



COVID-19

Impact Media

2020 du 24 février au 12 avril

VS

2019 du 25 février au 14 avril



Impact du COVID-19 sur l'activité publicitaire

Jusqu'à présent les analyses réalisées par Kantar se concentraient sur l'évolution de l'activité publicitaire hebdomadaire, d'une semaine sur l'autre, depuis le début de la crise sanitaire. Ces résultats montraient déjà une nette rupture dans les communications et un déclin progressif de la publicité sur tous les médias, synonyme d'un manque à gagner certain pour ces derniers.

Passés cette étape et ce besoin de veille et d'information quasi quotidienne, l'heure est venue de regarder en arrière et d'étudier les conséquences de cette crise, si soudaine et imprévisible, en comparant l'activité publicitaire actuelle avec celle de l'an dernier aux mêmes périodes.

Et on peut dire que le bilan semble encore plus négatif, témoignant d'un réel et important déficit pour les régies ; elles assistent à un plongeon sans précédent des volumes publicitaires, tant dans le dénombrement des occurrences que celui des annonceurs actifs.

Éclairage :

Une bascule soudaine en 2020 vers une forte décroissance pour le média TV

Comparatif des évolutions TV en 2019 et en 2020 – Cumul des semaines 9 à 15



DUREE PUBLICITAIRE

2019
vs 2018
cumul 7 mêmes
semaines

2020
vs 2019
cumul 7 mêmes
semaines

+16%



-35%



NOMBRE DE SPOTS

+14%



-34%



NOMBRE D'ANNONCEURS

+2%



-13%

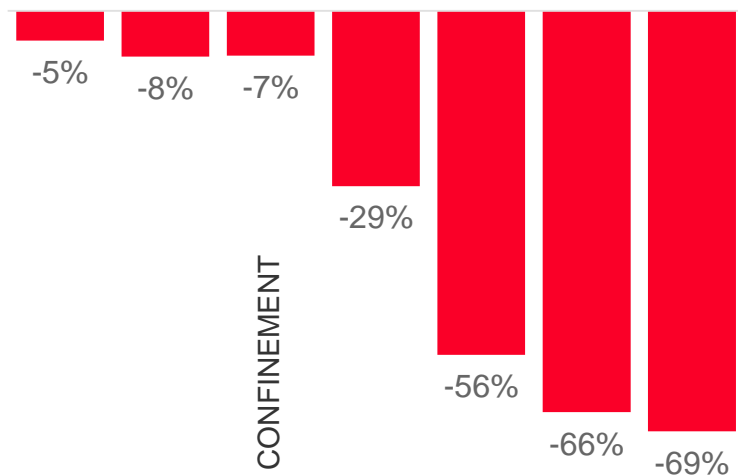
Source : Adexpress

Un manque à gagner qui se creuse chaque semaine comparé à l'an dernier

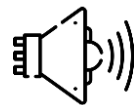
Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en TV – évolution 2020 vs 2019 sur semaine équivalente



