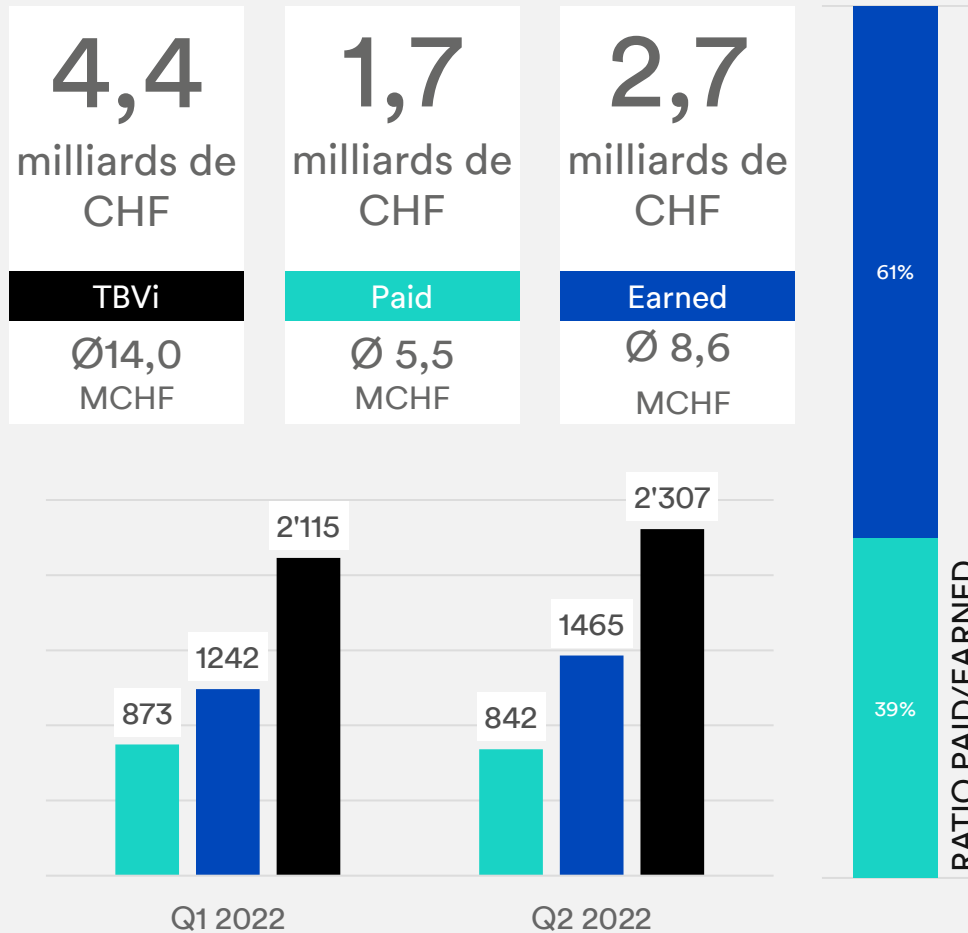
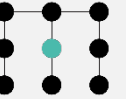


Total Brand Visibility

Tendances des marques Suisse S1 2022



S1
2022

Visibilité globale 4,4 milliards: ø 14,0 millions par marque
La visibilité totale des 315 marques recensées s'élève à 4,4 milliards de francs bruts au premier semestre 2022.

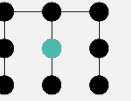
Ratio

Le ratio Paid/Earned est en faveur du Earned Media 61% de la visibilité globale est attribuable au Earned Media. Cela correspond à 2,7 milliards de francs. La pression publicitaire brute vaut cependant 1,7 milliards de francs (39%).

+9%

Augmentation de la visibilité entre T1 et T2
La visibilité totale a augmenté de 192 millions de CHF (+9%) au 2^e trimestre 2022. Le moteur de cette augmentation est la présence Earned. Le secteur connaissant la plus forte croissance est celui des boissons (+57%), suivi par le secteur du nettoyage et celui des assurances (+52% chacun). Le secteur pharmacie et santé accuse la plus forte baisse de visibilité (-41%).

Total Industry Visibility



Paid Media + Earned Media = Total Brand Visibility



Le secteur des véhicules demeure sans conteste celui dont la visibilité totale est la plus élevée.



