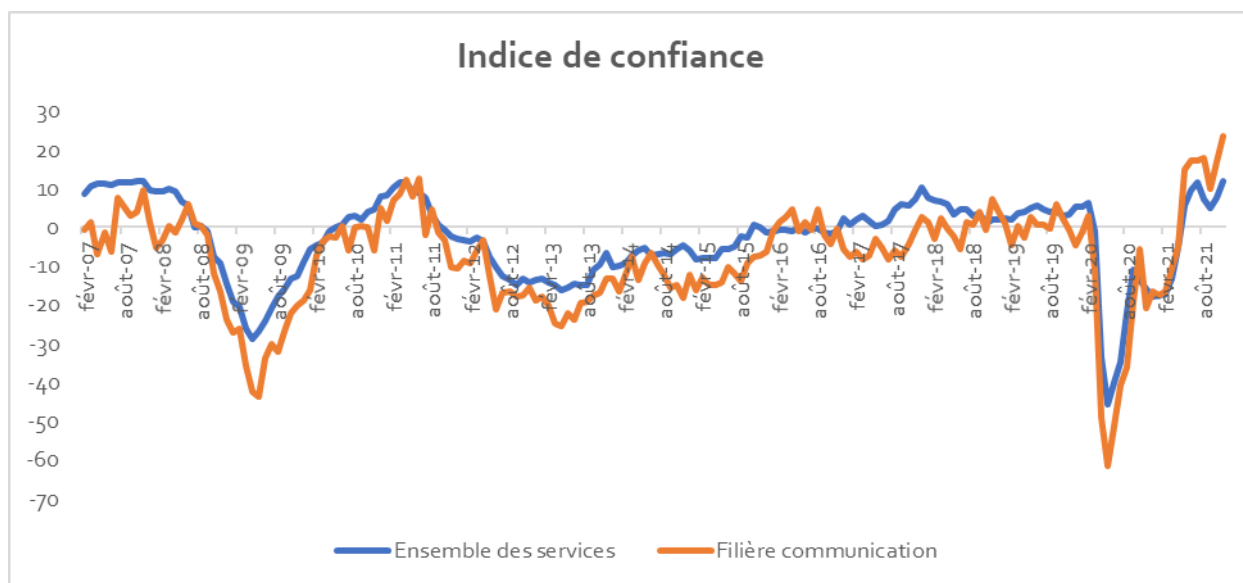


Tableau de bord Novembre 2021 Observatoire de la Filière Communication

1. Conjoncture

L'indice de confiance des entreprises de la filière progresse de 7 points en novembre 2021 par rapport à octobre. Il faut remonter à la fin des années 80 pour trouver des valeurs plus élevées. Sa progression sur un an est supérieure à celle de l'indice de l'ensemble des services (+44 contre +28)

