

## CIV/ Investissements publicitaires Février 2018 : Un bond en avant !



*Que pouvons-nous retenir des investissements médias du mois de février ? Les investissements sont-ils en hausse ? Quel média s'est-il distingué et quel est l'annonceur vedette ? Brandmediasmonitoring vous livre toutes les informations sur la tendance des investissements, le média numéro 1 et pour couronner le tout, vous connaîtrez le top 10 des secteurs d'activité ainsi que le top 20 des annonceurs du mois de février.*

### Des investissements médias en nette croissance

Le mois de février 2018 a enregistré une belle croissance dans tous les médias.

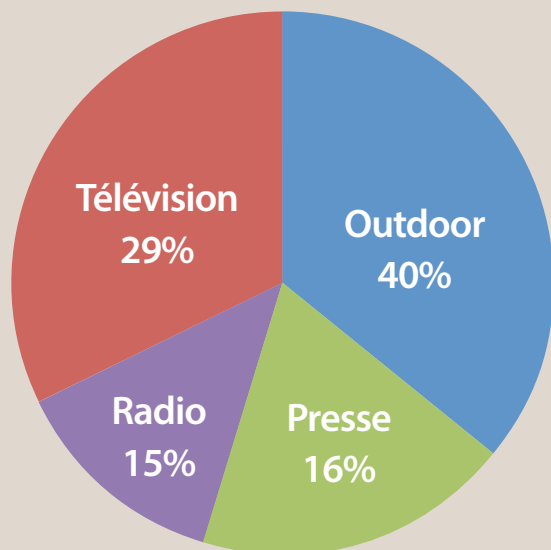
Les investissements de février se chiffrent à +2,5 milliards de FCFA contre +2,1 milliards de FCFA pour le mois de janvier, soit une hausse de +10%. Dans cet élan, l’Affichage et la Radio enregistrent les taux de croissance les plus élevés avec respectivement 30% et 26%. Suivent la Presse écrite avec 11% et la Télévision avec 4%.

### L’Affichage toujours média N° 1

Les investissements de ce mois de février sont encore dominés par l’Affichage qui enregistre 40% de part d’investissements soit plus de 1 milliard de FCFA.

La Télévision a, quant à elle, bénéficié de 29% de part. La Presse et la Radio bouclent la boucle avec respectivement 16% et 15% de part.

## REPARTITION PAR MEDIA FEVRIER 2018 Investissements : 2.549.991.209 F CFA



De janvier à février, l’Affichage mène la danse. Notons que ses investissements ont évolué de 30% en un mois, le plus fort taux de croissance enregistré au niveau de tous les médias. Comme quoi, la fête de St Valentin aura aidé à booster l’investissement de ce média.

### Solibra à l’affiche

Vous l’aurez compris l’Affichage a été dominé par Solibra au cours de ce mois de février avec 12% de part. Le brasseur démontre ainsi sa grande capacité à plus investir en Affichage, détrônant ainsi les opérateurs de téléphonie qui régnaient jusque là en maître absolu sur ce média. Les autres annonceurs suivent avec 7% pour MTN, 6% pour Orange et Br-sivoire.

### Belle remontée pour la Télévision

Les investissements RTI ont enregistré un taux de croissance de l’ordre de 4%. Le plus fort taux a été observé sur RTI2 avec 7% de taux de croissance. Toutefois, RTI1 demeure leader avec +76% d’investissements soit +559 millions de FCFA contre +171 millions pour RTI2. L’annonceur ayant le plus investi sur RTI1 est Orange à hauteur de + 67 millions soit 12% des investissements annonceurs de la période. Toujours devancé par Orange, MTN s’est octroyé 9% et Unilever 8% de part. Sur RTI2, SARCI occupe la tête du classement avec 14% d’investissement tout comme Orange qu’il a devancé de justesse.