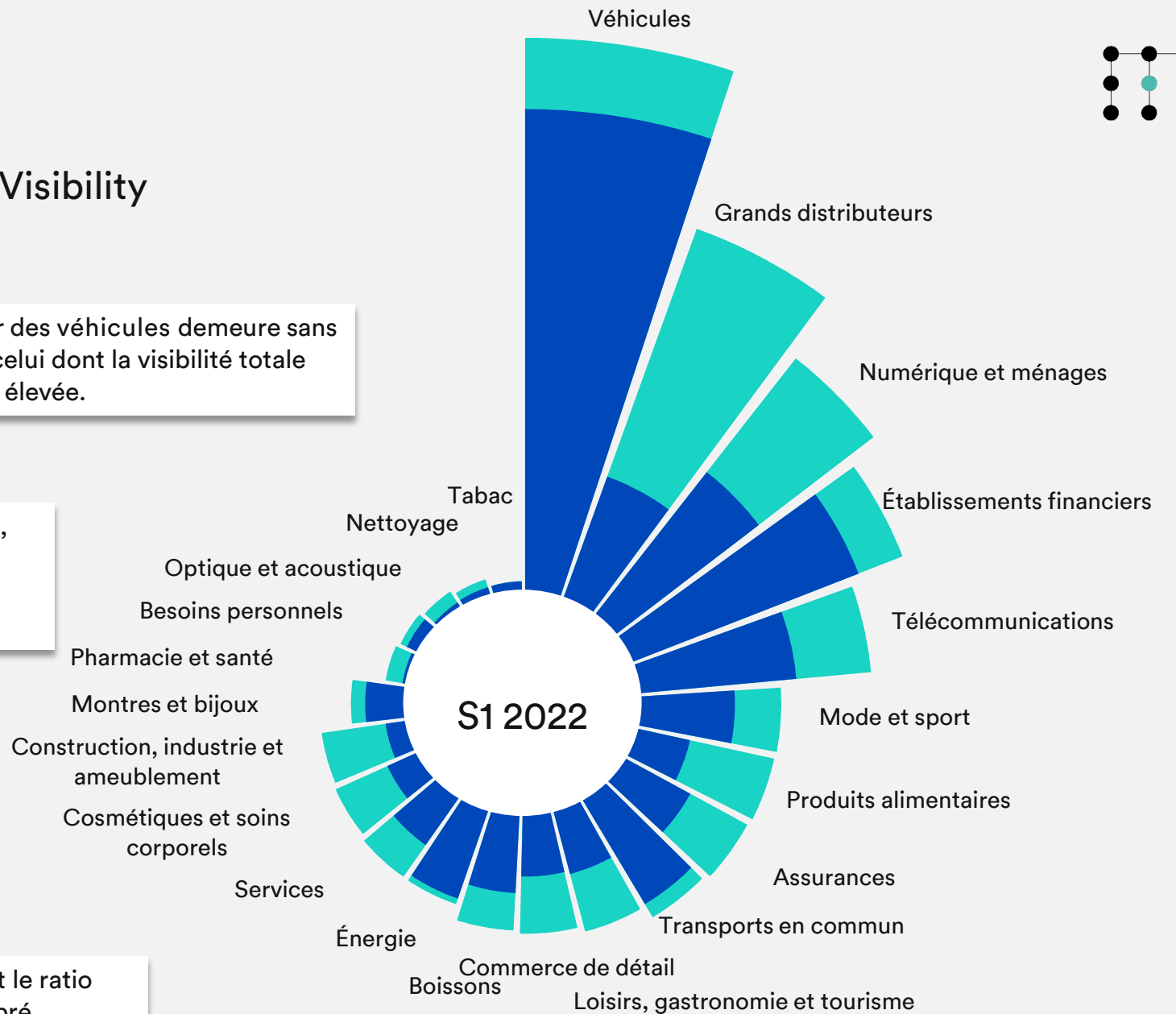
Les grands distributeurs tels que Migros, Coop et autres occupent la 2^e place en matière de visibilité globale grâce à leur présence publicitaire.



Les établissements financiers se trouvent en deuxième position de la présence Earned Media, mais seulement à la 4^e place du classement général.

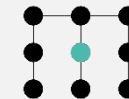


Les assurances détiennent le ratio Paid/Earned le plus équilibré (49%/51%).



