

# Communication sans frontières

Comment les ONG prennent-elles la parole dans les médias ?

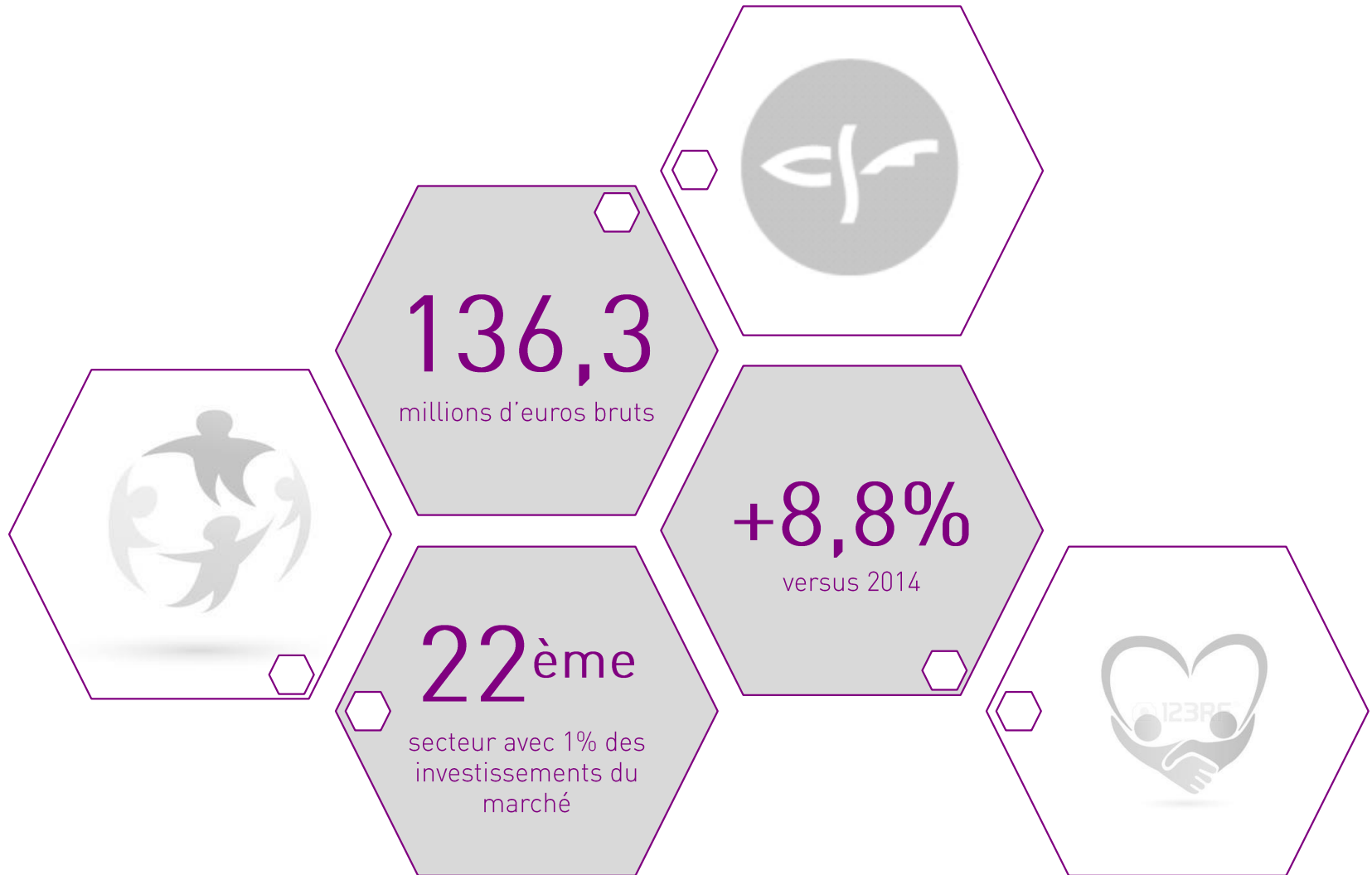
# ● Méthode

La veille publicitaire de **KANTAR MEDIA** est un outil de mesure qui a pour but de calculer la pression publicitaire en France, pour tous les médias et pour tous les produits, par secteur, par annonceur et par marque. Ces résultats sont mis à disposition des professionnels de la publicité pour suivre les évolution du marché publicitaire.

