



Webmasters !

Maîtrisez votre espace publicitaire

Rejoignez le 1er réseau de publicité au clic

Cliquez ici !

- Accueil
- Edito
- Recherche globale
- L'actualité
 - Sur les transpondeurs
 - Les infos du mois
 - L'actu des fréquences
 - L'actu des feeds
- Le kiosque
 - Télé Satellite
 - Edition numérique**
 - La Compil 2009 NEW**
 - Commander nos publications**
 - S'abonner**
 - Editions internationales
- Émissions TV / Radio
 - Podcasting
 - Télé Satellite en vidéo
 - Médias du monde
- Les satellites
 - Tableaux des satellites
 - Zones de couverture
 - Lancements satellites
- Les bouquets
 - Tout sur les bouquets
- Les chaînes
 - Tout sur les chaînes
 - Rechercher une chaîne
 - Tout sur les débits des chaînes
- Guides TV
 - HD Native**
 - Français et Européens
 - Arabes
 - Suisses
 - Allemands
 - Canadiens
 - Espagnols
 - Italiens
 - Anglais
 - Européens
 - Etats Unis
 - Tous les guides TV
- Internet par satellite
 - Comment ça marche
 - Reportages
 - Prestataires
- La TNT TNT
 - Toutes les infos
 - Tout sur la TNT HD NEW**
- La TVHD HD
 - Toutes les infos
- VoD
 - Vidéo à la demande
- Histoire



LES INFOS DU MOIS - SEPTEMBRE 2008

Les groupes de télévision en pleine tourmente

Alors que les groupes de télévision des principaux pays européens peinent à surmonter les turbulences du marché publicitaire cette année, les analystes média de Screen Digest (www.screendigest.com) prédisent que le pire reste à venir.

L'industrie télévisuelle est sur le point de s'enfoncer dans un véritable marasme de plusieurs années combinant ralentissement économique, réduction des dépenses publicitaires de la part des annonceurs et fragmentation accélérée de l'audience avec l'extinction de l'analogique en 2011. Dans ce contexte sombre, les acteurs plus diversifiés vers les médias numériques sont aussi les moins exposés à la crise publicitaire. Si les fondamentaux sont inquiétants pour les acteurs historiques et pour TF1 en particulier, les changements réglementaires prévus en 2009 devraient apporter une bouffée d'oxygène au marché publicitaire. En France, TF1 n'est pas près de voir le bout du tunnel

Sur la première moitié de l'année 2008, TF1 a vu régresser ses résultats financiers avec une baisse de 4,7% de son chiffre d'affaires et de 3,6% des recettes publicitaires de la chaîne TF1 qui représentent pourtant 2/3 des revenus du groupe.

TF1 est frappé de plein fouet par la crise du marché publicitaire. Les marques de grande consommation, affectées par la baisse du pouvoir d'achat et l'augmentation des prix, ont beaucoup moins investi sur le marché publicitaire télévisuel. Ainsi, le secteur alimentation et boissons, qui représente environ 23% des recettes publicitaires du groupe, a baissé ses investissements de 10% au premier semestre

Marché

Retrouvez produits frais & recettes de saison sur le site champion.fr
www.champion.fr/produits_frais

Vidéos 100% Gratuites

Regarde et Partage Millions de Vidéos: Tous les jours 100% Gratuit
4dh.com/Video

85 Télévisions françaises

1530 chaînes en live et gratuites. Regardez les depuis le site.
www.FreeTv.com

Annonces Google

DÉCONNECTÉ

- M'identifier
- Créer un compte

EN KIOSQUE



La Compil 2009 et aussi TÉLÉ SATELLITE N°230

OFFRES D'EMPLOI



PUBLICITÉ



LES INSTALLATEURS



- Notre histoire
- Droit à l'antenne**
- Le dossier juridique
- Les abonnements en question
- Dossiers techniques**
- Articles
- Essais matériels
- Mises à jour des terminaux
- Tableau des terminaux
- Données techniques
- L'annuaire du satellite**
- Les adresses
- Antennistes**
- Les installateurs près de chez vous
- Améga
- Andom
- Le jargon satellite**
- Le dico du satellite
- Petites annonces**
- Ventes, achats, emplois...
- Appels d'offres NEW**
- Ajouter une annonce
- Questions/Réponses**
- Télé Satellite France
- Courrier des lecteurs
- Forums et Blogs**
- Liste des forums et blogs
- Contacts**
- L'ours
- Devenir annonceur
- Syndication RSS
- Édition mobile
- Via Google Mobile
-  España
-  Portugal

2008. Autres secteurs clefs pour TF1, l'automobile et le secteur hygiène beauté ont aussi réduit leurs dépenses respectivement de 8 et 2,5% sur les chaînes nationales au cours des sept premiers mois de l'année.

Le grand champion de la télévision française se voit aussi confronté aux faibles performances d'audience de sa chaîne principale TF1, en particulier sur les créneaux horaires les plus stratégiques. Largement au-dessus de la barre des 30% il y a encore un an, la part d'audience de TF1 a subi une baisse significative en atteignant 27,8% sur la première moitié de l'année 2008. TF1 a ainsi perdu des parts de marché au profit de ses concurrents directs M6 et des chaînes de la TNT et cette crise d'audience, plus structurelle, semble de plus en plus difficile à enrayer.

