



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère d'État

La Ministre déléguée auprès du Premier ministre, chargée des Médias et de la Connectivité

**Réponse de Madame la Ministre déléguée auprès du Premier ministre, chargée des Médias et de la Connectivité Elisabeth MARGUE, à la question parlementaire N° 1525 du 15 novembre 2024 de l'honorable Député David WAGNER au sujet de la "Pige publicitaire".**

**Ad 1) L'Ad'Report 2023 a-t-il déjà été publié ?**

Oui, comme chaque année, l'AD'Report 2023 a été mis à disposition des commanditaires par le prestataire. Le Communiqué de presse ci-joint en annexe renseigne les résultats globaux.

**Ad 2) Y a-t-il eu un changement de la part du Ministère en ce qui concerne la commande et le calendrier de la publication ?**

Il n'y a pas eu de changement en ce qui concerne la commande et le calendrier de publication.

**Ad 3) La pige publicitaire de 2023 a-t-elle déjà été payée ?**

Oui, la pige publicitaire de 2023 a déjà été payée.

**Ad 4) Si l'Ad'Report 2023 n'a pas encore été publié, pourquoi est-ce le cas ? Et quand sera-t-il publié ?**

Voir Ad 1)

Luxembourg, le 13 décembre 2024

La Ministre déléguée auprès du Premier ministre,  
chargée des Médias et de la Connectivité

(s.) Elisabeth MARGUE



---

## Communiqué de presse

---

### **« Luxembourg Ad'Report 2023 » : Les investissements publicitaires commerciaux bruts progressent de 2,3 millions en 2023 au Grand-Duché de Luxembourg.**

Luxembourg, le 26/09/2024

Tout au long de l'année 2023, les membres d'Espace Pub et la société Nielsen ont continué leur collaboration afin de collecter, contrôler et enfin publier les résultats des investissements publicitaires.

Vous trouverez ci-après les chiffres clefs de cette année 2023.

Veillez vous rappeler que la méthodologie a évolué au cours de l'année 2021. Depuis le 01 juillet 2021, les chiffres de la Presse, de la Télévision et de la Radio ne sont plus basés sur la déclaration des régies concernées mais sur une pige réalisée par la société Nielsen Media via la digitalisation de leurs supports respectifs. Cette modification n'influence pas les résultats en termes d'investissement mais permet pour ces médias (qui représentent ensemble + de 70% de l'activité publicitaire)

- de disposer des données beaucoup plus tôt (en J+10 au mieux de J+50 avant cette évolution).
- de disposer des créatifs de toutes les campagnes.
- de disposer d'une classification (annonceur, marque, produit) plus précise.
- d'aligner les standards de qualité de la pige luxembourgeoise sur ceux de ses pays voisins (Belgique, France, Pays-Bas, Allemagne)

Une pige digitalisée de l'univers Internet a également été initiée au même moment. Dans ce cas, cette pige ne remplace pas la pige déclarative Internet (qui reste à la base des chiffres de ce média) mais la complète en proposant dans des délais très courts des informations sur l'activation des campagnes et sur leurs créatifs.

L'ensemble des chiffres publiés est toujours validé par une commission technique composée des membres d'Espace Pub, de Nielsen Media et d'un représentant de l'état. Ils sont disponibles de manière plus détaillée via une interface web appelée Adintel moyennant des droits d'accès limités. Si vous souhaitez en savoir plus sur les résultats 2023 et / ou sur les nouvelles opportunités offertes par la récente évolution de l'étude, n'hésitez pas à contacter **Monsieur Mathieu Legrand** (Nielsen Media) par e-mail [mathieu.legrand@nielsen.com](mailto:mathieu.legrand@nielsen.com) ou par téléphone **+32 496 60 57 45**

L'année 2023 a été marquée par une évolution dans le paysage média luxembourgeois. En raison de la nouvelle réglementation relative à la distribution des folders, des annonceurs importants ont reporté leurs investissements de ce canal de diffusion vers celui de la presse quotidienne. Des réflexions ont dû être menées entre Nielsen et les acteurs concernés pour tenir compte au mieux de cette nouvelle situation dans la façon de calculer les chiffres d'investissements. Cette situation particulière explique la publication exceptionnellement tardive des chiffres cette année.

D'un point de vue résultats, les investissements publicitaires commerciaux bruts au Grand-Duché de Luxembourg se sont élevés **au cours de l'année 2023 à 132,3 millions d'euros**, ce qui constitue, à périmètre constant, une **hausse de 1,80%** ou 2,3 millions d'euros par rapport à l'année 2022 (130,0 millions).