### Investissements Presse : Des taux de croissance explosifs

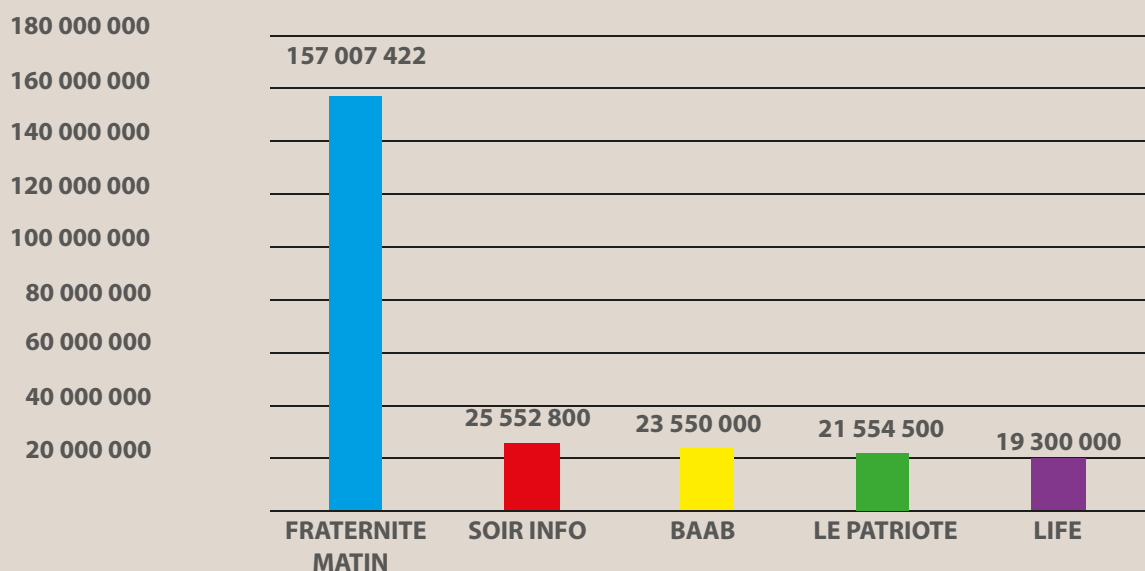
Avec ses +405 millions de FCFA, la presse est le 3ème média.

Fraternité Matin (43%) reste le média presse privilégié des annonceurs. Soir Info arrive loin derrière avec 7% de part. La Presse a enregistré également de très forts taux de croissance entre janvier et février : le Jour (+346%), l’Inter (+ 184%), le Nouveau courrier (+169%), et LG Info (+136%). Avec 12% de part, Orange domine les investissements publicitaires dans la Presse ivoirienne, suivi par Lonaci (6%).

### La Radio, hausse sensible enregistrée

De son côté, la Radio connaît aussi une hausse de 26% enregistrée entre janvier

## TOP 5 PRESSE ECRITE FEVRIER 2018



et février. En effet, en janvier, les investissements consacrés à la Radio étaient d'environ 300 millions de FCFA contre plus de 378 millions de FCFA en février. Vibe radio a enregistré la plus forte croissance en termes d'investissements médias avec +53%. Quant à la plus faible croissance, elle se remarque chez Radio Jam avec +17%.

Jam et Nostalgie dominent toujours les ondes avec respectivement 38% et 34% de part d'investissements soit plus de 113 millions de FCFA et de 102 millions

de FCFA.

Ivoire FM arrive loin derrière ces deux ténors avec 7,5% de part, suivie de Vibe Radio (7,3%).

### Le peloton de tête du top 10 des secteurs d'activités

L'Agroalimentaire et les Télécommunications restent en tête du peloton du top 10 des investissements des secteurs d'activité avec respectivement 32% et 21% de part au cours de ce mois.

## TOP 10 SECTEURS D'ACTIVITES FEVRIER 2018

RANG	SECTEURS D'ACTIVITE	INVESTISSEMENT	SOS
1	AGROALIMENTAIRE	809 428 356	32%
2	TELECOMMUNICATION	540 016 673	21%
3	HYGIENE	339 044 940	13%
4	COMMUNICATION	123 037 516	5%
5	FINANCE	107 965 771	4%
6	BATIMENT/IMMOBILIER	77 292 570	3%
7	MINE/ENERGIE	59 735 361	2%
8	TRANSPORT	59 696 004	2%
9	ADMINISTRATION PUBLIQUE	58 009 231	2%
10	LOTIERIE	44 559 980	2%

## Tendances investissements Annonceurs

Ce mois de février a enregistré des hauts et des bas dans les investissements publicitaires des annonceurs.

