

Le Marché de l'affichage au Luxembourg 2004



Le Luxembourg: Un pays à part entière

- Critères socio - démographiques
- Mobilité/Déplacements

Les investissements publicitaires

- Tendances générales
- Par médias
- Par groupes économiques

L'affichage au Luxembourg

- 3 types d'affichage
- Les réseaux JCDecaux

Conclusion





LE LUXEMBOURG: UN PAYS A PART ENTIERE



Carte d'identité socio - démographique

Capitale:	Luxembourg
Langue nationale:	Luxembourgeois
Langue législative:	Français
Langue traditionnelle de la presse:	Allemand
Monnaie:	Euro
Nombre d'habitants 2002 :	444.050 (384.400 en 1991)
dont étrangers	166.720 ⇒ 38% de résidents étrangers
Emploi intérieur (moyenne annuelle):	285.990
dont frontaliers	103.112 ⇒ 36% de frontaliers
Taux de chômage 2002:	3,4%
Taux d'inflation:	+ 2,0%
PIB/habitant en 2002:	50.200,00 euros
Croissance du PIB 2002:	+1,1%

(Source : Statec.lu)

Structure socio-démographique de la population au GDL

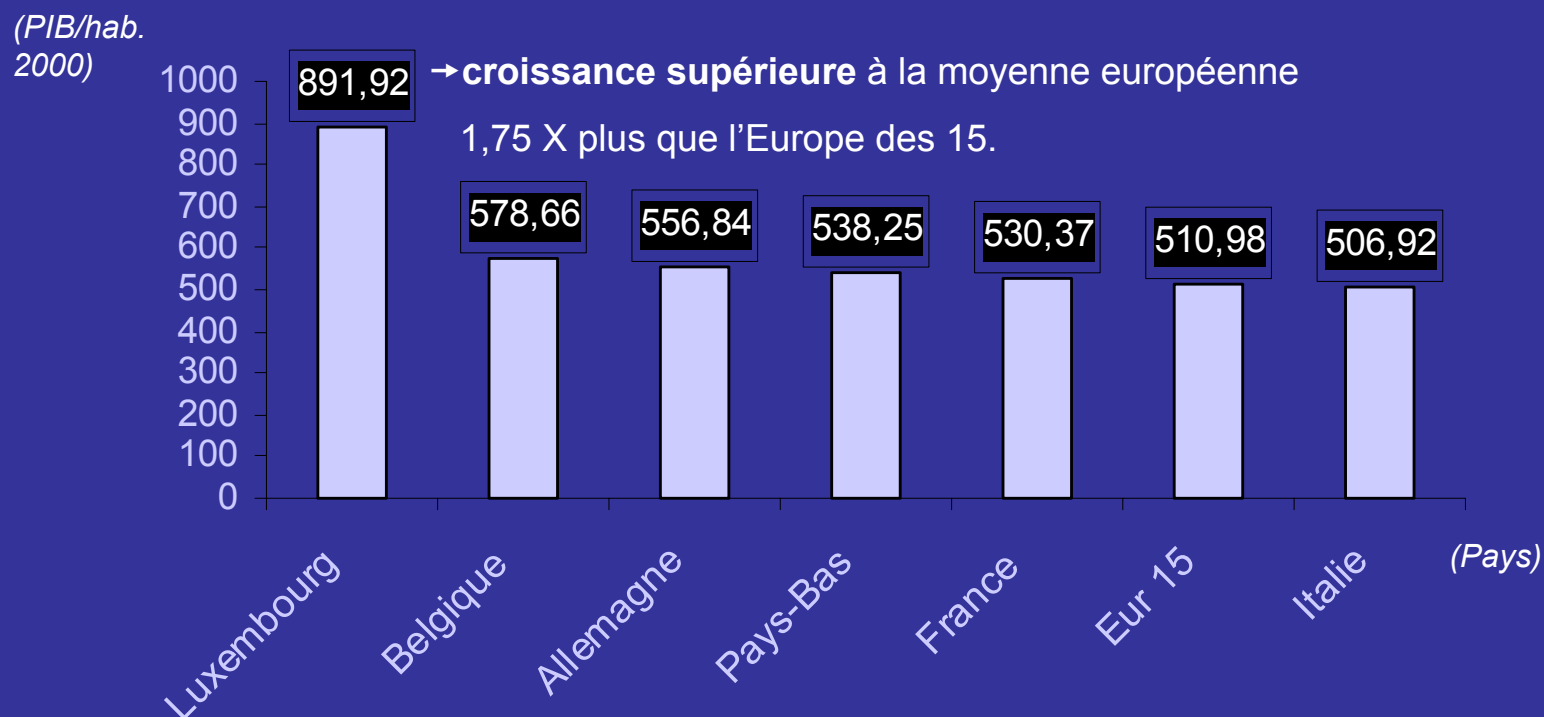
	1998	2002
Population (X 1000)	429	444
Taux de chômage (en %)	3,1	3,4
Taux d'inflation (en %)	+1,0	+2,0
Croissance du PIB (en %)	+5,7	+1,1
PIB/habitant (en euro)	39.900,00	50.200,00

→ Augmentation globale de l'inflation, due en partie à l'↑ des prix du carburant et de l'énergie.

