



**Comment évoluent les
campagnes publicitaires des
ONG en 2016?**

Janvier-Août 2016 vs 2015

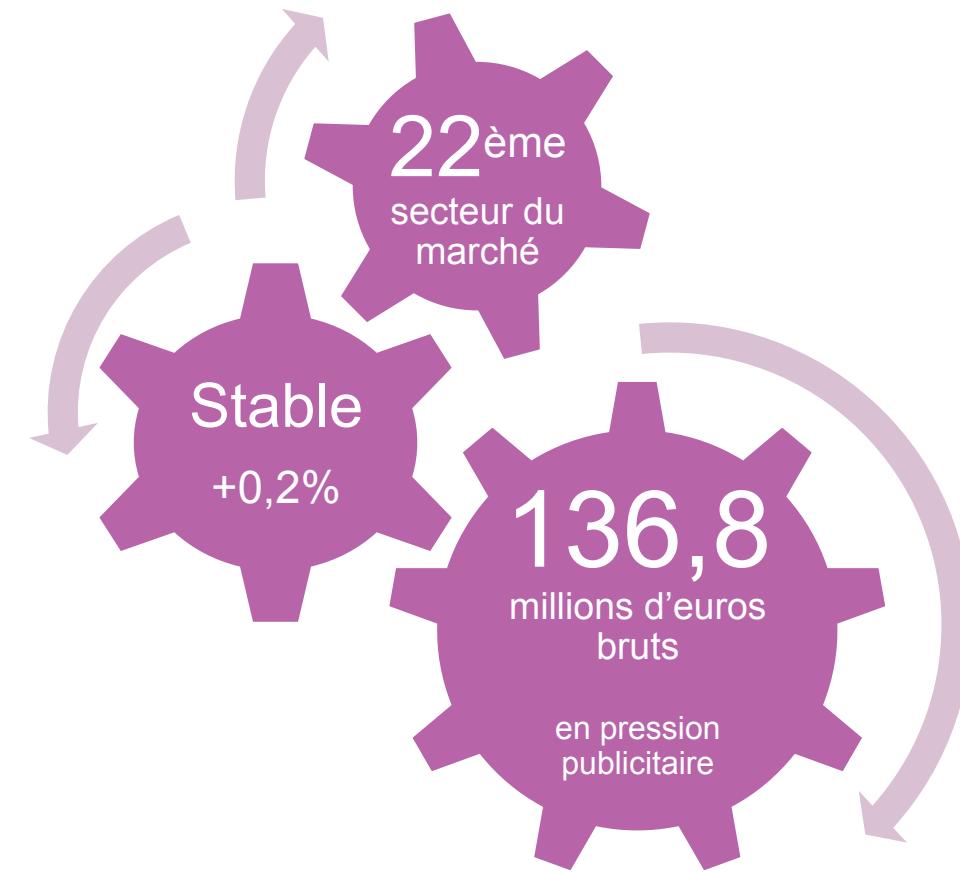


**COMMUNICATION
SANS FRONTIÈRES**



Une pression publicitaire stable pour les humanitaires en 2016

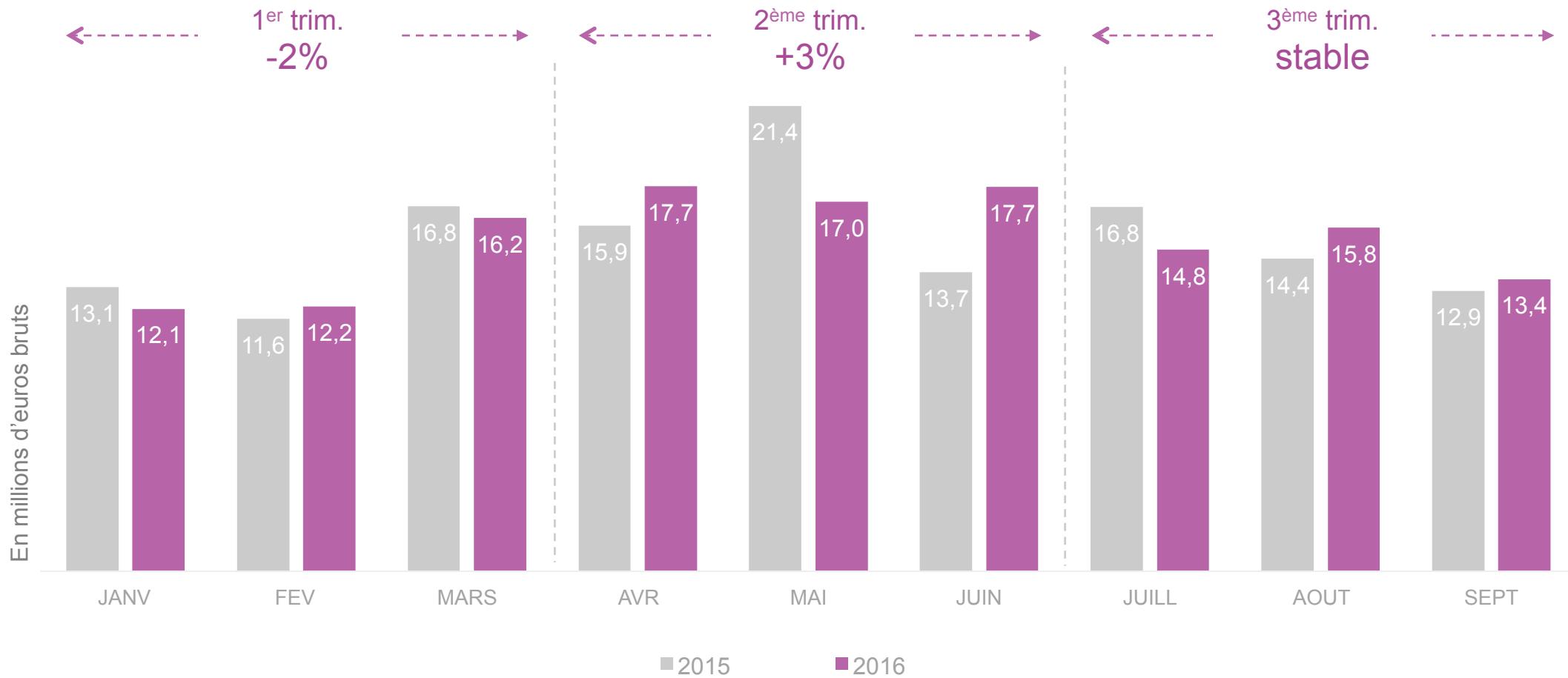
