Vassily	67 €
		2	Warner Music	Pete Yorn & Scarlett Johansson	32 €
		3	Sony Music	Patrick Bruel	24 €
	Nostalgie	1	Universal Music	Disco Nostalgie Compilation Artistes	593 €
		2	Universal Music	Imagination Et Kool & The Gang Compilation	217 €
		3	Sony Music	Jean Ferrat	185 €
	NRJ	1	Warner Music	Mozart L Opera Rock Troupe	446 €
		2	Emi Music France	David Guetta	407 €
		3	Warner Music	Sliimy	351 €
	Radio Classique	1	Sony Music	Radio Classique Les Enfants Compilation Artistes	399 €
		2	Emi Music France	Voix Zen Compilation Artistes	338 €
		3	Harmonia Mundi	Ophelie Gaillard	323 €
	RFM	1	Warner Music	Mozart L Opera Rock Troupe	262 €
		2	Universal Music	Bharati	238 €
		3	Emi Music France	Les Plus Belles Chansons 2009 Compilation Artistes	206 €
	Rires & Chansons	1			
2			Pas de spot recensé		
3					
RTL2	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	176 €	
	2	Warner Music	Prince	111 €	
	3	Sony Music	Kings Of Leon	109 €	
Skyrock	1	Sony Music	Rap Connection Compilation Artistes	676 €	
	2	Sony Music	La Fouine	600 €	
	3	Sony Music	Rim K	459 €	
Virgin Radio	1	Warner Music	Mozart L Opera Rock Troupe	484 €	
	2	Warner Music	Muse	210 €	
	3	Universal Music	La Grande Sophie	185 €	



## II. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en télévision

---

- A. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en TV
- B. Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par rapport à l'ensemble des recettes publicitaires des chaînes
- C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format
- D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur
- E. Part de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales
- F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaînes de TV

## II. Les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en télévision

---

En 2009, pour les chaînes de TV du panel, le montant total des investissements publicitaires, tous secteurs confondus, s'élève à **6 282,29 M€** (en augmentation de +4,2% vs. 2008).

Le montant des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales s'élève à **140,04 M€** (-9,4% vs. 2008), soit **2,2%** des investissements publicitaires tous secteurs confondus en TV (-0,4 pt vs. 2008).

### Panel

#### Le panel télévision comprend :

- 6 chaînes hertziennes :

TF1, France 2, France 3, France 5, M6 et Canal +

- 25 chaînes du câble, du satellite et du numérique hertzien :

13ème Rue, Canal J, Cartoon Network, Comedie, Disney XD (ex Jetix), Eurosport, France 4, Fun TV, Jimmy, June (ex Filles TV), LCI, MCM, MTV, NRJ 12, NT1, Paris Première, RTL9, Série Club, Teletoon, Teva, TF6, TMC, TV5, Virgin 17, W9.

## A. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en TV (c.f. annexe 2.1)

	Total Investissements publicitaires						Investissements publicitaire EM					
	Montant (Milliers)			Part de marché			Montant (Milliers)			Part de marché		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
Cab-Sat TNT	1 326 637 €	1 018 368 €	+30,3%	21,1%	16,9%	+4,2 pt	20 624 €	20 244 €	+1,9%	14,7%	13,1%	+1,6 pt
TV hertziennes	4 955 656 €	5 013 021 €	-1,1%	78,9%	83,1%	-4,2 pt	119 413 €	134 354 €	-11,1%	85,3%	86,9%	-1,6 pt
<b>Total TV</b>	<b>6 282 293 €</b>	<b>6 031 390 €</b>	<b>+4,2%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>140 037 €</b>	<b>154 598 €</b>	<b>-9,4%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

	Investissements publicitaire EM								
	Nb annonceurs EM			Nb spots EM			Nb Diffs EM		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
Cab-Sat TNT	20	16	+4	295	105	+190	23 494	29 594	-6100
TV hertziennes	13	13	-	316	436	-120	9 702	9 792	-90
<b>Total TV</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>+6</b>	<b>421</b>	<b>492</b>	<b>-71</b>	<b>33 196</b>	<b>39 386</b>	<b>-6190</b>

- Le montant des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales sur la TV hertzienne s'élève à **119,41 M€** (en baisse de -11,1% vs. 2008), représentant **85,3%** du montant global investi par ce secteur en TV (-1,6 pt vs. 2008). Les recettes publicitaires des chaînes hertziennes sont en baisse, notamment celles de TF1 (71,9 M€, -11,7% vs. 2008) et M6 (38,8 M€, -12% vs. 2008).

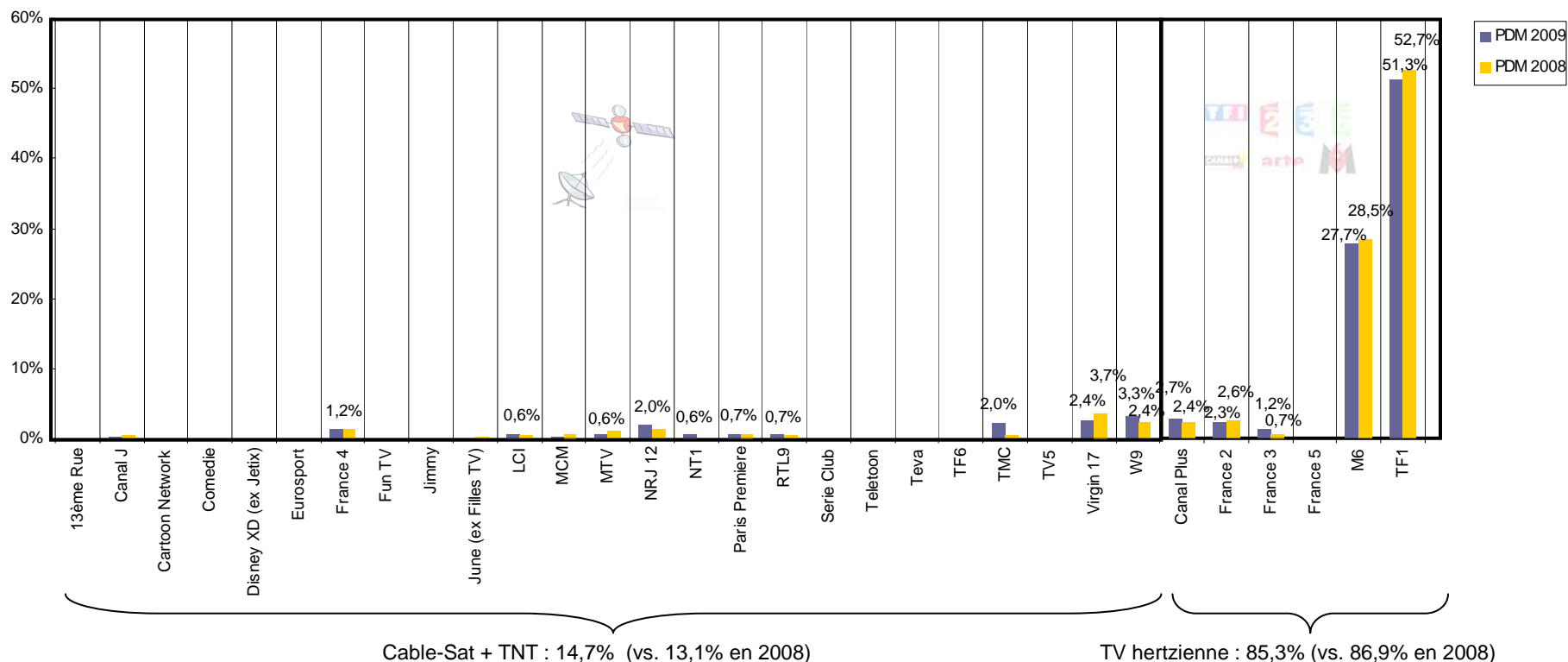
Les investissements publicitaires baissent également sur les chaînes publiques en 2009, notamment sur France 2 dont les recettes de 3,2 M€, chutent de -21,9% vs. 2008. France 3, avec 1,7 M€, enregistre une hausse de +53,3%.

Le nombre de spots et de diffusions musicales sur les chaînes hertziennes s'élèvent respectivement à 316 (-120 spots vs. 2008) et à 9 702 (-90 diffusions).

- Les chaînes du câble - satellite et de la TNT perçoivent **20,62 M€** d'investissements publicitaires du secteur des éditions musicales, soit une hausse de +1,9% par rapport à 2008. Leur part de marché atteint **14,7%** (+1,6 pts vs. 2008). Les plus fortes recettes publicitaires reviennent à W9, Virgin 17 et TMC avec respectivement 4,55 M€ (+22% vs. 2008), 3,43 M€ (-39,7%) et 2,85 M€ (+333%).

295 spots (+190 vs. 2008) et 23 494 diffusions (-6 100) sont recensés sur les chaînes du câble - satellite et de la TNT, s'approchant du nombre de spots publicitaires diffusés sur les chaînes de la TV hertzienne.

## B. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaîne de TV (c.f. annexe 2.2)

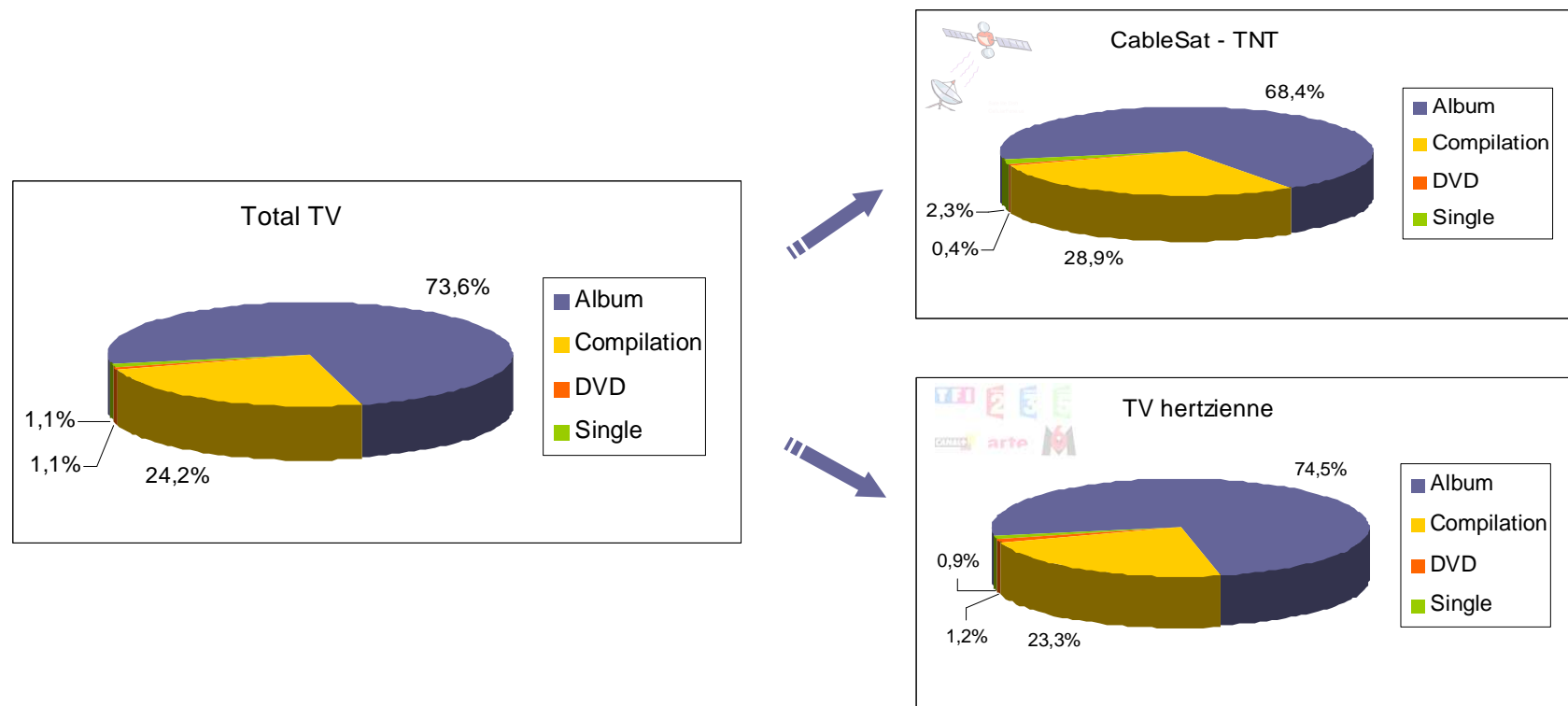


La part de marché des chaînes hertziennes baisse sur la période (85,3%, -1,6 pt vs. 2008), au profit des chaînes du câble - satellite et de la TNT. TF1 domine largement avec 51,3% de part de marché (-1,3 pt vs. 2008), suivi de M6, qui avec 27,7% capte une part toujours importante, malgré une baisse de -0,8 pt vs. 2008.

