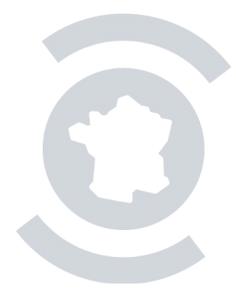




Observatoire des investissements publicitaires locaux



Méthodologie



La seule étude qui reconstitue l'ensemble de la dépense des annonceurs en net et sur l'ensemble des moyens de communication média, digital et hors-média.

Double approche

MACRO ECONOMIQUE

- ✓ Avis d'experts
- ✓ Informations documentaires
- ✓ Informations financières

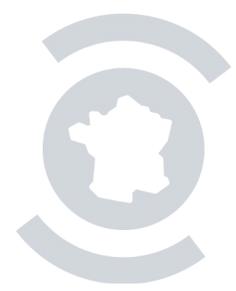
MICRO ECONOMIQUE

- ✓ Interviews qualitatives
- ✓ 200 Interviews Annonceurs nationaux
(2 fois par an)
- ✓ 600 Interviews Annonceurs locaux et régionaux
(2 fois par an)

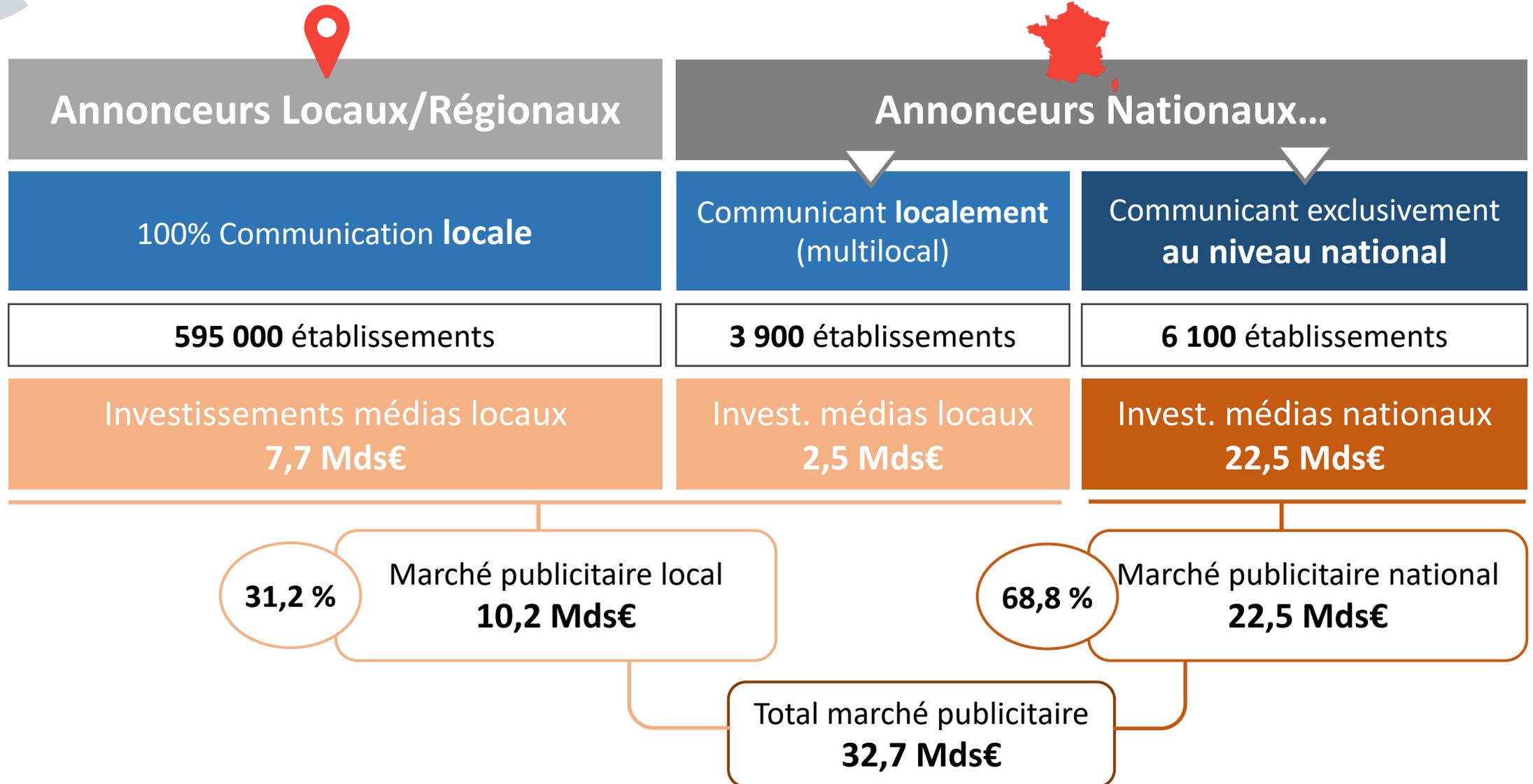
Modèle d'extrapolation des données à l'ensemble des annonceurs français

