



**Cité de la musique**

---

**OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE**

**Évolution des investissements publicitaires  
du secteur des éditions phonographiques en radio et télévision**

*Sur un panel de 18 stations de radio et 30 chaînes de télévision*

---

**Les chiffres clés de l'année 2010 vs. 2005**

**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>

# 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 périmètre d'Observation ayant évolué entre 2005 et 2010**, les données de l'année 2010 (19 stations de radio et 33 chaînes de télévision\*) ont en conséquence été retraitées sur le périmètre analysé en 2005, qui comprenait alors :

- 17 radios et une donne agrégée pour les radios du SIRTI :
  - > 5 radios généralistes : Europe 1, France Inter, RMC, RTL, Sud Radio ;
  - > 13 radios musicales et thématiques : Chérie FM, France Info, Fun Radio, Les Indés Radios, MFM, Nostalgie, NRJ, RFM, Radio Classique, Rire et Chansons, RTL2, Skyrock, Virgin Radio;
- 6 chaînes hertziennes :
  - > TF1, France 2, France 3, France 5, M6 et Canal +
- 24 chaînes du câble, du satellite et du numérique hertzien :
  - > 13ème Rue Universal, Canal J, Cartoon Network, Comedie+, Disney XD (ex Jetix), Eurosport, France 4, Fun TV, Jimmy, June (ex Filles TV), LCI, MCM, MTV, NRJ12, NT1, Paris Première, RTL9, Série Club, Teletoon+, Teva, TF6, TMC, TV5, W9.

Ce rapprochement ne tient pas compte des investissements réalisés en 2010, par le secteur des éditions phonographiques en radio, sur BFM Business à hauteur de 0,14 M€ et en TV pour un total de 11,62 M€, détaillé comme suit : BFMTV (2,50 M€), Direct 8 (1,24 M€), Direct Star (2,94M€), Gulli (1,23 M€), I-Télé (2,95 M€), Canal + Sport (0,06 M€), Game One (0,07 M€), NRJ Hits (0,38 M€), TraceTV (0,25 M€).

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.

\* Le différentiel entre 33 et 30 chaînes tient compte du retrait en 2010 de 5 chaînes du câble-satellite, qui depuis 2009 ne bénéficiaient d'aucun investissement publicitaire du secteur des éditions phonographiques (Cartoon Network, Disney XD, Eurosport, June, Série Club) et de l'ajout de 9 nouvelles chaînes, cf. détail ci-après.

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

L'examen des piges publicitaires porte sur un panel de radios et de TV distinctes de celles qui sont retenues pour le dispositif d'observation sur la diversité musicale.

## **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 donnée 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.

# CHIFFRES CLÉS (Année 2010 vs. 2005)

---

## RADIO et TELEVISION

- > Les investissements publicitaires tous secteurs confondus s'élèvent à **10 209,71 M€** (+21,3% vs. 2005);
- > Les investissements du secteur des éditions phonographiques totalisent **200,77 M€** (-47,6% vs. 2005) représentant **2%** (-2,6 pts vs. 2005) de l'ensemble des investissements publicitaires;
- > **51 567** diffusions de spots publicitaires contre 116 723 en 2005 (-65 156 diffusions vs. 2005);

La répartition des investissements des éditions phonographiques :

- > **145,53 M€** (-47,7% vs. 2005) en télévision, soit 72,5% de parts de marché;
- > **55,24 M€** (-47,6 % vs. 2005) en radio, soit 27,5% de part de marché;

## RADIO

La répartition des investissements en radio :

- > sur les **55,24 M€** : **39,17 M€** (-57,7% vs. 2005), soit 70,9% des investissements concernent les radios musicales et thématiques (-17 pts vs. 2005) et **16,07 M€** (+26,5% vs. 2005), soit 29,1% (+17 pts) concernent les radios généralistes;
- > **23 463** diffusions de spots publicitaires en radio (- 14 415 diffusions vs. 2005);
- > **76,4% des investissements** en radio sont consacrés à la promotion d'albums (+15,4 pts vs. 2005);

## TELEVISION

La répartition des investissements en télévision :

- > sur les **145,53 M€** : **130,43 M€** (-49,5% vs. 2005), soit 89,6% des investissements concernent les chaînes hertziennes (-3,3 pts vs. 2005) et **15,10 M€** (-23,3% vs. 2005), soit 10,4% (+3,3 pts) concernent les chaînes du câble-satellite et de la TNT;
- > **28 104** diffusions de spots publicitaires en télévision (- 50 741 diffusions vs. 2005);
- > **74,2%** des investissements en télévision sont consacrés à la promotion d'albums (+12 pts vs. 2005).

## Les chiffres clés de l'année 2010 vs. 2005

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

	Total Investissements publicitaires						Investissements publicitaires éd. phonographiques (EP)								
	Montant (Milliers)			Part de marché			Montant (Milliers)			Part de marché			Nb Diffs EP		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Radios	3 361 433 €	2 747 925 €	+22,3%	32,9%	32,7%	+0,3 pt	55 242 €	105 353 €	-47,6%	27,5%	27,5%	+0,0 pt	23 463	37 878	-14 415
TV	6 848 275 €	5 666 649 €	+20,9%	67,1%	67,3%	-0,3 pt	145 528 €	278 050 €	-47,7%	72,5%	72,5%	-0,0 pt	28 104	78 845	-50 741
<b>Total médias</b>	<b>10 209 708 €</b>	<b>8 414 574 €</b>	<b>+21,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>200 770 €</b>	<b>383 403 €</b>	<b>-47,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>51 567</b>	<b>116 723</b>	<b>-65 156</b>

> Les investissements publicitaires tous secteurs confondus, s'élèvent à **10 209,71 M€** en 2010 (dont 3 361,43 M€ en radio et 6 848,27 M€ en TV) progressant de **+21,3%** en 5 ans. Les investissements publicitaires du secteur **des éditions phonographiques**, qui s'élèvent à **200,77 M€** enregistrent une baisse de **-47,6%** sur la période.

> Pour un montant de **55,24 M€** en radio et de **145,53 M€** en TV en 2010, les investissements de la filière chutent de respectivement **-47,6%** et **-47,7%** vs. 2005.

> Les investissements du secteur des éditions phonographiques en radio et en TV représentent **2%** (-2,6 pts vs. 2005) de l'ensemble des investissements publicitaires, tous secteurs confondus.

> **51 567** diffusions de spots sont recensées sur l'année 2010, contre **116 723** en 2005 (-65 156 diffusions, soit **-55,8%** en 5 ans).

## Les chiffres clés de l'année 2010 vs. 2005

À panel constant, au cours de l'année 2010, le secteur des éditions phonographiques a concouru aux recettes publicitaires des médias Radio et TV à hauteur de **200,77 M€\*** vs. **383,40 M€** en 2005 (**-47,6%**); le secteur représente **2%** (-2,6 pts vs. 2005) du montant total des recettes publicitaires des médias.

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

- > Radio : **55,24 M€** (-47,6% vs. 2005), soit une part de marché de **27,5%**, sans variation sur la période
- > Télévision : **145,53 M€** (-47,7% vs. 2005), soit **72,5%** de parts de marché (également sans variation).

### Les plus forts investissements par média concernent les artistes suivants (en M€)

#### Top 3 radio

##### 2010

1. Christophe Maé (Warner Music) : 1,02
2. Seal (Warner Music) : 0,85
3. Les Enfoirés (Emi Music) : 0,85

##### 2005

1. Kayna Samet (Universal Music) : 1,21
2. The Game (Universal Music) : 1,01
3. Mariah Carey (Universal Music) : 1,01

#### Top 3 télévision

##### 2010

1. Les Prêtres (Tf1 Entreprises) : 6,98
2. Christophe Maé (Warner Music) : 5,87
3. Mylène Farmer (Universal Music) : 3,08

##### 2005

1. Le Roi Soleil (Warner Music) : 3,98
2. James Blunt (Warner Music) : 3,88
3. Raphael (EMI) : 3,23

\* Les investissements publicitaires sont exprimés en millions d'euros (M€) hors taxes cf. méthodologie page 2

## Les chiffres clés de l'année 2010 vs. 2005

Les investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques en radio et en TV sont à **74,8%** consacrés à la promotion des albums (+13 pts vs. 2005) et à 20,4% à celle des compilations en léger recul de -3,6 pts vs. 2005. Si la promotion des DVD musicaux est stable sur la période (2,7% sans variation), la promotion de singles qui ne représente plus que 2,1% des investissements de la filière, recule de -9,5 pts vs. 2005.