Parmi les chaînes du câble - satellite et de la TNT, la part de W9 ne cesse de croître (3,3%, +0,8 pt vs. 2008), celles de TMC et de NRJ 12 à 2% progressent respectivement de +1,6 pt et +0,7 pt vs. 2008. Virgin 17, avec 2,4% de part de marché, perd sur la période -1,2 pt.

## C. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par format

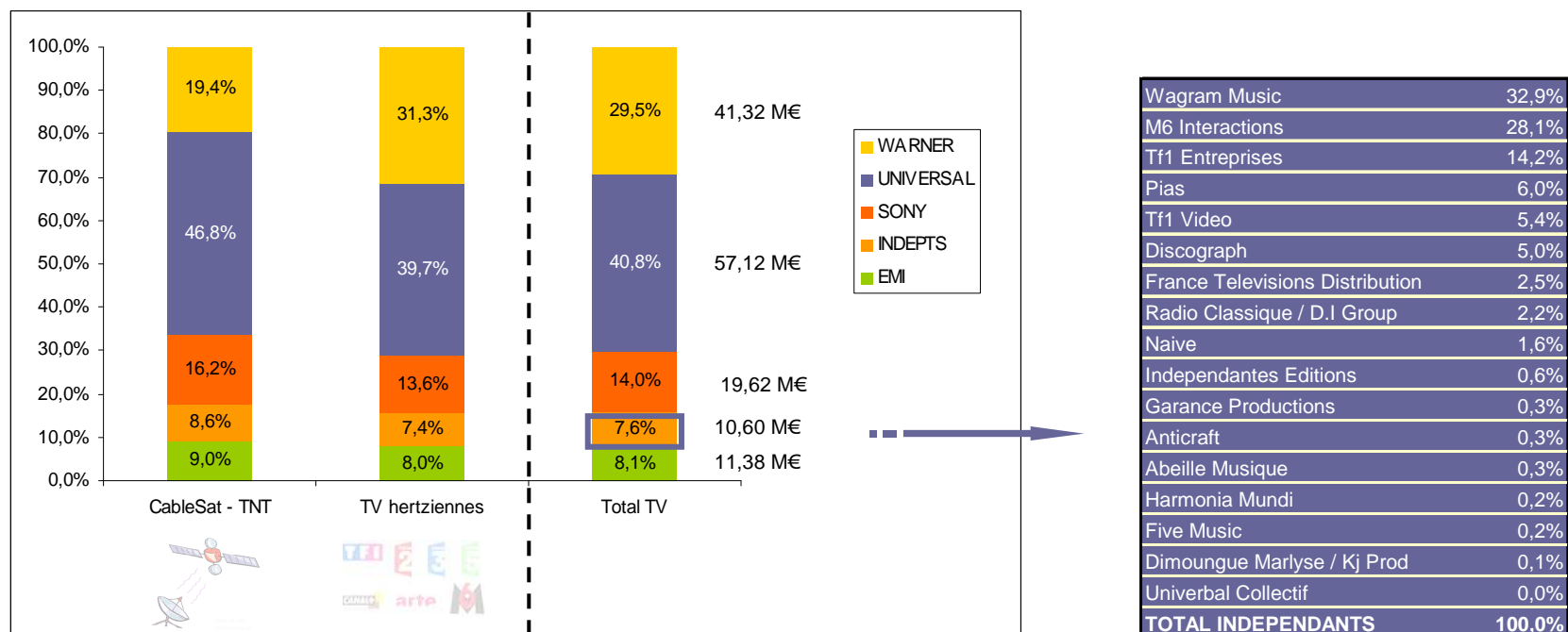
(c.f. annexe 2.3)



- Les investissements du secteur des éditions musicales en TV sont concentrés à 73,6% sur les albums (+3,1 pts vs. 2008).
- La part consacrée aux compilations, soit 24,2% diminue de -1,5 pt par rapport à 2008.
- Les DVD musicaux ne représentent plus que 1,1% (-1,3 pt vs. 2008) des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV. À hauteur de 0,4% pour les chaînes du câble - satellite et de la TNT, ce format perd -3,6 pts vs. 2008.
- La promotion des singles, à hauteur de 1,1%, baisse de -0,3 pt par rapport à 2008.

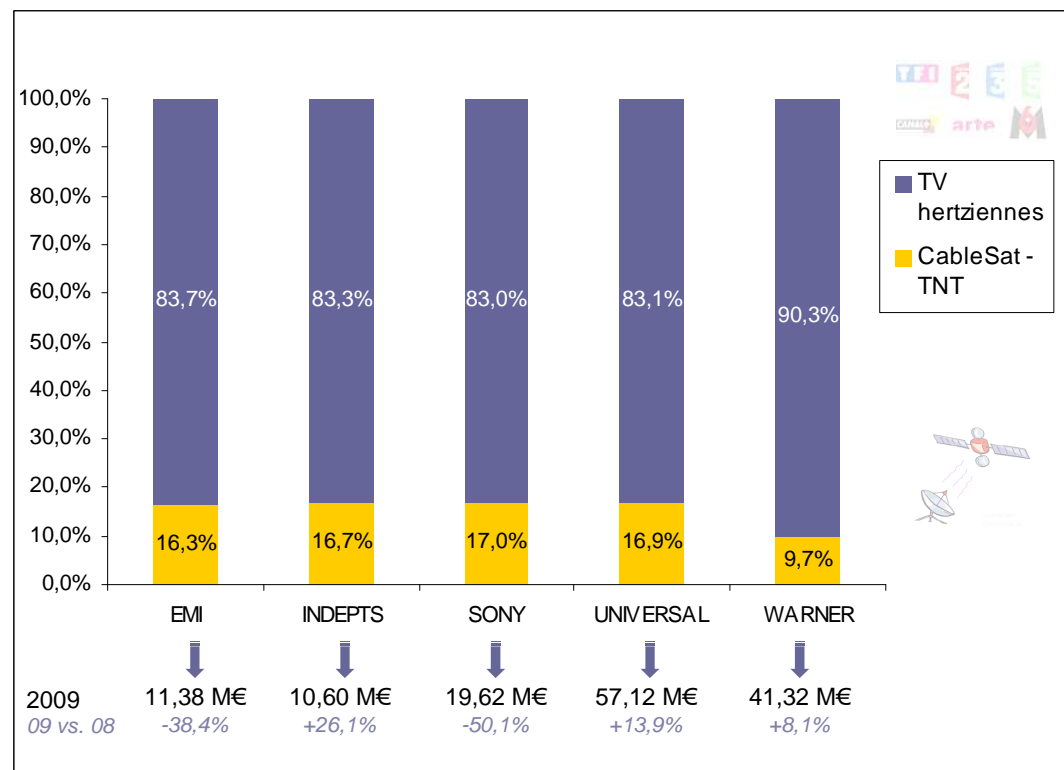
## D. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par annonceur

(c.f. annexe 2.6)




- Avec 57,12 M€ investis en TV (+13,9% vs. 2008), Universal détient la plus grande part (40,8%) des recettes publicitaires des chaînes, notamment des chaînes du câble - satellite et de la TNT (46,8%).
- Warner participe à hauteur de 29,5% aux recettes publicitaires des chaînes de TV, soit un montant de 41,32 M€ (+8,1% vs. 2008) et augmente son poids dans les recettes publicitaires des chaînes du câble - satellite et de la TNT (19,4%, soit +3,4 pt vs. 2008).
- La participation d'EMI aux recettes publicitaires des chaînes de TV diminue encore en 2009, avec 11,38 M€ d'investissements (-38,4% vs. 2008), ne représentant plus que 8,1% de l'ensemble des recettes en TV dans le secteur des éditions musicales.
- Avec 19,62 M€ investis en TV (-50,1% vs. 2008), Sony Music ne participe plus qu'à hauteur de 14% aux recettes publicitaires des chaînes de TV et à 16,2% pour les chaînes du câble - satellite et de la TNT.
- 17 indépendants (vs. 11 en 2008) participent aux recettes publicitaires des chaînes de TV pour un montant de 10,60 M€ (en hausse de +26,1% vs. 2008) et représentent 7,6% des investissements. Les principaux indépendants sont Wagram Music (32,9%) en hausse de +20,9 pts vs. 2008, M6 Interactions (28,1%) malgré une perte de -18,1 pts vs. 2008, TF1 Entreprises (14,2%) et Pias (6%).

## E. Part de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (c.f. annexe 2.4 et 2.5)



- EMI investit à hauteur de 83,7% sur la TV hertzienne et en majorité sur TF1 et M6.
- La part d'investissements des indépendants sur la TV hertzienne atteint 83,3% équitablement répartis à hauteur de 33,7% sur TF1 (+3,9 pts vs. 2008) et 33,8% sur M6 (-14,3 pts). A noter que 7,7% sont investis sur France 4 (+1,6 pt vs. 2008).
- Sony consacre 83% de ses investissements aux chaînes hertziennes (-3,5 pts vs. 2008), contre 17% pour les chaînes du câble - satellite et de la TNT (5,7% pour TMC).
- Universal alloue une part importante d'investissements publicitaires aux chaînes du câble - satellite (16,9%) et plus particulièrement aux chaînes de la TNT (Virgin 17, NRJ 12, TMC et W9).
- Warner consacre 90,3% de ses investissements publicitaires aux chaînes hertziennes (62,3% pour TF1).

## F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaînes de TV

Top 3 investissements pub (EM) par chaînes de TV					
	Rang	Annonceur	Spot	Invts pub (milliers)	
TV hertziennes  	Canal Plus	1	Wagram Music	Charlie Winston	265 €
		2	Warner Music	Moby	224 €
		3	Emi Music France	Depeche Mode	207 €
	France 2	1	Emi Music France	Luz Casal	354 €
		2	Discograph	Demis Roussos	201 €
		3	France Televisions Distribution	Caravan Palace	186 €
	France 3	1	Universal Music	Michel Delpech	145 €
		2	Radio Classique / D.I Group	Radio Classique Prestige	144 €
		3	Emi Music France	Luz Casal	141 €
	France 5	1	Emi Music France	Luz Casal	26 €
		2	Universal Music	Grace	18 €
		3	Sony Music	Bebe Lilly	9 €
	M6	1	Warner Music	Jason Mraz	1 199 €
		2	Universal Music	Melody Gardot	1 187 €
		3	Warner Music	Muse	1 072 €
	TF1	1	Warner Music	Mozart L Opera Rock Troupe	4 432 €
		2	Warner Music	Seal	3 205 €
		3	Warner Music	Johnny Hallyday	2 644 €





















## F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaînes de TV

Top 3 investissements pub (EM) par chaînes de TV				
	Rang	Annonceur	Spot	Invts pub (milliers)
CabSat-TNT	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	9 €
	2			
	3		Pas de spot recensé	
13ème Rue	1	Warner Music	Bebe Lilly	63 €
	2	Warner Music	Six Co	54 €
	3	Universal Music	Lylloo	53 €
Canal J	1	Warner Music	Bebe Lilly	10 €
	2	Warner Music	100 Tubes Kids Compilation Artistes	5 €
	3	Warner Music	Kidtonik	3 €
Cartoon Network	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	10 €
	2			
	3		Pas de spot recensé	
Comedie	1	Warner Music	Bebe Lilly	36 €
	2	Emi Music France	La Magie De Disney Compilation Artistes	12 €
	3	Warner Music	100 Tubes Kids Compilation Artistes	10 €
Disney XD (ex Jetix)	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	6 €
	2			
	3		Pas de spot recensé	
Eurosport	1	Wagram Music	Dominique A	95 €
	2	Universal Music	Emily Loizeau	90 €
	3	Pias	Nouvelle Vague	85 €
France 4	1			
	2			
	3		Pas de spot recensé	
Fun TV	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	7 €
	2			
	3		Pas de spot recensé	
Jimmy	1	Universal Music	Jonas Brothers	13 €
	2	Warner Music	Mozart L Opera Rock Troupe	3 €
	3		Pas de spot recensé	
June (ex Filles TV)	1	Universal Music	Marvin Gaye	43 €
	2	Universal Music	On n'est pas la pour se faire engueuler Compilation Art.	42 €
	3	Universal Music	Rolando Villazon	37 €
LCI	1	Universal Music	Superbus	37 €
	2	Universal Music	Mcm 20 Ans Compilation Artistes	30 €
	3	Universal Music	Black Eyed Peas	20 €
MCM				