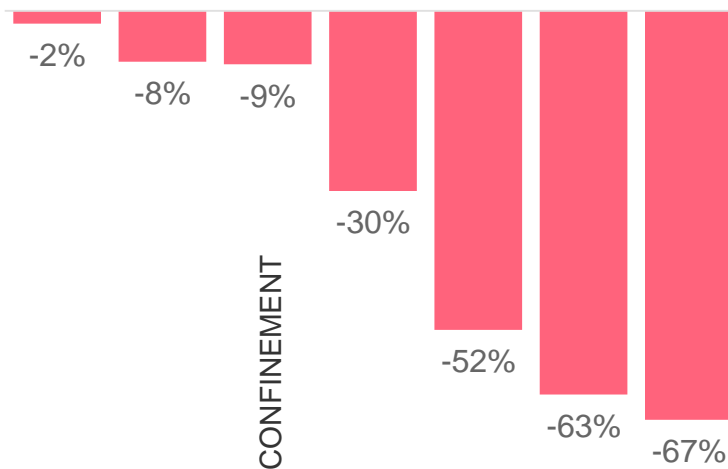
DUREE PUBLICITAIRE TV



Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



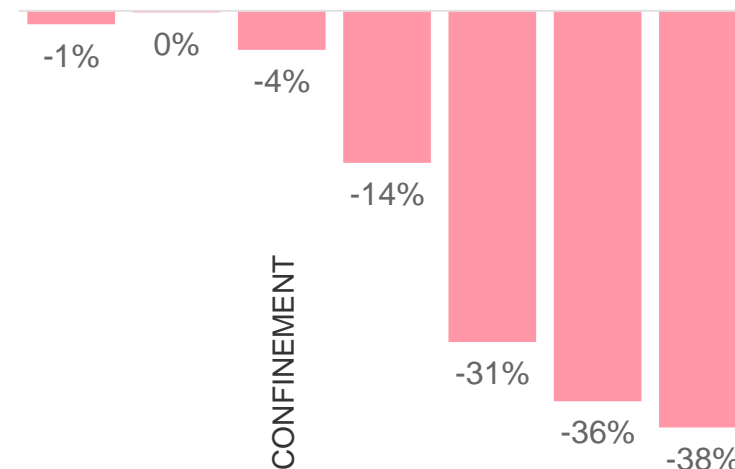
NOMBRE DE SPOTS TV



Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



NOMBRE D'ANNONCEURS TV



Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15

Source : Adexpress

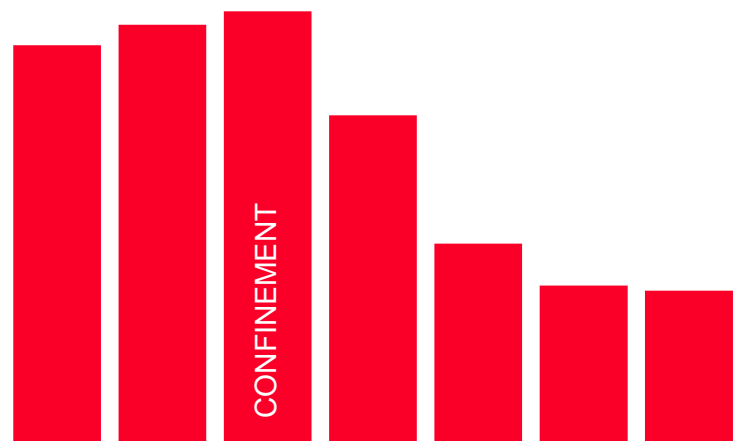
Focus 2020 : baisse continue des indicateurs, lesquels reculent toutes les semaines

Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en TV – Du 24 février au 12 avril 2020



DUREE PUBLICITAIRE TV

-60%

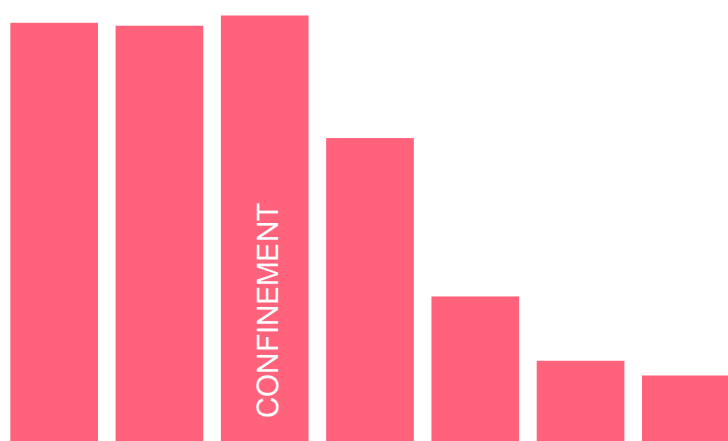


Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



NOMBRE DE SPOTS TV

-59%

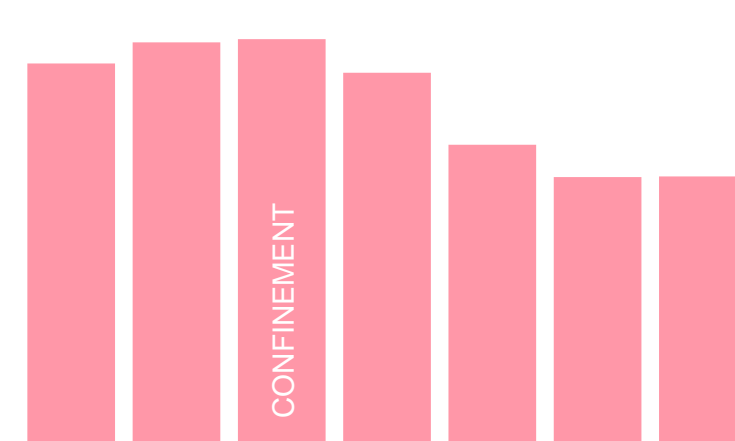


Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



NOMBRE D'ANNONCEURS TV

-30%



Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15

Source : Adexpress

Impact également très significatif en radio comparé à l'an dernier

Comparatif des évolutions en **Radio** en 2019 et en 2020 – Cumul des semaines 9 à 15



