

Bilan

Une année stable	16
Encore une fois, on a assisté en 2012 à une augmentation, bien que moins marquée, des investissements publicitaires, ainsi qu'à des changements qui façonneront le visage de l'industrie dans l'avenir.	
Les investissements publicitaires	17
Les plus grands annonceurs	19

Bilan

UNE ANNÉE STABLE

Encore une fois, on a assisté en 2012 à une augmentation, bien que moins marquée, des investissements publicitaires, ainsi qu'à des changements qui façonneront le visage de l'industrie dans l'avenir.

La croissance se poursuit donc depuis 2010. Plusieurs secteurs de l'industrie ont connu une hausse de leurs investissements, à l'exception de l'affichage (-2,6%) et des magazines (-0,6%). La télévision occupe encore la première place au chapitre de la répartition par média, avec des investissements publicitaires atteignant plus de 812 millions de dollars (+2,4%). À l'image de l'année dernière, elle est suivie par les quotidiens (+4,8%), l'internet (+3,5%).

Seul le mobile a connu un bond remarquable depuis 2011. En effet, il apparaissait pour la première fois au classement l'an passé avec des investissements de 14 millions de dollars; cette année, ces derniers se chiffrent à plus de 25 millions de dollars, marquant un bond de 75,7%.

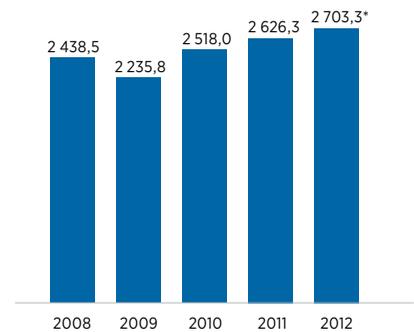
En ce qui concerne les catégories d'annonceurs ayant le plus investi au Québec, les trois premières positions demeurent inchangées avec le commerce au détail, l'automobile et l'alimentation.

Québecor conserve encore une fois son titre de plus grand annonceur tous médias confondus cette année. Sa part de bruit a augmenté d'un demi-point depuis 2011. Le gouvernement du Québec et Procter & Gamble se trouvent toujours en deuxième et troisième positions. Québecor se situe aussi en tête de liste dans le secteur des quotidiens et de la télévision. Enfin, c'est Procter & Gamble qui domine dans la catégorie magazine avec 9,8% de part de bruit (-1,2 points) et Rogers Communications qui obtient la première place en affichage.

Bien qu'il soit encore trop tôt pour les quantifier, les récents changements qu'a connus l'industrie des médias commencent déjà à intéresser les spécialistes. Parmi ceux-ci figurent la transaction Bell-Astral, le lancement de *La Presse+*, l'importance croissante du deuxième écran en télévision et le développement rapide des technologies numériques, dont on mesurera les répercussions sur le monde des médias dans les mois à venir. — JB

01 Investissements publicitaires au Québec par année

En millions \$



Source: Nielsen Recherche Média, Hebdos Québec, Bureau de la publicité interactive au Canada et Ernst & Young
*Les données pour les hebdomadaires sont de 2011, faute de données fiables pour 2012.

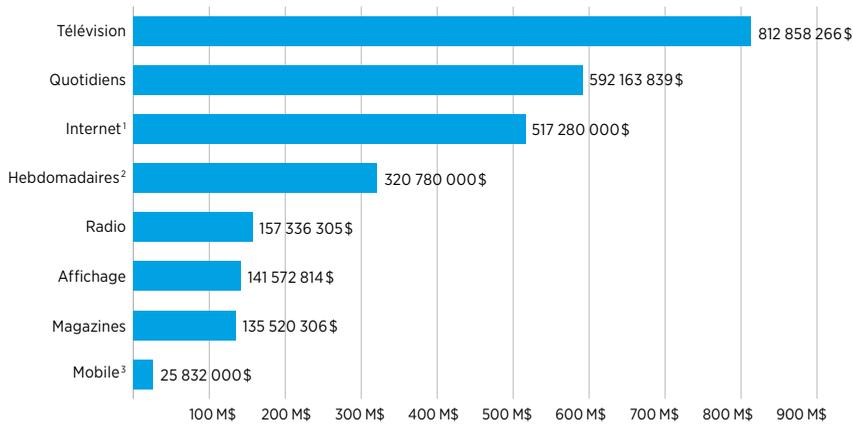
01 En se basant sur les données fournies par Nielsen Recherche Média, IAB Canada/Ernst & Young, Hebdos Québec (2011) et eMarketer, on peut constater qu'après avoir connu des baisses depuis 2007, les investissements publicitaires au Québec ont repris à la hausse depuis 2010, atteignant cette année 2,7 milliards\$, ce qui représente une hausse de 20,9% par rapport à 2009 et de 2,9% par rapport à l'an dernier.