La pression publicitaire est valorisée sur la base des tarifs catalogue des régies (hors remises, dégressifs et négociations).

# Une présence plus marquée en 2015

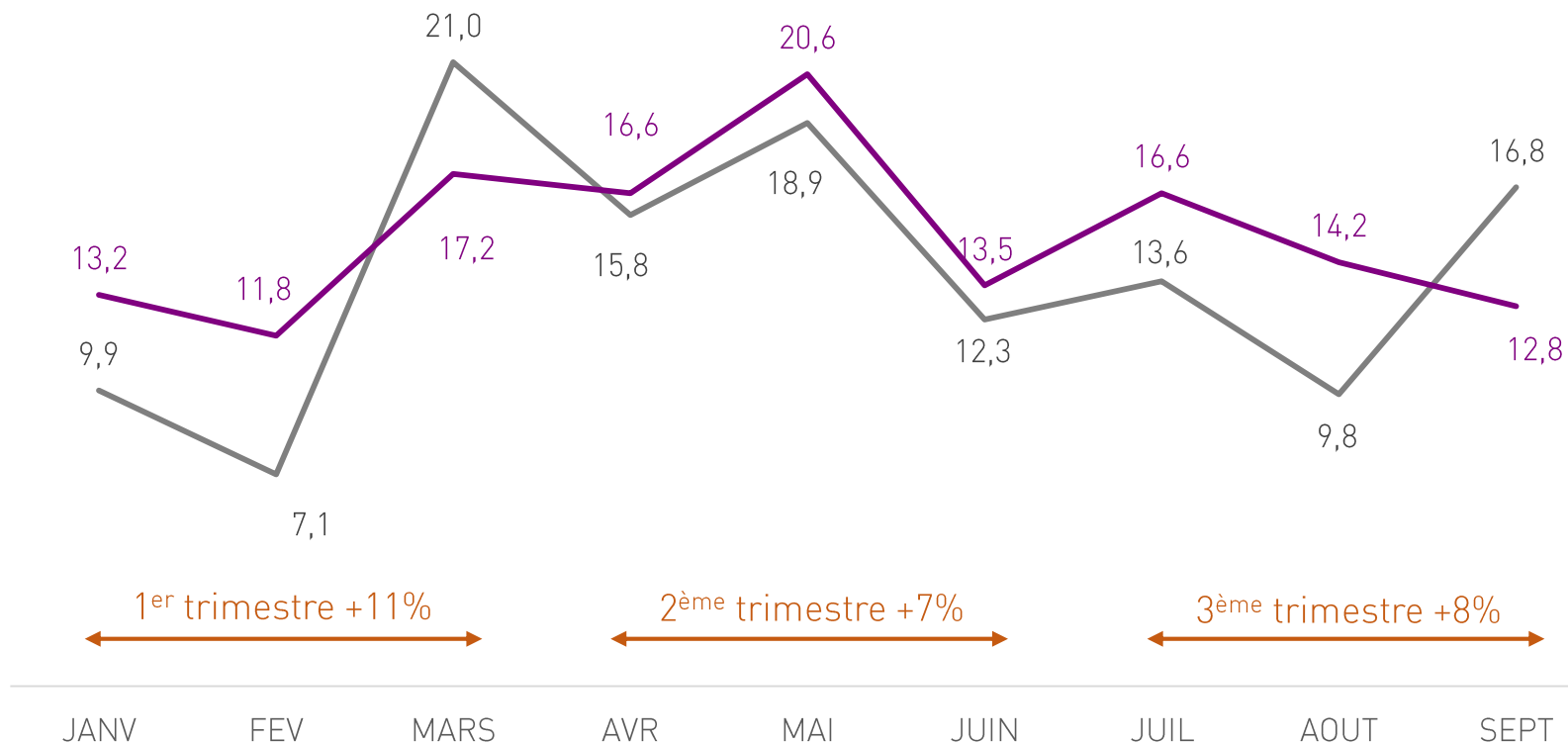
Activité publicitaire des Actions Humanitaires – janvier septembre 2015 vs 2014