## F. Top 3 des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par chaînes de TV







		Top 3 investissements pub (EM) par chaînes de TV				
		Rang	Annonceur	Spot	Invts pub (milliers)	
CabSat-TNT	MTV	1	Warner Music	Urban Peace 2 Compilation Artistes	55 €	
		2	Sony Music	Rai N B Fever L. Issonciel Compilition Artistes	48 €	
		3	Sony Music	Britney Spears	43 €	
	NRJ 12	1	Emi Music France	David Guetta	236 €	
		2	Universal Music	Coeur De Pirate	133 €	
		3	Universal Music	Lady Gaga	105 €	
	NT1	1	Sony Music	Ishtar Alabina	104 €	
		2	Universal Music	Lady Gaga	100 €	
		3	Universal Music	Bob Sinclar	50 €	
	Paris Premiere	1	Radio Classique / D.I Group	Radio Classique Prestige	87 €	
		2	Universal Music	Diana Krall	52 €	
		3	Universal Music	Melody Gardot	50 €	
	RTL9	1	Sony Music	Jean Ferrat	137 €	
		2	Sony Music	Najoua Belyzel	88 €	
		3	Universal Music	Andre Rieu	87 €	
	Serie Club	1				
		2	Pas de spot recensé			
		3	Pas de spot recensé			
	Teletoon	1	Tf1 Entreprises	Dothy Et Le Magicien D Oz Album	25 €	
		2	Warner Music	Kids 20 La Compil Compilation Artistes	23 €	
		3	Warner Music	Bebe Lilly	20 €	
	Teva	1	Warner Music	Pete Yorn & Scarlett Johansson	39 €	
		2	Sony Music	Lisa Ekdahl	29 €	
		3	Universal Music	Emily Loizeau	14 €	
	TF6	1	Universal Music	2009 Les Enfoires Font Leur Cinema	7 €	
		2	Pas de spot recensé			
		3	Pas de spot recensé			
	TMC	1	Sony Music	Je N Aime Pas Le Classique Mais Ca J Aime Bien Coffret	205 €	
		2	Universal Music	Andre Rieu	180 €	
		3	Sony Music	Miles Davis	140 €	
TV5	1	Harmonia Mundi	Art Mengo	21 €		
	2	Wagram Music	Mano Solo	5 €		
	3	Pas de spot recensé				
Virgin 17	1	Sony Music	Alicia Keys	147 €		
	2	Warner Music	Pzk	135 €		
	3	Universal Music	Superbus	125 €		
W9	1	Warner Music	Green Day	219 €		
	2	Warner Music	Jason Mraz	201 €		
	3	Wagram Music	Pony Pony Run Run	136 €		

## 1.1. Evolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en radio

	Total invts publicitaires - milliers			Invts pub EM - milliers			Nb annonceurs différents EM			Nb spots différents EM			Nb Diffs EM		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
 Europe 1	347 126 €	290 458 €	+19,5%	4 856 €	2 782 €	+74,5%	8	8	-	43	27	+16	1 376	1 054	+322
 France Inter	44 910 €	46 534 €	-3,5%	1 244 €	1 262 €	-1,4%	11	11	-	47	38	+9	658	649	+9
 RMC	361 823 €	271 894 €	+33,1%	656 €	1 752 €	-62,6%	3	4	-1	6	9	-3	207	726	-519
 RTL	539 299 €	514 239 €	+4,9%	11 967 €	11 488 €	+4,2%	7	8	-1	49	59	-10	2 899	2 634	+265
 Sud Radio	34 614 €	34 598 €	-	363 €	56 €	+547,1%	7	1	+6	16	1	+15	567	56	+511
<b>Radios généralistes</b>	<b>1 327 772 €</b>	<b>1 157 723 €</b>	<b>+14,7%</b>	<b>19 086 €</b>	<b>17 340 €</b>	<b>+10,1%</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>146</b>	<b>118</b>	<b>+28</b>	<b>5 707</b>	<b>5 119</b>	<b>+588</b>
 Cherie FM	159 958 €	166 364 €	-3,9%	789 €	2 246 €	-64,9%	5	6	-1	12	20	-8	369	971	-602
 France Info	18 520 €	19 716 €	-6,1%	202 €	86 €	+134,1%	3	4	-1	10	8	+2	162	76	+86
 Fun Radio	133 402 €	130 079 €	+2,6%	2 847 €	6 336 €	-55,1%	7	7	-	42	60	-18	1 576	3 445	-1869
 Les Indépendants	295 233 €	190 058 €	+55,3%	628 €	304 €	+106,4%	3	5	-2	6	7	-1	100	59	+41
 MFM	29 887 €	41 311 €	-27,7%	172 €	377 €	-54,3%	4	4	-	6	7	-1	267	520	-253
 Nostalgie	193 034 €	199 149 €	-3,1%	2 029 €	1 339 €	+51,5%	5	6	-1	15	14	+1	947	546	+401
 NRJ	392 062 €	413 926 €	-5,3%	6 702 €	15 017 €	-55,4%	5	8	-3	45	88	-43	1 837	3 563	-1726
 Radio Classique	54 556 €	47 883 €	+13,9%	12 210 €	11 274 €	+8,3%	13	16	-3	134	117	+17	8 628	8 113	+515
 RFM	141 714 €	139 605 €	+1,5%	864 €	2 388 €	-63,8%	5	7	-2	8	16	-8	420	954	-534
 Rire & Chansons	60 562 €	50 758 €	+19,3%	0 €	67 €	-100,0%	0	2	-2	0	2	-2	0	56	-56
 RTL2	152 140 €	146 906 €	+3,6%	1 492 €	2 804 €	-46,8%	5	10	-5	22	40	-18	831	1 388	-557
 Skyrock	105 908 €	129 375 €	-18,1%	10 437 €	11 290 €	-7,5%	5	6	-1	64	59	+5	2 959	3 342	-383
 Virgin Radio	132 268 €	132 327 €	-	4 104 €	4 955 €	-17,2%	7	9	-2	49	65	-16	2 037	2 405	-368
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>1 869 244 €</b>	<b>1 807 457 €</b>	<b>+3,4%</b>	<b>42 475 €</b>	<b>58 483 €</b>	<b>-27,4%</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>-5</b>	<b>366</b>	<b>377</b>	<b>-11</b>	<b>20 133</b>	<b>25 438</b>	<b>-5305</b>
<b>Total Radio</b>	<b>3 197 016 €</b>	<b>2 965 179 €</b>	<b>+7,8%</b>	<b>61 561 €</b>	<b>75 824 €</b>	<b>-18,8%</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>-8</b>	<b>474</b>	<b>495</b>	<b>-21</b>	<b>25 840</b>	<b>30 557</b>	<b>-4717</b>

## Annexes

### 1.2. Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par rapport à l'ensemble des recettes publicitaires des radios

	PDM total invts pub *			PDM invts pub EM **			Part invts pub EM / total ***		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
 Europe 1	10,9%	9,8%	+1,1 pt	7,9%	3,7%	+4,2 pt	1,4%	1,0%	+0,4 pt
 France Inter	1,4%	1,6%	-0,2 pt	2,0%	1,7%	+0,4 pt	2,8%	2,7%	+0,1 pt
 RMC	11,3%	9,2%	+2,1 pt	1,1%	2,3%	-1,2 pt	0,2%	0,6%	-0,5 pt
 RTL	16,9%	17,3%	-0,5 pt	19,4%	15,2%	+4,3 pt	2,2%	2,2%	-0,0 pt
 Sud Radio	1,1%	1,2%	-0,1 pt	0,6%	0,1%	+0,5 pt	1,0%	0,2%	+0,9 pt
<b>Radios généralistes</b>	<b>41,5%</b>	<b>39,0%</b>	<b>+2,5 pt</b>	<b>31,0%</b>	<b>22,9%</b>	<b>+8,1 pt</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>-0,1 pt</b>
Cherie FM	5,0%	5,6%	-0,6 pt	1,3%	3,0%	-1,7 pt	0,5%	1,4%	-0,9 pt
France Info	0,6%	0,7%	-0,1 pt	0,3%	0,1%	+0,2 pt	1,1%	0,4%	+0,7 pt
Fun Radio	4,2%	4,4%	-0,2 pt	4,6%	8,4%	-3,7 pt	2,1%	4,9%	-2,7 pt
Les Indépendants	9,2%	6,4%	+2,8 pt	1,0%	0,4%	+0,6 pt	0,2%	0,2%	+0,1 pt
MFM	0,9%	1,4%	-0,5 pt	0,3%	0,5%	-0,2 pt	0,6%	0,9%	-0,3 pt
Nostalgie	6,0%	6,7%	-0,7 pt	3,3%	1,8%	+1,5 pt	1,1%	0,7%	+0,4 pt
 NRJ	12,3%	14,0%	-1,7 pt	10,9%	19,8%	-8,9 pt	1,7%	3,6%	-1,9 pt
Radio Classique	1,7%	1,6%	+0,1 pt	19,8%	14,9%	+5,0 pt	22,4%	23,5%	-1,2 pt
RFM	4,4%	4,7%	-0,3 pt	1,4%	3,1%	-1,7 pt	0,6%	1,7%	-1,1 pt
Rire & Chansons	1,9%	1,7%	+0,2 pt	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,0%	0,1%	-0,1 pt
RTL2	4,8%	5,0%	-0,2 pt	2,4%	3,7%	-1,3 pt	1,0%	1,9%	-0,9 pt
Skyrock	3,3%	4,4%	-1,1 pt	17,0%	14,9%	+2,1 pt	9,9%	8,7%	+1,1 pt
Virgin Radio	4,1%	4,5%	-0,3 pt	6,7%	6,5%	+0,1 pt	3,1%	3,7%	-0,6 pt
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>58,5%</b>	<b>61,0%</b>	<b>-2,5 pt</b>	<b>69,0%</b>	<b>77,1%</b>	<b>-8,1 pt</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,2%</b>	<b>-1,0 pt</b>
<b>Total Radio</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>-0,6 pt</b>



















\* Parts de marché des radios sur l'ensemble des recettes publicitaires du panel.

\*\* Parts de marché des radios sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales du panel.

\*\*\* Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales sur l'ensemble des recettes publicitaires de chaque radio.