Pression publicitaire brute des organismes humanitaires
Janvier – septembre 2016 vs 2015



Une présence plus manifeste au 2^{ème} trimestre

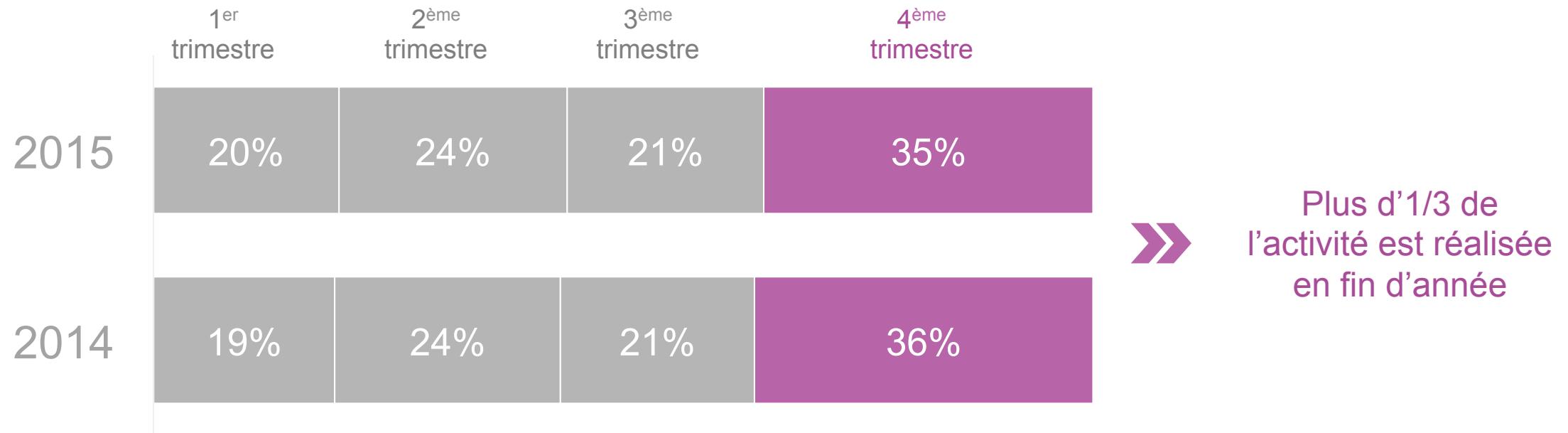
Saisonnalité mensuelle de la pression publicitaire brute des organismes humanitaires

Janvier – septembre 2016 vs 2015



La fin de l'année reste une période propice à la sensibilisation

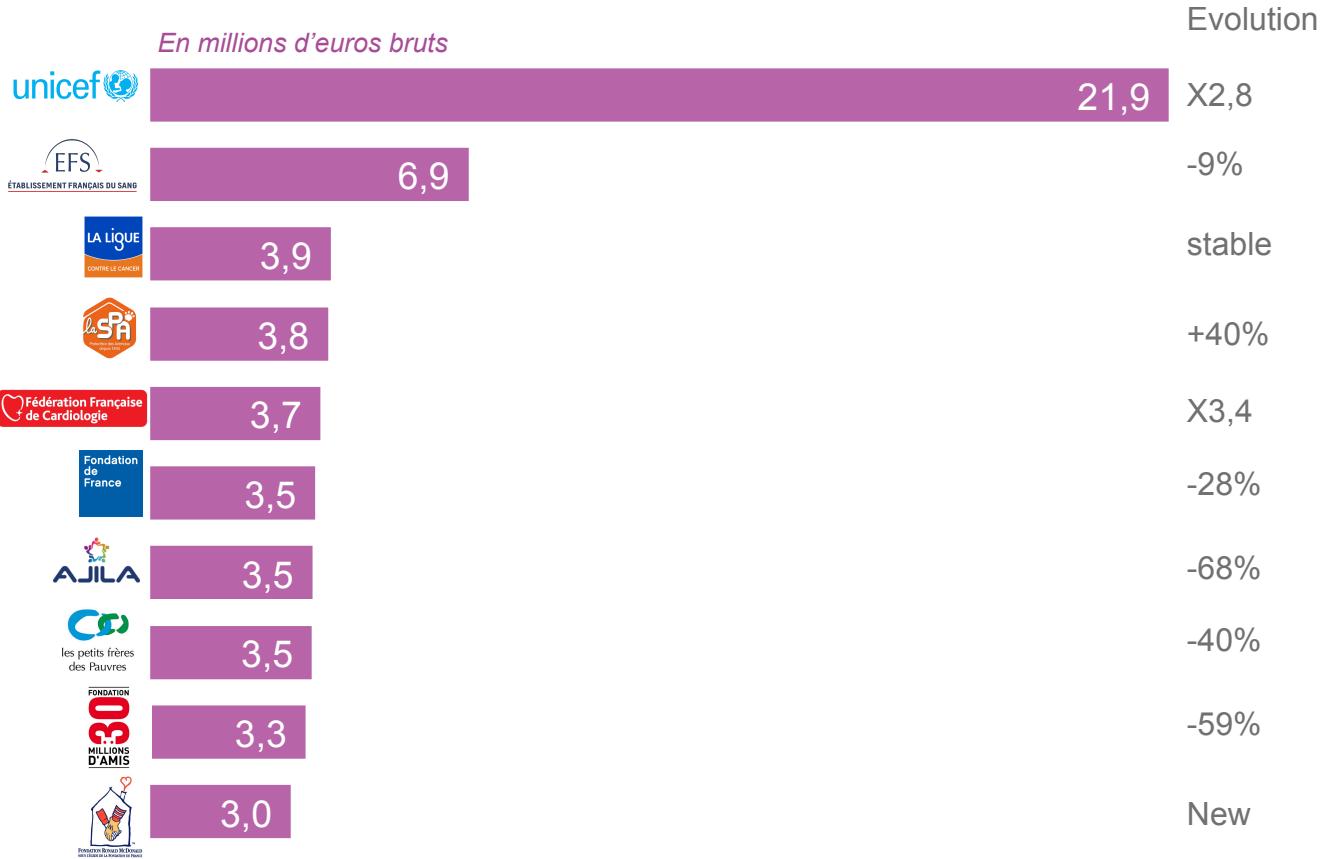
Répartition par trimestre de l'activité publicitaire des organismes humanitaires



