

# Bilan

---

<b>La reprise se poursuit</b>	<b>20</b>
Amorcée en 2010, la reprise des investissements publicitaires au Québec s'est maintenue pour la majorité des médias en 2011. Autre fait saillant: le téléphone mobile apparaît au classement.	
<b>Les investissements publicitaires</b>	<b>21</b>
<b>Les plus grands annonceurs</b>	<b>23</b>

## Bilan

# LA REPRISE SE POURSUIT

*Amorcée en 2010, la reprise des investissements publicitaires au Québec s'est maintenue pour la majorité des médias en 2011. Autre fait saillant : le téléphone mobile apparaît au classement.*

Malgré un contexte économique mouvementé, la reprise des investissements publicitaires amorcée l'année précédente s'est poursuivie en 2011 pour tous les médias sauf les quotidiens et les magazines. Les investissements dans les premiers ont chuté de 2,9%, contre 7,9% pour les magazines. Cette catégorie était d'ailleurs la seule avec une baisse d'investissements publicitaires (-0,9%) en 2010.

La télévision conserve le premier rang du classement, avec 793 millions\$, une augmentation de 3,3%. Les quotidiens occupent toujours la deuxième place malgré une baisse de près de 3%. Les investissements publicitaires y avaient toutefois grimpé de 15,7% en 2010. Suivent internet, qui, selon l'estimé, progresse fortement (+17,8%), les hebdomadaires (+5,2%), la radio (0,5%) et l'affichage (2,5%).

Pour la première fois, le mobile apparaît au classement. Selon des données canadiennes d'eMarketer, la part du Québec dans les investissements s'élève à près de 15 millions\$.

Du côté des annonceurs, le commerce de détail, l'automobile et l'alimentation demeurent les trois industries ayant

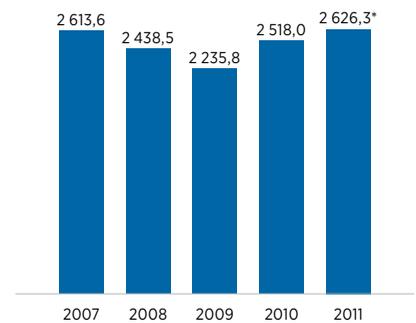
le plus investi en publicité en 2011. Elles ont toutefois connu des baisses respectives de 0,7%, 0,1% et 0,5%. Le domaine des assurances et des services financiers, qui avait nettement progressé en 2010, continue sur sa lancée, tout comme celui du divertissement. Le tourisme et le sport, au septième rang en 2010, dépassent désormais les communications, une catégorie qui se retrouve à égalité avec la restauration, les traiteurs et les boîtes de nuit, avec 3,9% du total des investissements publicitaires.

Québecor conserve son titre de plus grand annonceur tous médias confondus. Le Gouvernement du Québec, qui avait glissé à la troisième place en 2010, remonte en deuxième position, devant Procter & Gamble.

Québecor reste aussi en tête des annonceurs dans les quotidiens, suivi du groupe BMTC, propriétaire entre autres des magasins Brault & Martineau, et des concessionnaires Ford, septièmes en 2010. Procter & Gamble domine parmi les annonceurs dans les magazines et à la télévision, alors que cette position est occupée par BCE en affichage et Dell sur internet, qui reprend ainsi la place prise par Ford en 2010. •

## 01 Investissements publicitaires au Québec par année

En millions \$

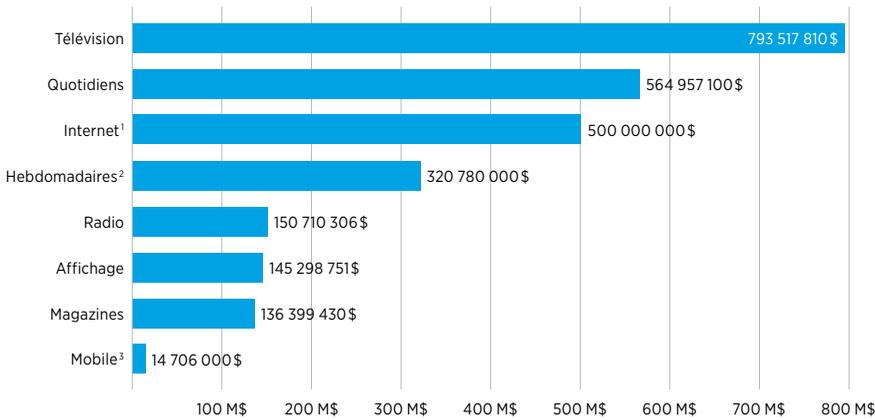


Source: Nielsen Recherche Média, Hebδος Québec, Bureau de la publicité interactive du Canada, Ernst & Young, CRTC (données des investissements radio pour 2007 et 2008) et eMarketer  
\* Les données pour internet et mobile sont des estimés parus en novembre 2011

01 En se basant sur les données fournies par Nielsen Recherche Média, IAB Canada/Ernst & Young, Hebδος Québec et eMarketer, on peut constater qu'après avoir connu des baisses depuis 2007, les investissements publicitaires au Québec ont repris à la hausse en 2010 et 2011, atteignant cette année 2,6 milliards\$, ce qui représente une hausse de 17,5% par rapport à 2009 et de 4% par rapport à l'an dernier.