Ratio Paid/Earned

Tendances des marques Suisse S1 2022

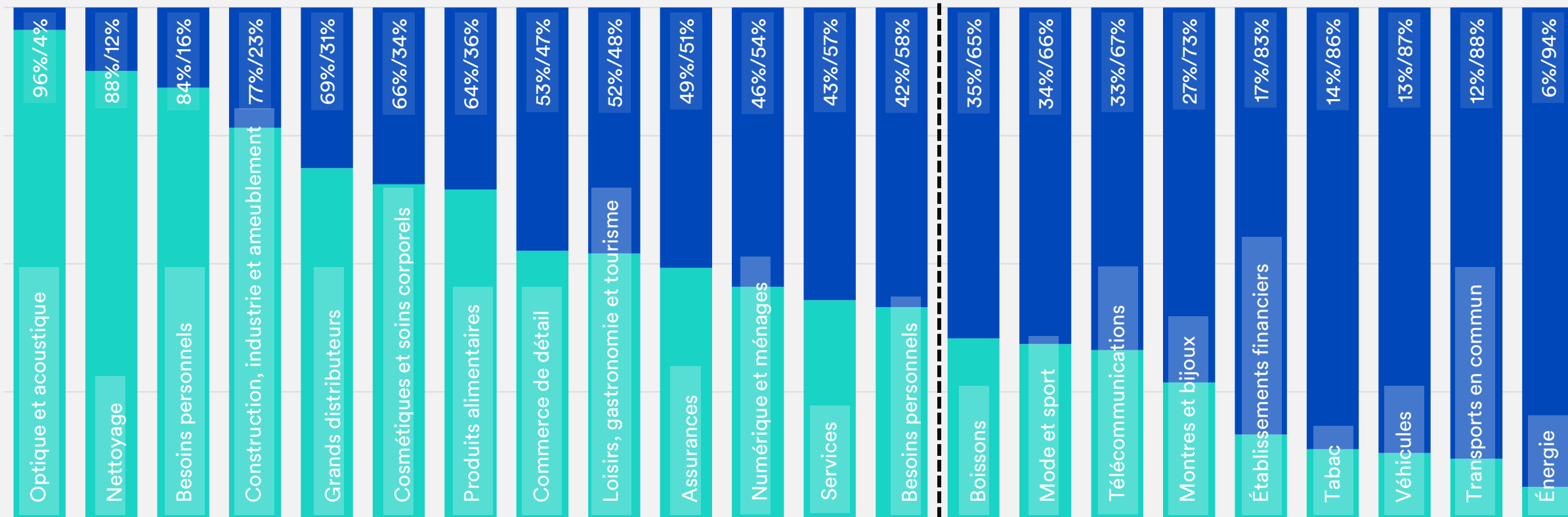


Référence suisse:

39% / 61%

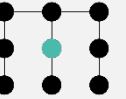
← Accent mis sur **Paid**

Accent mis sur **Earned** →



Total Brand Visibility

Tendances des marques Suisse S1 2022



Classement du top 20 des marques

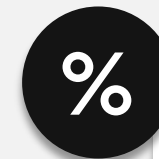
TBVi	Marque	Paid	Earned	Ratio Paid/Earned	
1	Coop	1	17	82%/18%	
2	Migros	2	5	61%/39%	
3	Google	217	1	1%/99%	
4	Apple	31	4	11%/89%	
5	Credit Suisse	43	3	9%/91%	
6	Mercedes	89	2	5%/95%	
7	UBS	36	6	12%/88%	
8	Amazon	5	12	36%/64%	
9	CFF	64	7	9%/91%	
10	Volkswagen	24	9	18%/82%	
11	Swisscom	3	19	49%/51%	
12	Red Bull	74	10	9%/91%	
13	Tesla	312	8	0%/100%	
14	Ferrari	-	11	0%/100%	
15	BMW	102	13	9%/91%	
16	Raiffeisen	126	15	7%/93%	
17	Gazprom	-	14	0%/100%	
18	Rega	239	16	3%/97%	
19	Nestlé	57	20	18%/82%	
20	Disney+	78	18	13%/87%	



Coop est la marque la plus visible, suivie par Migros, grâce à leur présence publicitaire.



Ferrari, Gazprom et Tesla se classent dans le top 20 avec presque aucune publicité.