Orange a dominé le classement à hauteur de 9% avec une hausse (+6%) de ses investissements par rapport au mois dernier. L'opérateur conserve ainsi sa position de 1er annonceur sur les deux mois consécutifs.

Pour sa part, Solibra détient la position de 2ème annonceur sur deux mois d'affilé avec 6% de part d'investissement média en Février 2018. La hausse de ses investissements table sur les 25%. Les actions de la concurrence sont-elles à la base d'un tel bond d'investissement du brasseur leader?

A la 3ème place du classement, un autre

opérateur se signale. Il s'agit de MTN avec 5% de part mais avec un bond de +15%.

Au nombre des annonceurs ayant marqué le paysage médiatique avec un bond extraordinaire, nous notons Brassivoire (+115%) et Unilever (107%). L'opérateur Moov a enregistré le taux d'évolution le plus faible de janvier à février avec -20%.

## Quatre sortants Vs quatre entrants

L'on a également enregistré 4 nouveaux annonceurs entrants mais aussi 4 sortants dans le top 20 de février. Au titre des entrants, nous avons : **TOMACI, ADDOHA, AFRICA WEST INDUSTRIES, ANSUT** et les sortants sont **AIR COTE D'IVOIRE, SOFTCARE, SIPRO-CHIM, NESTLE.**

## TOP 20 DES ANNONCEURS FEVRIER 2018

RANG	ANNONCEURS	MONTANT	SOS
1	ORANGE	240 137 322	9%
2	SOLIBRA	162 861 326	6%
3	MTN	136 241 170	5%
4	UNILEVER	107 232 394	4%
5	SDTM	91 034 784	4%
6	MOOV	90 880 076	4%
7	BRASSIVOIRE	82 723 362	3%
8	S.A.R.C.I SA	62 488 966	2%
9	LONACI	48 417 900	2%
10	CIPREM-CI	43 827 254	2%
11	DREAM COSMETICS	38 699 496	2%
12	TOMACI	38 141 462	1%
13	SANIA	37 474 532	1%
14	CAPRACI	35 413 628	1%
15	NBCI	35 266 666	1%
16	ADDOHA	32 985 800	1%
17	PETROCI	32 955 230	1%
18	AFRICA WEST INDUSTRIES	31 552 500	1%
19	ANSUT	30 522 000	1%
20	MICRODIS	30 071 352	1%
TOTAL GENERAL TOP 20		1 408 927 220	55%

NB : Tous les investissements sont libellés en francs CFA, en hors taxe et ne tiennent pas compte des négociations et remises obtenues par les annonceurs

Vincent NGORAN  
Expert Veille Média  
vincent.ngoran@exceptgroup.com

# BRAND

## MEDIAMONITORING

Recherche...

Revue de Presse

## LA PLATEFORME DE VEILLE MÉDIA

- \* La plus riche
- \* La plus accessible 24h /24 et 7jours /7
- \* La moins chère

**BrandMediaMonitoring**, votre plateforme par excellence de veille média est désormais disponible.

Si vous souhaitez être au fait de toute l'actualité de votre marché, vous assurer de la bonne diffusion de vos annonces publicitaires, bénéficier d'analyses pointues sur la stratégie de communication des acteurs de votre marché, bénéficier d'études de marché ou de post tests publicitaires, et avoir des données de benchmarking, **BrandMediaMonitoring** est bien la plateforme qu'il vous faut.

Annonces, Managers, Décideurs, Entrepreneurs grands ou petits, appropriiez-vous ce précieux outil d'aide à la décision, cette plateforme innovante de veille média et enrichissez vos réflexions stratégiques.

**INFOLINE**

**22 45 83 57**

**07 83 56 51**

infos@brandmediasmonitoring.com