DUREE PUBLICITAIRE

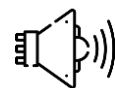
2019
vs 2018
cumul 7 mêmes
semaines

2020
vs 2019
cumul 7 mêmes
semaines

+4%



-36%



NOMBRE DE SPOTS

+2%



-38%



NOMBRE D'ANNONCEURS

+2%



-34%

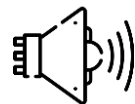
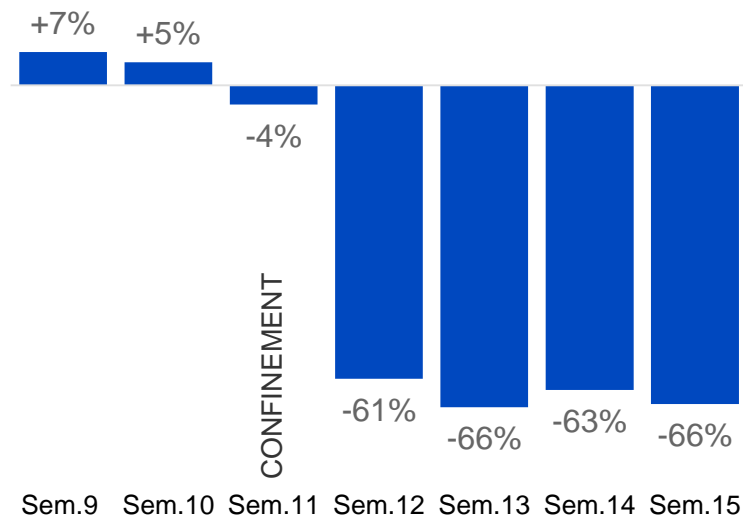
Source : Adexpress

Un impact légèrement plus tardif mais néanmoins très lourd pour le média

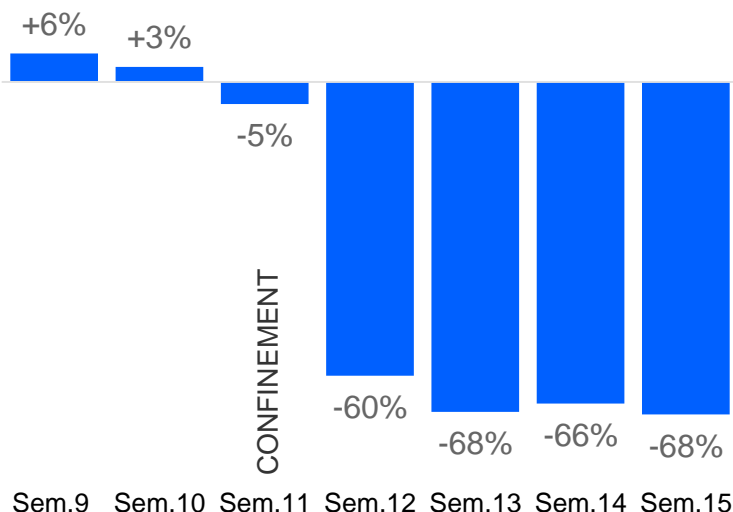
Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Radio – 2020 vs 2019



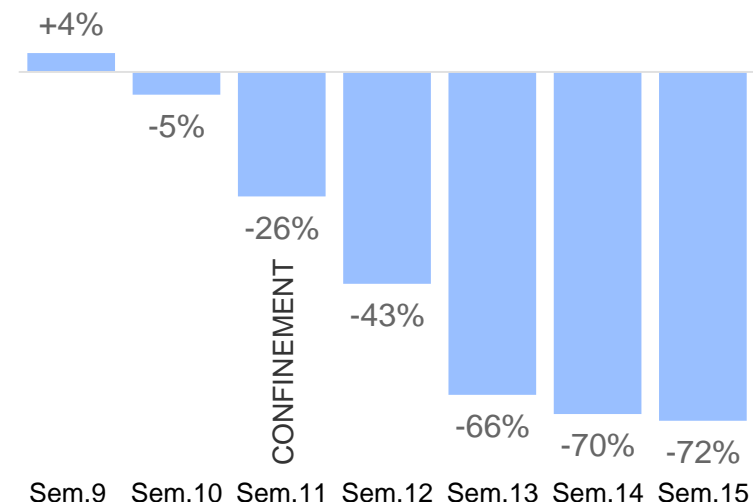
DUREE PUBLICITAIRE RADIO



NOMBRE DE SPOTS RADIO



NOMBRE D'ANNONCEURS RADIO



Source : Adexpress

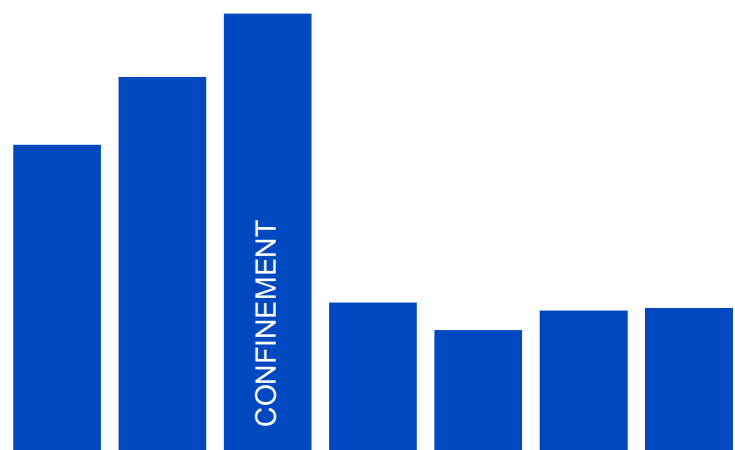
Focus 2020 : chaque semaine depuis le confinement, l'activité descend plus bas en radio

Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Radio – Du 24 février au 12 avril 2020

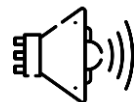


DUREE PUBLICITAIRE

-50%

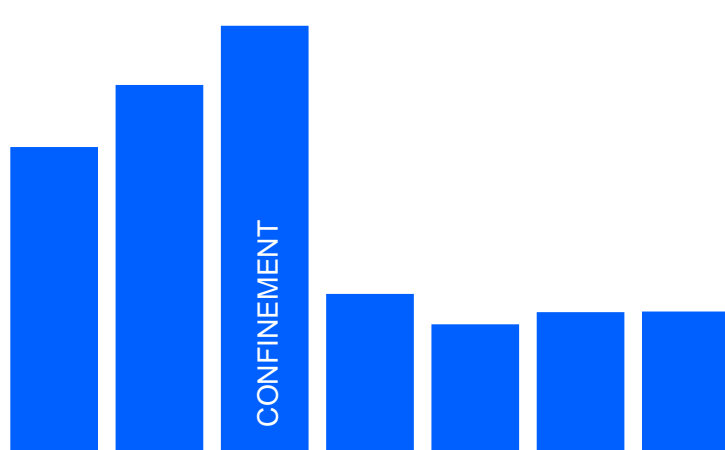


Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



NOMBRE DE SPOTS

-53%

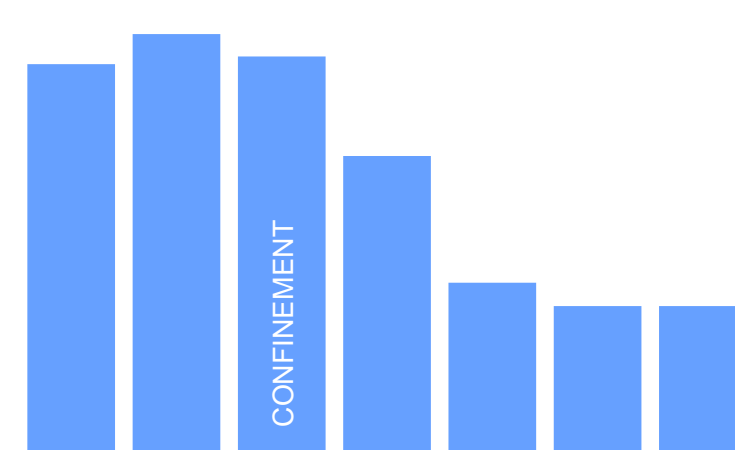


Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15



NOMBRE D'ANNONCEURS

-62%

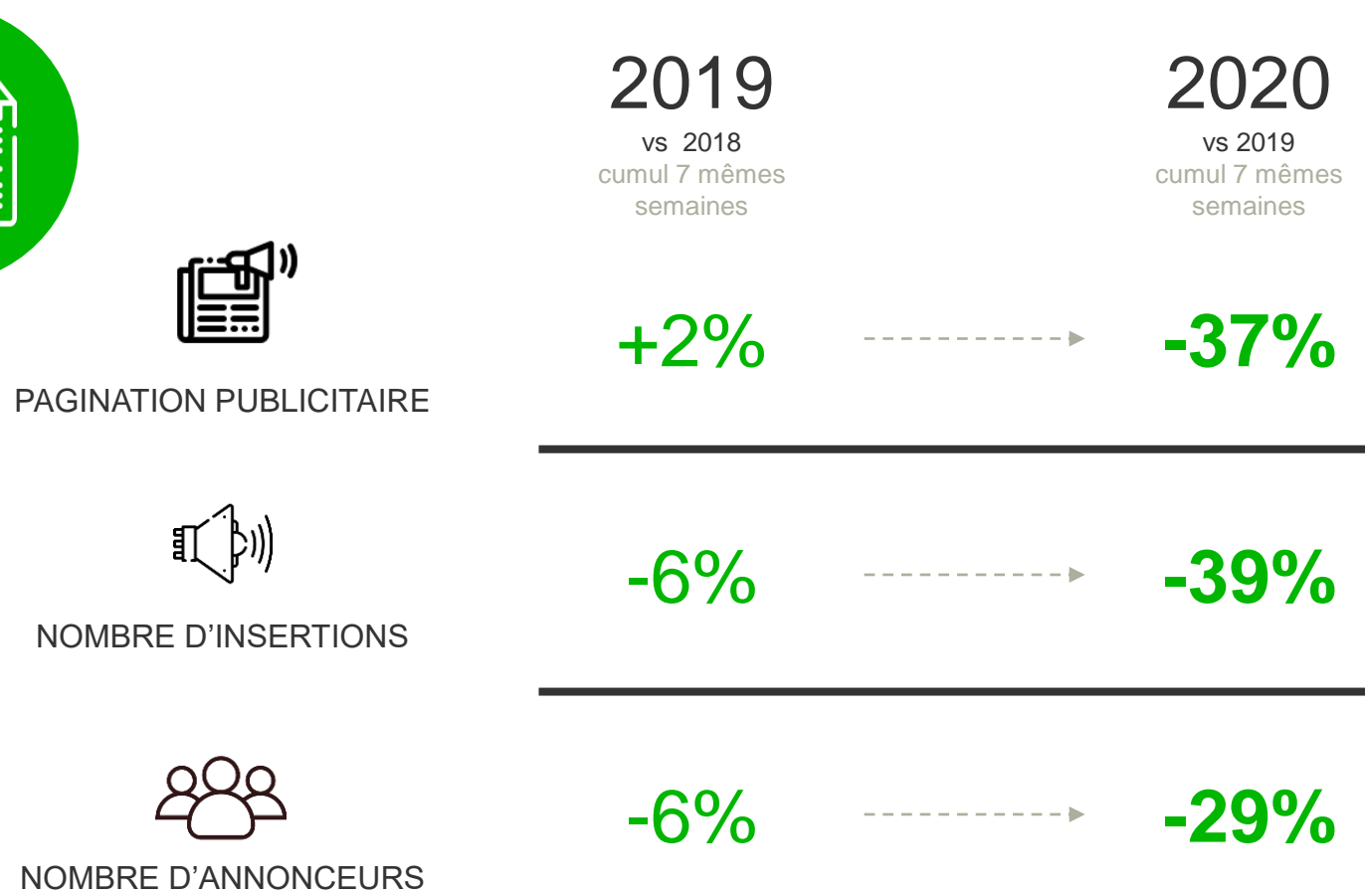


Sem.9 Sem.10 Sem.11 Sem.12 Sem.13 Sem.14 Sem.15