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

**2010**

**2005**

#### Top 3 Albums

- |   |  |
|---|--|
| 1. Christophe Maé (Warner Music) : 6,58 | 1. Le Roi Soleil (Warner Music) : 6,44 |
| 2. Les Prêtres (Tf1 Entreprises) : 6,24 | 2. James Blunt (Warner Music) : 4,84   |
| 3. Seal (Warner Music) : 3,77           | 3. Raphael (EMI Music) : 3,87          |

#### Top 3 Singles

- |  |   |
|--|---|
| 1. Espoir pour Haïti (Warner Music) : 0,56 | 1. Mister Cosmic vs. Fat Dog (Sony BMG): 1,42 |
| 2. Knaan (Universal Music) : 0,53          | 2. Don Juan (Universal Music): 1,12           |
| 3. Sexion d'Assaut (Sony Music) : 0,32     | 3. Ricky Martin (Sony BMG Music): 0,99        |

#### Top 3 compilations

- |  |   |
|--|---|
| 1. Calogero (Universal Music) : 1,67                 | 1. 500 Choristes (Sony BMG Music): 2,90   |
| 2. Salut les Copains (Universal Music) : 1,43        | 2. Céline Dion (Sony BMG Music): 2,43     |
| 3. La compile de la Famille (Tf1 Entreprises) : 1,40 | 3. Michael Jackson (Sony BMG Music): 1,80 |

#### Top 3 DVD musicaux

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 1. Mylène Farmer (Universal Music) : 1,31     | 1. La Mano Negra (EMI Music) : 0,95   |
| 2. Les Prêtres (Tf1 Entreprises) : 0,75       | 2. Kool Schen (Sony BMG Music) : 0,72 |
| 3. Salut les Copains (Universal Music) : 0,62 | 3. Lorie (Sony BMG Music) : 0,65      |

\* Les investissements publicitaires sont exprimés en millions d'euros (M€) hors taxes cf. méthodologie page 2

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

	Total Investissements publicitaires						Investissements publicitaires éd. phonographiques (EP)								
	Montant (Milliers)			Part de marché			Montant (Milliers)			Part de marché			Nb Diffs EP		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Radios généralistes	1 386 218 €	971 571 €	+42,7%	41,2%	35,4%	+5,9 pt	16 072 €	12 708 €	+26,5%	29,1%	12,1%	+17,0 pt	4 880	4 394	486
Radios musicales et thématiques	1 975 215 €	1 776 354 €	+11,2%	58,8%	64,6%	-5,9 pt	39 169 €	92 645 €	-57,7%	70,9%	87,9%	-17,0 pt	18 583	33 484	-14 901
<b>Total Radios</b>	<b>3 361 433 €</b>	<b>2 747 925 €</b>	<b>+22,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>55 242 €</b>	<b>105 353 €</b>	<b>-47,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>23 463</b>	<b>37 878</b>	<b>-14 415</b>

Le secteur des éditions phonographiques enregistre une baisse de ses investissements en radio de **-47,6%**. Sur les radios musicales et thématiques, les investissements qui s'élevaient en 2010 à **39,17 M€**, chutent de **-57,7%** vs. 2005. Ce format capte 70,9% des investissements du secteur des éditions phonographiques, enregistrant une baisse de -17 pts vs. 2005.

Parmi les radios musicales, Radio Classique\* enregistre la plus forte progression (+52,9%) et se classe en tête des plus forts investissements du secteur des éditions phonographiques.

Les investissements se recentrent sur la période sur le format généraliste, qui avec **16,07 M€** en 2010, progresse de **26,5%**, totalisant **29,1%** des investissements du secteur des éditions phonographiques (+17 pts vs. 2005).

Sur ce format, RTL capte les plus fortes recettes avec **9,93 M€** (+64,2% vs. 2005).

\* Au 1<sup>er</sup> semestre 2011, Radio Classique enregistrera une baisse de -40,7% vs. S1 2010.



# 1. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques en radio

	Total invts publicitaires - milliers			Invts pub EP - milliers			Nb annonceurs différents EP			Nb spots différents EP			Nb Diffs EP		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Europe 1	415 069 €	293 889 €	+41,2%	4 759 €	4 271 €	+11,4%	13	6	+7	47	39	+8	1 445	1 474	-29
France Inter	43 701 €	44 783 €	-2,4%	826 €	2 321 €	-64,4%	9	14	-5	38	61	-23	442	1 078	-636
RMC	378 699 €	135 388 €	+179,7%	482 €	47 €	+926,5%	4	1	+3	6	1	+5	228	62	+166
RTL	519 841 €	463 652 €	+12,1%	9 927 €	6 046 €	+64,2%	7	10	-3	45	46	-1	2 638	1 652	+986
Sud Radio	28 907 €	33 859 €	-14,6%	78 €	23 €	+238,3%	1	3	-2	1	3	-2	127	128	-1
<b>Radios généralistes</b>	<b>1 386 218 €</b>	<b>971 571 €</b>	<b>+42,7%</b>	<b>16 072 €</b>	<b>12 708 €</b>	<b>+26,5%</b>							<b>4 880</b>	<b>4 394</b>	<b>+486</b>
Cherie FM	166 635 €	195 770 €	-14,9%	922 €	6 473 €	-85,8%	6	8	-2	13	48	-35	481	2 405	-1924
France Info	16 113 €	23 662 €	-31,9%	102 €	163 €	-37,7%	6	4	+2	8	6	+2	87	107	-20
Fun Radio	153 887 €	109 350 €	+40,7%	2 833 €	4 420 €	-35,9%	9	6	+3	39	58	-19	1 533	3 194	-1661
Les Indé Radios	365 094 €	169 120 €	+115,9%	151 €	674 €	-77,6%	3	3	+0	3	7	-4	49	183	-134
MFM	26 425 €	29 182 €	-9,4%	44 €	336 €	-87,0%	1	5	-4	3	8	-5	96	656	-560
Nostalgie	185 445 €	202 190 €	-8,3%	1 990 €	2 526 €	-21,2%	4	9	-5	19	29	-10	1 183	911	+272
NRJ	404 111 €	409 806 €	-1,4%	7 762 €	36 890 €	-79,0%	27	6	+21	55	184	-129	2 036	8 755	-6719
Radio Classique	55 882 €	24 978 €	+123,7%	10 602 €	6 933 €	+52,9%	12	12	+0	107	79	+28	7 155	3 785	+3370
RFM	140 062 €	166 026 €	-15,6%	839 €	2 068 €	-59,4%	4	5	-1	9	14	-5	475	1 215	-740
Rire & Chansons	69 716 €	59 162 €	+17,8%	45 €	956 €	-95,3%	1	4	-3	1	11	-10	42	829	-787
RTL2	162 117 €	119 785 €	+35,3%	1 441 €	2 235 €	-35,5%	8	5	+3	19	40	-21	778	1 680	-902
Sky rock	90 226 €	152 646 €	-40,9%	8 063 €	24 705 €	-67,4%	6	6	+0	40	105	-65	2 248	7 040	-4792
Virgin Radio	139 503 €	114 677 €	+21,6%	4 377 €	4 266 €	+2,6%	9	8	+1	42	57	-15	2 420	2 724	-304
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>1 975 215 €</b>	<b>1 776 354 €</b>	<b>+11,2%</b>	<b>39 169 €</b>	<b>92 645 €</b>	<b>-57,7%</b>							<b>18 583</b>	<b>33 484</b>	<b>-14 901</b>
<b>Total Radio</b>	<b>3 361 433 €</b>	<b>2 747 925 €</b>	<b>+22,3%</b>	<b>55 242 €</b>	<b>105 353 €</b>	<b>-47,6%</b>							<b>23 463</b>	<b>37 878</b>	<b>-14 415</b>

## 2. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par format

Les investissements du secteur des éditions phonographiques en radio, sont à **76,4%** consacrés à la promotion d'albums (+15,4 pts vs. 2005) et à 76,8% sur les musicales et thématiques (+18,5 pts vs. 2005).

La part des investissements publicitaires dédiés aux singles ne pèse plus que 6,7%, s'effondrant de -15,2 pts sur la période et de -15,6 pts sur les seules musicales et thématiques.