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale



















## 1.3. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio par format

	Invts pub (EM) - milliers			Part invts pub / Albums			Part invts pub / Compilations			Part invts pub / Singles			Part invts pub / DVD			TOTAL	
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008
 Europe 1	4 856 €	2 782 €	+74,5%	76,0%	83,3%	-7,2 pt	23,8%	15,4%	+8,4 pt	0,0%	0,0%	-	0,2%	1,3%	-1,1 pt	100,0%	100,0%
 France Inter	1 244 €	1 262 €	-1,4%	66,5%	60,2%	+6,3 pt	32,4%	39,8%	-7,4 pt	0,0%	0,0%	-	1,1%	0,0%	+1,1 pt	100,0%	100,0%
 RMC	656 €	1 752 €	-62,6%	79,0%	31,1%	+47,9 pt	21,0%	35,3%	-14,3 pt	0,0%	33,6%	-33,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 RTL	11 967 €	11 488 €	+4,2%	66,2%	73,5%	-7,2 pt	26,1%	23,6%	+2,5 pt	1,0%	0,0%	+1,0 pt	6,7%	3,0%	+3,7 pt	100,0%	100,0%
 Sud Radio	363 €	56 €	+547,1%	64,7%	0,0%	+64,7 pt	23,4%	0,0%	+23,4 pt	0,0%	0,0%	-	11,9%	100,0%	-88,1 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios généralistes</b>	<b>19 086 €</b>	<b>17 340 €</b>	<b>+10,1%</b>	<b>69,1%</b>	<b>69,5%</b>	<b>-0,4 pt</b>	<b>25,7%</b>	<b>24,6%</b>	<b>+1,1 pt</b>	<b>0,6%</b>	<b>3,4%</b>	<b>-2,8 pt</b>	<b>4,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>+2,0 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
 Cherie FM	789 €	2 246 €	-64,9%	65,6%	74,7%	-9,1 pt	19,6%	12,7%	+7,0 pt	0,0%	8,2%	-8,2 pt	14,8%	4,4%	+10,4 pt	100,0%	100,0%
 France Info	202 €	86 €	+134,1%	51,2%	12,4%	+38,8 pt	48,8%	87,6%	-38,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 Fun Radio	2 847 €	6 336 €	-55,1%	25,2%	15,2%	+10,0 pt	71,6%	75,1%	-3,5 pt	3,2%	9,7%	-6,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 Les Indépendants	628 €	304 €	+106,4%	87,1%	98,5%	-11,4 pt	12,9%	0,0%	+12,9 pt	0,0%	1,5%	-1,5 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 MFM	172 €	377 €	-54,3%	100,0%	23,5%	+76,5 pt	0,0%	63,3%	-63,3 pt	0,0%	13,2%	-13,2 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 Nostalgie	2 029 €	1 339 €	+51,5%	24,9%	36,1%	-11,2 pt	75,1%	63,9%	+11,2 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 NRJ	6 702 €	15 017 €	-55,4%	77,0%	72,8%	+4,2 pt	10,2%	3,6%	+6,6 pt	12,8%	23,0%	-10,2 pt	0,0%	0,5%	-0,5 pt	100,0%	100,0%
 Radio Classique	12 210 €	11 274 €	+8,3%	93,0%	81,9%	+11,1 pt	5,0%	13,2%	-8,1 pt	0,0%	0,0%	-	2,0%	4,9%	-2,9 pt	100,0%	100,0%
 RFM	864 €	2 388 €	-63,8%	75,8%	49,0%	+26,8 pt	23,8%	38,4%	-14,5 pt	0,0%	6,1%	-6,1 pt	0,3%	6,5%	-6,2 pt	100,0%	100,0%
 Rire & Chansons	0 €	67 €	-100,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	100,0%	-100,0 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 RTL2	1 492 €	2 804 €	-46,8%	66,9%	81,7%	-14,8 pt	33,1%	7,0%	+26,1 pt	0,0%	5,1%	-5,1 pt	0,0%	6,2%	-6,2 pt	100,0%	100,0%
 Skyrock	10 437 €	11 290 €	-7,5%	71,3%	83,3%	-12,0 pt	23,8%	9,1%	+14,7 pt	4,9%	7,6%	-2,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
 Virgin Radio	4 104 €	4 955 €	-17,2%	84,8%	83,2%	+1,6 pt	11,4%	6,2%	+5,2 pt	3,8%	10,6%	-6,7 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>42 475 €</b>	<b>58 483 €</b>	<b>-27,4%</b>	<b>74,5%</b>	<b>69,6%</b>	<b>+5,0 pt</b>	<b>20,8%</b>	<b>18,4%</b>	<b>+2,4 pt</b>	<b>3,8%</b>	<b>10,2%</b>	<b>-6,4 pt</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>-1,0 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total radio</b>	<b>61 561 €</b>	<b>75 824 €</b>	<b>-18,8%</b>	<b>72,9%</b>	<b>69,6%</b>	<b>+3,3 pt</b>	<b>22,3%</b>	<b>19,8%</b>	<b>+2,5 pt</b>	<b>2,8%</b>	<b>8,7%</b>	<b>-5,9 pt</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale






# Annexes

## 1.4. Montant des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio par annonceur

	Invts pub (EM) - milliers			UNIVERSAL			EMI			WARNER			SONY BMG			INDEPENDANTS		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 07/08
 Europe 1	4 856 €	2 782 €	+74,5%	2 666 €	2 009 €	+32,7%	360 €	132 €	+173,9%	258 €	152 €	+69,5%	1 256 €	216 €	+482,9%	316 €	274 €	+15,1%
 France Inter	1 244 €	1 262 €	-1,4%	319 €	409 €	-22,0%	162 €	87 €	+86,6%	53 €	67 €	-22,0%	35 €	0 €	-	675 €	699 €	-3,5%
 RMC	656 €	1 752 €	-62,6%	258 €	405 €	-36,4%	0 €	0 €	-	181 €	886 €	-79,6%	217 €	416 €	-47,8%	0 €	45 €	-100,0%
 RTL	11 967 €	11 488 €	+4,2%	6 461 €	5 014 €	+28,9%	1 862 €	1 152 €	+61,7%	2 504 €	1 898 €	+31,9%	739 €	2 631 €	-71,9%	400 €	794 €	-49,6%
 Sud Radio	363 €	56 €	+547,1%	107 €	0 €	-	0 €	0 €	-	110 €	0 €	-	9 €	0 €	-	137 €	56 €	+144,0%
<b>Radios généralistes</b>	<b>19 086 €</b>	<b>17 340 €</b>	<b>+10,1%</b>	<b>9 812 €</b>	<b>7 836 €</b>	<b>+25,2%</b>	<b>2 385 €</b>	<b>1 370 €</b>	<b>+74,0%</b>	<b>3 105 €</b>	<b>3 003 €</b>	<b>+3,4%</b>	<b>2 257 €</b>	<b>3 262 €</b>	<b>-30,8%</b>	<b>1 527 €</b>	<b>1 869 €</b>	<b>-18,3%</b>
 Cherie FM	789 €	2 246 €	-64,9%	185 €	582 €	-68,2%	190 €	74 €	+157,7%	140 €	404 €	-65,5%	157 €	1 048 €	-85,0%	116 €	138 €	-15,3%
 France Info	202 €	86 €	+134,1%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	23 €	0 €	-	0 €	0 €	-	178 €	86 €	+107,0%
 Fun Radio	2 847 €	6 336 €	-55,1%	869 €	650 €	+33,7%	545 €	1 813 €	-69,9%	513 €	711 €	-27,8%	538 €	2 200 €	-75,5%	381 €	961 €	-60,3%
 Les Indépendants	628 €	304 €	+106,4%	0 €	75 €	-100,0%	0 €	0 €	-	209 €	11 €	+1753,3%	388 €	89 €	+334,3%	31 €	129 €	-76,1%
 MFM	172 €	377 €	-54,3%	0 €	29 €	-100,0%	0 €	0 €	-	119 €	52 €	+131,0%	24 €	275 €	-91,4%	30 €	22 €	+34,0%
 Nostalgie	2 029 €	1 339 €	+51,5%	1 368 €	474 €	+188,8%	0 €	267 €	-100,0%	23 €	397 €	-94,2%	487 €	155 €	+213,7%	151 €	46 €	+230,9%
 NRJ	6 702 €	15 017 €	-55,4%	1 877 €	5 981 €	-68,6%	1 834 €	4 224 €	-56,6%	2 434 €	3 586 €	-32,1%	349 €	967 €	-63,9%	208 €	260 €	-20,0%
 Radio Classique	12 210 €	11 274 €	+8,3%	2 442 €	1 780 €	+37,2%	1 514 €	2 373 €	-36,2%	0 €	98 €	-100,0%	1 493 €	1 628 €	-8,3%	6 761 €	5 395 €	+25,3%
 RFM	864 €	2 388 €	-63,8%	283 €	908 €	-68,8%	206 €	561 €	-63,3%	336 €	194 €	+73,3%	3 €	256 €	-98,8%	35 €	470 €	-92,5%
 Rire & Chansons	0 €	67 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	49 €	-100,0%	0 €	19 €	-100,0%
 RTL2	1 492 €	2 804 €	-46,8%	537 €	1 066 €	-49,7%	359 €	685 €	-47,6%	339 €	179 €	+89,4%	137 €	224 €	-38,9%	121 €	650 €	-81,4%
 Skyrock	10 437 €	11 290 €	-7,5%	1 898 €	2 869 €	-33,9%	1 305 €	2 476 €	-47,3%	3 105 €	3 670 €	-15,4%	3 736 €	1 474 €	+153,5%	394 €	800 €	-50,8%
 Virgin Radio	4 104 €	4 955 €	-17,2%	918 €	2 715 €	-66,2%	635 €	735 €	-13,7%	1 293 €	511 €	+153,3%	745 €	300 €	+148,5%	512 €	695 €	-26,3%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>42 475 €</b>	<b>58 483 €</b>	<b>-27,4%</b>	<b>10 378 €</b>	<b>17 129 €</b>	<b>-39,4%</b>	<b>6 588 €</b>	<b>13 208 €</b>	<b>-50,1%</b>	<b>8 535 €</b>	<b>9 813 €</b>	<b>-13,0%</b>	<b>8 057 €</b>	<b>8 665 €</b>	<b>-7,0%</b>	<b>8 917 €</b>	<b>9 669 €</b>	<b>-7,8%</b>
<b>Total radio</b>	<b>61 561 €</b>	<b>75 824 €</b>	<b>-18,8%</b>	<b>20 191 €</b>	<b>24 966 €</b>	<b>-19,1%</b>	<b>8 973 €</b>	<b>14 578 €</b>	<b>-38,5%</b>	<b>11 639 €</b>	<b>12 815 €</b>	<b>-9,2%</b>	<b>10 314 €</b>	<b>11 927 €</b>	<b>-13,5%</b>	<b>10 445 €</b>	<b>11 537 €</b>	<b>-9,5%</b>

# Annexes






## 1.5. Part de marché des radios sur l'ensemble des recettes publicitaires pour chaque annonceur

	PDM invts pub / UNIVERSAL			PDM invts pub / EMI			PDM invts pub / WARNER			PDM invts pub / SONY BMG			PDM invts pub / INDEPENDANTS		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
 Europe 1	13,2%	8,0%	+5,2 pt	4,0%	0,9%	+3,1 pt	2,2%	1,2%	+1,0 pt	12,2%	1,8%	+10,4 pt	3,0%	2,4%	+0,6 pt
 France Inter	1,6%	1,6%	-0,1 pt	1,8%	0,6%	+1,2 pt	0,5%	0,5%	-0,1 pt	0,3%	0,0%	+0,3 pt	6,5%	6,1%	+0,4 pt
 RMC	1,3%	1,6%	-0,3 pt	0,0%	0,0%	-	1,6%	6,9%	-5,4 pt	2,1%	3,5%	-1,4 pt	0,0%	0,4%	-0,4 pt
 RTL	32,0%	20,1%	+11,9 pt	20,8%	7,9%	+12,9 pt	21,5%	14,8%	+6,7 pt	7,2%	22,1%	-14,9 pt	3,8%	6,9%	-3,1 pt
 Sud Radio	0,5%	0,0%	+0,5 pt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3%	0,5%	+0,8 pt
<b>Radios généralistes</b>	<b>48,6%</b>	<b>31,4%</b>	<b>+17,2 pt</b>	<b>26,6%</b>	<b>9,4%</b>	<b>+17,2 pt</b>	<b>26,7%</b>	<b>23,4%</b>	<b>+3,2 pt</b>	<b>21,9%</b>	<b>27,4%</b>	<b>-5,5 pt</b>	<b>14,6%</b>	<b>16,2%</b>	<b>-1,6 pt</b>
Cherie FM	0,9%	2,3%	-1,4 pt	2,1%	0,5%	+1,6 pt	1,2%	3,2%	-2,0 pt	1,5%	8,8%	-7,3 pt	1,1%	1,2%	-0,1 pt
France Info	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,2%	0,0%	+0,2 pt	0,0%	0,0%	-	1,7%	0,7%	+1,0 pt
Fun Radio	4,3%	2,6%	+1,7 pt	6,1%	12,4%	-6,4 pt	4,4%	5,5%	-1,1 pt	5,2%	18,4%	-13,2 pt	3,6%	8,3%	-4,7 pt
Les Indépendants	0,0%	0,3%	-0,3 pt	0,0%	0,0%	-	1,8%	0,1%	+1,7 pt	3,8%	0,7%	+3,0 pt	0,3%	1,1%	-0,8 pt
MFM	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	1,0%	0,4%	+0,6 pt	0,2%	2,3%	-2,1 pt	0,3%	0,2%	+0,1 pt
Nostalgie	6,8%	1,9%	+4,9 pt	0,0%	1,8%	-1,8 pt	0,2%	3,1%	-2,9 pt	4,7%	1,3%	+3,4 pt	1,4%	0,4%	+1,0 pt
NRJ	9,3%	24,0%	-14,7 pt	20,4%	29,0%	-8,5 pt	20,9%	28,0%	-7,1 pt	3,4%	8,1%	-4,7 pt	2,0%	2,2%	-0,3 pt
Radio Classique	12,1%	7,1%	+5,0 pt	16,9%	16,3%	+0,6 pt	0,0%	0,8%	-0,8 pt	14,5%	13,7%	+0,8 pt	64,7%	46,8%	+18,0 pt
RFM	1,4%	3,6%	-2,2 pt	2,3%	3,8%	-1,6 pt	2,9%	1,5%	+1,4 pt	0,0%	2,1%	-2,1 pt	0,3%	4,1%	-3,7 pt
Rire & Chansons	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,4%	-0,4 pt	0,0%	0,2%	-0,2 pt
RTL2	2,7%	4,3%	-1,6 pt	4,0%	4,7%	-0,7 pt	2,9%	1,4%	+1,5 pt	1,3%	1,9%	-0,6 pt	1,2%	5,6%	-4,5 pt
Skyrock	9,4%	11,5%	-2,1 pt	14,5%	17,0%	-2,4 pt	26,7%	28,6%	-2,0 pt	36,2%	12,4%	+23,9 pt	3,8%	6,9%	-3,2 pt
Virgin Radio	4,5%	10,9%	-6,3 pt	7,1%	5,0%	+2,0 pt	11,1%	4,0%	+7,1 pt	7,2%	2,5%	+4,7 pt	4,9%	6,0%	-1,1 pt
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>51,4%</b>	<b>68,6%</b>	<b>-17,2 pt</b>	<b>73,4%</b>	<b>90,6%</b>	<b>-17,2 pt</b>	<b>73,3%</b>	<b>76,6%</b>	<b>-3,2 pt</b>	<b>78,1%</b>	<b>72,6%</b>	<b>+5,5 pt</b>	<b>85,4%</b>	<b>83,8%</b>	<b>+1,6 pt</b>
<b>Total radio</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale

# Annexes

## 1.6. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio par annonceur

	Invts pub (EM) - milliers			Part invts pub / UNIVERSAL			Part invts pub / EMI			Part invts pub / WARNER			Part invts pub / SONY BMG			Part invts pub / INDEPENDANTS			TOTAL	
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 07/08	2 009	2 008
 Europe 1	4 856 €	2 782 €	+74,5%	54,9%	72,2%	-17,3 pt	7,4%	4,7%	+2,7 pt	5,3%	5,5%	-0,2 pt	25,9%	7,7%	+18,1 pt	6,5%	9,9%	-3,4 pt	100,0%	100,0%
 France Inter	1 244 €	1 262 €	-1,4%	25,6%	32,4%	-6,7 pt	13,0%	6,9%	+6,2 pt	4,2%	5,3%	-1,1 pt	2,8%	0,0%	+2,8 pt	54,3%	55,4%	-1,1 pt	100,0%	100,0%
 RMC	656 €	1 752 €	-62,6%	39,3%	23,1%	+16,2 pt	0,0%	0,0%	-	27,5%	50,6%	-23,0 pt	33,1%	23,7%	+9,4 pt	0,0%	2,6%	-2,6 pt	100,0%	100,0%
 RTL	11 967 €	11 488 €	+4,2%	54,0%	43,6%	+10,4 pt	15,6%	10,0%	+5,5 pt	20,9%	16,5%	+4,4 pt	6,2%	22,9%	-16,7 pt	3,3%	6,9%	-3,6 pt	100,0%	100,0%
 Sud Radio	363 €	56 €	+547,1%	29,6%	0,0%	+29,6 pt	0,0%	0,0%	-	30,3%	0,0%	+30,3 pt	2,4%	0,0%	+2,4 pt	37,7%	100,0%	-62,3 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios généralistes</b>	<b>19 086 €</b>	<b>17 340 €</b>	<b>+10,1%</b>	<b>51,4%</b>	<b>45,2%</b>	<b>+6,2 pt</b>	<b>12,5%</b>	<b>7,9%</b>	<b>+4,6 pt</b>	<b>16,3%</b>	<b>17,3%</b>	<b>-1,1 pt</b>	<b>11,8%</b>	<b>18,8%</b>	<b>-7,0 pt</b>	<b>8,0%</b>	<b>10,8%</b>	<b>-2,8 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Cherie FM	789 €	2 246 €	-64,9%	23,5%	25,9%	-2,4 pt	24,1%	3,3%	+20,8 pt	17,7%	18,0%	-0,3 pt	20,0%	46,7%	-26,7 pt	14,8%	6,1%	+8,6 pt	100,0%	100,0%
France Info	202 €	86 €	+134,1%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	11,6%	0,0%	+11,6 pt	0,0%	0,0%	-	88,4%	100,0%	-11,6 pt	100,0%	100,0%
Fun Radio	2 847 €	6 336 €	-55,1%	30,5%	10,3%	+20,3 pt	19,1%	28,6%	-9,5 pt	18,0%	11,2%	+6,8 pt	18,9%	34,7%	-15,8 pt	13,4%	15,2%	-1,8 pt	100,0%	100,0%
Les Indépendants	628 €	304 €	+106,4%	0,0%	24,6%	-24,6 pt	0,0%	0,0%	-	33,3%	3,7%	+29,6 pt	61,8%	29,4%	+32,4 pt	4,9%	42,3%	-37,4 pt	100,0%	100,0%
MFM	172 €	377 €	-54,3%	0,0%	7,6%	-7,6 pt	0,0%	0,0%	-	69,1%	13,7%	+55,5 pt	13,7%	72,9%	-59,2 pt	17,2%	5,9%	+11,3 pt	100,0%	100,0%
Nostalgie	2 029 €	1 339 €	+51,5%	67,4%	35,4%	+32,0 pt	0,0%	20,0%	-20,0 pt	1,1%	29,7%	-28,5 pt	24,0%	11,6%	+12,4 pt	7,4%	3,4%	+4,0 pt	100,0%	100,0%
NRJ	6 702 €	15 017 €	-55,4%	28,0%	39,8%	-11,8 pt	27,4%	28,1%	-0,8 pt	36,3%	23,9%	+12,4 pt	5,2%	6,4%	-1,2 pt	3,1%	1,7%	+1,4 pt	100,0%	100,0%
Radio Classique	12 210 €	11 274 €	+8,3%	20,0%	15,8%	+4,2 pt	12,4%	21,0%	-8,6 pt	0,0%	0,9%	-0,9 pt	12,2%	14,4%	-2,2 pt	55,4%	47,9%	+7,5 pt	100,0%	100,0%
RFM	864 €	2 388 €	-63,8%	32,8%	38,0%	-5,2 pt	23,8%	23,5%	+0,4 pt	38,9%	8,1%	+30,8 pt	0,3%	10,7%	-10,4 pt	4,1%	19,7%	-15,6 pt	100,0%	100,0%
Rire & Chansons	0 €	67 €	-100,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	72,3%	-72,3 pt	0,0%	27,7%	-27,7 pt	100,0%	100,0%
RTL2	1 492 €	2 804 €	-46,8%	36,0%	38,0%	-2,0 pt	24,1%	24,4%	-0,4 pt	22,7%	6,4%	+16,3 pt	9,2%	8,0%	+1,2 pt	8,1%	23,2%	-15,1 pt	100,0%	100,0%
Skyrock	10 437 €	11 290 €	-7,5%	18,2%	25,4%	-7,2 pt	12,5%	21,9%	-9,4 pt	29,7%	32,5%	-2,8 pt	35,8%	13,1%	+22,7 pt	3,8%	7,1%	-3,3 pt	100,0%	100,0%
Virgin Radio	4 104 €	4 955 €	-17,2%	22,4%	54,8%	-32,4 pt	15,5%	14,8%	+0,6 pt	31,5%	10,3%	+21,2 pt	18,2%	6,1%	+12,1 pt	12,5%	14,0%	-1,5 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>42 475 €</b>	<b>58 483 €</b>	<b>-27,4%</b>	<b>24,4%</b>	<b>29,3%</b>	<b>-4,9 pt</b>	<b>15,5%</b>	<b>22,6%</b>	<b>-7,1 pt</b>	<b>20,1%</b>	<b>16,8%</b>	<b>+3,3 pt</b>	<b>19,0%</b>	<b>14,8%</b>	<b>+4,2 pt</b>	<b>21,0%</b>	<b>16,5%</b>	<b>+4,5 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total radio</b>	<b>61 561 €</b>	<b>75 824 €</b>	<b>-18,8%</b>	<b>32,8%</b>	<b>32,9%</b>	<b>-0,1 pt</b>	<b>14,6%</b>	<b>19,2%</b>	<b>-4,7 pt</b>	<b>18,9%</b>	<b>16,9%</b>	<b>+2,0 pt</b>	<b>16,8%</b>	<b>15,7%</b>	<b>+1,0 pt</b>	<b>17,0%</b>	<b>15,2%</b>	<b>+1,8 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale



## 2.1. Evolution des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (EM) en TV

	Total invts publicitaires - milliers			Invts pub EM - milliers			Nb annonceurs EM			Nb spots EM			Nb Diffs EM		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
13ème Rue	15 091 €	20 692 €	-27,1%	9 €	25 €	-63,8%	1	2	-1	1	2	-1	27	73	-46
Canal J	9 843 €	13 662 €	-28,0%	401 €	502 €	-20,1%	3	5	-2	17	18	-1	1 391	1 426	-35
Cartoon Network	4 010 €	4 135 €	-3,0%	24 €	4 €	+566,0%	2	1	+1	5	3	+2	203	85	+118
Comedie	32 510 €	31 362 €	+3,7%	10 €	11 €	-12,1%	1	1	-	1	2	-1	9	17	-8
Disney XD (ex Jetix)	9 893 €	6 205 €	+59,4%	58 €	15 €	+298,4%	2	1	+1	3	3	-	173	43	+130
Eurosport	75 851 €	76 207 €	-0,5%	6 €	60 €	-89,3%	1	2	-1	1	12	-11	13	163	-150
France 4	47 400 €	31 308 €	+51,4%	1 643 €	2 115 €	-22,3%	11	8	+3	40	65	-25	1 496	1 571	-75
Fun TV	0 €	1 170 €	-100,0%	0 €	2 €	-100,0%	0	6	-6	0	35	-35	0	86	-86
Jimmy	10 851 €	10 650 €	+1,9%	7 €	4 €	+58,5%	1	1	-	1	1	-	26	15	+11
June (ex Filles TV)	2 872 €	4 579 €	-37,3%	16 €	215 €	-92,4%	2	4	-2	2	1	+1	82	814	-732
LCI	23 971 €	29 570 €	-18,9%	803 €	796 €	+0,8%	5	6	-1	45	53	-8	3 664	4 922	-1258
MCM	17 788 €	21 048 €	-15,5%	171 €	877 €	-80,6%	5	5	-	13	36	-23	702	2 485	-1783
MTV	40 663 €	43 958 €	-7,5%	846 €	1 545 €	-45,2%	8	6	+2	45	84	-39	2 802	5 942	-3140
NRJ 12	164 905 €	93 202 €	+76,9%	2 818 €	1 974 €	+42,8%	5	5	-	59	69	-10	1 623	1 841	-218
NT1	124 661 €	81 794 €	+52,4%	798 €	157 €	+409,5%	4	3	+1	20	6	+14	548	154	+394
Paris Premiere	35 269 €	37 517 €	-6,0%	960 €	924 €	+3,9%	7	7	-	44	40	+4	2 398	1 076	+1322
RTL9	41 819 €	64 259 €	-34,9%	948 €	815 €	+16,3%	5	4	+1	21	23	-2	1 953	1 418	+535
Serie Club	14 033 €	10 747 €	+30,6%	0 €	0 €	-	1	0	+1	0	0	-	0	0	-
Teleton	12 546 €	15 403 €	-18,5%	102 €	50 €	+103,9%	4	1	+3	5	1	+4	226	96	+130
Teva	33 678 €	26 899 €	+25,2%	131 €	63 €	+108,4%	5	2	+3	8	6	+2	237	115	+122
TF6	35 064 €	37 993 €	-7,7%	7 €	4 €	+108,8%	1	1	-	1	1	-	35	19	+16
TMC	237 624 €	140 471 €	+69,2%	2 854 €	659 €	+333,0%	4	4	-	43	21	+22	1 137	433	+704
TV5	14 127 €	5 878 €	+140,3%	26 €	4 €	+625,9%	2	1	+1	2	1	+1	81	18	+63
Virgin 17	94 979 €	84 983 €	+11,8%	3 430 €	5 692 €	-39,7%	7	5	+2	63	100	-37	3 009	5 182	-2173
W9	227 189 €	124 673 €	+82,2%	4 555 €	3 734 €	+22,0%	7	7	-	95	117	-22	1 659	1 600	+59
<b>CabSat-TNT</b>	<b>1 326 637 €</b>	<b>1 018 368 €</b>	<b>+30,3%</b>	<b>20 624 €</b>	<b>20 244 €</b>	<b>+1,9%</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>+4</b>	<b>295</b>	<b>105</b>	<b>+190</b>	<b>23 494</b>	<b>29 594</b>	<b>-6100</b>
Canal Plus	153 067 €	132 370 €	+15,6%	3 753 €	3 672 €	+2,2%	8	7	+1	58	56	+2	707	540	+167
France 2	244 096 €	376 946 €	-35,2%	3 191 €	4 086 €	-21,9%	7	10	-3	54	75	-21	1 087	674	+413
France 3	150 970 €	238 451 €	-36,7%	1 670 €	1 089 €	+53,3%	8	9	-1	52	56	-4	736	355	+381
France 5	25 571 €	26 326 €	-2,9%	140 €	28 €	+399,0%	4	3	+1	34	7	+27	212	30	+182
M6	1 358 732 €	1 296 283 €	+4,8%	38 769 €	44 079 €	-12,0%	7	8	-1	214	256	-42	3 267	4 437	-1170
TF1	3 023 220 €	2 942 646 €	+2,7%	71 891 €	81 400 €	-11,7%	7	10	-3	170	227	-57	3 693	3 756	-63
<b>TV hertziennes</b>	<b>4 955 656 €</b>	<b>5 013 021 €</b>	<b>-1,1%</b>	<b>119 413 €</b>	<b>134 354 €</b>	<b>-11,1%</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>316</b>	<b>436</b>	<b>-120</b>	<b>9 702</b>	<b>9 792</b>	<b>-90</b>
<b>Total TV</b>	<b>6 282 293 €</b>	<b>6 031 390 €</b>	<b>+4,2%</b>	<b>140 037 €</b>	<b>154 598 €</b>	<b>-9,4%</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>+6</b>	<b>421</b>	<b>492</b>	<b>-71</b>	<b>33 196</b>	<b>39 386</b>	<b>-6190</b>