# Des actions qui se renforcent dès le début de l'année

Activité publicitaire des Actions Humanitaires – janvier septembre 2015 vs 2014

2015  
2014

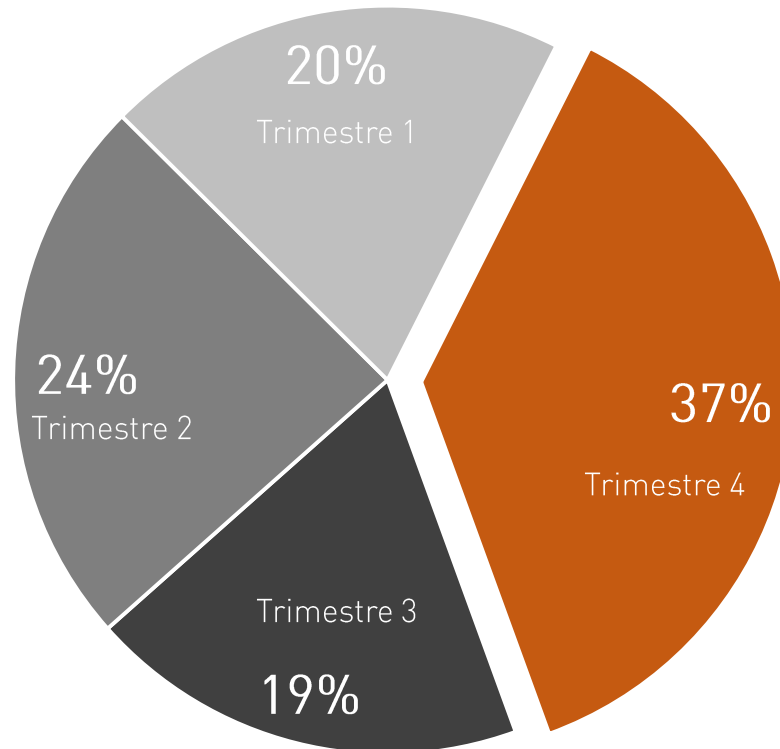


En millions d'euros bruts

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

Répartition par trimestre de l'activité publicitaire des Actions Humanitaires en 2014