Source : Adexpress

La presse, déjà en repli en 2019, accuse une baisse de plus d'1/3 de ses volumes

Comparatif des évolutions en **Presse** en 2019 et en 2020 – sur un cumul des semaines 9 à 15



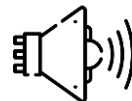
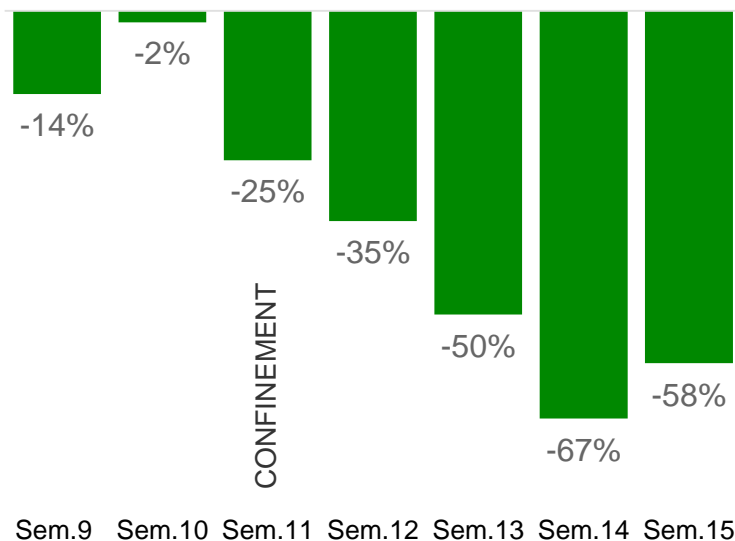
Source : Adexpress

En presse, la baisse est toujours plus marquée à mesure des semaines

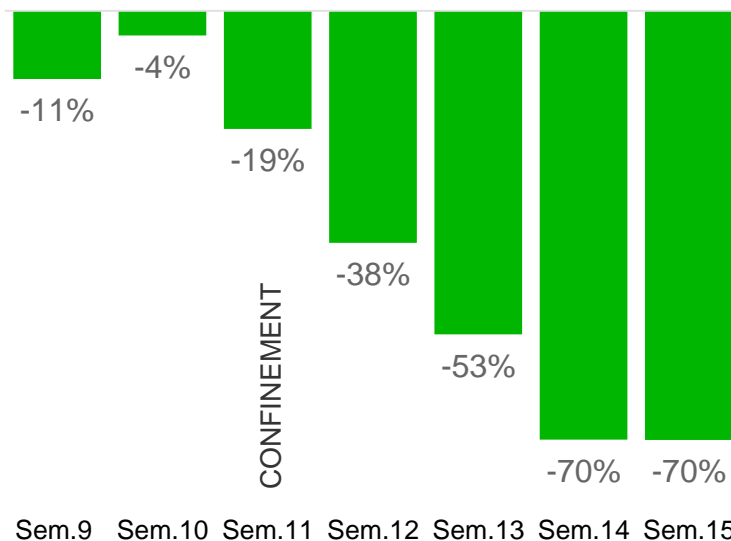
Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Presse – 2020 vs 2019