Il est à noter que faute de données comparables et fiables pour 2012, nous avons choisi de publier la donnée de 2011 pour les hebdomadaires.

Investissements publicitaires

02 Investissements publicitaires au Québec en 2012

Répartition par média



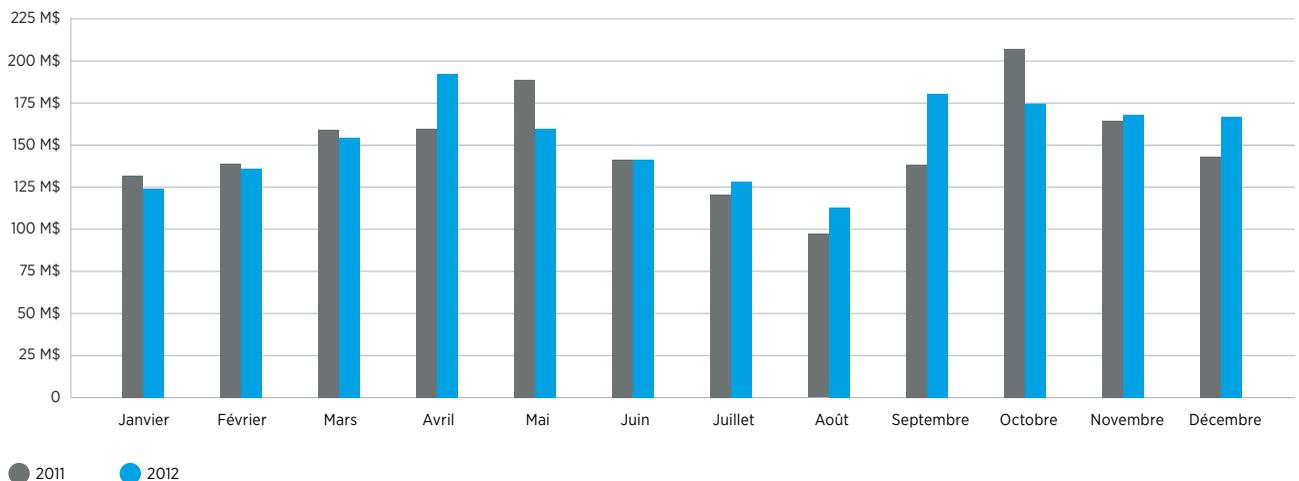
Source: Nielsen Recherche Média / Source¹: Bureau de la publicité interactive du Canada et Ernst & Young, estimé / Source²: Hebdomos Québec, 2011 / Source³: eMarketer, novembre 2012, estimé

02 Le quotidien est le média pour lequel les investissements publicitaires au Québec ont le plus augmenté en 2012, avec une hausse de 27,2 millions\$, tandis que le mobile enregistre la plus forte augmentation proportionnellement à ses revenus de l'an dernier, avec une augmentation de 75,7%. La télévision demeure le média avec les plus importants investissements financiers, avec une augmentation de 2,4% pour atteindre 812,9 millions\$.

Il est à noter que faute de données comparables et fiables pour 2012, nous avons choisi de publier la donnée de 2011 pour les hebdomadaires.