## 2.2. Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales par rapport à l'ensemble des recettes publicitaires des chaînes de TV

	PDM total invts pub *			PDM invts pub EM **			Part invts pub EM / total ***		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
13ème Rue	0,2%	0,3%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,1%	0,1%	-0,1 pt
Canal J	0,2%	0,2%	-0,1 pt	0,3%	0,3%	-	4,1%	3,7%	+0,4 pt
Cartoon Network	0,1%	0,1%	-	0,0%	0,0%	-	0,6%	0,1%	+0,5 pt
Comedie	0,5%	0,5%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Disney XD (ex Jetix)	0,2%	0,1%	+0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,6%	0,2%	+0,4 pt
Eurosport	1,2%	1,3%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,1%	-0,1 pt
France 4	0,8%	0,5%	+0,2 pt	1,2%	1,4%	-0,2 pt	3,5%	6,8%	-3,3 pt
Fun TV	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,2%	-0,2 pt
Jimmy	0,2%	0,2%	-	0,0%	0,0%	-	0,1%	0,0%	-
June (ex Filles TV)	0,0%	0,1%	-	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,6%	4,7%	-4,1 pt
LCI	0,4%	0,5%	-0,1 pt	0,6%	0,5%	+0,1 pt	3,3%	2,7%	+0,7 pt
MCM	0,3%	0,3%	-0,1 pt	0,1%	0,6%	-0,4 pt	1,0%	4,2%	-3,2 pt
MTV	0,6%	0,7%	-0,1 pt	0,6%	1,0%	-0,4 pt	2,1%	3,5%	-1,4 pt
NRJ 12	2,6%	1,5%	+1,1 pt	2,0%	1,3%	+0,7 pt	1,7%	2,1%	-0,4 pt
NT1	2,0%	1,4%	+0,6 pt	0,6%	0,1%	+0,5 pt	0,6%	0,2%	+0,4 pt
Paris Premiere	0,6%	0,6%	-0,1 pt	0,7%	0,6%	+0,1 pt	2,7%	2,5%	+0,3 pt
RTL9	0,7%	1,1%	-0,4 pt	0,7%	0,5%	+0,1 pt	2,3%	1,3%	+1,0 pt
Serie Club	0,2%	0,2%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Teleton	0,2%	0,3%	-0,1 pt	0,1%	0,0%	-	0,8%	0,3%	+0,5 pt
Teva	0,5%	0,4%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,4%	0,2%	+0,2 pt
TF6	0,6%	0,6%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
TMC	3,8%	2,3%	+1,5 pt	2,0%	0,4%	+1,6 pt	1,2%	0,5%	+0,7 pt
TV5	0,2%	0,1%	+0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,2%	0,1%	+0,1 pt
Virgin 17	1,5%	1,4%	+0,1 pt	2,4%	3,7%	-1,2 pt	3,6%	6,7%	-3,1 pt
W9	3,6%	2,1%	+1,5 pt	3,3%	2,4%	+0,8 pt	2,0%	3,0%	-1,0 pt
<b>CabSat-TNT</b>	<b>21,1%</b>	<b>16,9%</b>	<b>+4,2 pt</b>	<b>14,7%</b>	<b>13,1%</b>	<b>+1,6 pt</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-0,4 pt</b>
Canal Plus	2,4%	2,2%	+0,2 pt	2,7%	2,4%	+0,3 pt	2,5%	2,8%	-0,3 pt
France 2	3,9%	6,2%	-2,4 pt	2,3%	2,6%	-0,4 pt	1,3%	1,1%	+0,2 pt
France 3	2,4%	4,0%	-1,6 pt	1,2%	0,7%	+0,5 pt	1,1%	0,5%	+0,6 pt
France 5	0,4%	0,4%	-	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,5%	0,1%	+0,4 pt
M6	21,6%	21,5%	+0,1 pt	27,7%	28,5%	-0,8 pt	2,9%	3,4%	-0,5 pt
TF1	48,1%	48,8%	-0,7 pt	51,3%	52,7%	-1,3 pt	2,4%	2,8%	-0,4 pt
<b>TV hertziennes</b>	<b>78,9%</b>	<b>83,1%</b>	<b>-4,2 pt</b>	<b>85,3%</b>	<b>86,9%</b>	<b>-1,6 pt</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,7%</b>	<b>-0,3 pt</b>
<b>Total TV</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,6%</b>	<b>-0,3 pt</b>

\* Parts de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des recettes publicitaires du panel.

\*\* Parts de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales du panel.

\*\*\* Part des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales sur l'ensemble des recettes publicitaires par chaîne de TV.

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale

## 2.3. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV par format

	Invts pub éditions musicales (EM) - milliers			Part invts pub / Albums			Part invts pub / Compilations			Part invts pub / DVD			Part invts pub / Singles			TOTAL	
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008
13ème Rue	9 €	25 €	-63,8%	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Canal J	401 €	502 €	-20,1%	32,3%	35,4%	-3,1 pt	45,1%	25,6%	+19,5 pt	0,0%	12,7%	-12,7 pt	22,6%	26,3%	-3,8 pt	100,0%	100,0%
Cartoon Network	24 €	4 €	+566,0%	58,8%	100,0%	-41,2 pt	30,2%	0,0%	+30,2 pt	0,0%	0,0%	-	11,0%	0,0%	+11,0 pt	100,0%	100,0%
Comedie	10 €	11 €	-12,1%	0,0%	63,8%	-63,8 pt	100,0%	36,2%	+63,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Disney XD (ex Jetix)	58 €	15 €	+298,4%	61,9%	100,0%	-38,1 pt	38,1%	0,0%	+38,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Eurosport	6 €	60 €	-89,3%	0,0%	86,2%	-86,2 pt	100,0%	0,0%	+100,0 pt	0,0%	13,8%	-13,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 4	1 643 €	2 115 €	-22,3%	99,2%	92,5%	+6,7 pt	0,8%	6,6%	-5,8 pt	0,0%	0,8%	-0,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Fun TV	0 €	2 €	-100,0%	0,0%	49,2%	-49,2 pt	0,0%	39,5%	-39,5 pt	0,0%	1,6%	-1,6 pt	0,0%	9,6%	-9,6 pt	100,0%	100,0%
Jimmy	7 €	4 €	+58,5%	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
June (ex Filles TV)	16 €	215 €	-92,4%	100,0%	83,9%	+16,1 pt	0,0%	16,1%	-16,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
LCI	803 €	796 €	+0,8%	77,8%	76,9%	+0,8 pt	20,7%	19,2%	+1,5 pt	1,5%	3,8%	-2,4 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
MCM	171 €	877 €	-80,6%	76,4%	58,4%	+18,1 pt	23,6%	27,0%	-3,4 pt	0,0%	9,5%	-9,5 pt	0,0%	5,1%	-5,1 pt	100,0%	100,0%
MTV	846 €	1 545 €	-45,2%	55,6%	68,9%	-13,3 pt	42,5%	25,1%	+17,4 pt	0,0%	2,2%	-2,2 pt	1,9%	3,8%	-2,0 pt	100,0%	100,0%
NRJ 12	2 818 €	1 974 €	+42,8%	74,5%	73,4%	+1,0 pt	23,6%	18,6%	+5,0 pt	0,0%	5,2%	-5,2 pt	1,9%	2,8%	-0,9 pt	100,0%	100,0%
NT1	798 €	157 €	+409,5%	65,3%	84,2%	-18,9 pt	28,4%	9,6%	+18,8 pt	0,0%	6,1%	-6,1 pt	6,3%	0,0%	+6,3 pt	100,0%	100,0%
Paris Premiere	960 €	924 €	+3,9%	82,1%	74,0%	+8,1 pt	15,9%	24,4%	-8,5 pt	2,1%	1,6%	+0,5 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
RTL9	948 €	815 €	+16,3%	68,5%	66,8%	+1,7 pt	29,4%	18,7%	+10,6 pt	2,1%	11,6%	-9,5 pt	0,0%	2,9%	-2,9 pt	100,0%	100,0%
Serie Club	0 €	0 €	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Teletoon	102 €	50 €	+103,9%	52,5%	0,0%	+52,5 pt	47,5%	100,0%	-52,5 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Teva	131 €	63 €	+108,4%	91,5%	55,7%	+35,9 pt	8,5%	27,9%	-19,4 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	16,5%	-16,5 pt	100,0%	100,0%
TF6	7 €	4 €	+108,8%	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
TMC	2 854 €	659 €	+333,0%	48,6%	30,4%	+18,2 pt	51,4%	62,0%	-10,6 pt	0,0%	7,6%	-7,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
TV5	26 €	4 €	+625,9%	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Virgin 17	3 430 €	5 692 €	-39,7%	71,5%	73,6%	-2,1 pt	22,8%	20,0%	+2,8 pt	0,0%	3,4%	-3,4 pt	5,7%	2,9%	+2,8 pt	100,0%	100,0%
W9	4 555 €	3 734 €	+22,0%	64,8%	69,0%	-4,2 pt	32,9%	27,8%	+5,1 pt	0,8%	2,7%	-1,9 pt	1,6%	0,5%	+1,1 pt	100,0%	100,0%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>20 624 €</b>	<b>20 244 €</b>	<b>+1,9%</b>	<b>68,4%</b>	<b>71,1%</b>	<b>-2,8 pt</b>	<b>28,9%</b>	<b>22,4%</b>	<b>+6,5 pt</b>	<b>0,4%</b>	<b>4,0%</b>	<b>-3,6 pt</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,2 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Canal Plus	3 753 €	3 672 €	+2,2%	88,3%	78,7%	+9,6 pt	11,0%	17,5%	-6,5 pt	0,7%	3,8%	-3,1 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 2	3 191 €	4 086 €	-21,9%	82,0%	71,7%	+10,3 pt	17,6%	22,2%	-4,6 pt	0,4%	6,1%	-5,7 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 3	1 670 €	1 089 €	+53,3%	84,1%	60,0%	+24,2 pt	15,8%	26,6%	-10,8 pt	0,1%	13,4%	-13,4 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 5	140 €	28 €	+399,0%	75,4%	65,5%	+9,9 pt	24,6%	27,8%	-3,2 pt	0,0%	6,6%	-6,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
M6	38 769 €	44 079 €	-12,0%	67,8%	64,4%	+3,5 pt	29,0%	31,2%	-2,2 pt	1,2%	1,3%	-0,1 pt	1,9%	3,1%	-1,2 pt	100,0%	100,0%
TF1	71 891 €	81 400 €	-11,7%	76,9%	73,3%	+3,5 pt	21,3%	23,9%	-2,6 pt	1,3%	2,2%	-0,9 pt	0,5%	0,5%	-	100,0%	100,0%
<b>TV hertziennes</b>	<b>119 413 €</b>	<b>134 354 €</b>	<b>-11,1%</b>	<b>74,5%</b>	<b>70,4%</b>	<b>+4,1 pt</b>	<b>23,3%</b>	<b>26,1%</b>	<b>-2,8 pt</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,9 pt</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,3%</b>	<b>-0,4 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total TV</b>	<b>140 037 €</b>	<b>154 598 €</b>	<b>-9,4%</b>	<b>73,6%</b>	<b>70,5%</b>	<b>+3,1 pt</b>	<b>24,2%</b>	<b>25,6%</b>	<b>-1,5 pt</b>	<b>1,1%</b>	<b>2,4%</b>	<b>-1,3 pt</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,5%</b>	<b>-0,3 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale  
© Observatoire de la musique