	Invts pub (EP) - milliers			Part invts pub / Albums			Part invts pub / Compilations			Part invts pub / Singles			Part invts pub / DVD			TOTAL	
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005
Europe 1	4 759 €	4 271 €	+11,4%	69,4%	87,4%	-18,0 pt	13,5%	11,2%	+2,3 pt	2,3%	0,0%	+2,3 pt	14,8%	1,4%	+13,4 pt	100,0%	100,0%
France Inter	826 €	2 321 €	-64,4%	79,4%	72,7%	+6,7 pt	19,6%	27,3%	-7,7 pt	0,0%	0,0%	-	1,0%	0,0%	+1,0 pt	100,0%	100,0%
RMC	482 €	47 €	+926,5%	0,0%	100,0%	-100,0 pt	82,4%	0,0%	+82,4 pt	17,6%	0,0%	+17,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
RTL	9 927 €	6 046 €	+64,2%	81,5%	79,4%	+2,1 pt	15,7%	11,6%	+4,1 pt	0,0%	6,3%	-6,3 pt	2,8%	2,6%	+0,2 pt	100,0%	100,0%
Sud Radio	78 €	23 €	+238,3%	100,0%	0,0%	+100,0 pt	0,0%	86,4%	-86,4 pt	0,0%	13,6%	-13,6 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
<b>Radios généralistes</b>	<b>16 072 €</b>	<b>12 708 €</b>	<b>+26,5%</b>	<b>75,5%</b>	<b>80,8%</b>	<b>-5,3 pt</b>	<b>17,1%</b>	<b>14,4%</b>	<b>+2,7 pt</b>	<b>1,2%</b>	<b>3,0%</b>	<b>-1,8 pt</b>	<b>6,2%</b>	<b>1,7%</b>	<b>+4,5 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Cherie FM	922 €	6 473 €	-85,8%	85,3%	61,7%	+23,6 pt	14,7%	17,2%	-2,5 pt	0,0%	20,8%	-20,8 pt	0,0%	0,3%	-0,3 pt	100,0%	100,0%
France Info	102 €	163 €	-37,7%	25,4%	39,3%	-13,9 pt	74,6%	60,7%	+13,9 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Fun Radio	2 833 €	4 420 €	-35,9%	35,7%	40,8%	-5,1 pt	62,5%	24,6%	+37,9 pt	1,8%	34,6%	-32,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Les Indé Radios	151 €	674 €	-77,6%	33,5%	87,4%	-53,9 pt	33,2%	12,6%	+20,6 pt	33,3%	0,0%	+33,3 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
MFM	44 €	336 €	-87,0%	100,0%	0,0%	+100,0 pt	0,0%	65,8%	-65,8 pt	0,0%	31,3%	-31,3 pt	0,0%	3,0%	-3,0 pt	100,0%	100,0%
Nostalgie	1 990 €	2 526 €	-21,2%	41,6%	26,5%	+15,1 pt	58,4%	44,6%	+13,8 pt	0,0%	12,0%	-12,0 pt	0,0%	16,9%	-16,9 pt	100,0%	100,0%
NRJ	7 762 €	36 890 €	-79,0%	77,2%	50,6%	+26,6 pt	1,7%	9,6%	-7,9 pt	21,1%	39,7%	-18,6 pt	0,0%	0,2%	-0,2 pt	100,0%	100,0%
Radio Classique	10 602 €	6 933 €	+52,9%	91,1%	95,4%	-4,3 pt	8,2%	3,6%	+4,6 pt	0,0%	0,0%	-	0,7%	1,0%	-0,3 pt	100,0%	100,0%
RFM	839 €	2 068 €	-59,4%	66,6%	23,0%	+43,6 pt	12,1%	41,1%	-29,0 pt	17,8%	3,7%	+14,1 pt	3,5%	32,2%	-28,7 pt	100,0%	100,0%
Rire & Chansons	45 €	956 €	-95,3%	0,0%	63,8%	-63,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	24,3%	-24,3 pt	100,0%	11,9%	+88,1 pt	100,0%	100,0%
RTL2	1 441 €	2 235 €	-35,5%	96,9%	76,5%	+20,4 pt	3,1%	19,2%	-16,1 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	4,3%	-4,3 pt	100,0%	100,0%
Skyrock	8 063 €	24 705 €	-67,4%	71,2%	62,2%	+9,0 pt	12,2%	16,7%	-4,5 pt	16,6%	16,8%	-0,2 pt	0,0%	4,2%	-4,2 pt	100,0%	100,0%
Virgin Radio	4 377 €	4 266 €	+2,6%	91,4%	81,6%	+9,8 pt	2,2%	9,1%	-6,9 pt	6,4%	7,9%	-1,5 pt	0,0%	1,5%	-1,5 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>39 169 €</b>	<b>92 645 €</b>	<b>-57,7%</b>	<b>76,8%</b>	<b>58,3%</b>	<b>+18,5 pt</b>	<b>13,8%</b>	<b>14,4%</b>	<b>-0,5 pt</b>	<b>9,0%</b>	<b>24,5%</b>	<b>-15,6 pt</b>	<b>0,4%</b>	<b>2,8%</b>	<b>-2,4 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total radio</b>	<b>55 242 €</b>	<b>105 353 €</b>	<b>-47,6%</b>	<b>76,4%</b>	<b>61,0%</b>	<b>+15,4 pt</b>	<b>14,8%</b>	<b>14,4%</b>	<b>+0,4 pt</b>	<b>6,7%</b>	<b>21,9%</b>	<b>-15,2 pt</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,7%</b>	<b>-0,6 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### 3. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

	Universal Music			Emi Music			Sony Music			Warner Music			Indépendants		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Radios généralistes	52,4%	43,8%	+8,6 pt	10,2%	19,3%	-9,1 pt	10,0%	10,2%	-0,2 pt	14,7%	4,2%	+10,5 pt	12,7%	22,5%	-9,8 pt
Radios musicales et thématique	36,2%	37,2%	-1,0 pt	15,6%	16,0%	-0,4 pt	15,8%	22,5%	-6,7 pt	15,0%	17,1%	-2,1 pt	17,5%	7,2%	+10,3 pt
<b>Radios</b>	<b>40,9%</b>	<b>38,0%</b>	<b>+2,9 pt</b>	<b>14,0%</b>	<b>16,4%</b>	<b>-2,4 pt</b>	<b>14,1%</b>	<b>21,0%</b>	<b>-6,9 pt</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,6%</b>	<b>-0,7 pt</b>	<b>16,1%</b>	<b>9,1%</b>	<b>+7,0 pt</b>

1. Universal Music : **22,61 M€** d'investissements publicitaires en 2010 (**-43,5%** vs. 2005), soit 40,9% de parts de marché (+2,9 pts vs. 2005)
2. Indépendants : **8,90 M€** d'investissements (**-6,8%** vs. 2005), pour 16,1% de parts de marché (+7 pts vs. 2005)
3. Warner Music : **8,22 M€** (**-49,9%** vs. 2005), soit 14,9% de parts de marché (-0,7 pt vs. 2005)
4. Sony Music (ex Sony BMG en 2005) : **7,78 M€** d'investissements (**-64,8%** vs. 2005), pour 14,1% de parts de marché (-6,9 pts vs. 2005)
5. Emi Music : **7,73 M€** d'investissements (**-55,2%** vs. 2005), pour 14% de parts de marché (-2,4 pts vs. 2005)

### 3a. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

	Invts pub (EP) - milliers			UNIVERSAL			EMI			WARNER			SONY			INDEPENDANTS		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Europe 1	4 759 €	4 271 €	+11,4%	2 367 €	2 751 €	-14,0%	428 €	346 €	+23,7%	321 €	0 €	-	475 €	649 €	-26,9%	1 169 €	530 €	+120,8%
France Inter	826 €	2 321 €	-64,4%	212 €	200 €	+6,4%	172 €	448 €	-61,6%	0 €	16 €	-100,0%	75 €	151 €	-50,6%	367 €	1 504 €	-75,6%
RMC	482 €	47 €	+926,5%	148 €	0 €	-	0 €	47 €	-100,0%	85 €	0 €	-	242 €	0 €	-	8 €	0 €	-
RTL	9 927 €	6 046 €	+64,2%	5 692 €	2 618 €	+117,4%	1 042 €	1 608 €	-35,2%	1 955 €	514 €	+280,4%	817 €	478 €	+71,0%	421 €	828 €	-49,2%
Sud Radio	78 €	23 €	+238,3%	0 €	3 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	17 €	-100,0%	78 €	3 €	+2502,3%
<b>Radios généralistes</b>	<b>16 072 €</b>	<b>12 708 €</b>	<b>+26,5%</b>	<b>8 419 €</b>	<b>5 571 €</b>	<b>+51,1%</b>	<b>1 642 €</b>	<b>2 449 €</b>	<b>-32,9%</b>	<b>2 361 €</b>	<b>530 €</b>	<b>+345,3%</b>	<b>1 608 €</b>	<b>1 295 €</b>	<b>+24,2%</b>	<b>2 043 €</b>	<b>2 865 €</b>	<b>-28,7%</b>
Cherie FM	922 €	6 473 €	-85,8%	229 €	2 939 €	-92,2%	61 €	123 €	-50,7%	104 €	1 100 €	-90,6%	477 €	2 175 €	-78,1%	51 €	136 €	-62,3%
France Info	102 €	163 €	-37,7%	0 €	0 €	-	7 €	0 €	-	0 €	0 €	-	6 €	0 €	-	88 €	163 €	-45,7%
Fun Radio	2 833 €	4 420 €	-35,9%	1 422 €	1 609 €	-11,6%	421 €	645 €	-34,8%	357 €	588 €	-39,4%	336 €	968 €	-65,3%	297 €	606 €	-50,9%
Les Indé Radios	151 €	674 €	-77,6%	50 €	379 €	-86,8%	51 €	0 €	-	50 €	0 €	-	0 €	175 €	-100,0%	0 €	121 €	-100,0%
MFM	44 €	336 €	-87,0%	0 €	10 €	-100,0%	0 €	71 €	-100,0%	44 €	28 €	+56,6%	0 €	119 €	-100,0%	0 €	108 €	-100,0%
Nostalgie	1 990 €	2 526 €	-21,2%	901 €	715 €	+26,0%	390 €	452 €	-13,7%	66 €	563 €	-88,3%	633 €	662 €	-4,4%	0 €	131 €	-100,0%
NRJ	7 762 €	36 890 €	-79,0%	3 272 €	13 944 €	-76,5%	846 €	6 825 €	-87,6%	2 772 €	7 378 €	-62,4%	720 €	8 374 €	-91,4%	153 €	406 €	-62,3%
Radio Classique	10 602 €	6 933 €	+52,9%	3 669 €	1 969 €	+86,3%	1 213 €	811 €	+49,5%	0 €	0 €	-	1 418 €	444 €	+219,5%	4 302 €	3 709 €	+16,0%
RFM	839 €	2 068 €	-59,4%	511 €	459 €	+11,3%	204 €	163 €	+25,0%	71 €	521 €	-86,5%	0 €	922 €	-100,0%	53 €	0 €	-
Rire & Chansons	45 €	956 €	-95,3%	0 €	116 €	-100,0%	0 €	69 €	-100,0%	0 €	151 €	-100,0%	45 €	620 €	-92,7%	0 €	0 €	-
RTL2	1 441 €	2 235 €	-35,5%	573 €	769 €	-25,5%	567 €	621 €	-8,7%	0 €	277 €	-100,0%	0 €	503 €	-100,0%	301 €	65 €	+364,3%
Skyrock	8 063 €	24 705 €	-67,4%	1 857 €	8 968 €	-79,3%	2 104 €	4 570 €	-54,0%	1 569 €	4 817 €	-67,4%	2 375 €	5 386 €	-55,9%	158 €	939 €	-83,1%
Virgin Radio	4 377 €	4 266 €	+2,6%	1 704 €	2 560 €	-33,4%	229 €	478 €	-52,1%	826 €	439 €	+88,0%	165 €	495 €	-66,6%	1 452 €	299 €	+386,4%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>39 169 €</b>	<b>92 645 €</b>	<b>-57,7%</b>	<b>14 188 €</b>	<b>34 436 €</b>	<b>-58,8%</b>	<b>6 091 €</b>	<b>14 829 €</b>	<b>-58,9%</b>	<b>5 857 €</b>	<b>15 864 €</b>	<b>-63,1%</b>	<b>6 176 €</b>	<b>20 843 €</b>	<b>-70,4%</b>	<b>6 857 €</b>	<b>6 682 €</b>	<b>+2,6%</b>
<b>Total radio</b>	<b>55 242 €</b>	<b>105 353 €</b>	<b>-47,6%</b>	<b>22 607 €</b>	<b>40 007 €</b>	<b>-43,5%</b>	<b>7 734 €</b>	<b>17 278 €</b>	<b>-55,2%</b>	<b>8 218 €</b>	<b>16 394 €</b>	<b>-49,9%</b>	<b>7 783 €</b>	<b>22 138 €</b>	<b>-64,8%</b>	<b>8 899 €</b>	<b>9 547 €</b>	<b>-6,8%</b>