Evolution trimestrielle des investissements bruts au Grand-Duché (pige commerciale - en millions d'€)

	2023	2022	Δ 2023-2022
Trimestre 1	33,018	30,296	8,98%
Trimestre 2	33,380	31,617	5,58%
Trimestre 3	30,092	29,253	2,87%
Trimestre 4	35,822	38,808	-7,69%
<b>Année</b>	<b>132,313</b>	<b>129,973</b>	<b>1,80%</b>

Par **type de média**, l'étude réalisée par Nielsen Media pour le compte de la fédération des régies médias Espace Pub a abouti aux résultats suivants (pige commerciale – en millions d'€) :

Média	Année 2023	% du total	Année 2022	% du total	Δ 2023-2022 (en %)
Quotidien	48,617	36,74%	45,629	35,11%	6,55%
Radio	25,231	19,07%	24,709	19,01%	2,11%
Affichage	20,058	15,16%	17,857	13,74%	12,32%
Internet	16,691	12,61%	16,230	12,49%	2,84%
TV	11,402	8,62%	12,569	9,67%	-9,28%
Périodique	5,151	3,89%	5,228	4,02%	-1,48%
Hebdomadaire	2,840	2,15%	4,910	3,78%	-42,15%
Cinéma	2,322	1,75%	2,841	2,19%	-18,26%
<b>Grand Total</b>	<b>132,313</b>		<b>129,973</b>		<b>1,80%</b>

Par **groupe économique**, l'étude réalisée par Nielsen Media pour le compte de la fédération des régies médias Espace Pub a abouti aux résultats suivants (pige commerciale - en millions d'€) :

Groupe économique	Année 2023	% du total	Année 2022	% du total	Δ 2023-2022 (en %)
Services non bancaires ou financiers	25,560	19,32%	25,696	19,77%	-0,53%
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	23,193	17,53%	24,982	19,22%	-7,16%
Distribution	20,402	15,42%	17,088	13,15%	19,39%
Transports	16,496	12,47%	13,908	10,70%	18,60%
Equipeement Maison, Jardin, Bureau	13,937	10,53%	13,794	10,61%	1,03%
Services Bancaires et Financiers	10,433	7,89%	12,915	9,94%	-,19,22%
Télécommunications	7,590	5,74%	6,785	5,22%	11,87%
Habillement et Accessoires	4,558	3,45%	5,245	4,04%	-13,10%
Boissons	4,152	3,14%	3,891	2,99%	6,71%
Energie et Combustibles	2,679	2,02%	2,868	2,21%	-6,59%
Alimentation	1,594	1,20%	1,438	1,11%	10,89%
Beauté, Hygiène, Santé	827	0,62%	841	0,65%	-1,73%
Agriculture et Industrie	736	0,56%	336	0,26%	118,95%
Divers	155	0,12%	185	0,14%	-16,11%
<b>Grand Total</b>	<b>132,313</b>		<b>129,973</b>		<b>1,80%</b>

Top 20 des investisseurs en 2023

Classement 2023	Annonces	Classement 2022
1	CACTUS	(2)
2	POST LUXEMBOURG	(1)
3	SPUERKEESS	(3)
4	BMW	(7)
5	TANGO SERVICE	(5)
6	COCA-COLA	(4)
7	BANQUE INTERNATIONALE A LUXEMBOURG	(8)
8	ALDI	(10)
9	ENOVOS	(6)
10	ORANGE	(14)
11	RENAULT	(9)
12	MOBEL ALVISSE	(16)
13	ING LUXEMBOURG	(18)
14	CAISSE MEDICO-CHIRURGICALE MUTUALISTE	(11)
15	LIDL	(13)
16	DELHAIZE	(20)
17	MUNHOWEN	(35)
18	POLESTAR	(30)
19	BGL BNP PARIBAS	(29)
20	GROUPE LOSCH	(40)

La liste des titres repris dans l'étude actuelle est la suivante :

HEBDOMADAIRES (DIG)	QUOTIDIENS (DIG)	CINEMA (DEC)	
Contacto	Luxemburger Wort	RESEAU NATIONAL	
Revue	L'essentiel		
Télécran	Quotidien (Le)		
Télérevue	Tageblatt		
Vlan Lux Post			
Woxx	<b>INTERNET (DEC)</b>		
	Delano.lu		
	Eldorado.lu		
<b>PERIODIQUES (DIG)</b>	Lessentiel.lu		
Auto-Moto	Paperjam.lu		
AutoRevue	Rtl.lu		
City Magazine	Lequotidien.lu		
Delano	Tageblatt.lu		
Handwierk (D')	Wort.lu		<b>AFFICHAGE (DEC)</b>
Luxembourg Times			Affichage JCDecaux
Merkur	<b>RADIOS (DIG)</b>	Tramedia	
PaperJam	Eldorado	Publilux	
Paperjam+Delano Inflight	L'essentiel Radio		
	Radio Latina		
<b>TELEVISION (DIG)</b>	RTL Radio Lëtzebuerg		
RTL Télé Lëtzebuerg			

#### Au sujet d'Espace Pub ASBL

Espace Pub est une association professionnelle jouant le rôle de fédération des régies médias de droit luxembourgeois. L'association est composée actuellement des sociétés Edita, Editpress, IP Luxembourg, JC Decaux, Maison Moderne, Publilux et Regie.lu. Les membres d'Espace Pub représentent plus de 90 % des investissements publicitaires bruts réalisés sur le marché luxembourgeois (hors réseaux sociaux).

#### Au sujet de Nielsen

Nielsen étudie les médias et les contenus du monde entier en tant que leader mondial de la mesure d'audience, des données et des analyses. Grâce à notre compréhension des personnes et de leurs comportements sur tous les canaux et toutes les plateformes, nous donnons à nos clients des informations indépendantes et exploitables afin qu'ils puissent se connecter et s'engager auprès de leurs publics, aujourd'hui et dans le futur. En tant que société du S&P 500, Nielsen (NYSE : NLSN) est présente dans plus de 55 pays. Pour en savoir plus, consultez le site [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com) ou communiquez avec nous sur les médias sociaux.