## 02 Investissements publicitaires au Québec en 2011

Répartition par média



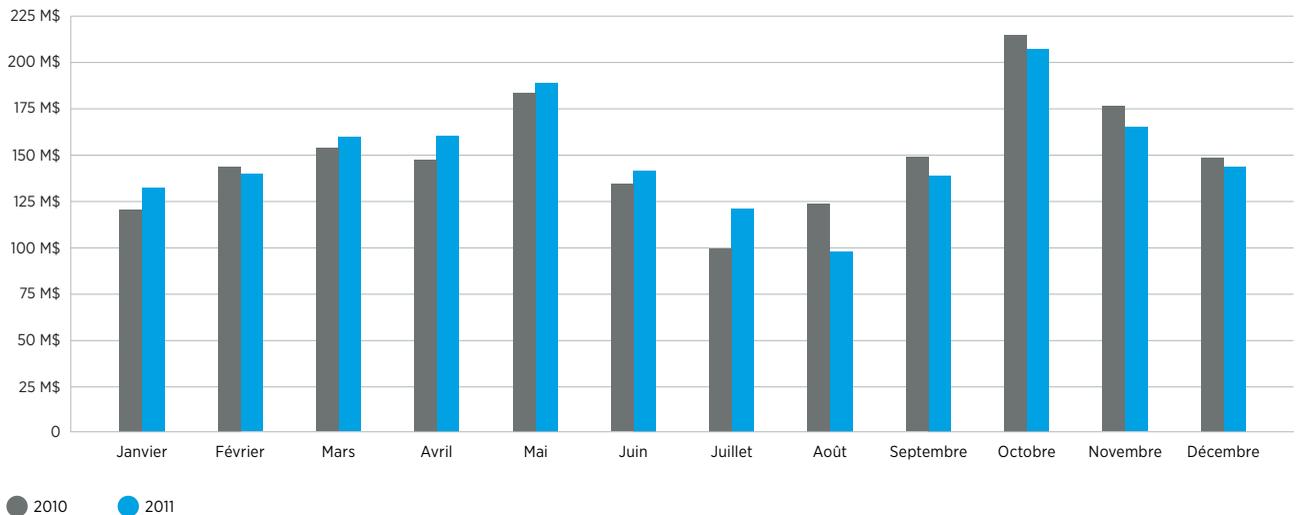
Source: Nielsen Recherche Média / Source¹: Bureau de la publicité interactive du Canada et Ernst & Young, estimé / Source²: Hebdomas Québec  
Source³: eMarketer, novembre 2011, estimé

02 Selon les prédictions, internet sera en 2011 le média pour lequel les investissements publicitaires au Québec auront le plus augmenté, avec une hausse de 17,9%. Ceci permet à ce secteur de demeurer en troisième position pour une quatrième année consécutive. La télévision demeure le média avec les plus importants investissements financiers, avec une augmentation de 3,4% pour atteindre 793,5 millions\$.

En deuxième position, les quotidiens, dont les investissements publicitaires atteignent 564,9 millions\$, ont connu une légère baisse de 2,9%, par rapport à 2010. Les hebdomadaires ont, pour leur part, grimpé de 5,2%. La radio se maintient cette année avec des investissements publicitaires comparables à l'an dernier. L'affichage, malgré une baisse de 1,9%, dépasse les magazines, qui ont pour leur part vu leurs investissements baisser de 7,9%. Pour la première année, des données pour le mobile ont été divulguées, qui indiquent que 14,7 millions ont été investis dans ce média.

## 03 Investissements publicitaires par mois au Québec \*

En millions (\$)



Source: Nielsen Recherche Média  
\*Excluant les données numériques

03 Les investissements publicitaires par mois demeurent les plus élevés à l'automne et au printemps. En 2011, ils ont encore atteint leur sommet en octobre, avec 207 millions\$. Les mois de mars à juillet ont connu une hausse par rapport à l'an dernier, alors que les mois d'août à décembre ont connu une baisse. Juillet et août sont les mois avec les plus faibles investissements publicitaires.