2014



Le dernier trimestre a représenté plus d'1/3 de l'activité en 2014

2015

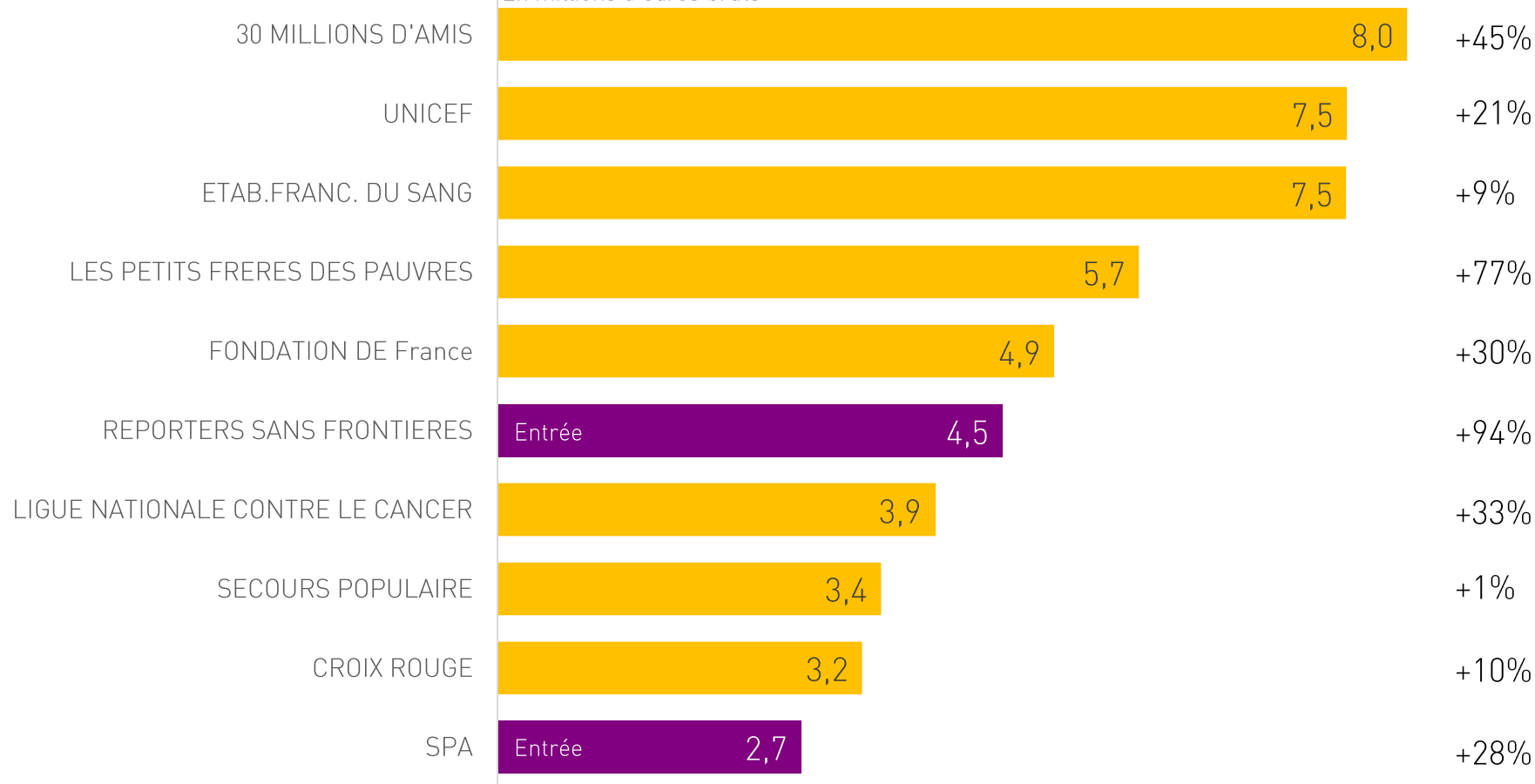


Une hausse de la pression publicitaire est prévisible en fin d'année

# Une hausse significative pour les leaders

Top 10 annonceurs – janvier septembre 2015 vs 2014

En millions d'euros bruts



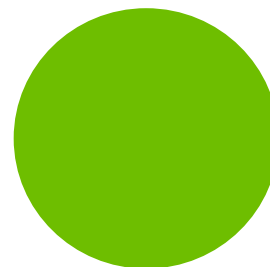
# 2 annonceurs sur 3 communiquent en presse

Nombre d'annonceurs par média - janvier septembre 2015

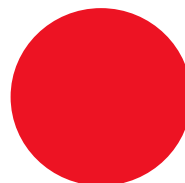
# 353

ANNONCEURS

30 intervenants  
supplémentaires



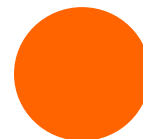
237 presse



143 display



83 Télévision



81 radio



63 pub.ext.

