

Tendancespub2009 : une étude nationale du marché de la communication

Cette étude nationale a été réalisée par l'Institut LINK pour Le Temps et Handelszeitung auprès des grands annonceurs, des agences médias et de publicité. Elle confirme le net recul des investissements publicitaires en 2009. Dans les stratégies de communication, la tendance s'affirme toujours plus au cross-média. Parmi les supports publicitaires, les médias en ligne et les médias mobiles progressent et progresseront fortement. En période de crise, le marché exige davantage d'efficacité et de productivité en matière de communication et de marketing.

- Pour près de la moitié des entreprises, le budget de communication est globalement en baisse par rapport à 2008. La plupart des entreprises interrogées ne prévoient pas de nette amélioration pour 2010.
- C'est à la publicité en ligne que les sondés accordent le plus grand potentiel de croissance à court et à moyen terme. Les médias mobiles prendront également, mais dans une moindre mesure, toujours plus d'importance.
- La tendance est au renforcement des campagnes cross-média. Les entreprises actives au niveau publicitaire demandent une meilleure efficacité et productivité de leur communication en regard du budget investi.
- De l'avis des sondés, les journaux et magazines resteront des supports publicitaires importants dans les prochaines années.

Description de la méthode

Cette étude a été réalisée par l'institut LINK de recherche marketing et sociale de Zurich auprès des 500 plus grands annonceurs de Suisse, de même que 100 agences de publicité et agences médias en Suisse alémanique. L'étude a été réalisée entre mi-mars et mi-avril 2009.

L'étude complète tendancespub2009 est disponible dès ce jour sur www.letemps.ch/tendancespub2009.

Contact Le Temps

Valérie Boagno

Directrice adjointe

Tél. + 41 22 799 58 03

valerie.boagno@letemps.ch.

A propos du Temps

Fondé en mars 1998, Le Temps est le média de référence de la Suisse romande et francophone qui décline ses contenus sur différents supports avec la même exigence de qualité et indépendance éditoriale. Quality paper aux axes d'expertise reconnus en politique suisse & internationale, en économie & finance et en culture, Le Temps affiche un tirage contrôlé de 45'883 exemplaires (2008 certifié REMP) et son lectorat s'élève à 141'000 personnes, dont 13'000 en Suisse alémanique (MACH Basic 2009-1 REMP). L'audience très qualifiée du site représente 4.2 millions de pages vues, 920'000 visites et 215'000 visiteurs uniques (NET-Metrix-Audit 2009).

A propos de Handelszeitung

Parmi les publications économiques en Suisse alémanique, elle est la référence du secteur. Handelszeitung se caractérise par son journalisme de qualité, renforcé d'une collaboration avec THE WALL STREET JOURNAL. Elle s'adresse tous les mercredis aux **entrepreneurs, décideurs et managers**, relate l'actualité du monde de la finance, de l'économie et contient l'ensemble des informations et des analyses pertinentes en matière d'investissement. Son lectorat est composé de 143'000 personnes (MACH Basic 2009-1 REMP) avec un tirage contrôlé de 45'190 exemplaires (2008 certifié REMP). Le site Internet de Handelszeitung est au bénéfice de 72'000 visiteurs uniques, 120'677 visites et 282'059 pages vues (NET-Metrix-Audit 2009).