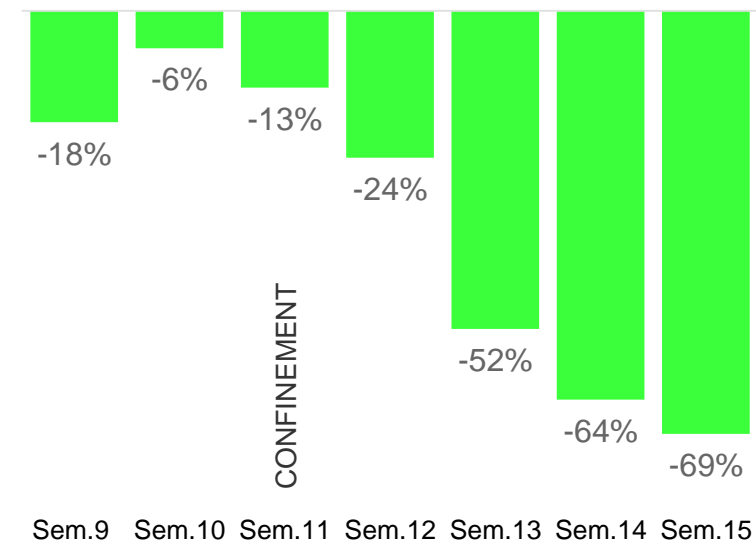
PAGINATION PUBLICITAIRE PRESSE



NOMBRE D'INSERTIONS PRESSE



NOMBRE D'ANNONCEURS PRESSE



Source : Adexpress

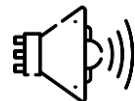
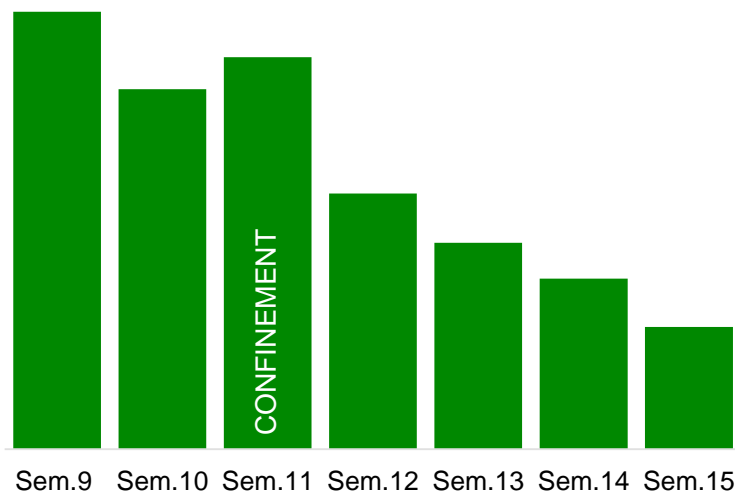
Focus 2020 : l'activité semble sinistrée et les indicateurs presse plongent

Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Presse – Du 24 février au 12 avril 2020



