

« Luxembourg Ad'Report 2017 » :

D'un point de vue résultats, les investissements publicitaires bruts au Grand-Duché de Luxembourg se sont élevés **en 2017 à 155,5 millions euros**, ce qui constitue, à périmètre égal, une **progression de 0,21%** ou 0,3 millions euros par rapport à 2016 (155,2 millions). Ces chiffres prennent en considération tous les investissements publicitaires au Luxembourg – commerciaux et non commerciaux – et couvrent les types de médias suivants : quotidiens, hebdomadaires, périodiques, radios, TV, Internet, affichage, cinémas et folders.

Evolution trimestrielle des investissements bruts. (en millions d'€)

	2017	2016	Δ 2017-2016 (en%)
Trimestre 1	38,273	38,357	-0,2%
Trimestre 2	40,056	41,220	-2,8%
Trimestre 3	34,569	31,855	8,5%
Trimestre 4	42,638	43,777	-1,5%
Grand Total	155,536	155,209	0,21%

En réduisant le périmètre aux **communications dites commerciales** (c'est-à-dire en ne tenant pas compte des offres d'emplois, des communications publiques, financières et juridiques, ainsi que des autres petites annonces et faire-part divers), le total des annonces commerciales (résultats bruts) se chiffre pour **2017 à 137,2 millions euros** contre 137 millions euros en 2016 ce qui constitue une **progression de 0,2%**.

Notez enfin que par type de média, l'étude réalisée par Nielsen pour le compte de la fédération des régies médias Espace Pub, a abouti aux résultats suivants (en millions d'€) :

Média	2017	% du total	2016	% du total	Δ 2017-2016 (en %)
Quotidien	67,518	43,41%	68,830	44,35%	-1,91%
Radio	26,052	16,75%	26,179	16,87%	-0,49%
TV	14,085	9,06%	13,089	8,43%	7,61%
Internet	13,223	8,50%	11,851	7,64%	11,58%
Hebdomadaire	8,579	5,52%	9,733	6,27%	-11,86%
Folder	7,945	5,11%	7,898	5,09%	0,60%
Affichage	8,588	5,52%	8,321	5,36%	3,21%
Périodique	7,182	4,62%	6,777	4,37%	5,96%
Cinéma	2,364	1,52%	2,531	1,63%	-6,60%
Grand Total	155,536		155,209		0,21%

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces non-commerciales*
incluses (en millions d'€)

Groupe économique	2017	% du total	2016	% du total	Δ 2017-2016
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	24,210	15,57%	22,378	14,42%	8,19%
Distribution	21,348	13,73%	20,620	13,29%	3,53%
Transports	20,901	13,44%	20,929	13,48%	-0,14%
Autres Services	19,300	12,41%	17,755	11,44%	8,70%
Equipeement Maison, Jardin, Bureau	19,108	12,29%	19,759	12,73%	-3,30%
Services Bancaires et Financiers	8,844	5,69%	10,758	6,93%	-17,79%
Télécommunications	7,323	4,71%	7,148	4,61%	2,45%
Habillement et Accessoires	6,670	4,29%	6,975	4,49%	-4,36%
Boissons	3,752	2,41%	4,246	2,74%	-11,62%
Energie, Ressources et Combustibles	1,615	1,04%	2,029	1,31%	-20,44%
Beauté, Hygiène, Sante, Soins Corporels	1,583	1,02%	1,903	1,23%	-16,83%
Alimentation	1,346	0,87%	1,617	1,04%	-16,71%
Divers	1,054	0,68%	0,520	0,33%	102,84%
Agriculture et Industrie	0,187	0,12%	0,325	0,21%	-42,45%
Univers non commercial	18,293	11,76%	18,246	11,76%	0,26%
Total	155,536		155,209		0,21%

* les avis financiers, les avis officiels, les avis familiaux, les petites annonces, le marché de l'emploi et les communications juridiques

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces commerciales uniquement
(en millions d'€)