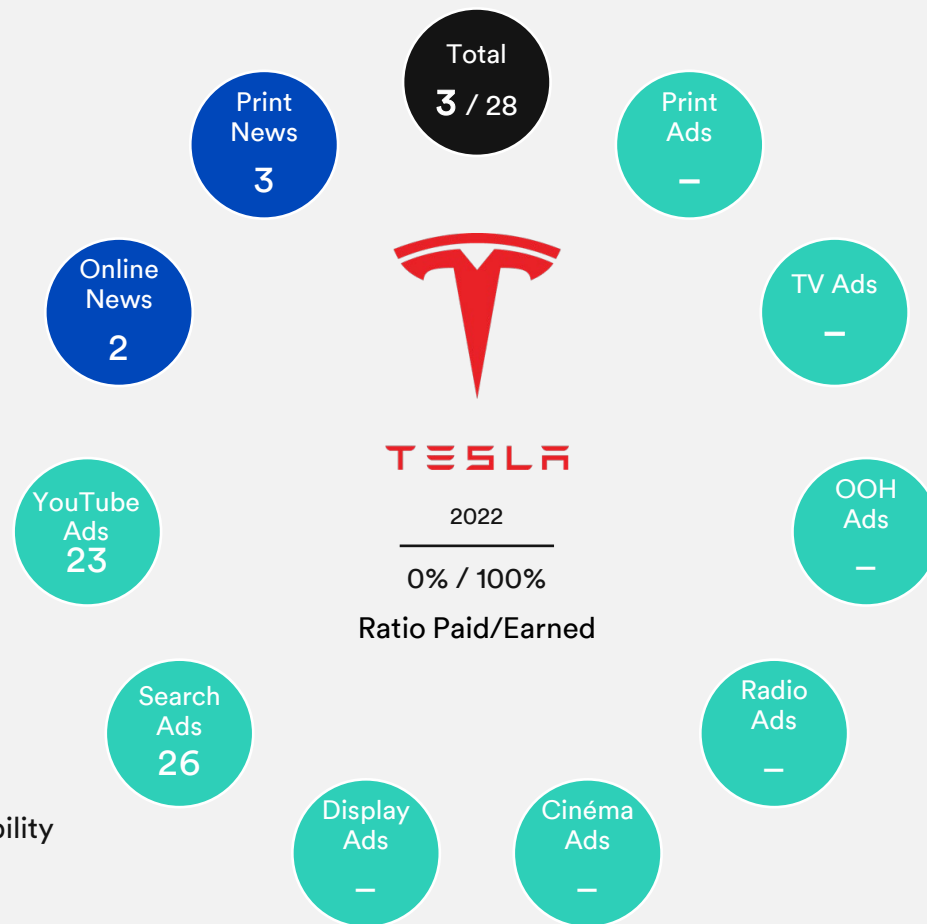
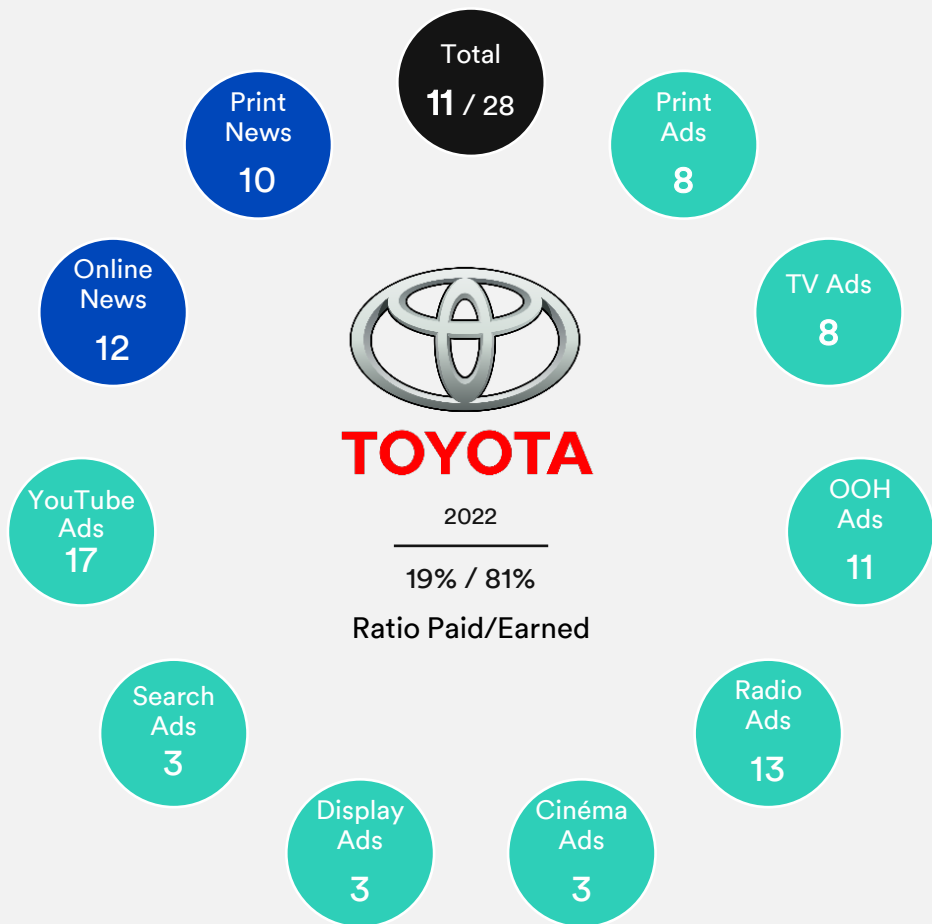
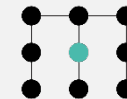
Les marques du top 10 génèrent 27% de la visibilité globale, celles du top 20 39%.



Les véhicules sont les plus représentés, avec 5 marques, suivis par la finance (3 marques).