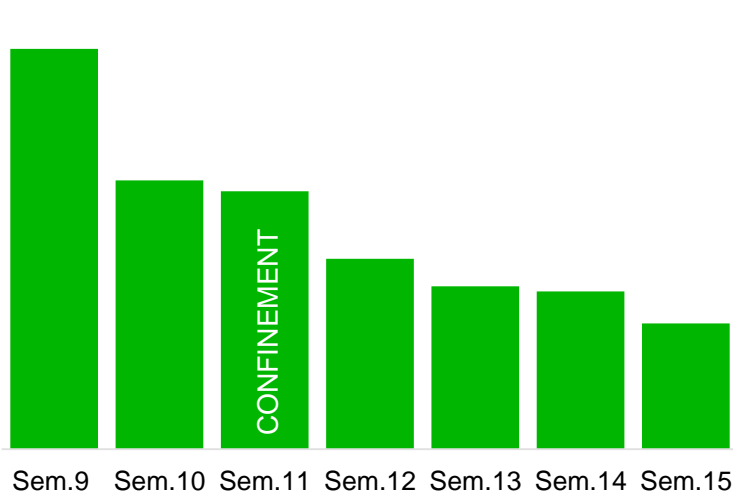
PAGINATION PUBLICITAIRE

-69%



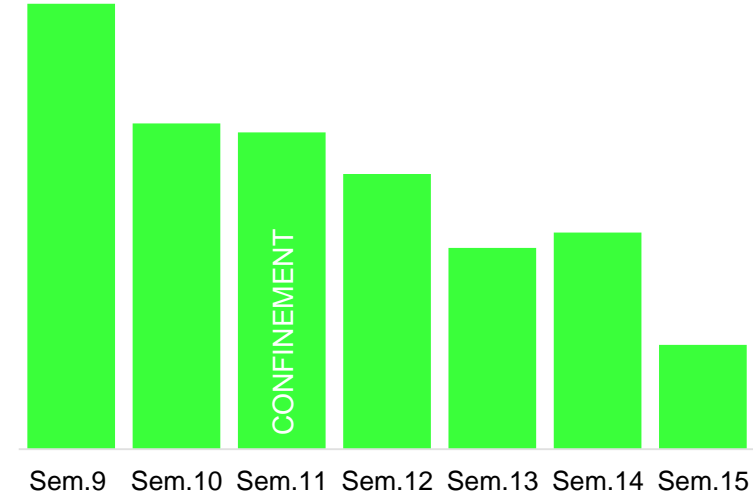
NOMBRE D'INSERTIONS

-72%



NOMBRE D'ANNONCEURS

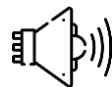
-77%



Source : Adexpress

L'affichage, privé de son audience depuis le confinement, est très impacté

Comparatif des évolutions en **Publicité Extérieure** en 2019 et en 2020 – sur un cumul des semaines 9 à 15



NOMBRE DE FACES

2019

vs 2018
cumul 7 mêmes
semaines

-9%



2020

vs 2019
cumul 7 mêmes
semaines

-50%



NOMBRE D'ANNONCEURS

-2%



-34%



NOMBRE DE NOUVELLES
CREATIONS

+6%



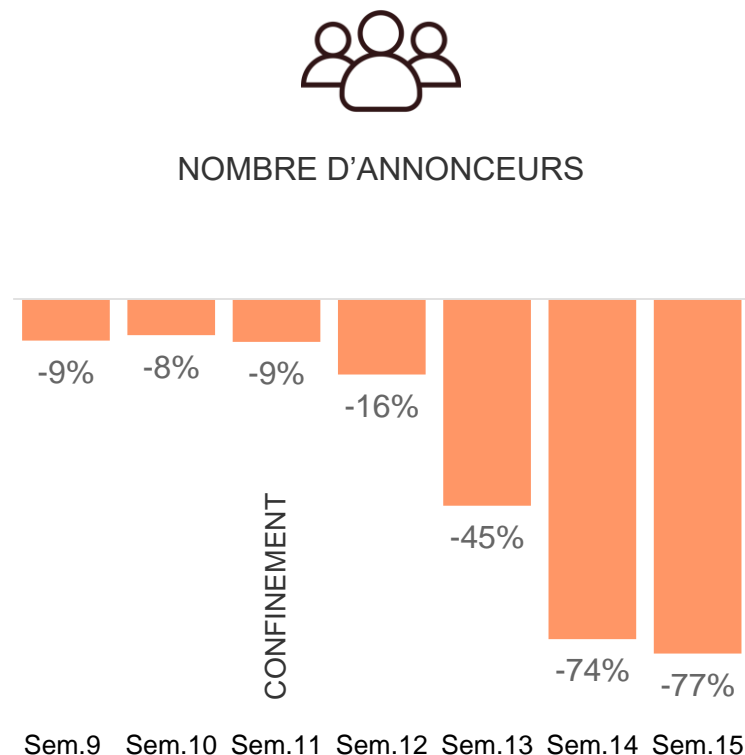
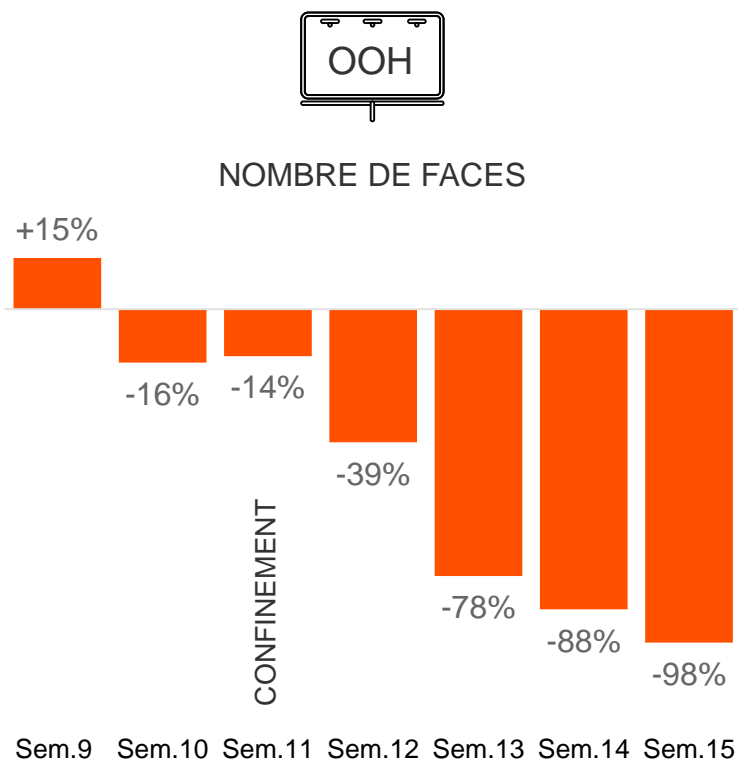
-66%