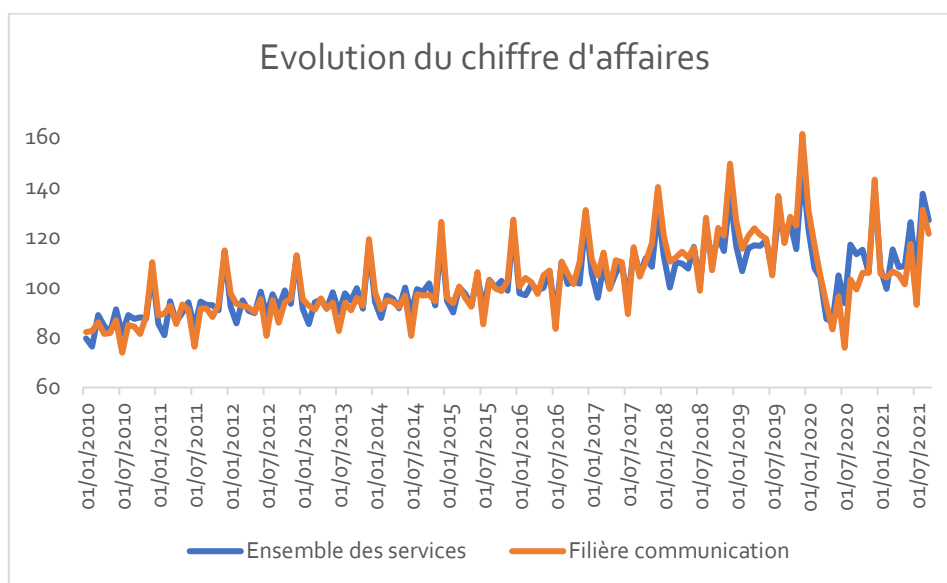


	Services	Filière communication
	Indice de confiance	
nov-20	-15,9	-21
déc-20	-17,8	-17
janv-21	-17,7	-18
févr-21	-17,2	-17
mars-21	-13,4	-11
avr-21	-5,1	-5
mai-21	5,7	15
juin-21	9,7	17
juil-21	11,5	17
août-21	7,4	18
sept-21	4,9	10
oct-21	7,7	17
nov-21	11,9	24

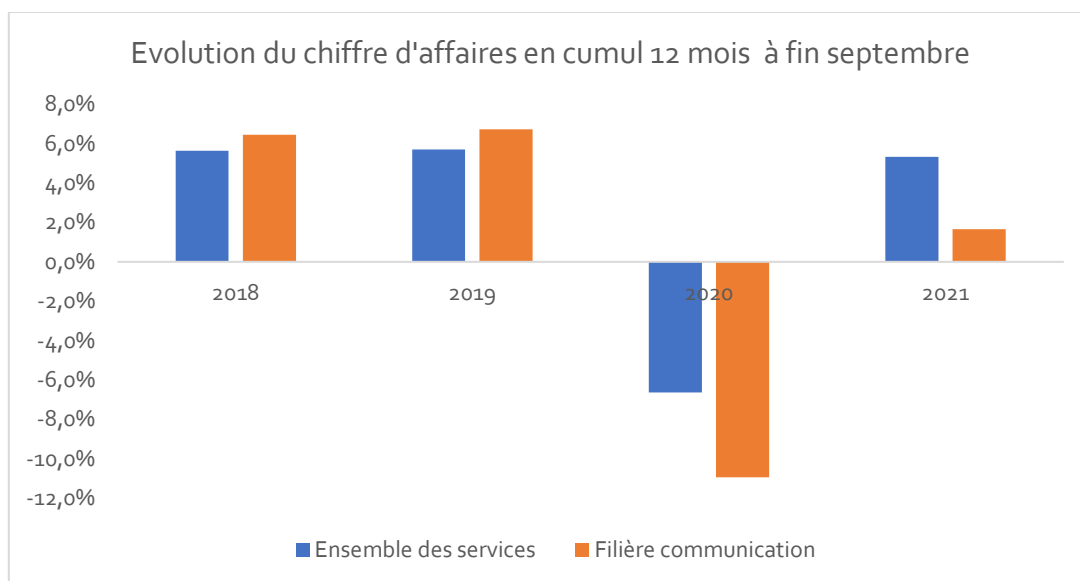
Les perspectives d'activité sur les trois prochains mois progressent légèrement, à un niveau historiquement élevé. Les perspectives sur l'évolution des prix sont en forte hausse. Celles sur l'évolution des effectifs à court terme s'améliorent.

2. Activité

Le chiffre d'affaires des entreprises de la filière est en hausse de +22,4% en septembre 2021 par rapport à septembre 2020. Pour l'ensemble des services, la hausse s'établit à +12,0%. Par rapport à septembre 2019, ces chiffres sont de +3,1% et +5,2%. C'est le premier mois de 2021 à être supérieur au mois correspondant de 2019.



En cumulé à fin septembre sur 12 mois, la hausse du chiffre d'affaires est de +1,7%, à comparer avec +5,3% pour l'ensemble des services.



	Ensemble des services	Filière communication
	Variation cumul 12 mois fin septembre	
2018	5,7%	6,5%
2019	5,7%	6,7%
2020	-6,6%	-10,9%
2021	5,3%	1,7%

3. Evolution des prix

Sur un an, à fin novembre, les prix de vente de la filière communication augmentent de 0,9%. Dans le même temps, les prix de vente dans les services augmentent de 2,7%, et l'indice des prix à la consommation augmente de 2,6% à fin octobre.

4. Baromètre Unifié du Marché Publicitaire

Les recettes nettes publicitaires totales sont en progression de +18,3%, par rapport aux 3 premiers trimestres de 2020, et mais restent en retrait de -8,9% par rapport à la période correspondante de 2019, selon les données du Baromètre Unifié du Marché Publicitaire, publiées mi-novembre.