(Source : www.statec.lu)

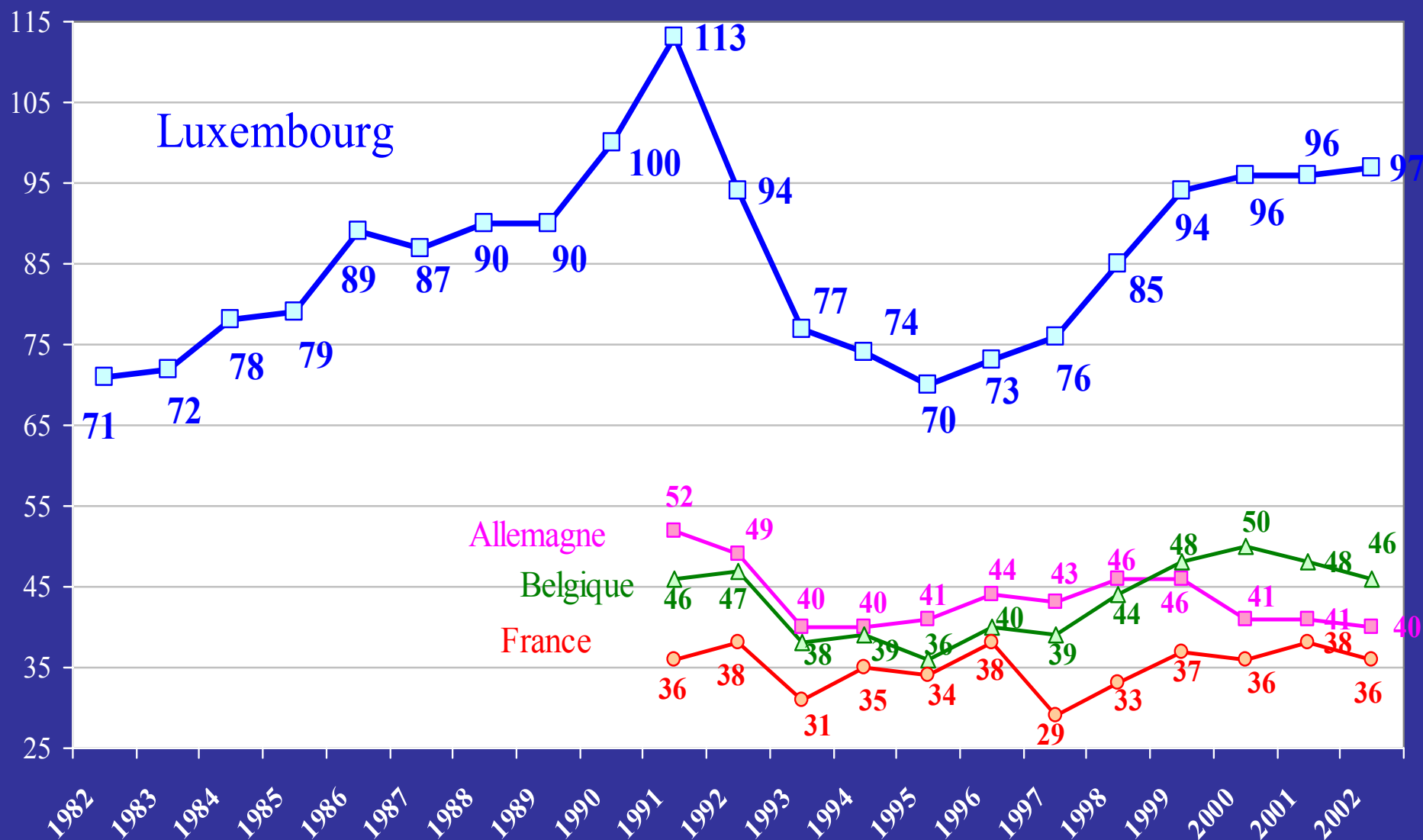
Contexte démographique

I. PIB/Habitant



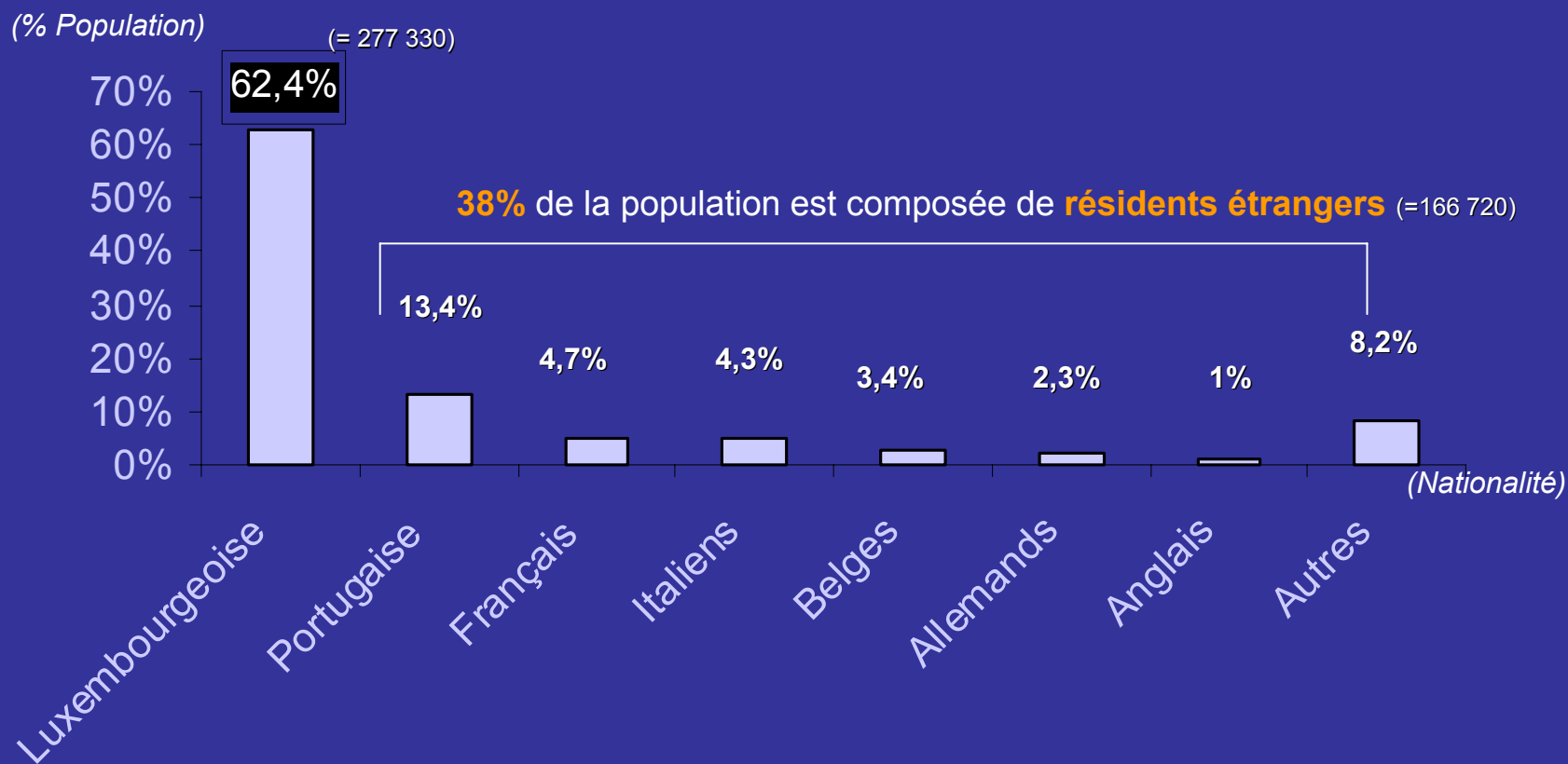
(Source : Carat Crystal 2001)