Source : Adexpress

Source : AdScope

En affichage, l'activité est à l'arrêt et seules quelques campagnes subsistent

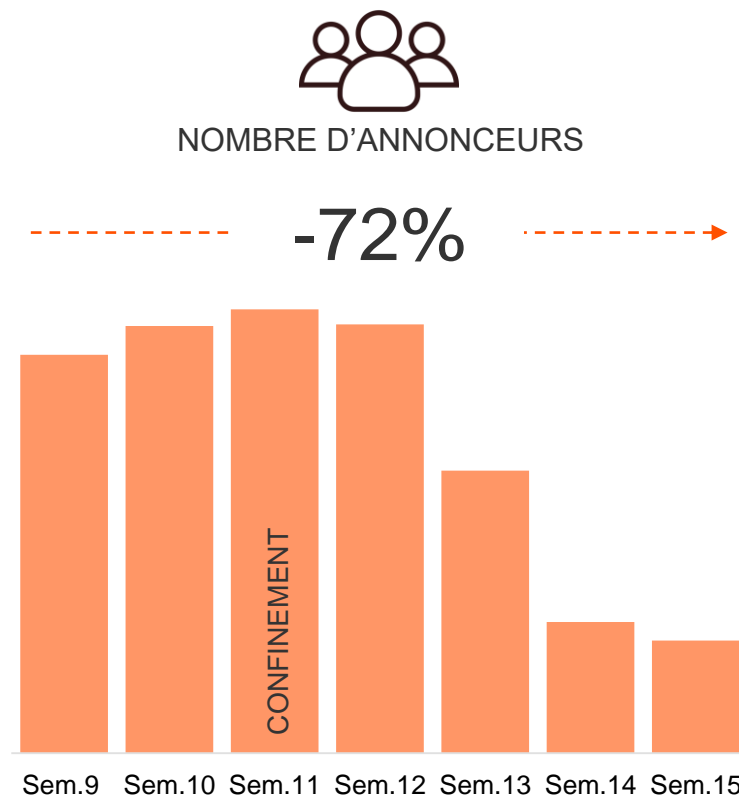
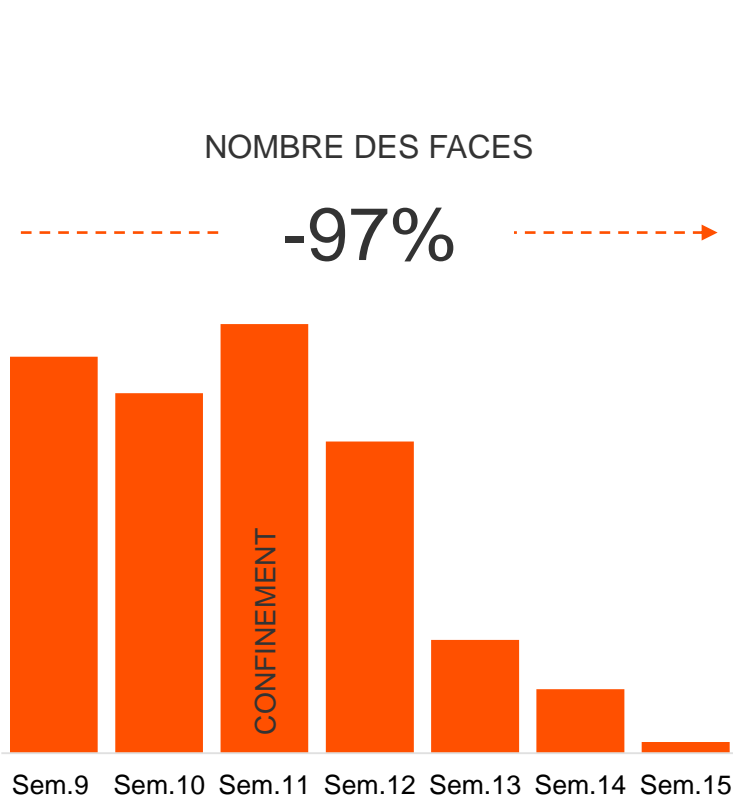
Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Publicité Extérieure – 2020 vs 2019



Source : Adexpress

Focus 2020 : les résultats restent au plus bas du fait du confinement des Français

Evolutions hebdomadaires des principaux indicateurs publicitaires en Publicité Extérieure – Du 24 février au 12 avril 2020



Source : Adexpress



Understand People Inspire Growth

A propos de Kantar

Kantar est le leader mondial des études et du conseil fondés sur des données objectives. Nous délivrons une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, à travers plus de 90 marchés. En combinant l'expertise de nos équipes, nos bases de données, nos analyses et technologies innovantes, nous aidons nos clients à comprendre les individus et à stimuler leur croissance : **Understand People, Inspire Growth.**

En savoir plus : <https://www.kantarmedia.com/fr> - @KantarFR