Bataille des marques

Véhicules



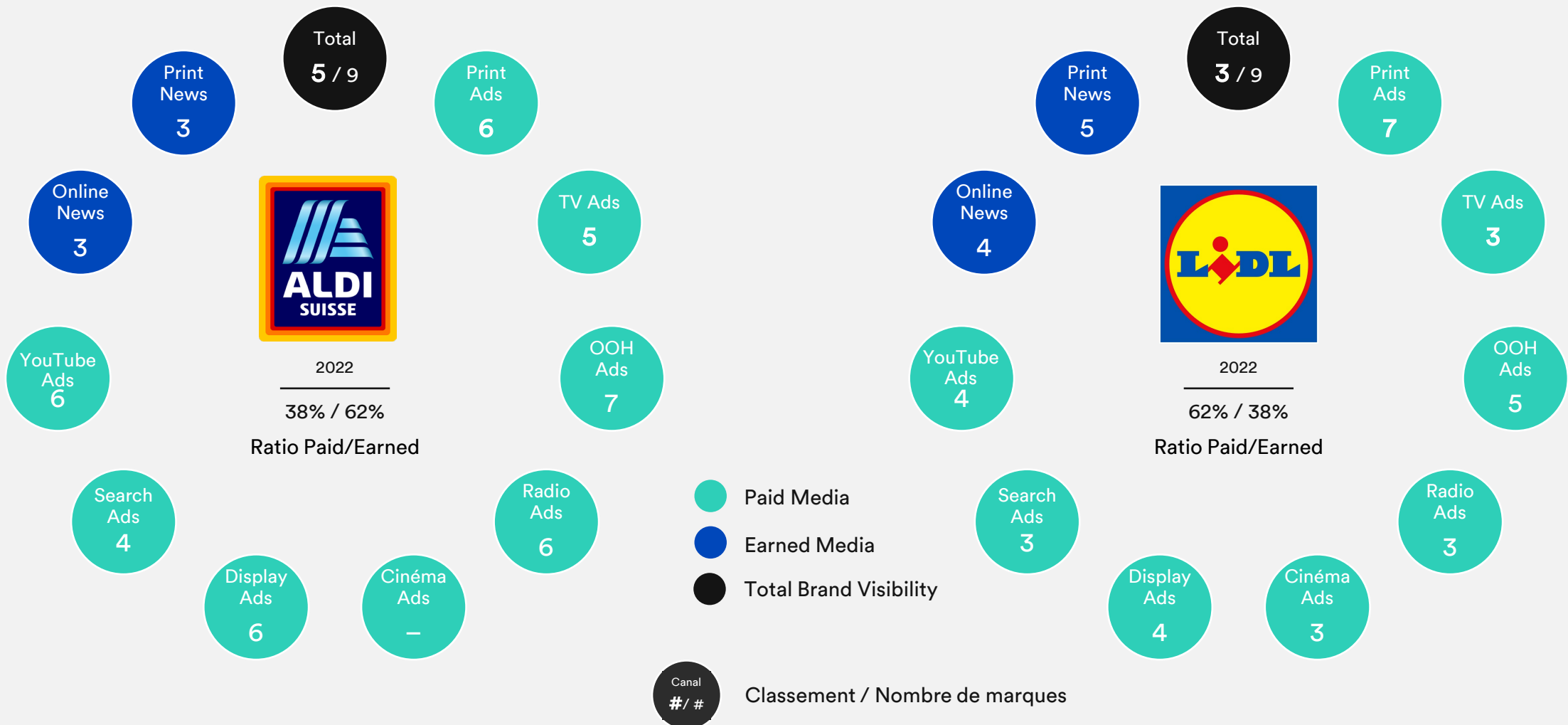
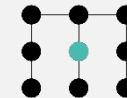
- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Canal
/

Classement / Nombre de marques

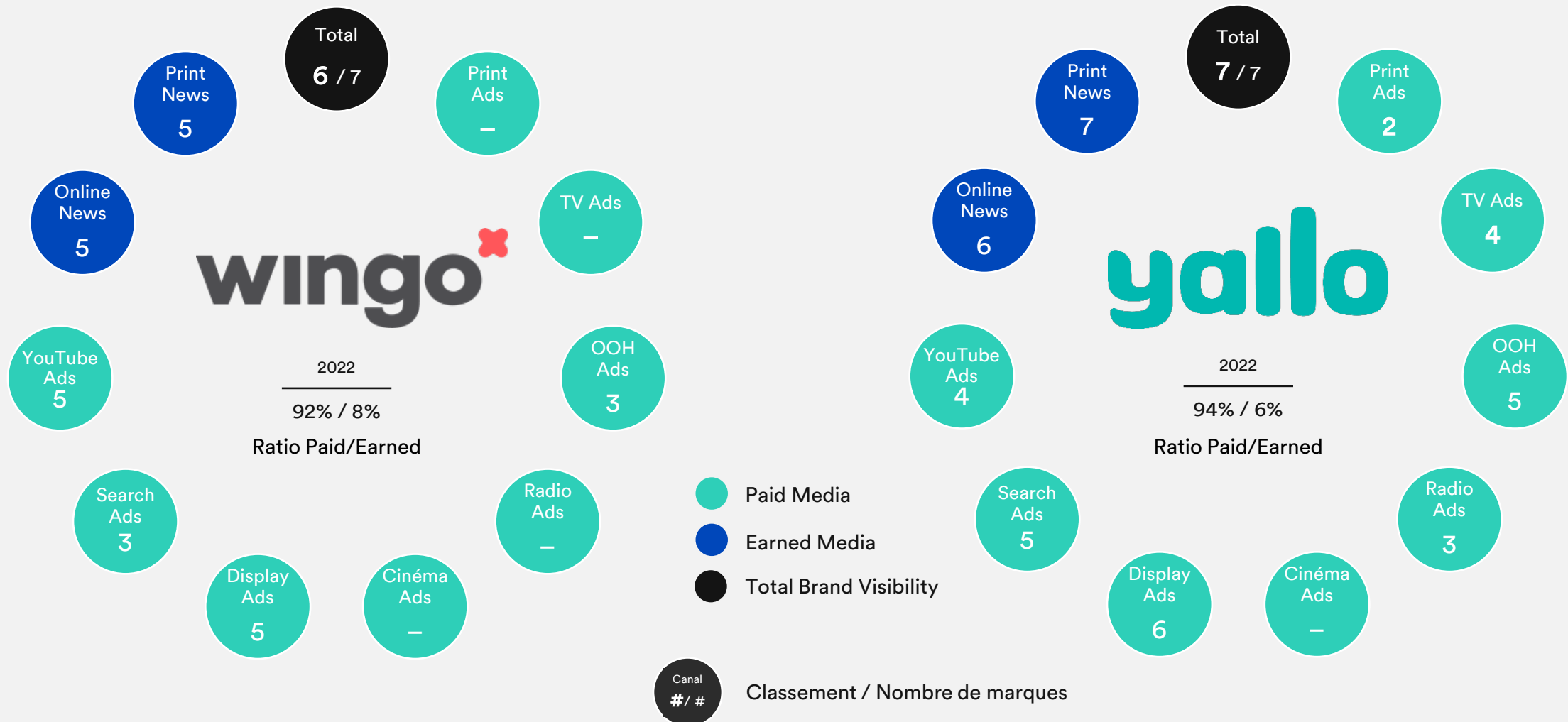
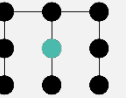
Bataille des marques

Grands distributeurs



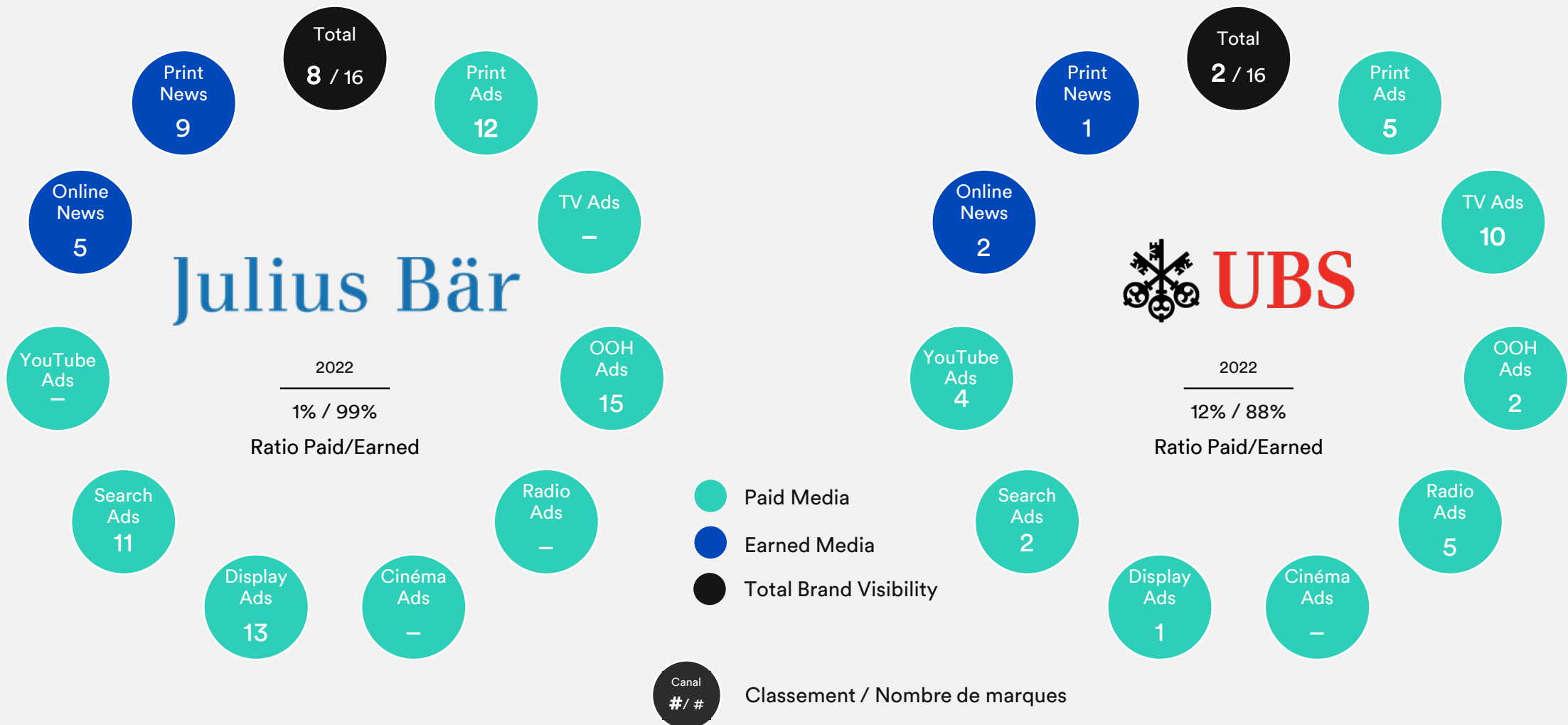
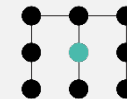
Bataille des marques

