



Courbevoie 25 mars 2009

Carat publie ses prévisions de croissance pour les dépenses publicitaires mondiales en 2009 et 2010

Carat, agence leader de communication médias du groupe Aegis Media, publie aujourd'hui ses prévisions concernant les dépenses publicitaires mondiales de 2009 et 2010.

Selon ces nouvelles prévisions, les dépenses mondiales devraient reculer de 5,8 % en 2009, avec un timide retour à la croissance (0,7 %) en 2010. Cette baisse nette des prévisions pour 2009 s'explique par la contraction de la plupart des marchés publicitaires clés, à l'exception de la Chine.

Croissance sur l'année en % (prix actuels)

	2008	2009	2010
MONDE	1,0 (4,9)	-5,8 (4,8)	0,7
USA	-1,8 (2,1)	-9,8 (3,1)	-2,7
Canada	2,0 (6,1)	-2,5 (7,2)	0,7
EUROPE DE L'OUEST	-2,9 (2,2)	-6,6 (2,3)	0,1
Royaume Uni	-5,5 (2,5)	-7,1 (2,2)	2,0
Allemagne	0,0 (0,3)	-2,2 (0,5)	-1,1
France	-2,6 (1,7)	-5,0 (2,4)	0,5
Italie	-1,9 (2,8)	-6,5 (2,4)	0,6
Espagne	-12,7 (-2,3)	-16,5 (-0,8)	-4,0
Europe du Nord	-0,2 (4,3)	-5,6 (3,1)	-2,7
Europe Centrale - Europe de l'Est	12,2 (16,8)	-8,2 (15,2)	-1,0
Russie	16,6 (22,8)	-8,6 (19,5)	-1,5
ASIE PACIFIQUE	5,0 (8,2)	-0,8 (5,7)	4,3
Japon	-4,2 (1,5)	-5,5 (0,5)	0,0
Chine	18,9 (18,2)	4,6 (10,9)	7,2
Australie	4,2 (4,2)	-1,9 (3,6)	1,8
<i>Entre parenthèses, les prévisions d'août 2008</i>			

Commentant ces prévisions, Jerry Buhlmann, PDG d'Aegis Media, a déclaré : « Les nouvelles prévisions traduisent la prudence qui est de mise en matière budgétaire dans la période d'incertitude économique généralisée que nous traversons. Or ces prévisions ne sont autres que notre meilleure hypothèse à un instant T, dans un marché que nous savons volatil. »

« Nous estimons que les budgets publicitaires 2009 vont reculer de 5,8 % dans le monde et que, la Chine exceptée, aucun marché clé n'affichera de croissance positive. À l'horizon 2010 par contre, un léger vent

d'optimisme devrait souffler sur certains pays ; le Royaume-Uni, certains pays d'Europe et l'Asie devraient alors retrouver une certaine stabilité. »

« Dans un contexte où il se focalise sur la valeur de son budget média, le client est à la recherche de solutions de communication qui ont fait leurs preuves et dont il peut évaluer les résultats. Cette attitude peut expliquer en partie la relative résilience de la publicité en télévision et sur Internet. »

Les États-Unis et l'Espagne, qui enregistrent le recul le plus marqué avec des prévisions de respectivement -9,8 % et -16,5 %, devraient également afficher une croissance négative en 2010. Les dépenses publicitaires pour le Royaume-Uni, la France et l'Italie sont en croissance négative à un chiffre en 2009 mais devraient repasser en positif l'année prochaine. Les perspectives japonaises 2009, quant à elles, accusent un recul de 5,5 %.

En termes relatifs, les marchés allemands et canadiens semblent moins volatils avec un ou deux points de croissance négative. Enfin, avec une perspective de croissance de 4,6 % en 2009, la Chine est le seul marché clé à afficher une croissance positive, bien en deçà cependant des 18,9 % enregistrés en 2008.

À propos de Carat

Créé en 1968, Carat a été le premier spécialiste des médias en Europe. Il a été un pionnier du dégroupage - la séparation des services de médias du service complet des agences de création. Carat se développe désormais à travers un réseau mondial de communication médias représenté dans plus de 82 pays et offre à ses clients une large gamme de services, incluant : la planification, le sponsoring, l'interactif, le direct, l'événementiel, les relations publiques, les études de consommation et de pertinence, Business to Business, les services internationaux, le service clientèle régional et mondial.

Plus d'informations sur Carat, veuillez visiter le site Internet www.carat.com & www.carat.fr

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Yaël Chatelus-Kusch, directrice de la communication Aegis Media

T : 01 41 16 17 74 – 06 32 23 01 57

Yael.chatelus-kusch@aemedia.com