

Bilan

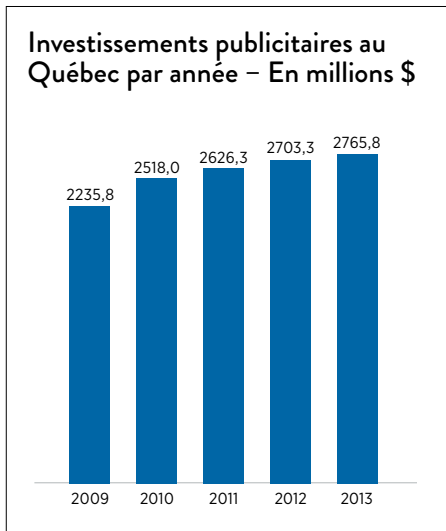
UNE INDUSTRIE EN MUTATION

Les investissements publicitaires poursuivent une lente progression au Québec, où les investissements numériques déclassent ceux des quotidiens.

Investissements publicitaires au Québec par année	34
Investissements publicitaires au Québec en 2013	34
Investissements publicitaires par mois au Québec	34
Liste reposant sur les investissements publicitaires en 2013 au Québec dans l'ensemble des médias	35
Les plus grands annonceurs au Québec en 2013	36-37

01 Poursuite de la hausse des investissements publicitaires au Québec

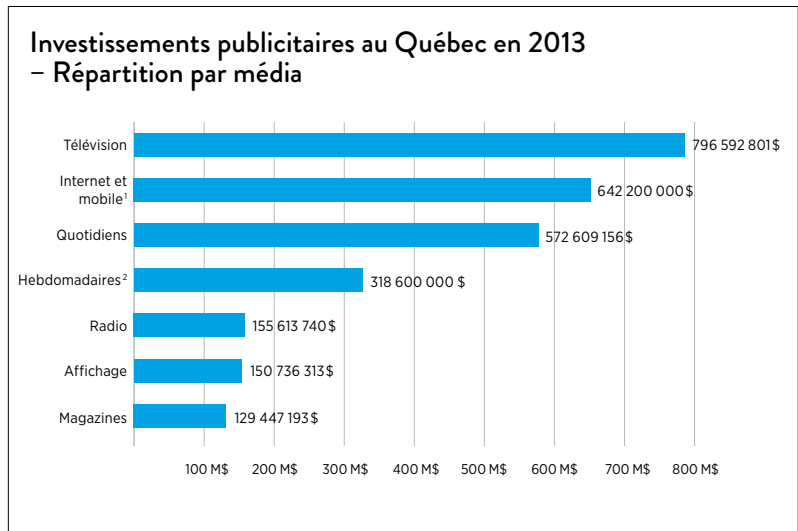
En hausse depuis 2009, les investissements publicitaires se chiffrent désormais à plus de 2,7 milliards \$, une hausse de 2,32 % par rapport à l'année précédente.



Sources : Nielsen Recherche Média, Hebdos Québec, eMarketer, novembre 2013, estimé

02 Le numérique déclipse les quotidiens

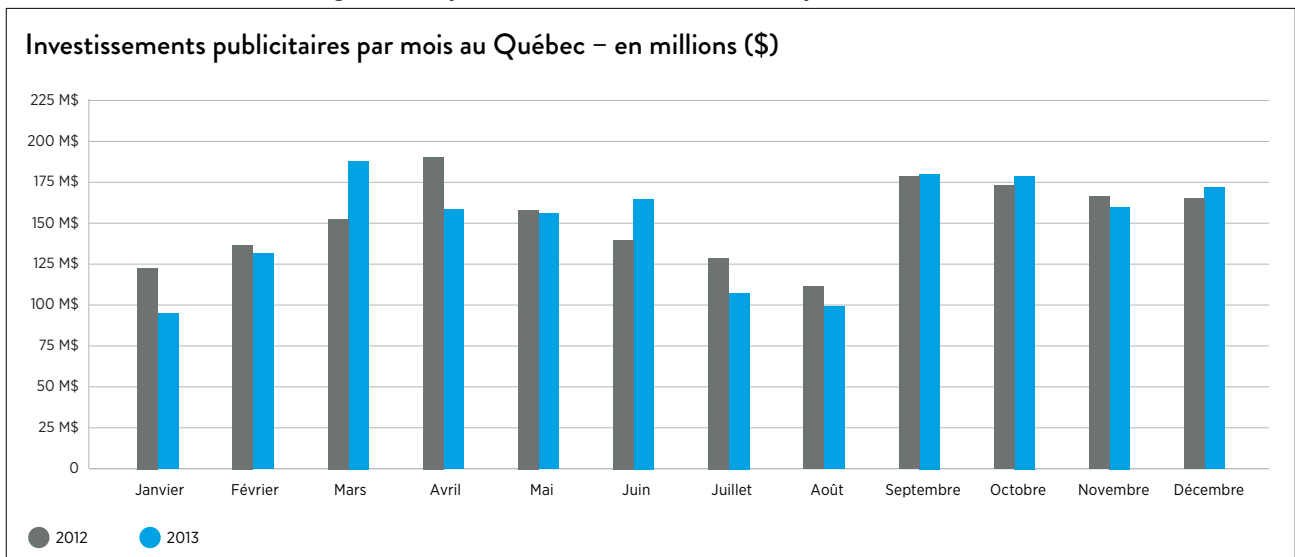
Si la télévision demeure le média par excellence en matière d'investissements publicitaires au Québec, elle est rattrapée par le numérique, qui bondit de 18% par rapport à 2012 (les investissements internet et mobiles sont désormais calculés ensemble). Les quotidiens, deuxième l'année précédente, se trouvent désormais en troisième place. Par ailleurs, l'affichage connaît une hausse de 6,5% de ses investissements, alors que dans les magazines, une baisse de 4,5% est enregistrée.