Télécommunications



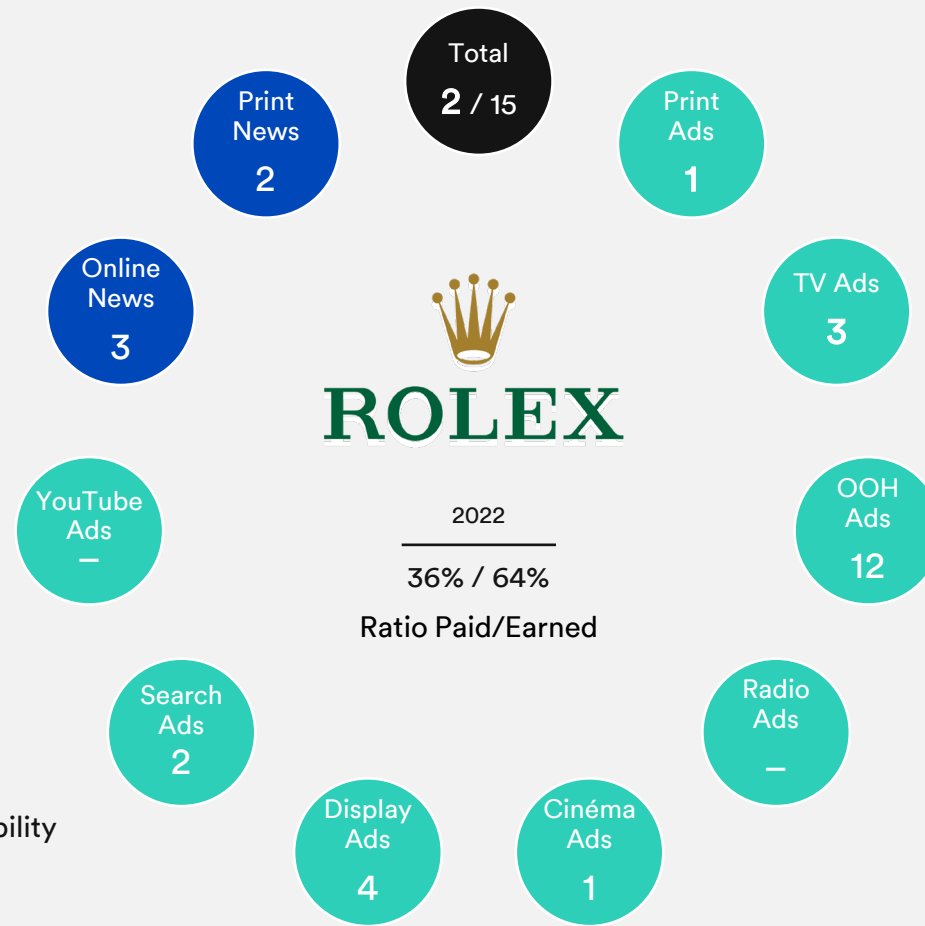
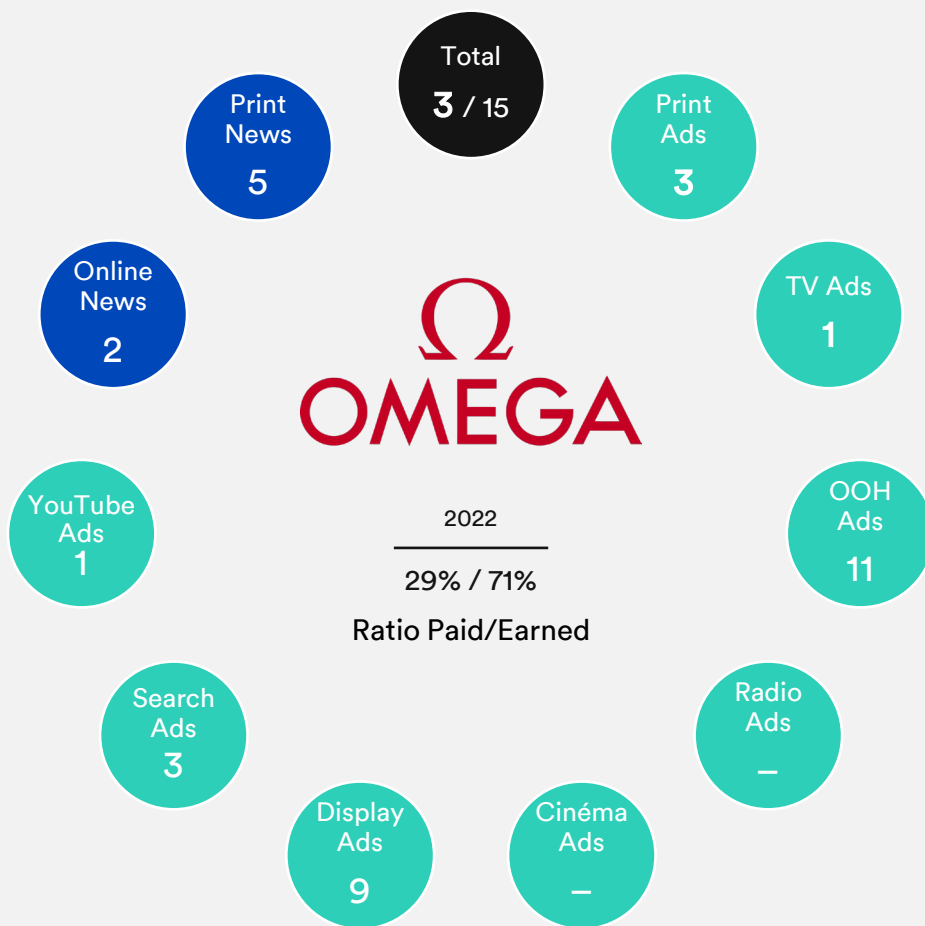
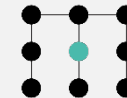
Bataille des marques