### 3b. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

La baisse des investissements du secteur des éditions phonographiques sur le média (-47,6%), touche durement les radios musicales et thématiques: le repli est de -58,8% pour Universal Music, -58,9% pour Emi music, -63,1% pour Warner et jusqu'à -70,4% pour Sony Music.

Seuls les Indépendants maintiennent leurs investissements sur ce format en légère hausse de +2,6% vs. 2005.

	Invts pub (EP) - milliers			Part invts pub / UNIVERSAL			Part invts pub / EMI			Part invts pub / WARNER			Part invts pub / SONY			Part invts pub / INDEPENDANTS			TOTAL	
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005
Europe 1	4 759 €	4 271 €	+11,4%	49,7%	64,4%	-14,7 pt	9,0%	8,1%	+0,9 pt	6,7%	0,0%	+6,7 pt	10,0%	15,2%	-5,2 pt	24,6%	12,4%	+12,2 pt	100,0%	100,0%
France Inter	826 €	2 321 €	-64,4%	25,7%	8,6%	+17,1 pt	20,8%	19,3%	+1,5 pt	0,0%	0,7%	-0,7 pt	9,0%	6,5%	+2,5 pt	44,4%	64,8%	-20,4 pt	100,0%	100,0%
RMC	482 €	47 €	+926,5%	30,7%	0,0%	+30,7 pt	0,0%	100,0%	-100,0 pt	17,6%	0,0%	+17,6 pt	50,2%	0,0%	+50,2 pt	1,6%	0,0%	+1,6 pt	100,0%	100,0%
RTL	9 927 €	6 046 €	+64,2%	57,3%	43,3%	+14,0 pt	10,5%	26,6%	-16,1 pt	19,7%	8,5%	+11,2 pt	8,2%	7,9%	+0,3 pt	4,2%	13,7%	-9,5 pt	100,0%	100,0%
Sud Radio	78 €	23 €	+238,3%	0,0%	13,0%	-13,0 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	73,9%	-73,9 pt	100,0%	13,0%	+87,0 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios généralistes</b>	<b>16 072 €</b>	<b>12 708 €</b>	<b>+26,5%</b>	<b>52,4%</b>	<b>43,8%</b>	<b>+8,5 pt</b>	<b>10,2%</b>	<b>19,3%</b>	<b>-9,1 pt</b>	<b>14,7%</b>	<b>4,2%</b>	<b>+10,5 pt</b>	<b>10,0%</b>	<b>10,2%</b>	<b>-0,2 pt</b>	<b>12,7%</b>	<b>22,5%</b>	<b>-9,8 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Cherie FM	922 €	6 473 €	-85,8%	24,8%	45,4%	-20,6 pt	6,6%	1,9%	+4,7 pt	11,3%	17,0%	-5,7 pt	51,8%	33,6%	+18,2 pt	5,6%	2,1%	+3,5 pt	100,0%	100,0%
France Info	102 €	163 €	-37,7%	0,0%	0,0%	-	6,8%	0,0%	+6,8 pt	0,0%	0,0%	-	6,2%	0,0%	+6,2 pt	87,1%	100,0%	-12,9 pt	100,0%	100,0%
Fun Radio	2 833 €	4 420 €	-35,9%	50,2%	36,4%	+13,8 pt	14,9%	14,6%	+0,3 pt	12,6%	13,3%	-0,7 pt	11,9%	21,9%	-10,0 pt	10,5%	13,7%	-3,2 pt	100,0%	100,0%
Les Indé Radios	151 €	674 €	-77,6%	33,2%	56,2%	-23,0 pt	33,5%	0,0%	+33,5 pt	33,3%	0,0%	+33,3 pt	0,0%	26,0%	-26,0 pt	0,0%	18,0%	-18,0 pt	100,0%	100,0%
MFM	44 €	336 €	-87,0%	0,0%	3,0%	-3,0 pt	0,0%	21,1%	-21,1 pt	100,0%	8,3%	+91,7 pt	0,0%	35,4%	-35,4 pt	0,0%	32,1%	-32,1 pt	100,0%	100,0%
Nostalgie	1 990 €	2 526 €	-21,2%	45,3%	28,3%	+17,0 pt	19,6%	17,9%	+1,7 pt	3,3%	22,3%	-19,0 pt	31,8%	26,2%	+5,6 pt	0,0%	5,2%	-5,2 pt	100,0%	100,0%
NRJ	7 762 €	36 890 €	-79,0%	42,2%	37,8%	+4,4 pt	10,9%	18,5%	-7,6 pt	35,7%	20,0%	+15,7 pt	9,3%	22,7%	-13,4 pt	2,0%	1,1%	+0,9 pt	100,0%	100,0%
Radio Classique	10 602 €	6 933 €	+52,9%	34,6%	28,4%	+6,2 pt	11,4%	11,7%	-0,3 pt	0,0%	0,0%	-	13,4%	6,4%	+7,0 pt	40,6%	53,5%	-12,9 pt	100,0%	100,0%
RFM	839 €	2 068 €	-59,4%	61,0%	22,2%	+38,8 pt	24,4%	7,9%	+16,5 pt	8,4%	25,2%	-16,8 pt	0,0%	44,6%	-44,6 pt	6,3%	0,0%	+6,3 pt	100,0%	100,0%
Rire & Chansons	45 €	956 €	-95,3%	0,0%	12,1%	-12,1 pt	0,0%	7,2%	-7,2 pt	0,0%	15,8%	-15,8 pt	100,0%	64,9%	+35,1 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
RTL2	1 441 €	2 235 €	-35,5%	39,7%	34,4%	+5,3 pt	39,4%	27,8%	+11,6 pt	0,0%	12,4%	-12,4 pt	0,0%	22,5%	-22,5 pt	20,9%	2,9%	+18,0 pt	100,0%	100,0%
Skyrock	8 063 €	24 705 €	-67,4%	23,0%	36,3%	-13,3 pt	26,1%	18,5%	+7,6 pt	19,5%	19,5%	-	29,5%	21,8%	+7,7 pt	2,0%	3,8%	-1,8 pt	100,0%	100,0%
Virgin Radio	4 377 €	4 266 €	+2,6%	38,9%	60,0%	-21,1 pt	5,2%	11,2%	-6,0 pt	18,9%	10,3%	+8,6 pt	3,8%	11,6%	-7,8 pt	33,2%	7,0%	+26,2 pt	100,0%	100,0%
<b>Radios musicales et thématiques</b>	<b>39 169 €</b>	<b>92 645 €</b>	<b>-57,7%</b>	<b>36,2%</b>	<b>37,2%</b>	<b>-0,9 pt</b>	<b>15,6%</b>	<b>16,0%</b>	<b>-0,5 pt</b>	<b>15,0%</b>	<b>17,1%</b>	<b>-2,2 pt</b>	<b>15,8%</b>	<b>22,5%</b>	<b>-6,7 pt</b>	<b>17,5%</b>	<b>7,2%</b>	<b>+10,3 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total radio</b>	<b>55 242 €</b>	<b>105 353 €</b>	<b>-47,6%</b>	<b>40,9%</b>	<b>38,0%</b>	<b>+2,9 pt</b>	<b>14,0%</b>	<b>16,4%</b>	<b>-2,4 pt</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,6%</b>	<b>-0,7 pt</b>	<b>14,1%</b>	<b>21,0%</b>	<b>-6,9 pt</b>	<b>16,1%</b>	<b>9,1%</b>	<b>+7,0 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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