Source : Nielsen Recherche Média / Source¹ : eMarketer, novembre 2013, estimé / Source² : Hebdos Québec, 2013

03 Investissements publicitaires : des pointes le printemps et l'automne

Si l'investissement publicitaire au Québec est demeuré stable de 2012 à 2013 (tableau 1), sa répartition a connu certaines fluctuations au fil des mois. Au chapitre des hausses, notons par exemple que mars (+23,03%) et juin (+17,72%) se sont démarqués. Les baisses ont surtout été enregistrées en janvier (-22,29%), avril (-16,72%), juillet (-14,96%) et août (-10,93%).



Source : Nielsen Recherche Média

04 Le commerce de détail et le secteur automobile demeurent de grands investisseurs au Québec

Liste reposant sur les investissements publicitaires en 2013 au Québec dans l'ensemble des médias

RANG	RANG 2011	CATÉGORIE D'ANNONCEUR	% DU TOTAL DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES
1	1	Commerce de détail	16,1%
2	2	Automobile	12,6%
3	3	Alimentation	6,8%
4	4	Divertissement	6,5%
5	5	Assurances et services financiers	6,4%
6	6	Publicité locale de concessionnaires automobiles	4,8%
7	8	Restauration, traiteurs et clubs de nuit	4,5%
8	7	Tourisme et transport	4,2%
9	9	Immobilier	3,7%
10	10	Télécommunications	3,4%
11	11	Cosmétiques et produits de beauté	3,3%
12	12	Produits pharmaceutiques	3,3%
13	13	Médias: télévision, radio, affichage, etc	2,8%
14	14	Gouvernement	2,2%
15	16	Écoles, cours par correspondance, séminaires	1,3%
16	15	Alcool et boissons	1,3%
17	17	Produits pétroliers, entretien de véhicule	1,2%
18	18	Matériaux de construction	1,1%
19	21	Édition	1,1%
20	22	Loterie	1,0%

Source : Nielsen Recherche Média

05 Les plus grands annonceurs au Québec en 2013

Au Québec, le top 3 des plus grands annonceurs, tous médias confondus, demeure inchangé, avec Québecor en tête (2,7%), suivi du gouvernement du Québec (2,6%) et de Procter & Gamble (2,2%). BCE passe de la septième à la quatrième position; General Motors grimpe de la 10^e à la sixième. Hyundai et Johnson & Johnson ne figurent plus au top 10, alors que Ford et le Mouvement des Caisses Desjardins y apparaissent.

Peu de changements à noter lorsqu'on détaille les investissements par catégorie de média, où les tops 3 sont sensiblement

les mêmes qu'en 2012, à l'exception de ceux en affichage, où Rogers Communications, alors première, est reléguée au 10^e rang, tandis que BCE grimpe de la neuvième place à la première, avec 3,3% des investissements. Apple (cinquième en 2012) et le gouvernement du Québec (deuxième en 2012) suivent.

Du côté des annonceurs sur internet, les fabricants d'automobiles se distinguent, Chevrolet, Ram, Ford et Dodge occupant les quatre premières positions.

Tous médias confondus

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	2,7%
02	Gouvernement du Québec	2,6%
03	Procter & Gamble	2,2%
04	Bce Corp	1,3%
05	Groupe Bmtc	1,2%
06	General Motors	1,2%
07	Ford Motor	1,2%
08	Gouvernement du Canada	1,1%
09	Rogers Communications	1,0%
10	Mouvement Des Caisses Desjardins	1,0%

Source: Nielsen Recherche Média, 2013

Dans les quotidiens

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	Québecor	3,9%
02	Gouvernement du Québec	3,1%
03	Asso. des concess. Chrysler Dodge Jeep Ram	1,8%
04	Groupe BMTC	1,7%
05	Porter Aviation Holdings	1,7%
06	Association des concess. Chevrolet	1,6%
07	Concessionnaires locaux consolidés Chrysler	1,6%
08	Association des concess. Ford	1,5%
09	Association des concess. Nissan	1,4%
10	Rogers Communications	1,4%

Source: Nielsen Recherche Média, 2013

Dans les magazines

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

Source: Nielsen Recherche Média, 2013

En télévision

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

Source: Nielsen Recherche Média, 2013

En affichage

RANG	ANNONCEUR	PART DE BRUIT
01	BCE	3,3%
02	Apple	2,7%
03	Gouvernement du Québec	2,4%
04	General Motors	1,9%
05	McDonald's	1,7%
06	Gouvernement du Canada	1,7%
07	Tim Hortons Molson	1,6%
08	Banque Nouvelle-Écosse	1,5%
09	Mouvement des Caisses Desjardins	1,4%
10	Rogers Communications	1,4%

Source: Nielsen Recherche Média, 2013

Sur internet

RANG	ANNONCEUR	IMPRESSIONS (000)	PART DE BRUIT
01	Chevrolet	9898,5	3,3%
02	Ram	5205,8	2,7%
03	Ford	4150,3	2,4%
04	Dodge	4109	1,9%
05	BMO Banque de Montréal	4093,7	1,7%
06	RV Care	3652,6	1,7%
07	Dell	3594	1,6%
08	TD	3285,1	1,5%
09	ING	2801	1,4%
10	Pfizer	2402,8	1,4%

Source: Copyright 2013. Kantar Media