Luxembourg: Un Pays à part entière
 Exemple: **Nouvelles immatriculations par 1000 habitants**



Contexte démographique

II. La population/pays

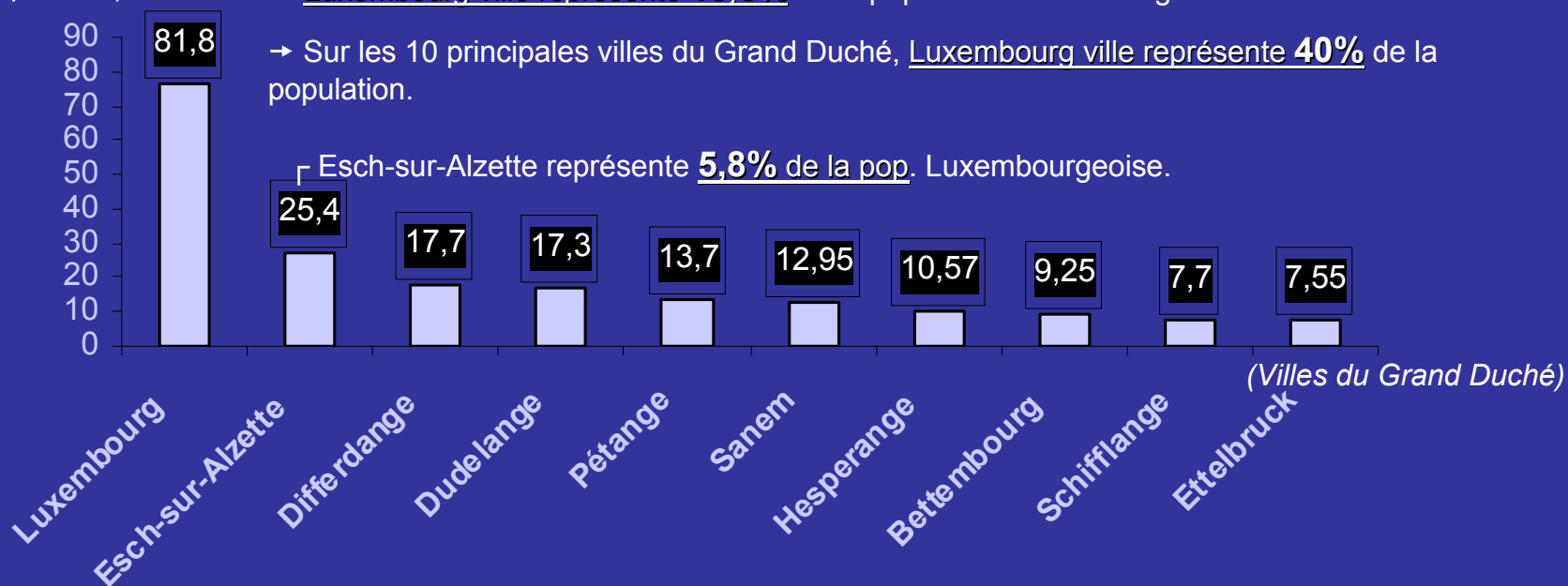


(Base : population totale)

(Source: STATEC 02)

III. La population/ville

(X 1000 Population)



→ Luxembourg ville représente **18,8%** de la population luxembourgeoise.

→ Sur les 10 principales villes du Grand Duché, Luxembourg ville représente **40%** de la population.

Esch-sur-Alzette représente **5,8%** de la pop. Luxembourgeoise.

(Base : population totale)

(Source: STATEC 01)

Luxembourg: Un Pays à part entière

Critères socio - démographiques

Commentaires

- Entre 1947 et 2002, la population a augmenté de 53%, en passant de 291.153 individus à 444.050.
- En journée (jours ouvrables) sur le pays, il y a plus de 50% d'étrangers.
- En 2002 les frontaliers ont dépensé près de 800 millions d'euros au Luxembourg, ce qui correspond à environ 1/5 de leur rémunération brute.
- La densité de population du pays est également en hausse. Elle est actuellement de 170 personnes au km².

C'est dans la capitale et ses communes voisines que l'on trouve les plus fortes concentrations d'habitants.



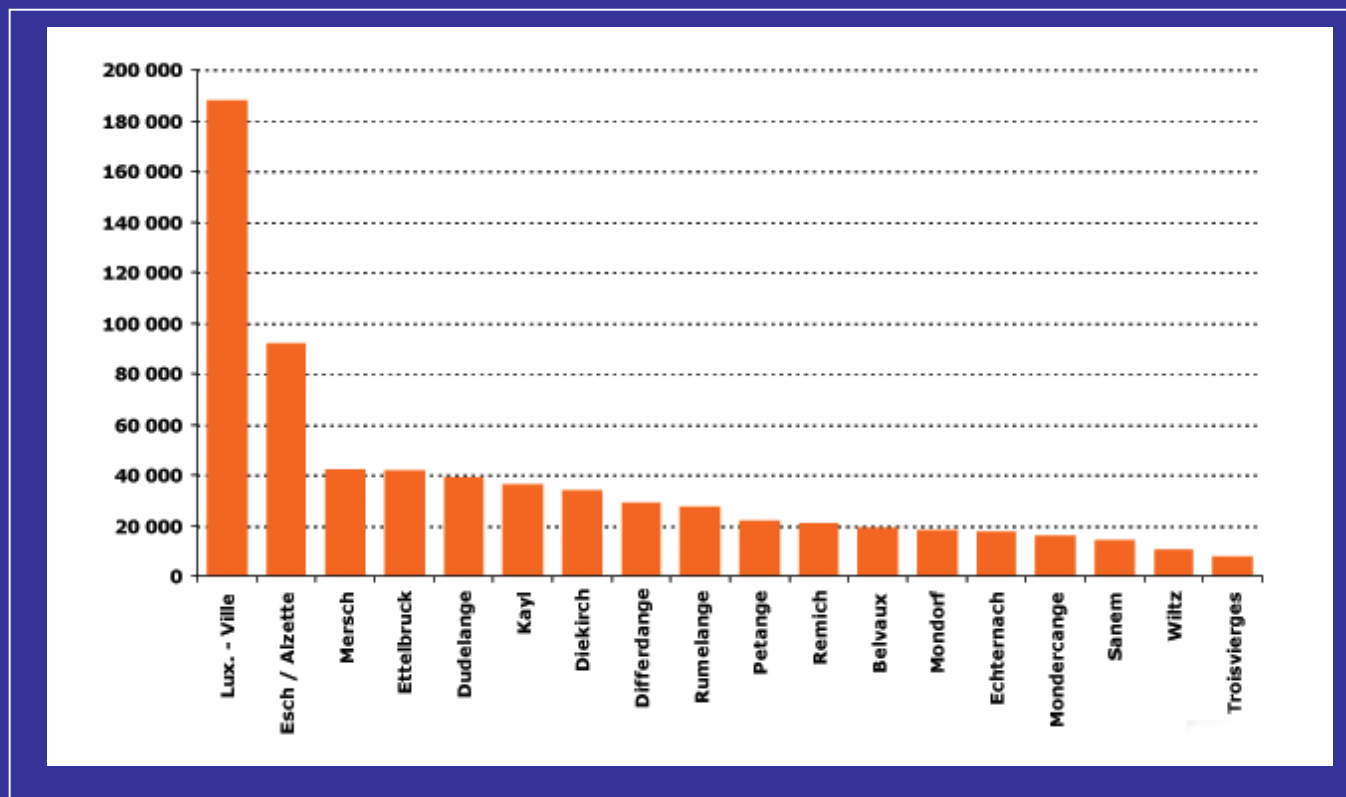
(Sources: [www. Etat.lu/2002](http://www.Etat.lu/2002)

Statnews 53/2002)

I. La mobilité

(=Nombre de personnes qui se déplacent dans et vers les différentes localités (population 15+ min. 1 fois par semaine)).

(Personnes)



(villes/communes)

Commentaires

Délocalisations

- Les déplacements transfrontaliers sont motivés en grande partie par le lieu de travail au Luxembourg, la capitale accueille à elle seule **54%** des flux entrants des 118 villes luxembourgeoises.
- 27% de la population active d'Esch-sur-Alzette travaille à Luxembourg ville. Toute la moitié Sud du Grand Duché est fortement touchée par le rayonnement de la capitale.

→ **Centralisation de la vie économique sur l'agglomération de la ville de Luxembourg!**

Importance d'être présent en affichage à Luxembourg ville!

(Source: [www. Etat.lu/2002](http://www.Etat.lu/2002))

Commentaires

Déplacements

- Les arrivées, en 2002 dans la capitale ont augmenté de 2,1% et celles du pays de 5%;
- 1,2 millions de trajets sont effectués par la population résidente dans une journée ouvrable;
- Degré élevé de motorisation de la population luxembourgeoise (614 voitures particulières et commerciales pour 1000 habitants).

→ + des déplacements; ↗ de l'O.T.S.* affichage.

(*= Opportunity To See)

(Source: www.Etat.lu/2002)

La mobilité

(Enquête Postes frontières auprès de 16.049 conducteurs / Octobre 2001.)

Déplacement hebdomadaire au Lux.	23% des déplacements transfrontaliers sont motivés, en grande partie, par le lieu de travail au Luxembourg.
	14% des déplacements se font en train et en bus
	75% des personnes se déplacent pour 5 jours
Total passagers	75% de véhicules ont 1 seul passager
Origine du déplacement	53% de personnes se déplacent vers le lieu de travail/école
Distance parcourue	8% de personnes font <10km/jour
	9% de personnes font 40km-49km/jour
Durée de déplacement	3% de personnes se déplacent -de 10min.
	16% de personnes se déplacent entre 30min. et 39min.
Total passagers dans un autobus	+ de 19% de passagers de 1995 à 2001

(Source: ILRes Media)

Commentaires

Saturation du trafic et embouteillages

- la ville de Luxembourg est de plus en plus immobilisée dans les embouteillages

→ La politique de la Ville de Luxembourg en matière de mobilité urbaine investit dans les infrastructures routières, dans de nouveaux parkings tant à la périphérie (Park&Ride) qu'au centre-ville, mais aussi dans les transports en commun.

→ + de trafic; ↗ de l'O.T.S* abribus; ↗ de la mémorisation!

(*= Opportunity To See)

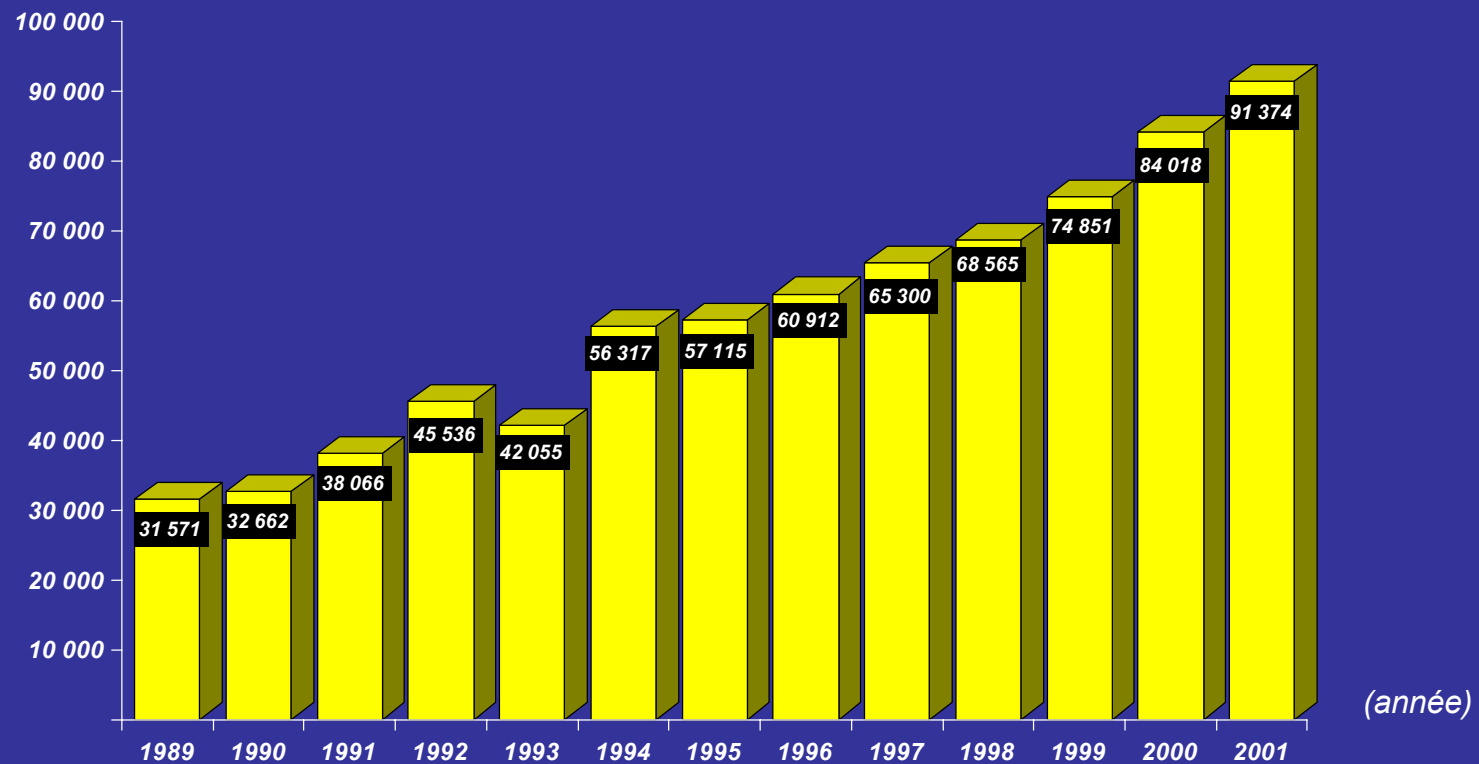


(Source: <http://www.luxembourg-city.lu/vdl/html/mobilite/index.html>)