Une pression publicitaire 3 fois plus importante pour l'Unicef

Top 10 annonceurs

Janvier – septembre 2016 vs 2015



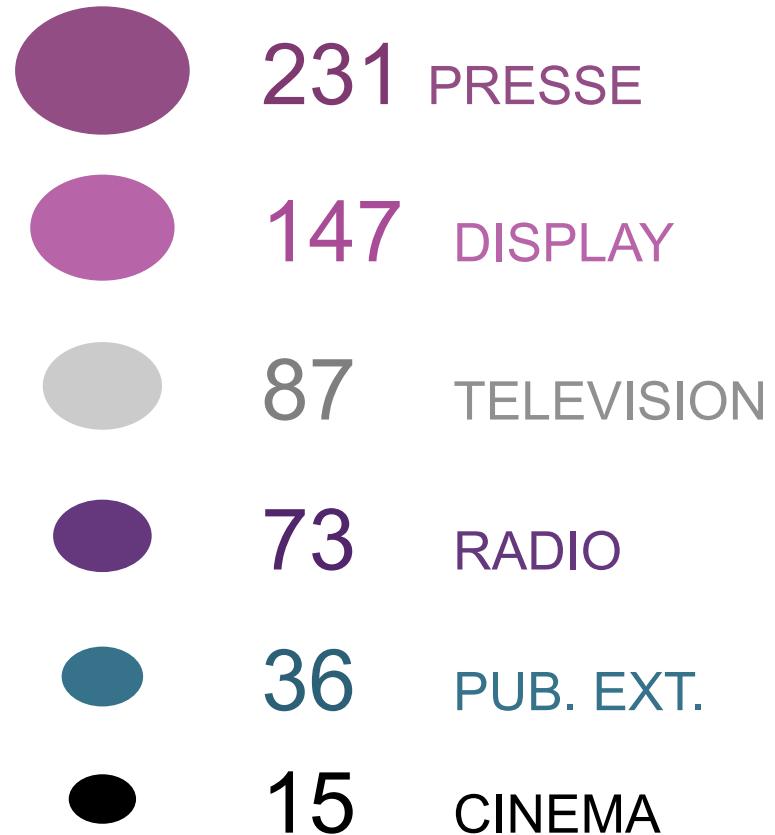
Une présence continue en télévision via des opérations de parrainage sur un programme court