## 2.4. Montant des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV par annonceur

	Invts pub éditions musicales (EM) - milliers			UNIVERSAL			SONY			WARNER			EMI			INDEPENDANTS		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
	13ème Rue	9 €	25 €	-63,8%	9 €	6 €	+49,4%	0 €	19 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €
Canal J	401 €	502 €	-20,1%	92 €	59 €	+55,2%	0 €	57 €	-100,0%	245 €	347 €	-29,4%	65 €	14 €	+369,6%	0 €	25 €	-100,0%
Cartoon Network	24 €	4 €	+566,0%	0 €	0 €	-	3 €	0 €	-	21 €	4 €	+476,2%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Comedie	10 €	11 €	-12,1%	10 €	11 €	-12,1%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Disney XD (ex Jetix)	58 €	15 €	+298,4%	0 €	0 €	-	0 €	15 €	-100,0%	46 €	0 €	-	12 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Eurosport	6 €	60 €	-89,3%	6 €	8 €	-22,7%	0 €	52 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
France 4	1 643 €	2 115 €	-22,3%	451 €	658 €	-31,4%	76 €	534 €	-85,8%	138 €	156 €	-11,2%	161 €	251 €	-35,9%	817 €	516 €	+58,1%
Fun TV	0 €	2 €	-100,0%	0 €	1 €	-100,0%	0 €	0 €	-100,0%	0 €	0 €	-100,0%	0 €	0 €	-100,0%	0 €	0 €	-100,0%
Jimmy	7 €	4 €	+58,5%	7 €	4 €	+58,5%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
June (ex Filles TV)	16 €	215 €	-92,4%	13 €	30 €	-57,4%	0 €	92 €	-100,0%	3 €	87 €	-96,2%	0 €	5 €	-100,0%	0 €	0 €	-
LCI	803 €	796 €	+0,8%	679 €	503 €	+35,1%	0 €	137 €	-100,0%	26 €	91 €	-70,9%	36 €	53 €	-31,0%	61 €	13 €	+369,6%
MCM	171 €	877 €	-80,6%	133 €	427 €	-68,8%	0 €	351 €	-100,0%	10 €	54 €	-80,7%	0 €	0 €	-	27 €	45 €	-40,9%
MTV	846 €	1 545 €	-45,2%	281 €	629 €	-55,4%	203 €	676 €	-69,9%	296 €	183 €	+61,4%	20 €	25 €	-20,0%	46 €	31 €	+47,3%
NRJ 12	2 818 €	1 974 €	+42,8%	1 834 €	1 476 €	+24,2%	117 €	137 €	-14,3%	250 €	61 €	+307,5%	591 €	280 €	+111,1%	27 €	20 €	+32,4%
NT1	798 €	157 €	+409,5%	525 €	45 €	+1064,8%	125 €	92 €	+36,1%	79 €	0 €	-	69 €	20 €	+250,9%	0 €	0 €	-
Paris Premiere	960 €	924 €	+3,9%	593 €	569 €	+4,2%	132 €	33 €	+300,7%	62 €	52 €	+19,6%	0 €	139 €	-100,0%	173 €	131 €	+32,5%
RTL9	948 €	815 €	+16,3%	305 €	432 €	-29,4%	607 €	329 €	+84,3%	8 €	34 €	-77,1%	9 €	0 €	-	20 €	20 €	-0,2%
Serie Club	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Teletoon	102 €	50 €	+103,9%	0 €	0 €	-	13 €	0 €	-	43 €	0 €	-	0 €	50 €	-100,0%	45 €	0 €	-
Teva	131 €	63 €	+108,4%	29 €	32 €	-8,4%	29 €	31 €	-5,5%	46 €	0 €	-	13 €	0 €	-	14 €	0 €	-
TF6	7 €	4 €	+108,8%	7 €	4 €	+108,8%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
TMC	2 854 €	659 €	+333,0%	1 236 €	397 €	+211,4%	1 125 €	49 €	+2181,3%	42 €	57 €	-26,8%	450 €	155 €	+189,7%	0 €	0 €	-
TV5	26 €	4 €	+625,9%	0 €	4 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	26 €	0 €	-
Virgin 17	3 430 €	5 692 €	-39,7%	2 229 €	2 588 €	-13,9%	245 €	1 943 €	-87,4%	749 €	877 €	-14,7%	132 €	204 €	-35,4%	76 €	79 €	-4,1%
W9	4 555 €	3 734 €	+22,0%	1 219 €	1 332 €	-8,5%	664 €	761 €	-12,7%	1 938 €	1 229 €	+57,8%	298 €	206 €	+44,4%	435 €	205 €	+112,1%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>20 624 €</b>	<b>20 244 €</b>	<b>+1,9%</b>	<b>9 659 €</b>	<b>9 216 €</b>	<b>+4,8%</b>	<b>3 341 €</b>	<b>5 308 €</b>	<b>-37,1%</b>	<b>4 002 €</b>	<b>3 232 €</b>	<b>+23,8%</b>	<b>1 855 €</b>	<b>1 402 €</b>	<b>+32,3%</b>	<b>1 767 €</b>	<b>1 087 €</b>	<b>+62,5%</b>
Canal Plus	3 753 €	3 672 €	+2,2%	1 397 €	1 844 €	-24,2%	169 €	920 €	-81,6%	836 €	516 €	+62,1%	419 €	275 €	+52,7%	931 €	118 €	+690,6%
France 2	3 191 €	4 086 €	-21,9%	1 313 €	2 633 €	-50,1%	253 €	58 €	+333,6%	154 €	207 €	-25,5%	1 044 €	831 €	+25,7%	427 €	357 €	+19,6%
France 3	1 670 €	1 089 €	+53,3%	669 €	511 €	+30,9%	117 €	18 €	+544,8%	33 €	33 €	+1,4%	536 €	233 €	+129,8%	313 €	293 €	+6,9%
France 5	140 €	28 €	+399,0%	64 €	15 €	+322,9%	12 €	0 €	-	4 €	0 €	-	60 €	11 €	+424,0%	0 €	1 €	-100,0%
M6	38 769 €	44 079 €	-12,0%	14 874 €	13 199 €	+12,7%	7 202 €	11 725 €	-38,6%	10 530 €	10 180 €	+3,4%	2 577 €	4 932 €	-47,7%	3 586 €	4 044 €	-11,3%
TF1	71 891 €	81 400 €	-11,7%	29 145 €	22 733 €	+28,2%	8 521 €	21 303 €	-60,0%	25 760 €	24 062 €	+7,1%	4 889 €	10 798 €	-54,7%	3 575 €	2 505 €	+42,7%
<b>TV hertziennes</b>	<b>119 413 €</b>	<b>134 354 €</b>	<b>-11,1%</b>	<b>47 462 €</b>	<b>40 936 €</b>	<b>+15,9%</b>	<b>16 275 €</b>	<b>34 023 €</b>	<b>-52,2%</b>	<b>37 318 €</b>	<b>34 996 €</b>	<b>+6,6%</b>	<b>9 526 €</b>	<b>17 080 €</b>	<b>-44,2%</b>	<b>8 832 €</b>	<b>7 319 €</b>	<b>+20,7%</b>
<b>Total TV</b>	<b>140 037 €</b>	<b>154 598 €</b>	<b>-9,4%</b>	<b>57 121 €</b>	<b>50 152 €</b>	<b>+13,9%</b>	<b>19 616 €</b>	<b>39 331 €</b>	<b>-50,1%</b>	<b>41 320 €</b>	<b>38 228 €</b>	<b>+8,1%</b>	<b>11 381 €</b>	<b>18 482 €</b>	<b>-38,4%</b>	<b>10 598 €</b>	<b>8 406 €</b>	<b>+26,1%</b>

# Annexes

## 2.5. Part de marché des chaînes de TV sur l'ensemble des recettes publicitaires pour chaque annonceur

	PDM invts pub / UNIVERSAL			PDM invts pub / SONY			PDM invts pub / WARNER			PDM invts pub / EMI			PDM invts pub / INDEPENDANTS		
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09
13ème Rue	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Canal J	0,2%	0,1%	-	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,6%	0,9%	-0,3 pt	0,6%	0,1%	+0,5 pt	0,0%	0,3%	-0,3 pt
Cartoon Network	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Comedie	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Disney XD (ex Jetix)	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,0%	0,0%	-
Eurosport	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
France 4	0,8%	1,3%	-0,5 pt	0,4%	1,4%	-1,0 pt	0,3%	0,4%	-0,1 pt	1,4%	1,4%	+0,1 pt	7,7%	6,1%	+1,6 pt
Fun TV	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Jimmy	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
June (ex Filles TV)	0,0%	0,1%	-	0,0%	0,2%	-0,2 pt	0,0%	0,2%	-0,2 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
LCI	1,2%	1,0%	+0,2 pt	0,0%	0,3%	-0,3 pt	0,1%	0,2%	-0,2 pt	0,3%	0,3%	-	0,6%	0,2%	+0,4 pt
MCM	0,2%	0,9%	-0,6 pt	0,0%	0,9%	-0,9 pt	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,3%	0,5%	-0,3 pt
MTV	0,5%	1,3%	-0,8 pt	1,0%	1,7%	-0,7 pt	0,7%	0,5%	+0,2 pt	0,2%	0,1%	-	0,4%	0,4%	+0,1 pt
NRJ 12	3,2%	2,9%	+0,3 pt	0,6%	0,3%	+0,2 pt	0,6%	0,2%	+0,4 pt	5,2%	1,5%	+3,7 pt	0,3%	0,2%	-
NT1	0,9%	0,1%	+0,8 pt	0,6%	0,2%	+0,4 pt	0,2%	0,0%	+0,2 pt	0,6%	0,1%	+0,5 pt	0,0%	0,0%	-
Paris Premiere	1,0%	1,1%	-0,1 pt	0,7%	0,1%	+0,6 pt	0,2%	0,1%	-	0,0%	0,8%	-0,8 pt	1,6%	1,6%	+0,1 pt
RTL9	0,5%	0,9%	-0,3 pt	3,1%	0,8%	+2,3 pt	0,0%	0,1%	-0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,2%	0,2%	-
Serie Club	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
Teletoon	0,0%	0,0%	-	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,0%	0,3%	-0,3 pt	0,4%	0,0%	+0,4 pt
Teva	0,1%	0,1%	-	0,1%	0,1%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt
TF6	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-
TMC	2,2%	0,8%	+1,4 pt	5,7%	0,1%	+5,6 pt	0,1%	0,2%	-	4,0%	0,8%	+3,1 pt	0,0%	0,0%	-
TV5	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,2%	0,0%	+0,2 pt
Virgin 17	3,9%	5,2%	-1,3 pt	1,2%	4,9%	-3,7 pt	1,8%	2,3%	-0,5 pt	1,2%	1,1%	+0,1 pt	0,7%	0,9%	-0,2 pt
W9	2,1%	2,7%	-0,5 pt	3,4%	1,9%	+1,5 pt	4,7%	3,2%	+1,5 pt	2,6%	1,1%	+1,5 pt	4,1%	2,4%	+1,7 pt
<b>CabSat-TNT</b>	<b>16,9%</b>	<b>18,4%</b>	<b>-1,5 pt</b>	<b>17,0%</b>	<b>13,5%</b>	<b>+3,5 pt</b>	<b>9,7%</b>	<b>8,5%</b>	<b>+1,2 pt</b>	<b>16,3%</b>	<b>7,6%</b>	<b>+8,7 pt</b>	<b>16,7%</b>	<b>12,9%</b>	<b>+3,7 pt</b>
Canal Plus	2,4%	3,7%	-1,2 pt	0,9%	2,3%	-1,5 pt	2,0%	1,3%	+0,7 pt	3,7%	1,5%	+2,2 pt	8,8%	1,4%	+7,4 pt
France 2	2,3%	5,2%	-3,0 pt	1,3%	0,1%	+1,1 pt	0,4%	0,5%	-0,2 pt	9,2%	4,5%	+4,7 pt	4,0%	4,2%	-0,2 pt
France 3	1,2%	1,0%	+0,2 pt	0,6%	0,0%	+0,6 pt	0,1%	0,1%	-	4,7%	1,3%	+3,5 pt	3,0%	3,5%	-0,5 pt
France 5	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,1%	0,0%	+0,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,5%	0,1%	+0,5 pt	0,0%	0,0%	-
M6	26,0%	26,3%	-0,3 pt	36,7%	29,8%	+6,9 pt	25,5%	26,6%	-1,1 pt	22,6%	26,7%	-4,0 pt	33,8%	48,1%	-14,3 pt
TF1	51,0%	45,3%	+5,7 pt	43,4%	54,2%	-10,7 pt	62,3%	62,9%	-0,6 pt	43,0%	58,4%	-15,5 pt	33,7%	29,8%	+3,9 pt
<b>TV hertziennes</b>	<b>83,1%</b>	<b>81,6%</b>	<b>+1,5 pt</b>	<b>83,0%</b>	<b>86,5%</b>	<b>-3,5 pt</b>	<b>90,3%</b>	<b>91,5%</b>	<b>-1,2 pt</b>	<b>83,7%</b>	<b>92,4%</b>	<b>-8,7 pt</b>	<b>83,3%</b>	<b>87,1%</b>	<b>-3,7 pt</b>
<b>Total TV</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale

## 2.6. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en TV par annonceur

	Invts pub éditions musicales (EM) - milliers			Part invts pub / UNIVERSAL			Part invts pub / SONY			Part invts pub / WARNER			Part invts pub / EMI			Part invts pub / INDEPENDANTS			TOTAL	
	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008	Var 08/09	2 009	2 008
	13ème Rue	9 €	25 €	-63.8%	100,0%	24,2%	+75,8 pt	0,0%	75,8%	-75,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%
Canal J	401 €	502 €	-20,1%	22,9%	11,8%	+11,1 pt	0,0%	11,4%	-11,4 pt	61,0%	69,0%	-8,1 pt	16,1%	2,7%	+13,3 pt	0,0%	5,0%	-5,0 pt	100,0%	100,0%
Cartoon Network	24 €	4 €	+566,0%	0,0%	0,0%	-	13,5%	0,0%	+13,5 pt	86,5%	100,0%	-13,5 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Comedie	10 €	11 €	-12,1%	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Disney XD (ex Jetix)	58 €	15 €	+298,4%	0,0%	0,0%	-	0,0%	100,0%	-100,0 pt	79,3%	0,0%	+79,3 pt	20,7%	0,0%	+20,7 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Eurosport	6 €	60 €	-89,3%	100,0%	13,8%	+86,2 pt	0,0%	86,2%	-86,2 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 4	1 643 €	2 115 €	-22,3%	27,5%	31,1%	-3,6 pt	4,6%	25,3%	-20,6 pt	8,4%	7,4%	+1,0 pt	9,8%	11,9%	-2,1 pt	49,7%	24,4%	+25,3 pt	100,0%	100,0%
Fun TV	0 €	2 €	-100,0%	0,0%	61,4%	-61,4 pt	0,0%	22,3%	-22,3 pt	0,0%	0,4%	-0,4 pt	0,0%	4,8%	-4,8 pt	0,0%	11,1%	-11,1 pt	100,0%	100,0%
Jimmy	7 €	4 €	+58,5%	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
June (ex Filles TV)	16 €	215 €	-92,4%	79,9%	14,2%	+65,7 pt	0,0%	42,8%	-42,8 pt	20,1%	40,5%	-20,4 pt	0,0%	2,5%	-2,5 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
LCI	803 €	796 €	+0,8%	84,6%	63,1%	+21,5 pt	0,0%	17,2%	-17,2 pt	3,3%	11,4%	-8,1 pt	4,5%	6,6%	-2,1 pt	7,6%	1,6%	+5,9 pt	100,0%	100,0%
MCM	171 €	877 €	-80,6%	78,2%	48,7%	+29,5 pt	0,0%	40,0%	-40,0 pt	6,1%	6,2%	-	0,0%	0,0%	-	15,7%	5,2%	+10,5 pt	100,0%	100,0%
MTV	846 €	1 545 €	-45,2%	33,2%	40,7%	-7,5 pt	24,0%	43,8%	-19,7 pt	35,0%	11,9%	+23,1 pt	2,4%	1,6%	+0,7 pt	5,5%	2,0%	+3,4 pt	100,0%	100,0%
NRJ 12	2 818 €	1 974 €	+42,8%	65,1%	74,8%	-9,7 pt	4,2%	6,9%	-2,8 pt	8,9%	3,1%	+5,8 pt	21,0%	14,2%	+6,8 pt	1,0%	1,0%	-0,1 pt	100,0%	100,0%
NT1	798 €	157 €	+409,5%	65,8%	28,8%	+37,0 pt	15,7%	58,6%	-43,0 pt	9,9%	0,0%	+9,9 pt	8,7%	12,6%	-3,9 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Paris Premiere	960 €	924 €	+3,9%	61,8%	61,6%	+0,2 pt	13,8%	3,6%	+10,2 pt	6,5%	5,6%	+0,8 pt	0,0%	15,1%	-15,1 pt	18,0%	14,1%	+3,9 pt	100,0%	100,0%
RTL9	948 €	815 €	+16,3%	32,2%	53,0%	-20,8 pt	64,0%	40,4%	+23,6 pt	0,8%	4,2%	-3,3 pt	0,9%	0,0%	+0,9 pt	2,1%	2,5%	-0,4 pt	100,0%	100,0%
Serie Club	0 €	0 €	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Teletoon	102 €	50 €	+103,9%	0,0%	0,0%	-	12,9%	0,0%	+12,9 pt	42,6%	0,0%	+42,6 pt	0,0%	100,0%	-100,0 pt	44,5%	0,0%	+44,5 pt	100,0%	100,0%
Teva	131 €	63 €	+108,4%	22,4%	50,9%	-28,5 pt	22,2%	49,1%	-26,8 pt	34,8%	0,0%	+34,8 pt	10,2%	0,0%	+10,2 pt	10,3%	0,0%	+10,3 pt	100,0%	100,0%
TF6	7 €	4 €	+108,8%	100,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
TMC	2 854 €	659 €	+333,0%	43,3%	60,2%	-16,9 pt	39,4%	7,5%	+32,0 pt	1,5%	8,7%	-7,2 pt	15,8%	23,6%	-7,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
TV5	26 €	4 €	+625,9%	0,0%	100,0%	-100,0 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	0,0%	+100,0 pt	100,0%	100,0%
Virgin 17	3 430 €	5 692 €	-39,7%	65,0%	45,5%	+19,5 pt	7,1%	34,1%	-27,0 pt	21,8%	15,4%	+6,4 pt	3,8%	3,6%	+0,3 pt	2,2%	1,4%	+0,8 pt	100,0%	100,0%
W9	4 555 €	3 734 €	+22,0%	26,8%	35,7%	-8,9 pt	14,6%	20,4%	-5,8 pt	42,6%	32,9%	+9,7 pt	6,5%	5,5%	+1,0 pt	9,6%	5,5%	+4,1 pt	100,0%	100,0%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>20 624 €</b>	<b>20 244 €</b>	<b>+1,9%</b>	<b>46,8%</b>	<b>45,5%</b>	<b>+1,3 pt</b>	<b>16,2%</b>	<b>26,2%</b>	<b>-10,0 pt</b>	<b>19,4%</b>	<b>16,0%</b>	<b>+3,4 pt</b>	<b>9,0%</b>	<b>6,9%</b>	<b>+2,1 pt</b>	<b>8,6%</b>	<b>5,4%</b>	<b>+3,2 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Canal Plus	3 753 €	3 672 €	+2,2%	37,2%	50,2%	-13,0 pt	4,5%	25,0%	-20,5 pt	22,3%	14,0%	+8,2 pt	11,2%	7,5%	+3,7 pt	24,8%	3,2%	+21,6 pt	100,0%	100,0%
France 2	3 191 €	4 086 €	-21,9%	41,1%	64,4%	-23,3 pt	7,9%	1,4%	+6,5 pt	4,8%	5,1%	-0,2 pt	32,7%	20,3%	+12,4 pt	13,4%	8,7%	+4,6 pt	100,0%	100,0%
France 3	1 670 €	1 089 €	+53,3%	40,1%	47,0%	-6,9 pt	7,0%	1,7%	+5,4 pt	2,0%	3,0%	-1,0 pt	32,1%	21,4%	+10,7 pt	18,8%	26,9%	-8,2 pt	100,0%	100,0%
France 5	140 €	28 €	+399,0%	45,8%	54,0%	-8,2 pt	8,5%	0,0%	+8,5 pt	2,9%	0,0%	+2,9 pt	42,8%	40,7%	+2,0 pt	0,0%	5,2%	-5,2 pt	100,0%	100,0%
M6	38 769 €	44 079 €	-12,0%	38,4%	29,9%	+8,4 pt	18,6%	26,6%	-8,0 pt	27,2%	23,1%	+4,1 pt	6,6%	11,2%	-4,5 pt	9,2%	9,2%	-0,1 pt	100,0%	100,0%
TF1	71 891 €	81 400 €	-11,7%	40,5%	27,9%	+12,6 pt	11,9%	26,2%	-14,3 pt	35,8%	29,6%	+6,3 pt	6,8%	13,3%	-6,5 pt	5,0%	3,1%	+1,9 pt	100,0%	100,0%
<b>TV hertziennes</b>	<b>119 413 €</b>	<b>134 354 €</b>	<b>-11,1%</b>	<b>39,7%</b>	<b>30,5%</b>	<b>+9,3 pt</b>	<b>13,6%</b>	<b>25,3%</b>	<b>-11,7 pt</b>	<b>31,3%</b>	<b>26,0%</b>	<b>+5,2 pt</b>	<b>8,0%</b>	<b>12,7%</b>	<b>-4,7 pt</b>	<b>7,4%</b>	<b>5,4%</b>	<b>+1,9 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total TV</b>	<b>140 037 €</b>	<b>154 598 €</b>	<b>-9,4%</b>	<b>40,8%</b>	<b>32,4%</b>	<b>+8,4 pt</b>	<b>14,0%</b>	<b>25,4%</b>	<b>-11,4 pt</b>	<b>29,5%</b>	<b>24,7%</b>	<b>+4,8 pt</b>	<b>8,1%</b>	<b>12,0%</b>	<b>-3,8 pt</b>	<b>7,6%</b>	<b>5,4%</b>	<b>+2,1 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Note : les chiffres sont arrondis à la première décimale

## Annexes

Extrait de la nomenclature des produits 2005 du SNPTV (*Syndicat national de la publicité télévisée*)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
<u>16</u>				<u>Edition</u>
<u>16</u>	<u>1</u>			<u>Edition audio vidéo</u>
<u>16</u>	<u>1</u>	1		Editions musicales
<u>16</u>	<u>1</u>	1	1	Editions musicales (sans garantie d'exclusivité)
<u>16</u>	<u>1</u>	2		Editions vidéo, DVD
<u>16</u>	<u>1</u>	2	1	Editions vidéo, DVD (sans garantie d'exclusivité)
<u>16</u>	<u>2</u>			<u>Edition imprimée</u>
<u>16</u>	<u>2</u>	1		Edition littéraire (aux seules chaînes du câble et du satellite)
<u>16</u>	<u>2</u>	1	1	Edition littéraire Scolaire / Parascolaire
<u>16</u>	<u>2</u>	1	2	Edition littéraire Jeunesse Enfants
<u>16</u>	<u>2</u>	1	3	Edition littéraire Bandes Dessinées (sauf BD Jeunesse / Enfants)
<u>16</u>	<u>2</u>	1	4	Edition littéraire Scientifique / Technique / Historique
<u>16</u>	<u>2</u>	1	5	Edition littéraire Entreprises / Juridique
<u>16</u>	<u>2</u>	1	6	Edition littéraire Essais / Romans français
<u>16</u>	<u>2</u>	1	7	Edition littéraire Essais / Romans étrangers
<u>16</u>	<u>2</u>	1	8	Edition littéraire Santé / Bien-être
<u>16</u>	<u>2</u>	1	9	Edition littéraire Tourisme
<u>16</u>	<u>2</u>	1	10	Edition littéraire Art
<u>16</u>	<u>2</u>	1	11	Edition littéraire Sports
<u>16</u>	<u>2</u>	4		Fascicules avec ou sans objets
<u>16</u>	<u>2</u>	4	1	Fascicules avec ou sans objets (sans garantie d'exclusivité)

Ce rapport est disponible en téléchargement et en consultation sur le site de l'Observatoire de la musique à l'adresse suivante :

<http://observatoire.cite-musique.fr>

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

**André Nicolas**, Responsable de l'Observatoire de la musique

**Judith Véronique**, Chargée d'études

**Camille Ermisse**, Chargée d'études

**Cité de la musique**  
**Observatoire de la musique**

221 avenue Jean-Jaurès  
75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98 | Fax : 01 44 84 46 58

Courriel : [observatoire@cite-musique.fr](mailto:observatoire@cite-musique.fr) | Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr>