

## **Les investissements publicitaires en baisse**

En dépit de quelques statistiques avancées par certaines sources d'information spécialisées, il demeure difficile d'établir un état des lieux fiable du marché de la publicité en Algérie. Au moment où des spécialistes parlent d'un net recul, d'autres, en revanche, mettent en exergue une hausse perceptible. Si l'on se fie aux chiffres publiés récemment, l'on constate que le marché publicitaire algérien n'est aucunement confronté à une crise. Sa valeur avoisine les 200 millions de dollars, estime le ministère de la Communication tandis qu'une autre source le porte à 350 millions de dollars. Mieux, rien que pour le premier trimestre de l'année 2015, les dépenses publicitaires "pluri-media" s'élevaient à plus de 10 milliards de dinars, contre 7,2 milliards de dinars à la même période en 2014, soit une hausse de 42%. Le département de tutelle indique cependant que le taux de publicité de l'Agence nationale d'édition et de publicité (Anep) dans la presse écrite publique et privée a baissé à 9%. Les investissements publicitaires (IP) de l'année 2015 ont atteint, selon les résultats d'une étude, plus de 29 milliards de dinars contre plus 32 milliards de dinars en 2014, soit une baisse de 3 milliards de dinars (-10%). Le nombre des "annonceurs actifs" est également en régression, passant de 291 au 1er trimestre 2014, à 276 annonceurs à la même période de l'année 2015. Cette situation est engendrée par la crise économique qui secoue le monde, plombant les investissements des annonceurs pour leurs plans médias. La même étude fait état d'une nette augmentation du volume de diffusion pour atteindre 131 002 au 1er trimestre 2015, contre 92 999 diffusions au 1er trimestre 2014. La répartition par médias montre que la télévision est classée principal organe avec une part évaluée à 62% des IP. Elle est suivie de la presse avec 15%, la radio (11%). Le marché des médias pour l'année 2015 est dominé à 30,43% d'IP par le secteur des télécommunications avec un montant de près de 9 milliards de dinars. Il est suivi par le secteur de l'alimentation qui détient 22,19%. La télévision domine la communication média de 10 secteurs d'activité avec une part de 60% d'IP total. Elle représente 62,64% des médias de l'année 2015. Les IP ont atteint un pic de plus de 4 milliards de dinars, pendant le mois de Ramadhan qui a coïncidé avec les mois juin et juillet 2015. Le secteur de l'alimentation détient 31% d'IP de la télévision. Par annonceurs, l'analyse révèle que les télécoms dominent le marché des médias. ATM Mobilis, Optimum Télécom Algérie et Wataniya Télécom Algérie composent le trio de tête des annonceurs pour l'année 2015 en détenant respectivement 12,28%, 7,63% et 6,55% de part d'IP. Par ailleurs, les chaînes de télévision privées demeurent en position de force sur le marché avec une part de 76% d'IP TV. Echourouk TV vient en tête avec 26,83% des parts, suivie d'Ennahar (23,3%), Samira Tv (15,3%), Entv (10,25%) et A3 (10%). Par support, Echourouk accapare 17,8% pour une valeur 384 millions de dinars. Il est talonné par Liberté qui détient 12% soit un montant de 258 millions de dinars. La troisième place est revenue à Ennahar El Djadid avec 11% (249 millions de dinars). El Khabar et El Watan ont obtenu chacun 9% du marché des IP. L'étude relève, par contre, un recul de 8% des annonces publicitaires radiophoniques durant le premier trimestre de 2015, marquée par une diminution des annonceurs actifs, qui passent de 103 à 92, et une baisse du nombre de spots avec 47 153 contre 50 007. À signaler que cette croissance appréciable du marché de la publicité dans notre pays s'opère en l'absence d'une loi régulant le marché.