	Total Investissements publicitaires						Investissements publicitaires éd. phonographiques (EP)								
	Montant (Milliers)			Part de marché			Montant (Milliers)			Part de marché			Nb Diffs EP		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Cab-Sat TNT	1 428 637 €	449 406 €	+217,9%	20,9%	7,9%	+12,9 pt	15 097 €	19 687 €	-23,3%	10,4%	7,1%	+3,3 pt	17 862	53 635	-35 773
TV hertziennes	5 419 638 €	5 217 243 €	+3,9%	79,1%	92,1%	-12,9 pt	130 431 €	258 363 €	-49,5%	89,6%	92,9%	-3,3 pt	10 242	25 210	-14 968
<b>Total TV</b>	<b>6 848 275 €</b>	<b>5 666 649 €</b>	<b>+20,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>145 528 €</b>	<b>278 050 €</b>	<b>-47,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>28 104</b>	<b>78 845</b>	<b>-50 741</b>

Avec **145,53 M€**, le média TV enregistre une forte baisse des investissements du secteur des éditions phonographiques, soit **-47,7%** vs. 2005. Sur les chaînes hertziennes, le montant des investissements publicitaires s'élève en 2010 à **130,43 M€** en baisse de **-49,5%** : sur TF1, les investissements chutent de -35,8% et de -62,1% sur M6. Les chaînes publiques, soumises à la réforme de l'audiovisuel et la disparition totale de la publicité, enregistrent un net recul : -80% sur France2 et -76,2% sur France3.

Si les recettes publicitaires des chaînes du câble-satellite et de la TNT, tous secteurs confondus, progressent de +217,9% sur la période, les investissements du secteur des éditions phonographiques s'élèvent pour 2010 à **15,10 M€** (-23,3%), captant 10,4% du montant total engagé en TV par ce secteur (+3,3 pts vs. 2005).

W9 et TMC progressent fortement, MCM et MTV chutent respectivement de -99,3% et -89,2%. On note la disparition de Fun TV sur la période.

# 1. Évolution des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques en télévision

	Total invts publicitaires - milliers			Invts pub EP - milliers			Nb annonceurs EP			Nb spots EP			Nb Diffs EP		
	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05
13ème Rue	14 389 €	21 062 €	-31,7%	9 €	23 €	-60,8%	1	2	-1	1	4	-3	45	51	-6
Canal J	9 195 €	14 601 €	-37,0%	144 €	803 €	-82,0%	3	5	-2	6	32	-26	803	1 836	-1033
Cartoon Network	5 841 €	7 726 €	-24,4%	0 €	23 €	-100,0%	0	3	-3	0	4	-4	0	90	-90
Comedie	33 305 €	6 829 €	+387,7%	6 €	24 €	-75,5%	1	3	-2	1	4	-3	16	113	-97
Disney Xd (ex Jetix)	8 736 €	7 083 €	+23,3%	0 €	64 €	-100,0%	0	4	-4	0	7	-7	0	295	-295
Eurosport	35 846 €	66 752 €	-46,3%	0 €	125 €	-100,0%	0	4	-4	0	9	-9	0	126	-126
France 4	20 734 €	4 697 €	+34,14%	494 €	202 €	+144,6%	11	7	+4	35	19	+16	1 955	1 046	+909
Fun TV	0 €	2 558 €	-100,0%	0 €	603 €	-100,0%	0	8	-8	0	372	-372	0	6 827	-6827
Jimmy	19 550 €	10 548 €	+85,3%	19 €	80 €	-76,4%	3	3	-	3	9	-6	75	188	-113
June (ex Filles TV)	4 378 €	3 833 €	+14,2%	0 €	301 €	-100,0%	0	5	-5	0	23	-23	0	566	-566
LCI	27 896 €	44 148 €	-36,8%	820 €	2 122 €	-61,4%	2	8	-6	29	74	-45	4 520	4 913	-393
MCM	12 630 €	33 892 €	-62,7%	41 €	6 000 €	-99,3%	5	10	-5	10	164	-154	265	8 267	-8002
MTV	36 129 €	29 207 €	+23,7%	393 €	3 625 €	-89,2%	5	11	-6	27	110	-83	1 669	11 377	-9708
NRJ12	210 692 €	7 431 €	+2735,3%	3 175 €	1 307 €	+142,9%	6	5	+1	71	82	-11	2 245	7 294	-5049
NT1	154 926 €	3 408 €	+4445,9%	409 €	122 €	+235,3%	3	2	+1	17	6	+11	258	384	-126
Paris Premiere	33 444 €	30 347 €	+10,2%	562 €	1 241 €	-54,7%	7	8	-1	25	64	-39	1 470	1 563	-93
RTL9	34 972 €	52 921 €	-33,9%	796 €	865 €	-7,9%	4	4	-	15	30	-15	1 322	1 058	+264
Serie Club	13 348 €	9 600 €	+39,0%	0 €	45 €	-100,0%	0	4	-4	0	0	-	0	238	-238
Teleton	23 997 €	6 457 €	+271,6%	92 €	36 €	+154,7%	4	2	+2	6	4	+2	138	221	-83
Teva	38 977 €	20 754 €	+87,8%	71 €	386 €	-81,5%	3	5	-2	3	31	-28	118	946	-828
TF6	33 060 €	34 365 €	-3,8%	13 €	720 €	-98,2%	1	5	-4	1	5	-4	49	1 589	-1540
TMC	315 066 €	17 074 €	+1745,3%	3 654 €	100 €	+3553,7%	6	2	+4	56	5	+51	1 227	259	+968
TV5	6 669 €	7 463 €	-10,6%	3 €	0 €	-	1	0	+1	1	0	+1	69	0	+69
W9	334 859 €	6 650 €	+4935,5%	4 396 €	870 €	+405,3%	8	6	+2	100	79	+21	1 618	4 388	-2770
<b>CabSat-TNT</b>	<b>1 428 637 €</b>	<b>449 406 €</b>	<b>+2 17,9%</b>	<b>15 097 €</b>	<b>19 687 €</b>	<b>-23,3%</b>							<b>17 862</b>	<b>53 635</b>	<b>-3 5773</b>
Canal Plus	160 207 €	111 980 €	+43,1%	3 183 €	5 161 €	-38,3%	8	7	+1	59	88	-29	538	909	-371
France 2	312 442 €	625 409 €	-50,0%	2 798 €	13 992 €	-80,0%	8	8	-	55	137	-82	983	1 754	-771
France 3	163 513 €	370 892 €	-55,9%	1 722 €	7 249 €	-76,2%	8	9	-1	52	117	-65	804	1 513	-709
France 5	29 966 €	58 080 €	-48,4%	128 €	381 €	-66,3%	7	7	-	34	56	-22	220	368	-148
M6	1 493 756 €	1 200 857 €	+24,4%	37 694 €	99 340 €	-62,1%	8	8	-	207	445	-238	3 527	14 796	-11269
TF1	3 259 753 €	2 850 025 €	+14,4%	84 906 €	132 240 €	-35,8%	13	10	+3	197	331	-134	4 170	5 870	-1700
<b>TV hertziennes</b>	<b>5 419 638 €</b>	<b>5 217 243 €</b>	<b>+3,9%</b>	<b>130 431 €</b>	<b>258 363 €</b>	<b>-49,5%</b>							<b>10 242</b>	<b>25 210</b>	<b>-14 968</b>
<b>Total TV</b>	<b>6 848 275 €</b>	<b>5 666 649 €</b>	<b>+20,9%</b>	<b>145 528 €</b>	<b>278 050 €</b>	<b>-47,7%</b>							<b>28 104</b>	<b>78 845</b>	<b>-50 741</b>

## 2. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par format

Les investissements du secteur des éditions phonographiques en TV sont à **74,2%** ciblés sur la promotion d'albums (+12 pts vs. 2005) et progressent tant sur les chaînes du câble-satellite et de la TNT (+7,4 pts), que sur les chaînes hertziennes (+12,6 pts).

La part consacrée à la promotion de singles ne pèse plus que 0,4% des investissements de la filière, chutant de -7,3 pts sur la période.