Établissements financiers



Bataille des marques

Montres et bijoux

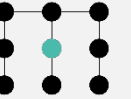


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Canal
/

Classement / Nombre de marques

Couverture média



La **présence publicitaire** est mesurée par la pression publicitaire brute. Celle-ci correspond à une contrevaletur calculée sur la base des tarifs des médias pour une annonce individuelle, et non aux véritables dépenses, coûts ou budgets. Les remises sur volume ainsi que les tarifs spéciaux ou préférentiels selon les clients ne sont pas pris en compte.

La **présence médiatique** est mesurée à l'aide de l'équivalence publicitaire. Le calcul est effectué hors ligne en fonction du prix des annonces et en ligne sur la base de la portée et du PMC, entre autres.



PRINT

Journaux, magazines, presse professionnelle et spécialisée (suppléments compris)
379 titres



OUT OF HOME

Affichage publicitaire et analogique et numérique



TV

Public comme privé
36 chaînes



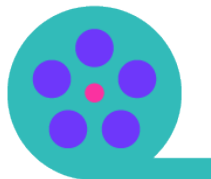
RADIO

21 chaînes privées



INTERNET

Display Crawler, publicité Search et YouTube (pre-rolls, post-rolls et mid-rolls)



CINÉMA

>500 salles de cinéma



PRINT NEWS

Journaux, magazines, presse professionnelle et spécialisée
>130 titres
(non pondéré)



ONLINE NEWS

Portails d'information
>200 titres
(non pondéré)

Les marques disposant de la pression publicitaire la plus forte sont intégrées par secteur (min. 75% de couverture de la pression publicitaire du secteur, base: top 500 des annonceurs actifs) et complétées à l'aide de recherches documentaires par des marques ne dépendant que des médias, telles que Tesla. Media Focus ne prétend néanmoins pas à l'exhaustivité.

Media Focus Schweiz GmbH
Stauffacherstrasse 28
8004 Zürich

T +41 43 322 27 50
www.mediafocus.ch