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES



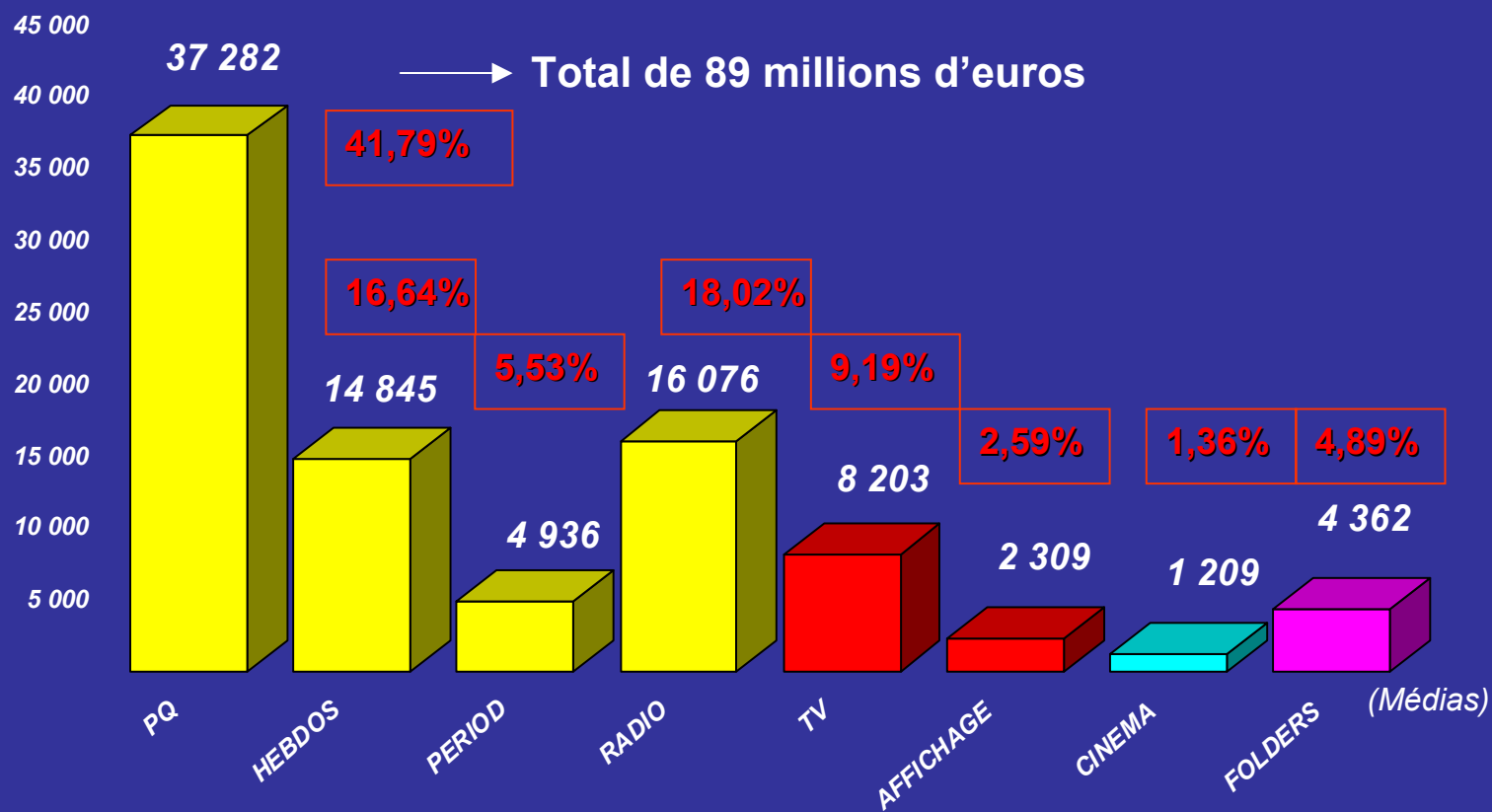
- ⇒ Les investissements publicitaires en 2001 évoluent de **+8,8%** par rapport à l'année 2000 (5 médias classiques + folders) avec un total de 91,4 Millions Euros.
- ⇒ Croissance des investissements médias de 62% depuis 1994 au GDL.
(Invest. En euro)



(Source : AAS-Mediamark 2002)

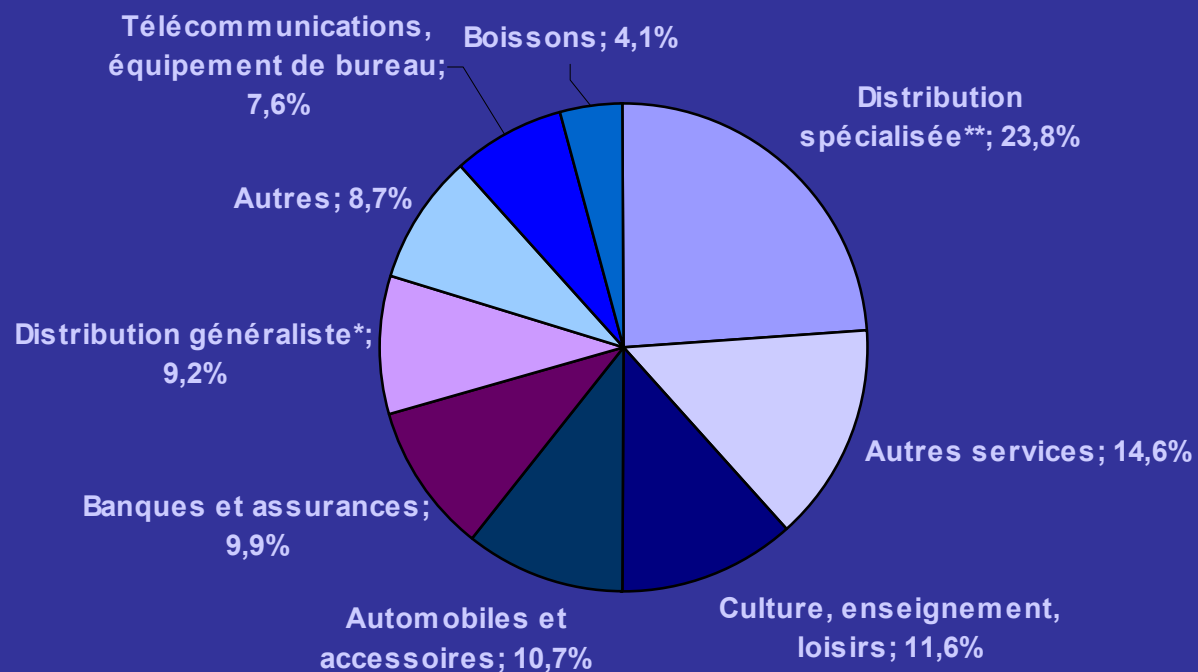
➔ Les investissements publicitaires (5 médias + folders) en 2002.

(Investi.publ./en 000 euros)



(Source: Publiinvest 2002)

Investissements publicitaires Par groupes économiques



(* Distribution généraliste : gde distribution (Cactus, Auchan,...)

(** Distribution spécialisée : enseignes distributeurs (C&A, H&M,...)

(Source: ILRes/Publinvest 2001)

Commentaires

- Le média affichage est un des seuls médias avec la radio et le cinéma à avoir connu une croissance entre 2001 et 2002: +7%.
- La part de marché affichage est de 2,59%. Ceci s'explique par une offre limitée en termes de panneaux d'affichage au Grand Duché de Luxembourg (législation...).

L'AFFICHAGE AU LUXEMBOURG



L'affichage au Luxembourg 3 types d'affichage

● Affichage statique

- Grands formats: Pas de site au-dessus de 20m² (législation)
7 panneaux sur Lux. ville

- Formats moyens: 2m² sites incluant:

- Abribus JCDecaux



- Planimètres (IPLux: hors Luxville!) + Utopolis (complexe cinématographique)



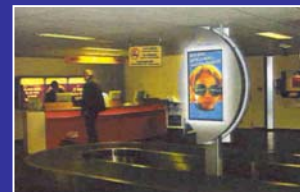
Réseau Cactus



Réseau Utopolis



- Caissons déroulants dans endroits spécifiques (City Image +Dyna-Screen)



- Petits formats: colonnes (de 1/2 à 2m²)



- Affichage mobile (flotte de camionnettes)

- Grands formats: 20m², 16m²

- Petits formats : 2m² « Publicubes »

- Showrooms & Podiums

- Divers

- Transport: bus (« cul de bus »)



VEHICULE CONCAVE 20m²

Camions publicitaires équipés de structures concaves pouvant recevoir 2 affiches 20m² éclairées



VEHICULE PRESTIGE 16m²

Camions publicitaires équipés de 2 panneaux latéraux et 1 panneau arrière



PUBLICUBE 2m²

Véhicule publicitaire équipé de 3 panneaux 2m²



Affichage JCDecaux Luxembourg



Les atouts de l'affichage Abribus JCDecaux

- Implantation au cœur des villes → trafic
 - tissu commercial très dense
- Proximité géographique → cible: relation à caractère intimiste entre la cible et le message
 - réseaux de distribution: incitation à la mobilisation des consommateurs
- Mise en valeur de la marque → protection, entretien, rétro-éclairage...
- Média d'activation → effet 'coup de poing'
- Couverture large et rapide
- Répétition et visibilité maximale → emplacements de qualité
- Complémentarité avec autres médias

(Source: Info's de Outdoor Services 2002)

• Pourquoi être présent cet été?

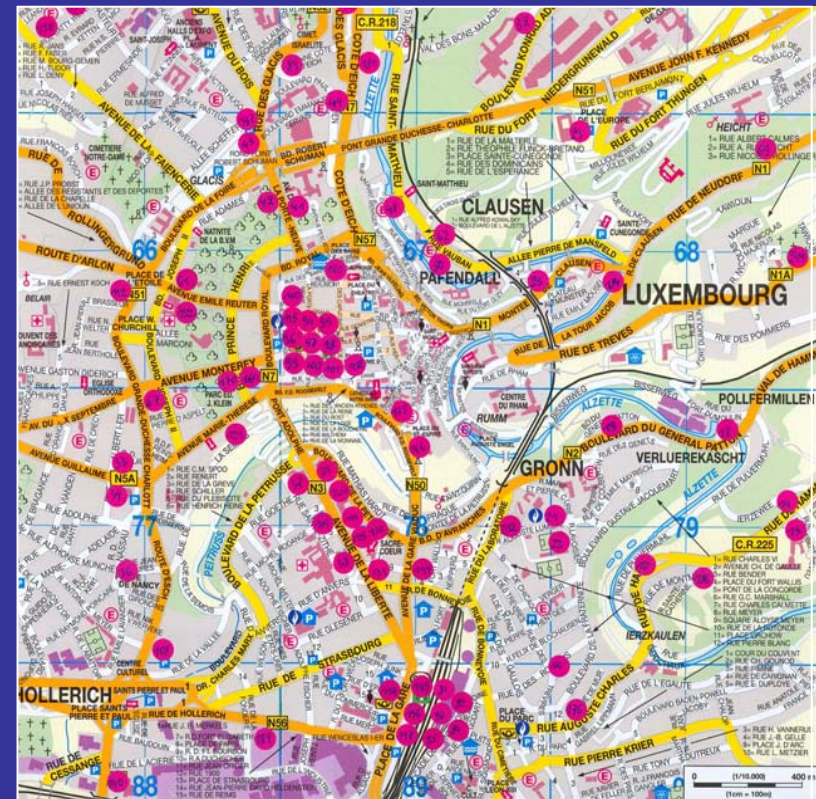
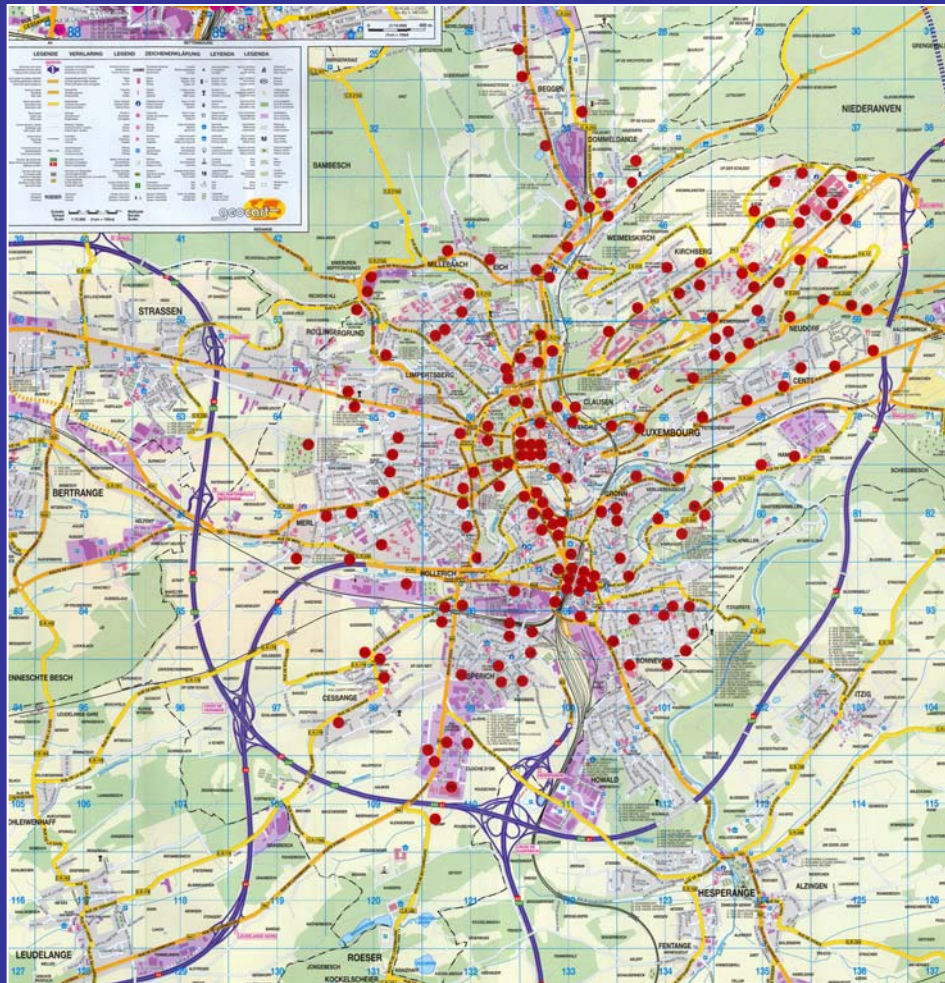
- **67,4% des luxembourgeois ne partent pas en Juillet et en Août.**
- **Augmentation de la visibilité de l'affichage suite au rallongement des jours et une propension des luxembourgeois à sortir de chez eux.**
- **Chute de l'audience TV en Juillet et en Août.**
- **Conditions tarifaires très avantageuses!**

(Source : « Les vacances des européens », Statistiques en bref, Eurostat – Communautés européennes 2002)

LE PLANNING 2004

(1)	30/12/03 - 05/01/04	(27)	29/06 - 05/07
(2)	06/01 - 12/01	(28)	06/07 - 12/07
(3)	13/01 - 19/01	(29)	13/07 - 19/07
(4)	20/01 - 26/01	(30)	20/07 - 26/07
(5)	27/01 - 02/02	(31)	27/07 - 02/08
(6)	03/02 - 09/02	(32)	03/08 - 09/08
(7)	10/02 - 16/02	(33)	10/08 - 16/08
(8)	17/02 - 23/02	(34)	17/08 - 23/08
(9)	24/02 - 01/03	(35)	24/08 - 30/08
(10)	02/03 - 08/03	(36)	31/08 - 06/09
(11)	09/03 - 15/03	(37)	07/09 - 13/09
(12)	16/03 - 22/03	(38)	14/09 - 20/09
(13)	23/03 - 29/03	(39)	21/09 - 27/09
(14)	30/03 - 05/04	(40)	28/09 - 04/10
(15)	06/04 - 12/04	(41)	05/10 - 11/10
(16)	13/04 - 19/04	(42)	12/10 - 18/10
(17)	20/04 - 26/04	(43)	19/10 - 25/10
(18)	27/04 - 03/05	(44)	26/10 - 01/11
(19)	04/05 - 10/05	(45)	02/11 - 08/11
(20)	11/05 - 17/05	(46)	09/11 - 15/11
(21)	18/05 - 24/05	(47)	16/11 - 22/11
(22)	25/05 - 31/05	(48)	23/11 - 29/11
(23)	01/06 - 07/06	(49)	30/11 - 06/12
(24)	08/06 - 14/06	(50)	07/12 - 13/12
(25)	15/06 - 21/06	(51)	14/12 - 20/12
(26)	22/06 - 28/06	(52)	21/12 - 27/12
		(53)	28/12 - 03/01/05

Implantation du mobilier JCDecaux 2004



Passage axes routiers importants

(= Etude Trafic – Postes de comptage permanents – 2 sens – 01.01.02-31.12.02).

Exemples d'axes routiers couverts par les aribus JCDecaux	Moyenne Total passages semaine (Moy = 1,5 passagers/voiture)
<i>GASPERICH</i>	
<i>Route d'Esch</i>	198.628,5
<i>Rue Friedrich-Wilhelm Raiffeisen</i>	154.570,5
<i>HOWALD</i>	
<i>Route de Thionville</i>	120.876
<i>HAMM</i>	
<i>Val de Hamm</i>	149.236,5

(Source: www.etat.lu)

CONCLUSION



Population - Mobilité

- ↗ importante de la population.
- 1/3 de la pop. au Luxembourg: résidents étrangers.
- 36% de travailleurs frontaliers.
- ↗ déplacements - trajets vers la capitale : centralisation vie économique.
- ↗ de navetteurs : croissance de 187,5% en 30 ans.
- ↗ de transports en commun en ville, park & ride...
 - + de déplacements → ↗ de l'O.T.S*. affichage.

Investissements publicitaires

- Augmentation constante des investissements publicitaires (cfr page 17).

(* = Opportunity To See)

- Mix media particulier pour atteindre une cible large compte tenu des habitudes du pays, des étrangers etc.
 - ➔ **difficultés pour atteindre l'ensemble de la population au Luxembourg, grâce à l'affichage, vous arrivez à toucher une cible large!**

JCDecaux Luxembourg

- Exclusivité de JCDecaux au niveau de l'affichage 2m² sur Luxembourg ville.
- Notre couverture et la forte répétition sur les principaux axes routiers qui mènent à Luxembourg –ville ainsi que dans le centre rendent l'affichage JCDecaux incontournable!