## 04 20 premières catégories d'annonceurs

Liste basée sur les investissements publicitaires effectués en 2011 au Québec dans l'ensemble des médias\*

RANG	RANG 2010	CATÉGORIE D'ANNONCEUR	% DU TOTAL DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES
01	01	Commerce de détail	15,6%
02	02	Automobile	12,5%
03	03	Alimentation	7,2%
04	04	Assurances et services financiers	6,8%
05	05	Divertissement	6,6%
06	07	Tourisme et transport	4,2%
07	09	Restauration, traiteurs et clubs de nuit	3,9%
08	06	Télécommunications	3,9%
09	08	Publicité locale de concessionnaires automobiles	3,8%
10	11	Cosmétiques et produits de beauté	3,6%
11	10	Produits pharmaceutiques	3,5%
12	13	Immobilier	3,0%
13	12	Médias: télévision, radio, affichage, etc	3,0%
14	14	Gouvernement	2,5%
15	15	Alcool et boissons	1,8%
16	17	Écoles, cours par correspondance, séminaires	1,2%
17	20	Produits coiffants	1,2%
18	16	Produits pétroliers, entretien de véhicule	1,2%
19	21	Lotteries	1,1%
20	18	Matériaux de construction	1,1%

Source : Nielsen Recherche Média  
\*Excluant les données numériques

04 Le commerce de détail, l'automobile et l'alimentation demeurent les trois plus importants secteurs parmi les annonceurs dans les médias québécois, avec 35,3% des investissements publicitaires. Le secteur de la restauration, traiteurs et clubs de nuit gagne deux places, aux dépens des industries de télécommunications et de la publicité locale de concessionnaires automobiles. Les produits coiffants font une hausse de la 20<sup>e</sup> position à la 17<sup>e</sup>.

# Les plus grands annonceurs

## 10 plus grands annonceurs tous médias confondus au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	2,8%
02	Gouvernement du Québec	2,4%
03	Procter & Gamble	2,3%
04	Groupe BMTC	1,6%
05	BCE	1,4%
06	Gouvernement du Canada	1,4%
07	General Motors	1,2%
08	Loteries provinciales	1,1%
09	Mouvement Caisses Desjardins	1,1%
10	Ford	1,0%

Source: Nielsen Recherche Média

## 10 plus grands annonceurs dans les quotidiens au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	4,2%
02	Groupe BMTC	2,8%
03	Association des concess. Ford	2,6%
04	Gouvernement du Québec	2,5%
05	Association des concess. Chrysler Dodge Jeep Ram	2,2%
06	BCE	1,9%
07	Porter Airlines	1,7%
08	Association des concess. Nissan	1,6%
09	Performances culturelles	1,6%
10	Association des concess. Chevrolet	1,4%

Source: Nielsen Recherche Média

## 10 plus grands annonceurs dans les magazines au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Procter & Gamble	11,0%
02	L'Oréal	5,4%
03	Unilever	3,0%
04	Johnson & Johnson	2,1%
05	Québecor	1,8%
06	Kraft	1,7%
07	Kellogg	1,4%
08	Gouvernement du Canada	1,3%
09	Gouvernement du Québec	1,2%
10	Kimberly-Clark	1,0%

Source: Nielsen Recherche Média

## 10 plus grands annonceurs en télévision au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Procter & Gambler	3,1%
02	Québecor	2,6%
03	Gouvernement du Québec	2,3%
04	General Motors	2,0%
05	Johnson & Johnson	1,8%
06	Ford	1,7%
07	Loteries provinciales	1,5%
08	Groupe BMTC	1,4%
09	Chrysler Canada	1,4%
10	McDonald's	1,3%

Source: Nielsen Recherche Média

## 10 plus grands annonceurs en affichage au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	BCE	3,3%
02	Gouvernement du Canada	2,5%
03	Gouvernement du Québec	2,5%
04	General Motors	2,3%
05	Telus	2,3%
06	Rogers Communications	2,0%
07	McDonald's	1,6%
08	Loteries provinciales	1,6%
09	Québecor	1,4%
10	Tim Hortons	1,4%

Source: Nielsen Recherche Média

## 10 plus grands annonceurs sur internet au Québec en 2011

RANG	ANNONCEUR	IMPRESSIONS (000)
01	Dell	26161,7
02	Ford	16606,9
03	American Express	16489,5
04	Dodge	13780,3
05	Chevrolet	13410,5
06	ChildsPlayCharity.org	13245,5
07	TD	12203,2
08	Jeep	11890,7
09	ING	10850,3
10	FreeCreditReportsinCanada.ca	10418,2

Source: Copyright 2012. Kantar Media