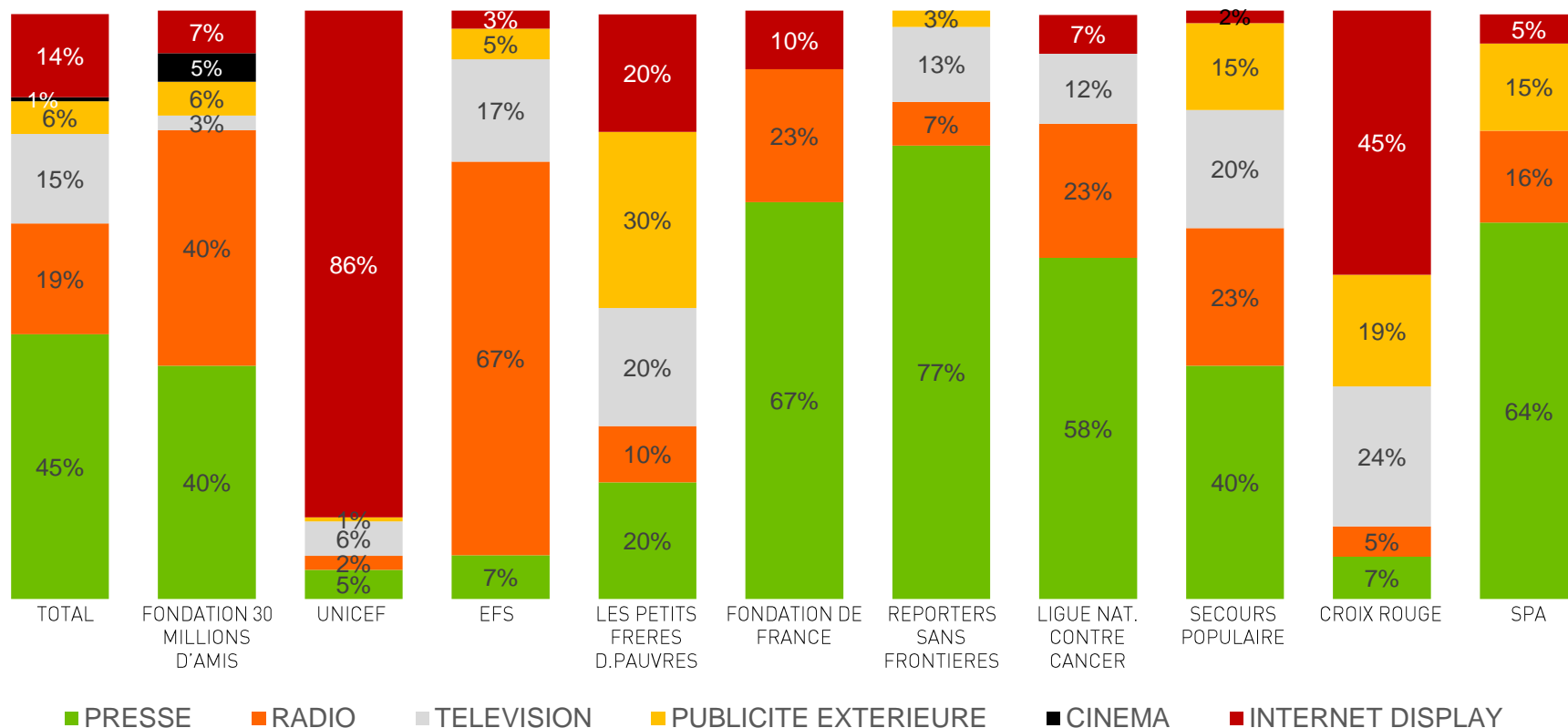


6 cinéma

# Des stratégies très plurimédias mais des dispositifs variés

Répartition par média de la pression publicitaire brute pour les 10 premiers annonceurs

Janvier septembre 2015





# Les 3 premiers annonceurs par média

Sur la base de leur pression publicitaire - janvier septembre 2015

Presse



Radio



Télévision



Pub.Ext.



Display



Cinéma



**REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES**  
POUR LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

FONDATION  
DE  
FRANCE

FONDATION  
**30**  
MILLIONS  
D'AMIS  
RECONNUE  
D'UTILITÉ PUBLIQUE

EFS  
ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG

FONDATION  
**30**  
MILLIONS  
D'AMIS  
RECONNUE  
D'UTILITÉ PUBLIQUE

FONDATION  
DE  
FRANCE

Fondation  
FDJ

EFS  
ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG

AJILA

les petits frères  
des Pauvres

croix-rouge française 

SECOURS  
POPULAIRE  
FRANÇAIS

unicef 

croix-rouge française 

les petits frères  
des Pauvres

FONDATION  
**30**  
MILLIONS  
D'AMIS  
RECONNUE  
D'UTILITÉ PUBLIQUE

Solidarité  
SIDA  
DES JEUNES CONTRE LE SIDA

S.O.S. AUTISME  
FRANCE