Groupe économique	2017	% du total	2016	% du total	Δ 2017-2016
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	24,210	17,64%	22,378	16,34%	8,19%
Distribution	21,348	15,56%	20,620	15,06%	3,53%
Transports	20,901	15,23%	20,929	15,28%	-0,14%
Autres Services	19,300	14,06%	17,755	12,96%	8,70%
Equipeement Maison, Jardin, Bureau	19,108	13,92%	19,759	14,43%	-3,30%
Services Bancaires et Financiers	8,844	6,44%	10,758	7,85%	-17,79%
Télécommunications	7,323	5,34%	7,148	5,22%	2,45%
Habillement et Accessoires	6,670	4,86%	6,975	5,09%	-4,36%
Boissons	3,752	2,73%	4,246	3,10%	-11,62%
Energie, Ressources et Combustibles	1,615	1,18%	2,029	1,48%	-20,44%
Beauté, Hygiène, Sante, Soins Corporels	1,583	1,15%	1,903	1,39%	-16,83%
Alimentation	1,346	0,98%	1,617	1,18%	-16,71%
Divers	1,054	0,77%	0,520	0,38%	102,84%
Agriculture et Industrie	0,187	0,14%	0,325	0,24%	-42,45%
Grand Total	137,243		136,963		0,20%

Top 20 des investisseurs en 2017

Ranking 2017	Annonceur	Ranking 2016
1	CACTUS	(1)
2	POST LUXEMBOURG	(2)
3	KICHECHEF SARL	(3)
4	TANGO SERVICE SA	(6)
5	BANQUE ET CAISSE D'EPARGNE DE L'ETAT - BCEE	(5)
6	MOBEL MARTIN	(7)
7	ALDI	(20)
8	AUTOSDISTRIBUTION LOSCH SARL	(4)
9	COCA COLA	(12)
10	LUXAIR SA	(16)
11	RENAULT	(10)
12	MOBEL ALVISSE	(9)
13	GROUP DELHAIZE	(8)
14	ORANGE SA	(18)
15	LIDL	(22)
16	AUCHAN	(17)
17	BMW	(24)
18	MERCEDES-BENZ	(11)
19	PEUGEOT	(15)
20	MATCH	(34)

La liste des titres repris dans l'étude actuelle est la suivante :

HEBDOMADAIRES	QUOTIDIENS	CINEMA	
Contacto	Luxemburger Wort	LE RESEAU NATIONAL	
Jeudi (Le)	Tageblatt		
Lëtzebuenger Land (D')	Lëtzebuenger Journal		
Lux-Post	Quotidien (Le)		
Revue	L'essentiel		
Télécran	INTERNET		
Télérevue / De Programm	Editus.lu		
Woxx	Eldorado.lu		
PERIODIQUES	Lessentiel.lu		
Auto-Moto	Luxweb.lu		
AutoRevue	Paperjam.lu		
City Magazine	Rtl.lu		
Delano	Tageblatt.lu		
Flydoscope	Wort.lu		AFFICHAGE
Gaart an Héem	RADIOS		Abribus JC Decaux
Handwierk (D')	RTL Radio Lëtzebuerg	Affichage Utopolis	
Merkur	Eldorado	publi.lux	
Monde Diplomatique (Le)	L'essentiel Radio	FOLDERS	
PaperJam	Radio Latina	Lux-Diffusion	
TELEVISION		I-Mail	
RTL Télé Lëtzebuerg			

Au sujet d'Espace Pub ASBL

Espace Pub est une association professionnelle jouant le rôle de fédération des régies médias de droit luxembourgeois. L'association est composée actuellement des sociétés Edita, Editpress, Editus, Imprimerie Centrale, IP Luxembourg, JC Decaux, Maison Moderne, publi.lux et Regie.lu.

Les membres d'Espace Pub représentent plus de 90 % des investissements publicitaires bruts réalisés sur le marché luxembourgeois.

Au sujet de Nielsen

Nielsen NV (NYSE: NLSN) est une société de gestion de performance globale qui fournit une compréhension approfondie du comportement du consommateur, de ce qu'il « voit » (Watch) et « achète » (Buy). Le département Watch fournit aux clients du secteur des médias et de la publicité les données issues de la mesure d'audience, peu importe le type d'appareil utilisé pour visionner le contenu (vidéo, audio, texte). Le département Buy offre aux fabricants et distributeurs la seule vue globale de mesure de performance pour la vente au détail. En intégrant les informations provenant du département Watch et Buy ainsi que d'autres sources de données, Nielsen propose à ses clients à la fois des mesures ainsi que des analyses permettant d'améliorer les performances. Nielsen, une société S & P 500, a des activités dans plus de 100 pays qui couvrent plus de 90% de la population mondiale. Pour plus d'informations, visitez le site www.nielsen.com.