03 Investissements publicitaires par mois au Québec*

En millions (\$)



Source: Nielsen Recherche Média

03 Les investissements publicitaires par mois demeurent les plus élevés l'automne et le printemps. En 2012, ils ont atteint leur sommet en avril, avec 192 millions\$. Les mois d'avril, de juin à septembre, ainsi que novembre et décembre ont connu une hausse par rapport à l'an dernier, alors que les mois de janvier à mars, mai, et octobre ont connu une baisse. Janvier 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 2012 au Québec dans l'ensemble des médias

RANG	RANG 2011	CATÉGORIE D'ANNONCEUR	% DU TOTAL DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES
01	01	Commerce de détail	15,4%
02	02	Automobile	12,6%
03	03	Alimentation	7,0%
04	05	Divertissement	6,6%
05	04	Assurances et services financiers	6,6%
06	09	Publicité locale de concessionnaires automobiles	4,2%
07	07	Restauration, traiteurs et clubs de nuit	4,2%
08	06	Tourisme et transport	3,9%
09	12	Immobilier	3,8%
10	08	Télécommunications	3,7%
11	10	Cosmétiques et produits de beauté	3,5%
12	11	Produits pharmaceutiques	3,1%
13	13	Médias: télévision, radio, affichage, etc	2,8%
14	14	Gouvernement	2,3%
15	15	Alcool et boissons	1,7%
16	16	Écoles, cours par correspondance, séminaires	1,3%
17	18	Produits pétroliers, entretien de véhicule	1,2%
18	20	Matériaux de construction	1,1%
19	27	Sites internet et services connexes	1,1%
20	17	Produits coiffants	1,0%

Source : Nielsen Recherche Média

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% des investissements publicitaires. Le secteur du tourisme et transport gagne trois places, alors que les sites internet et services connexes passent de la 27^e à la 19^e place, ces deux secteurs étant ceux qui ont le plus progressé en 2012.

Les plus grands annonceurs

10 plus grands annonceurs tous médias confondus au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	3,3%
02	Gouvernement du Québec	2,6%
03	Procter & Gamble	2,1%
04	Groupe BMTC	1,2%
05	Rogers Communications	1,1%
06	Gouvernement du Canada	1,1%
07	BCE	1,0%
08	Hyundai	1,0%
09	Johnson & Johnson	1,0%
10	General Motors	1,0%

Source: Nielsen Recherche Média

10 plus grands annonceurs dans les quotidiens au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	5,2%
02	Gouvernement du Québec	2,9%
03	Association des concess. Ford	2,0%
04	Association des concess. Chevrolet	1,7%
05	Association des concess. Chrysler Dodge Jeep Ram	1,7%
06	Association des concess. Nissan	1,7%
07	Groupe BMTC	1,7%
08	Hyundai	1,6%
09	Re/Max	1,4%
10	Concessionnaires locaux consolidés Chrysler	1,3%

Source: Nielsen Recherche Média

10 plus grands annonceurs dans les magazines au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Procter & Gamble	9,8%
02	L'Oréal	5,6%
03	Unilever	3,0%
04	Québecor	2,0%
05	Johnson & Johnson	1,8%
06	Kellogg	1,6%
07	Kimberly-Clark	1,3%
08	Coty Canada	1,3%
09	Kraft	1,2%
10	Gouvernement du Canada	1,1%

Source: Nielsen Recherche Média

10 plus grands annonceurs en télévision au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	3,2%
02	Procter & Gamble	2,7%
03	Gouvernement du Québec	2,4%
04	Johnson & Johnson	1,9%
05	Ford	1,5%
06	McDonald's	1,5%
07	General Motors	1,4%
08	Chrysler Canada	1,4%
09	Loteries provinciales	1,3%
10	Honda	1,3%

Source: Nielsen Recherche Média

10 plus grands annonceurs en affichage au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Rogers Communications	3,3%
02	Gouvernement du Québec	2,7%
03	General Motors	2,5%
04	Telus	2,2%
05	Apple	2,0%
06	McDonald's	1,7%
07	Molson	1,7%
08	Tim Hortons	1,6%
09	BCE	1,4%
10	RBC	1,3%

Source: Nielsen Recherche Média

10 plus grands annonceurs sur internet au Québec en 2012

RANG	ANNONCEUR	IMPRESSIONS (000)
01	Ford	213 251
02	Chevrolet	138 737
03	Dodge	121 011
04	HSBC	92 442
05	Huggies	87 403
06	Vignoble Romance Du Vin	76 544
07	Dell	69 582
08	TD	59 970
09	Buick	59 556
10	Acura	56 048

Source: Copyright 2012. Kantar Media