Plus de 2 ONG sur 3 communiquent en presse

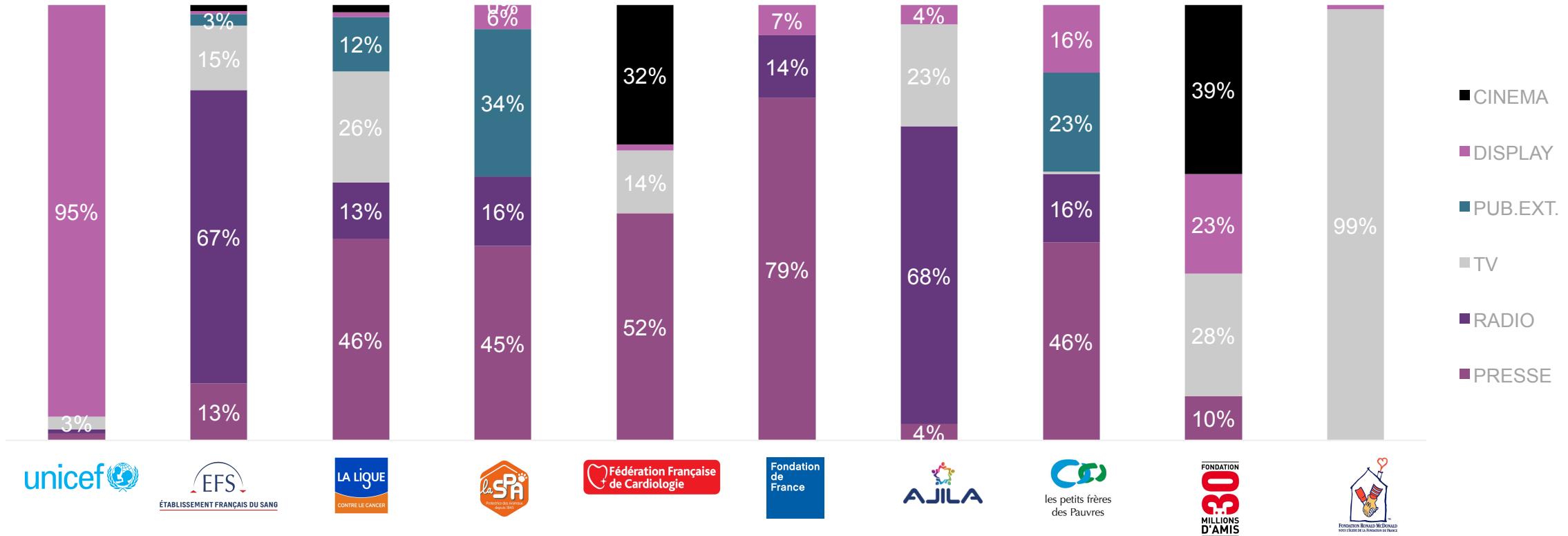
Nombre d'annonceurs par média

Janvier – septembre 2016



Une majorité de stratégies cross médias

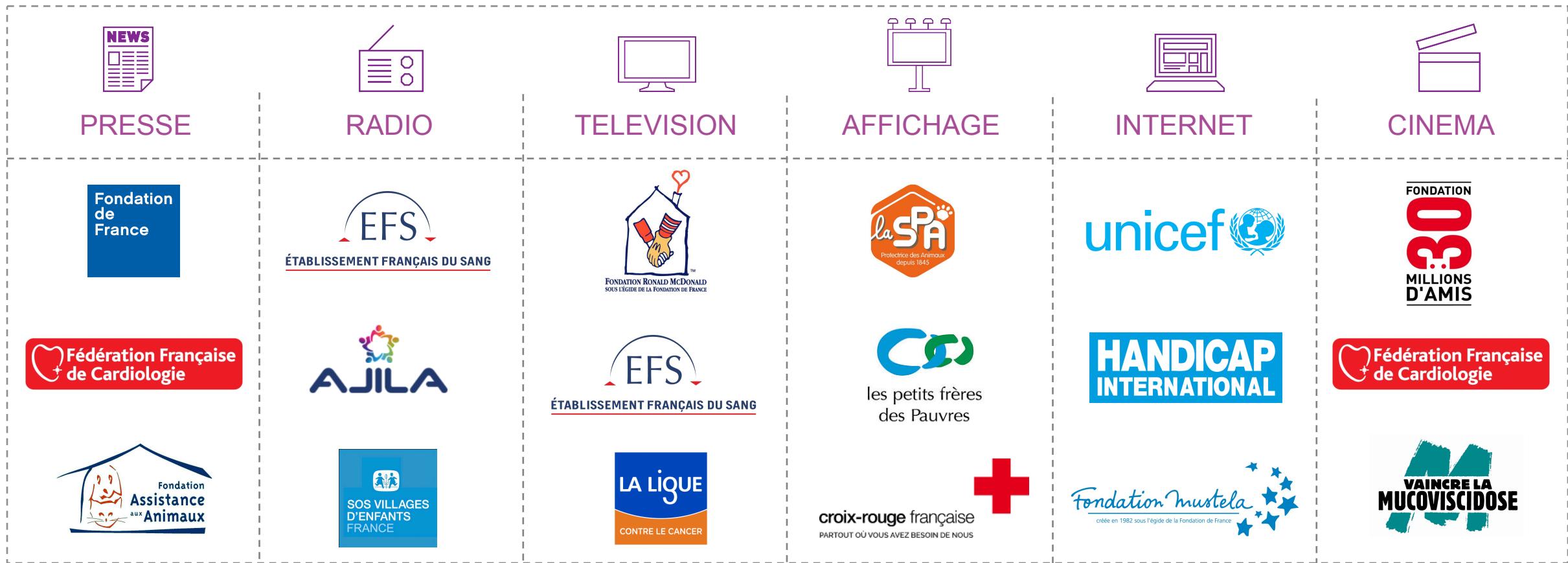
Répartition par média de la pression publicitaire brute pour les 10 premiers annonceurs
Janvier – septembre 2016



Les 3 premiers annonceurs par média

Sur la base de leur pression publicitaire brute

Janvier – septembre 2016



About Kantar Media

Kantar Media is a global leader in media intelligence, providing clients with the data they need to make informed decisions on all aspects of media measurement, monitoring and selection. Part of Kantar, the data investment management arm of WPP, Kantar Media provides the most comprehensive and accurate intelligence on media consumption, performance and value. For further information, please visit us at www.kantarmedia.com

-  @Kantar_Media
-  KantarMediaGlobal
-  company/Kantar-Media
-  @KantarMedia
-  +KantarMediaGlobal
-  KantarMediaGlobal