	Invts pub EP - milliers			Part invts pub / Albums			Part invts pub / Compilations			Part invts pub / DVD			Part invts pub / Singles			TOTAL	
	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005
13ème Rue	9 €	23 €	-60,8%	0,0%	4,3%	-4,3 pt	100,0%	65,2%	+34,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	30,4%	-30,4 pt	100,0%	100,0%
Canal J	144 €	803 €	-82,0%	41,5%	34,5%	+7,0 pt	55,4%	22,4%	+33,0 pt	0,0%	0,7%	-0,7 pt	3,1%	42,3%	-39,2 pt	100,0%	100,0%
Cartoon Network	0 €	23 €	-100,0%	0,0%	26,1%	-26,1 pt	0,0%	56,5%	-56,5 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	17,4%	-17,4 pt	100,0%	100,0%
Comedie	6 €	24 €	-75,5%	0,0%	50,0%	-50,0 pt	100,0%	33,3%	+66,7 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	16,7%	-16,7 pt	100,0%	100,0%
Disney Xd (ex Jetix)	0 €	64 €	-100,0%	0,0%	17,5%	-17,5 pt	0,0%	0,0%	+0,0 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	82,5%	-82,5 pt	100,0%	100,0%
Eurosport	0 €	125 €	-100,0%	0,0%	30,2%	-30,2 pt	0,0%	28,6%	-28,6 pt	0,0%	41,3%	-41,3 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 4	494 €	202 €	+144,6%	95,1%	97,5%	-2,4 pt	1,9%	0,0%	+1,9 pt	3,0%	2,5%	+0,5 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Fun TV	0 €	603 €	-100,0%	-	45,4%	-	-	35,5%	-	-	0,5%	-	-	18,6%	-	100,0%	100,0%
Jimmy	19 €	80 €	-76,4%	46,0%	50,0%	-4,0 pt	44,8%	15,0%	+29,8 pt	0,0%	30,0%	-30,0 pt	9,2%	5,0%	+4,2 pt	100,0%	100,0%
June (ex Filles TV)	0 €	307 €	-100,0%	0,0%	54,5%	-54,5 pt	0,0%	9,9%	+9,9 pt	0,0%	5,6%	-5,6 pt	0,0%	30,0%	-30,0 pt	100,0%	100,0%
LCI	820 €	2 122 €	-61,4%	77,5%	69,4%	+8,1 pt	22,5%	14,3%	+8,2 pt	0,0%	16,3%	-16,3 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
MCM	41 €	6 000 €	-99,3%	57,7%	62,6%	-4,9 pt	26,0%	26,5%	-0,5 pt	0,2%	3,2%	-3,0 pt	16,2%	7,7%	+8,5 pt	100,0%	100,0%
MTV	393 €	3 625 €	-89,2%	58,6%	77,5%	-18,9 pt	32,6%	14,6%	+18,0 pt	1,3%	2,6%	-1,3 pt	7,5%	5,3%	+2,2 pt	100,0%	100,0%
NRJ12	3 175 €	1 307 €	+142,9%	75,6%	58,5%	+17,1 pt	23,1%	14,8%	+8,3 pt	0,0%	2,6%	-2,6 pt	1,3%	24,1%	-22,8 pt	100,0%	100,0%
NT1	409 €	122 €	+235,3%	100,0%	47,5%	+52,5 pt	0,0%	34,4%	-34,4 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	18,0%	-18,0 pt	100,0%	100,0%
Paris Premiere	562 €	1 241 €	-54,7%	57,1%	68,4%	-11,3 pt	36,7%	18,3%	+18,4 pt	6,1%	12,6%	-6,5 pt	0,0%	0,6%	-0,6 pt	100,0%	100,0%
RTL9	796 €	865 €	-7,9%	63,1%	52,5%	+10,6 pt	36,9%	26,0%	+10,9 pt	0,0%	14,3%	-14,3 pt	0,0%	7,3%	-7,3 pt	100,0%	100,0%
Serie Club	0 €	45 €	-100,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	91,1%	-91,1 pt	0,0%	8,9%	-8,9 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Teletoon	92 €	36 €	+154,7%	67,4%	5,6%	+61,8 pt	2,1%	55,6%	-53,5 pt	14,6%	0,0%	+14,6 pt	15,9%	38,9%	-23,0 pt	100,0%	100,0%
Tev a	71 €	386 €	-81,5%	0,0%	81,6%	-81,6 pt	100,0%	8,3%	+91,7 pt	0,0%	4,9%	-4,9 pt	0,0%	5,2%	-5,2 pt	100,0%	100,0%
TF6	13 €	720 €	-98,2%	100,0%	49,2%	+50,8 pt	0,0%	49,0%	-49,0 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	1,8%	-1,8 pt	100,0%	100,0%
TMC	3 654 €	100 €	+3553,7%	66,8%	87,0%	-20,2 pt	32,8%	13,0%	+19,8 pt	0,0%	0,0%	-	0,4%	0,0%	+0,4 pt	100,0%	100,0%
TV5	3 €	0 €	-	0,0%	-	-	100,0%	-	-	0,0%	-	-	0,0%	-	-	100,0%	100,0%
W9	4 396 €	870 €	+405,3%	68,5%	46,1%	+22,4 pt	29,8%	36,4%	-6,6 pt	1,4%	1,7%	-0,3 pt	0,3%	15,8%	-15,5 pt	100,0%	100,0%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>15 097 €</b>	<b>19 687 €</b>	<b>-23,3%</b>	<b>70,1%</b>	<b>62,7%</b>	<b>+7,4 pt</b>	<b>28,2%</b>	<b>22,3%</b>	<b>+5,9 pt</b>	<b>0,9%</b>	<b>5,5%</b>	<b>-4,7 pt</b>	<b>0,8%</b>	<b>9,4%</b>	<b>-8,6 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Canal Plus	3 183 €	5 161 €	-38,3%	81,7%	78,1%	+3,6 pt	12,9%	10,9%	+2,0 pt	3,4%	9,5%	-6,1 pt	1,9%	1,6%	+0,3 pt	100,0%	100,0%
France 2	2 798 €	13 992 €	-80,0%	64,1%	68,8%	-4,7 pt	29,8%	24,5%	+5,3 pt	6,0%	4,4%	+1,6 pt	0,0%	2,3%	-2,3 pt	100,0%	100,0%
France 3	1 722 €	7 249 €	-76,2%	61,0%	56,7%	+4,3 pt	30,4%	25,4%	+5,0 pt	8,7%	5,6%	+3,1 pt	0,0%	12,3%	-12,3 pt	100,0%	100,0%
France 5	128 €	381 €	-66,3%	81,2%	61,8%	+19,4 pt	11,3%	17,0%	-5,7 pt	7,5%	2,1%	+5,4 pt	0,0%	19,1%	-19,1 pt	100,0%	100,0%
M6	37 694 €	99 340 €	-62,1%	65,1%	56,8%	+8,3 pt	33,1%	29,8%	+3,3 pt	1,5%	1,7%	-0,2 pt	0,3%	11,8%	-11,5 pt	100,0%	100,0%
TF1	84 906 €	132 240 €	-35,8%	79,2%	65,0%	+14,2 pt	16,8%	27,9%	-11,1 pt	3,7%	2,3%	+1,4 pt	0,3%	4,8%	-4,5 pt	100,0%	100,0%
<b>TV hertziennes</b>	<b>130 431 €</b>	<b>258 363 €</b>	<b>-49,5%</b>	<b>74,6%</b>	<b>62,1%</b>	<b>+12,6 pt</b>	<b>21,9%</b>	<b>28,0%</b>	<b>-6,1 pt</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,4%</b>	<b>+0,7 pt</b>	<b>0,3%</b>	<b>7,5%</b>	<b>-7,2 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total TV</b>	<b>145 528 €</b>	<b>278 050 €</b>	<b>-47,7%</b>	<b>74,2%</b>	<b>62,1%</b>	<b>+12,0 pt</b>	<b>22,5%</b>	<b>27,6%</b>	<b>-5,1 pt</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>+0,3 pt</b>	<b>0,4%</b>	<b>7,7%</b>	<b>-7,3 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>



### 3. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

	Universal Music			Emi Music			Sony Music			Warner Music			Indépendants		
	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05
Cab-Sat TNT	39,4%	42,9%	-3,5 pt	11,1%	11,3%	-0,2 pt	24,3%	26,8%	-2,5 pt	18,5%	13,5%	+5,0 pt	6,6%	5,6%	+1,0 pt
TV hertziennes	40,5%	26,4%	+14,1 pt	7,3%	19,7%	-12,4 pt	18,0%	28,7%	-10,7 pt	24,0%	20,1%	+3,9 pt	10,2%	5,1%	+5,1 pt
TV	40,4%	27,6%	+12,8 pt	7,7%	19,1%	-11,4 pt	18,6%	28,6%	-10,0 pt	23,5%	19,7%	+3,8 pt	9,8%	5,1%	+4,7 pt

1. Universal Music : **58,77 M€** d'investissements publicitaires en 2010 (-23,4% vs. 2005), soit 40,4% de parts de marché (+12,8 pts vs. 2005)
2. Warner Music : **34,13 M€** (-37,6% vs. 2005), soit 23,5% de parts de marché (+3,8 pts vs. 2005)
3. Sony Music (ex Sony BMG en 2005) : **27,13 M€** d'investissements (-65,8% vs. 2005), pour 18,6% de parts de marché (-9,9 pts vs. 2005)
4. Indépendants : **14,33 M€** d'investissements (+1% vs. 2005), pour 9,8% de parts de marché (+4,7 pts vs. 2005)
5. Emi Music : **11,17 M€** d'investissements (-79% vs. 2005), pour 7,7% de parts de marché (-11,5 pts vs. 2005)