Certes, les sites Internet et les chaînes numériques du groupe TF1 continuent de réaliser de bonnes performances d'audience, avec notamment TMC qui atteint 2% de part d'audience nationale. Mais ces nouveaux canaux de diffusion sont également affectés par le ralentissement du marché publicitaire et, plus fondamentalement, ils ne représentent qu'environ 10% des recettes publicitaires du groupe alors que la chaîne hertzienne TF1 dégage toujours à elle seule 90% de ces recettes publicitaires.

Il est fort à craindre que TF1 ne soit qu'au commencement d'une douloureuse et longue phase de transition combinant fragmentation de l'audience, baisse de part de marché et chute des recettes publicitaires. Cette zone de turbulence, qui pourrait durer au moins deux à quatre ans, ne devrait prendre fin qu'avec la montée en puissance de la télévision numérique terrestre et la croissance des revenus des nouvelles chaînes numériques du groupe qui seront alors en mesure de compenser l'érosion de la chaîne hertzienne historique.

Moins exposé aux rigueurs du marché publicitaire, plus diversifié et performant en termes d'audience, le groupe M6 réussit pour l'instant à préserver ses recettes publicitaires. La performance stable de la chaîne historique du groupe et l'augmentation de 41% des recettes publicitaires des chaînes numériques ont même généré une hausse de 4% des recettes publicitaires au premier semestre.

Les effets d'aubaine en 2009

TF1 et M6 devraient l'an prochain bénéficier de deux changements réglementaires qui atténueront significativement les effets de la récession publicitaire. Tout d'abord les deux groupes devraient profiter de la suppression de la publicité après 20 heures sur les chaînes publiques. Cette mesure qui prendra effet en janvier 2009 devrait permettre aux chaînes privées de capter environ 250 millions d'euros de recettes publicitaires.

En outre, selon Vincent Létang, analyste senior chez Screen Digest : « La transposition de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels, prévue en 2009, devrait assouplir les règles d'insertion de la publicité télévisuelle et apporter en 2009-2010 un ballon d'oxygène aux chaînes privées, qui sont aujourd'hui parmi les plus réglementées d'Europe. »

LABEL.ws EXCLUSIF INTERNET
Matériel Satellite / TNT PRIX EXCEPTIONNELS

VOS COMMENTAIRES

Pour pouvoir commenter cette actualité, vous devez [vous identifier](#).

PRES DE CHEZ VOUS

Comment trouver le meilleur service dans votre département ?




Suivez le guide ! Cliquez-ici...

LES INFOS DU MOIS

Pour recevoir les infos du mois par courrier électronique, saisissez votre adresse e-mail ci-dessous :

OK

ZAPPING



Annonces Google

Vidéos 100% Gratuites

Regarde et Partage Millions de Vidéos: Tous les jours 100% Gratuit 4dh.com/Video

85 Télévisions françaises

1530 chaînes en live et gratuites. Regardez les depuis le site. www.FreeTv.com

French TPS Viewing Card

French TF1, France 2,3,4,5 arte etc 12 month subscription from £99 www.tps.uk.com

Afrique Telecom

L'opérateur du haut débit africain V.S.A.T, Boucle locale radio, VoIP www.afrique-telecom.com





LES INFOS DU MOIS

Publicité à la TV publique: des situations contrastées en Europe

De Londres à Madrid, en passant par Berlin et Rome, le recours des chaînes publiques aux recettes publicitaires présente un visage contrasté, absent pour certaines, capital pour d'autres.

 Aucun commentaire

TNT : La grande arnaque de certains démarcheurs & installateurs satellite

De nombreuses personnes ont alerté le CSA concernant les pratiques peu orthodoxes de certains démarcheurs & installateurs satellite affirmant que l'arrivée du numérique se traduira en 2011 par l'interruption brutale de la diffusion hertzienne, y compris numérique.

 Aucun commentaire

Une chaîne entièrement en kurde à la télévision d'Etat turque ce 1er janvier

La Turquie franchit une nouvelle étape dans l'ouverture vers sa communauté kurde à partir de ce 1er janvier 2009 avec le lancement sur une chaîne de télévision publique d'émissions en kurde, une langue autrefois interdite.

 Aucun commentaire

La télévision sur téléphone mobile arrive en Côte d'Ivoire

Sur les bords de la lagune Ebrié, crise ou pas, on est friand des gadgets technologiques.

 Aucun commentaire

Après six ans à la tête de l'Arcep, Paul Champsaur passe la main

Le président du régulateur des télécoms, Paul Champsaur, passera dans les prochains jours à Jean-Claude Mallet, à l'issue d'un mandat de six ans marqué par d'importantes avancées en faveur des usagers et en matière de concurrence.

 Aucun commentaire

Pub TV: nouvelle réglementation et crise économique brouillent la visibilité

L'arrêt de la publicité sur les chaînes publiques après 20H00 bénéficiera aux chaînes privées, mais les analystes soulignent la faible visibilité pour 2009 en raison des bouleversements apportés par la réforme sur l'audiovisuel, sur fond de marasme économique.

 Aucun commentaire

» [Toutes les infos du mois...](#)



Argent, Emploi, Chance

Pendant La Crise, Bruno Vous Offre Une Voyance 100% Gratuite !

www.BrunoVoyance.com



LES ARCHIVES DES INFOS DU MOIS

Choisissez un mois...

© Copyright 1999-2009, [TSPublications](#) - Tous droits réservés. [Mentions légales et Copyright](#). [Signaler un lien rompu](#).