### 3a. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

	Invts pub EP - milliers			UNIVERSAL			SONY			WARNER			EMI			INDEPENDANTS		
	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	S1 2011	S1 2010	Var 11/10
13ème Rue	9 €	23 €	-60,8%	9 €	16 €	-43,7%	0 €	7 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Canal J	144 €	803 €	-82,0%	111 €	188 €	-41,0%	0 €	287 €	-100,0%	4 €	203 €	-97,8%	29 €	59 €	-50,1%	0 €	66 €	-100,0%
Cartoon Network	0 €	23 €	-100,0%	0 €	6 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	13 €	-100,0%	0 €	4 €	-100,0%	0 €	0 €	-
Comedie isney Xd (ex Jetix)	6 €	24 €	-75,5%	6 €	12 €	-51,1%	0 €	8 €	-100,0%	0 €	4 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-
Eurosport	0 €	64 €	-100,0%	0 €	6 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	48 €	-100,0%	0 €	10 €	-100,0%
France 4	494 €	202 €	+144,6%	98 €	67 €	+60,6%	45 €	51 €	-11,8%	21 €	25 €	-18,0%	0 €	17 €	-100,0%	331 €	48 €	+588,1%
Fun TV	0 €	603 €	-100,0%	0 €	154 €	-100,0%	0 €	189 €	-100,0%	0 €	95 €	-100,0%	0 €	34 €	-100,0%	0 €	131 €	-100,0%
Jimmy	19 €	80 €	-76,4%	8 €	68 €	-87,6%	0 €	8 €	-100,0%	2 €	4 €	-56,6%	9 €	0 €	-	0 €	0 €	-
June (ex Filles TV)	0 €	301 €	-100,0%	0 €	76 €	-100,0%	0 €	65 €	-100,0%	0 €	106 €	-100,0%	0 €	8 €	-100,0%	0 €	46 €	-100,0%
LCI	820 €	2 122 €	-61,4%	781 €	838 €	-6,9%	0 €	202 €	-100,0%	0 €	286 €	-100,0%	39 €	758 €	-94,8%	0 €	38 €	-100,0%
MCM	41 €	6 000 €	-99,3%	11 €	3 576 €	-99,7%	1 €	1 290 €	-100,0%	8 €	546 €	-98,5%	20 €	420 €	-95,3%	2 €	168 €	-99,1%
MTV	393 €	3 625 €	-89,2%	82 €	1 504 €	-94,6%	12 €	1 066 €	-98,9%	240 €	663 €	-63,8%	5 €	178 €	-97,2%	54 €	214 €	-74,5%
NRJ12	3 175 €	1 307 €	+142,9%	1 408 €	403 €	+249,9%	393 €	397 €	-1,2%	446 €	291 €	+53,1%	820 €	205 €	+299,6%	108 €	12 €	+814,6%
NT1	409 €	122 €	+235,3%	223 €	0 €	-	0 €	79 €	-100,0%	184 €	0 €	-	2 €	0 €	-	0 €	43 €	-100,0%
Paris Premiere	562 €	1 241 €	-54,7%	232 €	537 €	-56,7%	162 €	279 €	-42,1%	28 €	130 €	-78,8%	0 €	123 €	-100,0%	141 €	172 €	-18,4%
RTL9	796 €	865 €	-7,9%	460 €	486 €	-5,5%	270 €	258 €	+4,6%	56 €	64 €	-12,6%	0 €	57 €	-100,0%	11 €	0 €	-
Serie Club	0 €	45 €	-100,0%	0 €	11 €	-100,0%	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	34 €	-100,0%
Teletoon	92 €	36 €	+154,7%	23 €	0 €	-	0 €	0 €	-	48 €	16 €	+201,8%	0 €	20 €	-100,0%	20 €	0 €	-
Tev a	71 €	386 €	-81,5%	17 €	92 €	-81,7%	40 €	185 €	-78,6%	0 €	62 €	-100,0%	15 €	35 €	-57,2%	0 €	12 €	-100,0%
TF6	13 €	720 €	-98,2%	0 €	22 €	-100,0%	0 €	601 €	-100,0%	0 €	22 €	-100,0%	13 €	36 €	-64,3%	0 €	39 €	-100,0%
TMC	3 654 €	100 €	+3553,7%	1 548 €	97 €	+1495,6%	1 266 €	3 €	+42092,5%	554 €	0 €	-	246 €	0 €	-	40 €	0 €	-
TV5	3 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	0 €	0 €	-	3 €	0 €	-
W9	4 396 €	870 €	+405,3%	938 €	238 €	+293,4%	1 486 €	303 €	+391,0%	1 204 €	69 €	+1651,4%	476 €	193 €	+146,7%	292 €	67 €	+336,0%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>15 097 €</b>	<b>19 687 €</b>	<b>-23,3%</b>	<b>5 954 €</b>	<b>8 438 €</b>	<b>-29,4%</b>	<b>3 673 €</b>	<b>5 277 €</b>	<b>-30,4%</b>	<b>2 795 €</b>	<b>2 659 €</b>	<b>+5,1%</b>	<b>1 675 €</b>	<b>2 215 €</b>	<b>-24,4%</b>	<b>1 001 €</b>	<b>1 100 €</b>	<b>-9,0%</b>
Canal Plus	3 183 €	5 161 €	-38,3%	1 595 €	1 729 €	-7,8%	55 €	810 €	-93,2%	298 €	46 €	+542,5%	730 €	2 018 €	-63,8%	505 €	557 €	-9,3%
France 2	2 798 €	13 992 €	-80,0%	660 €	2 658 €	-75,2%	539 €	2 491 €	-78,4%	220 €	1 455 €	-84,9%	556 €	5 233 €	-89,4%	822 €	2 155 €	-61,8%
France 3	1 722 €	7 249 €	-76,2%	432 €	1 334 €	-67,6%	463 €	1 783 €	-74,0%	167 €	239 €	-30,2%	275 €	3 074 €	-91,0%	384 €	819 €	-53,1%
France 5	128 €	381 €	-66,3%	36 €	105 €	-65,4%	16 €	74 €	-78,0%	22 €	0 €	-	49 €	172 €	-71,2%	4 €	30 €	-85,1%
M6	37 694 €	99 340 €	-62,1%	18 615 €	27 815 €	-33,1%	7 193 €	30 895 €	-76,7%	8 019 €	19 371 €	-58,6%	2 538 €	13 808 €	-81,6%	1 329 €	7 550 €	-82,4%
TF1	84 906 €	132 240 €	-35,8%	31 474 €	34 647 €	-9,2%	15 188 €	38 085 €	-60,1%	22 612 €	30 944 €	-26,9%	5 348 €	26 712 €	-80,0%	10 283 €	1 984 €	+418,4%
<b>TV hertziennes</b>	<b>130 431 €</b>	<b>258 363 €</b>	<b>-49,5%</b>	<b>52 813 €</b>	<b>68 288 €</b>	<b>-22,7%</b>	<b>23 454 €</b>	<b>74 138 €</b>	<b>-68,4%</b>	<b>31 338 €</b>	<b>52 056 €</b>	<b>-39,8%</b>	<b>9 498 €</b>	<b>51 017 €</b>	<b>-81,4%</b>	<b>13 329 €</b>	<b>13 095 €</b>	<b>+1,8%</b>
<b>Total TV</b>	<b>145 528 €</b>	<b>278 050 €</b>	<b>-47,7%</b>	<b>58 766 €</b>	<b>76 726 €</b>	<b>-23,4%</b>	<b>27 127 €</b>	<b>79 415 €</b>	<b>-65,8%</b>	<b>34 133 €</b>	<b>54 716 €</b>	<b>-37,6%</b>	<b>11 172 €</b>	<b>53 232 €</b>	<b>-79,0%</b>	<b>14 330 €</b>	<b>14 195 €</b>	<b>+1,0%</b>

### 3b. Répartition des investissements publicitaires du secteur des éditions phonographiques par annonceur

La baisse des investissements du secteur des éditions phonographiques en TV (-47,7%) impacte principalement les chaînes de la TV hertzienne, qui perdent -49,5% des recettes publicitaires en provenance de la filière.

À l'exception des Indépendants dont les investissements progressent sur les chaînes hertziennes de +1,8% sur la période, Sony Music réduit ses dépenses de -68,4%, Emi de -81,4%, Warner de -39,8% et dans une moindre mesure Universal Music, de -22,7%.

	Invs pub EP - milliers			Part invts pub / UNIVERSAL			Part invts pub / SONY			Part invts pub / WARNER			Part invts pub / EMI			Part invts pub / INDEPENDANTS			TOTAL	
	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	Var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005	var 10/05	2 010	2 005
13ème Rue	9 €	23 €	-60,8%	100,0%	69,6%	+30,4 pt	0,0%	30,4%	-30,4 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Canal J	144 €	803 €	-82,0%	76,7%	23,4%	+53,3 pt	0,0%	35,7%	-35,7 pt	3,1%	25,3%	-22,2 pt	20,3%	7,3%	+13,0 pt	0,0%	8,2%	-8,2 pt	100,0%	100,0%
Cartoon Network	0 €	23 €	-100,0%	100,0%	26,1%	+73,9 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	56,5%	-56,5 pt	0,0%	17,4%	-17,4 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
Comedie	6 €	24 €	-75,5%	100,0%	50,0%	+50,0 pt	0,0%	33,3%	-33,3 pt	0,0%	16,7%	-16,7 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
isney Xd (ex Jetix)	0 €	64 €	-100,0%	100,0%	9,4%	+90,6 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	75,0%	-75,0 pt	0,0%	15,6%	-15,6 pt	100,0%	100,0%
Eurosport	0 €	125 €	-100,0%	100,0%	36,8%	+63,2 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	46,4%	-46,4 pt	0,0%	16,8%	-16,8 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
France 4	494 €	202 €	+144,6%	19,8%	30,2%	-10,4 pt	9,1%	25,2%	-16,1 pt	4,2%	12,4%	-8,2 pt	0,0%	8,4%	-8,4 pt	66,9%	23,8%	+43,1 pt	100,0%	100,0%
Fun TV	0 €	603 €	-100,0%	-	25,5%	-	-	31,3%	-	-	15,8%	-	-	5,6%	-	-	21,7%	-	100,0%	100,0%
Jimmy	19 €	80 €	-76,4%	44,8%	85,0%	-40,2 pt	0,0%	10,0%	-10,0 pt	9,2%	5,0%	+4,2 pt	46,0%	0,0%	+46,0 pt	0,0%	0,0%	-	100,0%	100,0%
June (ex Filles TV)	0 €	301 €	-100,0%	100,0%	25,2%	+74,8 pt	0,0%	21,6%	-21,6 pt	0,0%	35,2%	-35,2 pt	0,0%	2,7%	-2,7 pt	0,0%	15,3%	-15,3 pt	100,0%	100,0%
LCL	820 €	2 122 €	-61,4%	95,2%	39,5%	+55,7 pt	0,0%	9,5%	-9,5 pt	0,0%	13,5%	-13,5 pt	4,8%	35,7%	-30,9 pt	0,0%	1,8%	-1,8 pt	100,0%	100,0%
MCM	41 €	6 000 €	-99,3%	26,0%	59,6%	-33,6 pt	1,3%	21,5%	-20,2 pt	19,9%	9,1%	+10,8 pt	49,1%	7,0%	+42,1 pt	3,8%	2,8%	+1,0 pt	100,0%	100,0%
MTV	393 €	3 625 €	-89,2%	20,8%	41,5%	-20,7 pt	3,0%	29,4%	-26,4 pt	61,1%	18,3%	+42,8 pt	1,3%	4,9%	-3,6 pt	13,9%	5,9%	+8,0 pt	100,0%	100,0%
NRJ12	3 175 €	1 307 €	+142,9%	44,4%	30,8%	+13,6 pt	12,4%	30,4%	-18,0 pt	14,1%	22,3%	-8,2 pt	25,8%	15,7%	+10,1 pt	3,4%	0,9%	+2,5 pt	100,0%	100,0%
NT1	409 €	122 €	+235,3%	54,4%	0,0%	+54,4 pt	0,0%	65,0%	-65,0 pt	45,0%	0,0%	+45,0 pt	0,6%	0,0%	+0,6 pt	0,0%	35,2%	-35,2 pt	100,0%	100,0%
Paris Premiere	562 €	1 241 €	-54,7%	41,3%	43,3%	-2,0 pt	28,7%	22,5%	+6,2 pt	4,9%	10,5%	-5,6 pt	0,0%	9,9%	-9,9 pt	25,0%	13,9%	+11,1 pt	100,0%	100,0%
RTL9	796 €	865 €	-7,9%	57,7%	56,2%	+1,5 pt	33,8%	29,8%	+4,0 pt	7,0%	7,4%	-0,4 pt	0,0%	6,6%	-6,6 pt	1,4%	0,0%	+1,4 pt	100,0%	100,0%
Serie Club	0 €	45 €	-100,0%	100,0%	24,4%	+75,6 pt	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	-	0,0%	75,6%	-75,6 pt	100,0%	100,0%
Teletoon	92 €	36 €	+154,7%	25,5%	0,0%	+25,5 pt	0,0%	0,0%	-	52,6%	44,4%	+8,2 pt	0,0%	55,6%	-55,6 pt	21,9%	0,0%	+21,9 pt	100,0%	100,0%
Teva	71 €	386 €	-81,5%	23,6%	23,8%	-0,2 pt	55,4%	47,9%	+7,5 pt	0,0%	16,1%	-16,1 pt	21,0%	9,1%	+11,9 pt	0,0%	3,1%	-3,1 pt	100,0%	100,0%
TF6	13 €	720 €	-98,2%	0,0%	3,1%	-3,1 pt	0,0%	83,5%	-83,5 pt	0,0%	3,1%	-3,1 pt	100,0%	5,0%	+95,0 pt	0,0%	5,4%	-5,4 pt	100,0%	100,0%
TMC	3 654 €	100 €	+3553,7%	42,4%	97,0%	-54,6 pt	34,6%	3,0%	+31,6 pt	15,2%	0,0%	+15,2 pt	6,7%	0,0%	+6,7 pt	1,1%	0,0%	+1,1 pt	100,0%	100,0%
TV5	3 €	0 €	-	0,0%	-	-	0,0%	-	-	0,0%	-	-	0,0%	-	-	100,0%	-	-	100,0%	100,0%
W9	4 396 €	870 €	+405,3%	21,3%	27,4%	-6,1 pt	33,8%	34,8%	-1,0 pt	27,4%	7,9%	+19,5 pt	10,8%	22,2%	-11,4 pt	6,6%	7,7%	-1,1 pt	100,0%	100,0%
<b>CabSat-TNT</b>	<b>15 097 €</b>	<b>19 687 €</b>	<b>-23,3%</b>	<b>39,4%</b>	<b>42,9%</b>	<b>-3,4 pt</b>	<b>24,3%</b>	<b>26,8%</b>	<b>-2,5 pt</b>	<b>18,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>+5,0 pt</b>	<b>11,1%</b>	<b>11,3%</b>	<b>-0,2 pt</b>	<b>6,6%</b>	<b>5,6%</b>	<b>+1,0 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Canal Plus	3 183 €	5 161 €	-38,3%	50,1%	33,5%	+16,6 pt	1,7%	15,7%	-14,0 pt	9,4%	0,9%	+8,5 pt	22,9%	39,1%	-16,2 pt	15,9%	10,8%	+5,1 pt	100,0%	100,0%
France 2	2 798 €	13 992 €	-80,0%	23,6%	19,0%	+4,6 pt	19,3%	17,8%	+1,5 pt	7,9%	10,4%	-2,5 pt	19,9%	37,4%	-17,5 pt	29,4%	15,4%	+14,0 pt	100,0%	100,0%
France 3	1 722 €	7 249 €	-76,2%	25,1%	18,4%	+6,7 pt	26,9%	24,6%	+2,3 pt	9,7%	3,3%	+6,4 pt	16,0%	42,4%	-26,4 pt	22,3%	11,3%	+11,0 pt	100,0%	100,0%
France 5	128 €	381 €	-66,3%	28,4%	27,6%	+0,8 pt	12,7%	19,4%	-6,7 pt	16,9%	0,0%	+16,9 pt	38,6%	45,1%	-6,5 pt	3,5%	7,9%	-4,4 pt	100,0%	100,0%
M6	37 694 €	99 340 €	-62,1%	49,4%	28,0%	+21,4 pt	19,1%	31,1%	-12,0 pt	21,3%	19,5%	+1,8 pt	6,7%	13,9%	-7,2 pt	3,5%	7,6%	-4,1 pt	100,0%	100,0%
TF1	84 906 €	132 240 €	-35,8%	37,1%	26,2%	+10,9 pt	17,9%	28,8%	-10,9 pt	26,6%	23,4%	+3,2 pt	6,3%	20,2%	-13,9 pt	12,1%	1,5%	+10,6 pt	100,0%	100,0%
<b>TV hertziennes</b>	<b>130 431 €</b>	<b>258 363 €</b>	<b>-49,5%</b>	<b>40,5%</b>	<b>26,4%</b>	<b>+14,1 pt</b>	<b>18,0%</b>	<b>28,7%</b>	<b>-10,7 pt</b>	<b>24,0%</b>	<b>20,1%</b>	<b>+3,9 pt</b>	<b>7,3%</b>	<b>19,7%</b>	<b>-12,5 pt</b>	<b>10,2%</b>	<b>5,1%</b>	<b>+5,2 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total TV</b>	<b>145 528 €</b>	<b>278 050 €</b>	<b>-47,7%</b>	<b>40,4%</b>	<b>27,6%</b>	<b>+12,8 pt</b>	<b>18,6%</b>	<b>28,6%</b>	<b>-9,9 pt</b>	<b>23,5%</b>	<b>19,7%</b>	<b>+3,8 pt</b>	<b>7,7%</b>	<b>19,1%</b>	<b>-11,5 pt</b>	<b>9,8%</b>	<b>5,1%</b>	<b>+4,7 pt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## Annexes

Extrait de la nomenclature des produits 2010 - v.10.0.8 du SNPTV (*Syndicat national de la publicité télévisée*)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
<u>16</u>				<b>Edition</b>
<u>16</u>	<u>1</u>			<b>Edition audio vidéo</b>
<u>16</u>	<u>1</u>	1		Editions musicales
<u>16</u>	<u>1</u>	1	1	Editions musicales tous supports : CD, mobile... (sans garantie d'exclusivité)
<u>16</u>	<u>1</u>	2		Editions audiovisuelles
<u>16</u>	<u>1</u>	2	1	Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD... (sans garantie d'exclusivité)
<u>16</u>	<u>2</u>			<b>Edition imprimée</b>
<u>16</u>	<u>2</u>	1		Edition littéraire (aux seules chaînes exclusivement du câble et du satellite)
<u>16</u>	<u>2</u>	1	1	Edition littéraire tous supports : livres, BD, livres électroniques... (sans garantie d'exclusivité)
<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

---

**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>