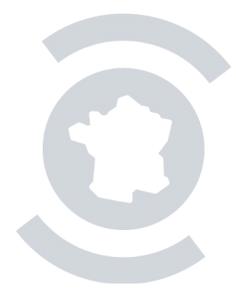
A dark blue background featuring a stylized map of France in a lighter shade of blue. The map is centered within a series of concentric, semi-transparent circles. The text is overlaid on the right side of the map.

**Investissements médias locaux,
de quoi parle-t-on ?**

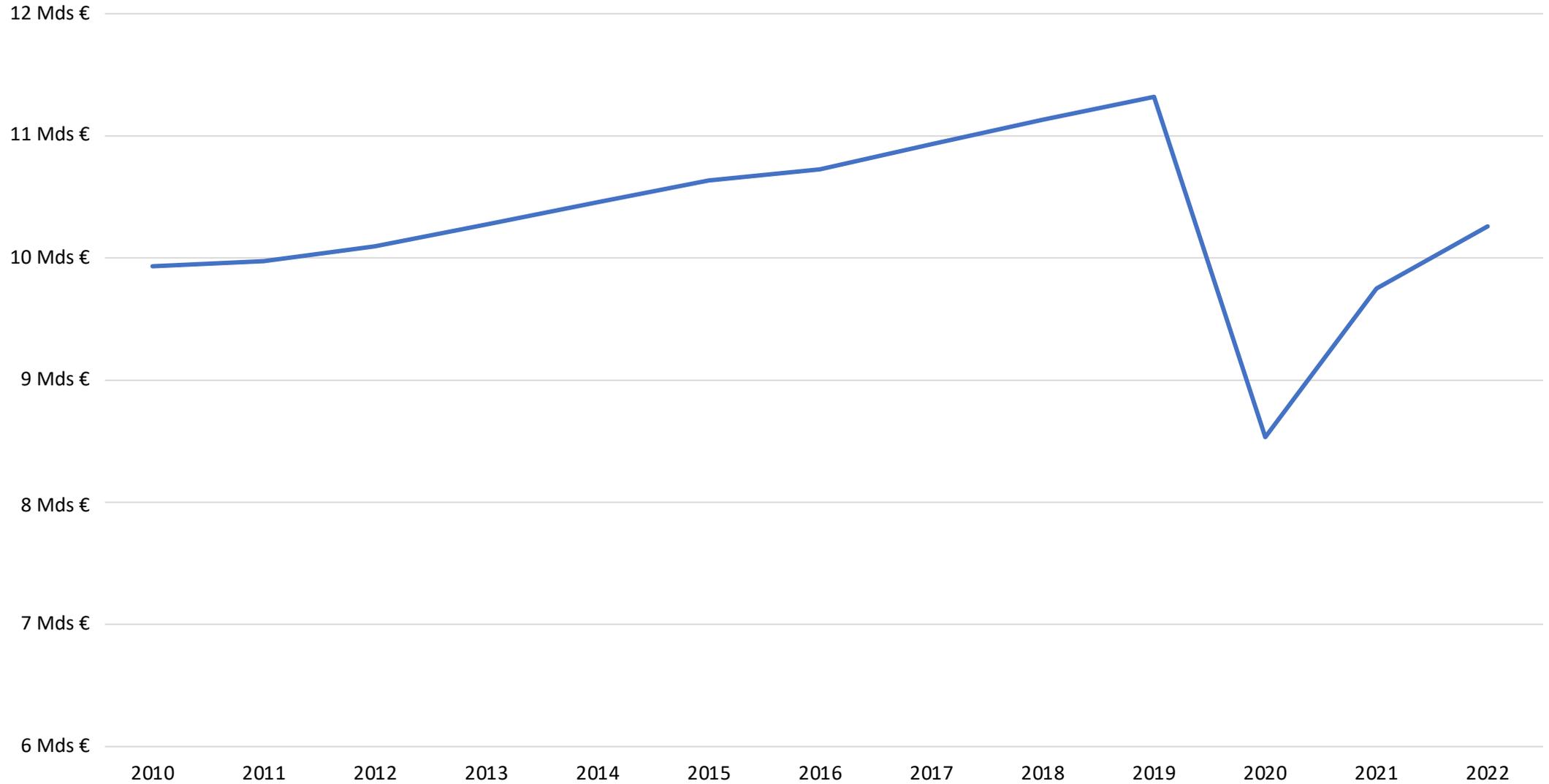


Périmètre du marché publicitaire national/local 2022



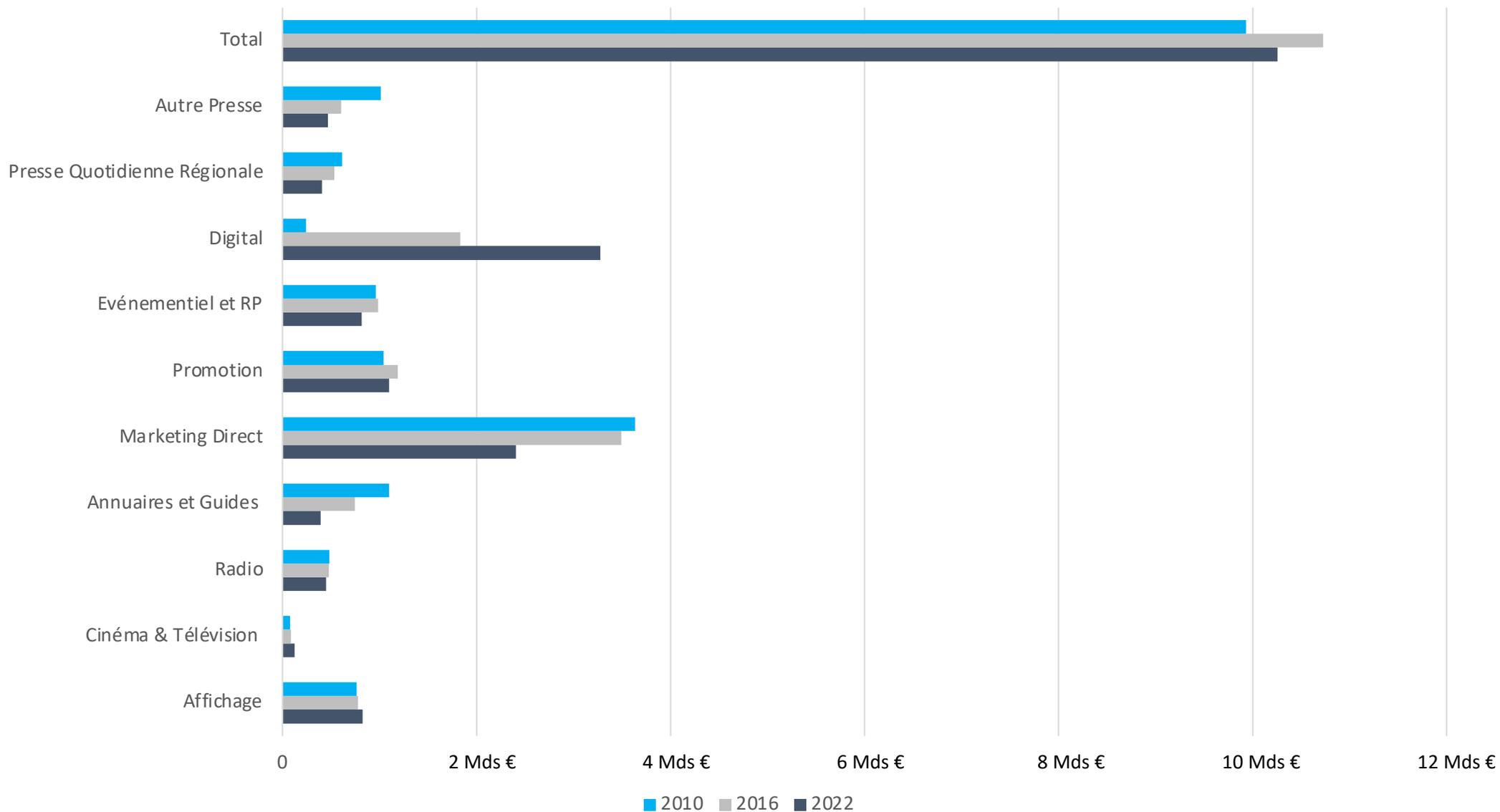


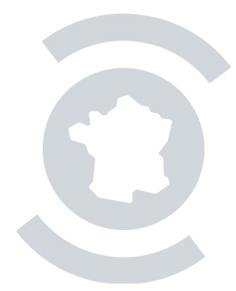
Evolution du marché publicitaire local depuis 2010





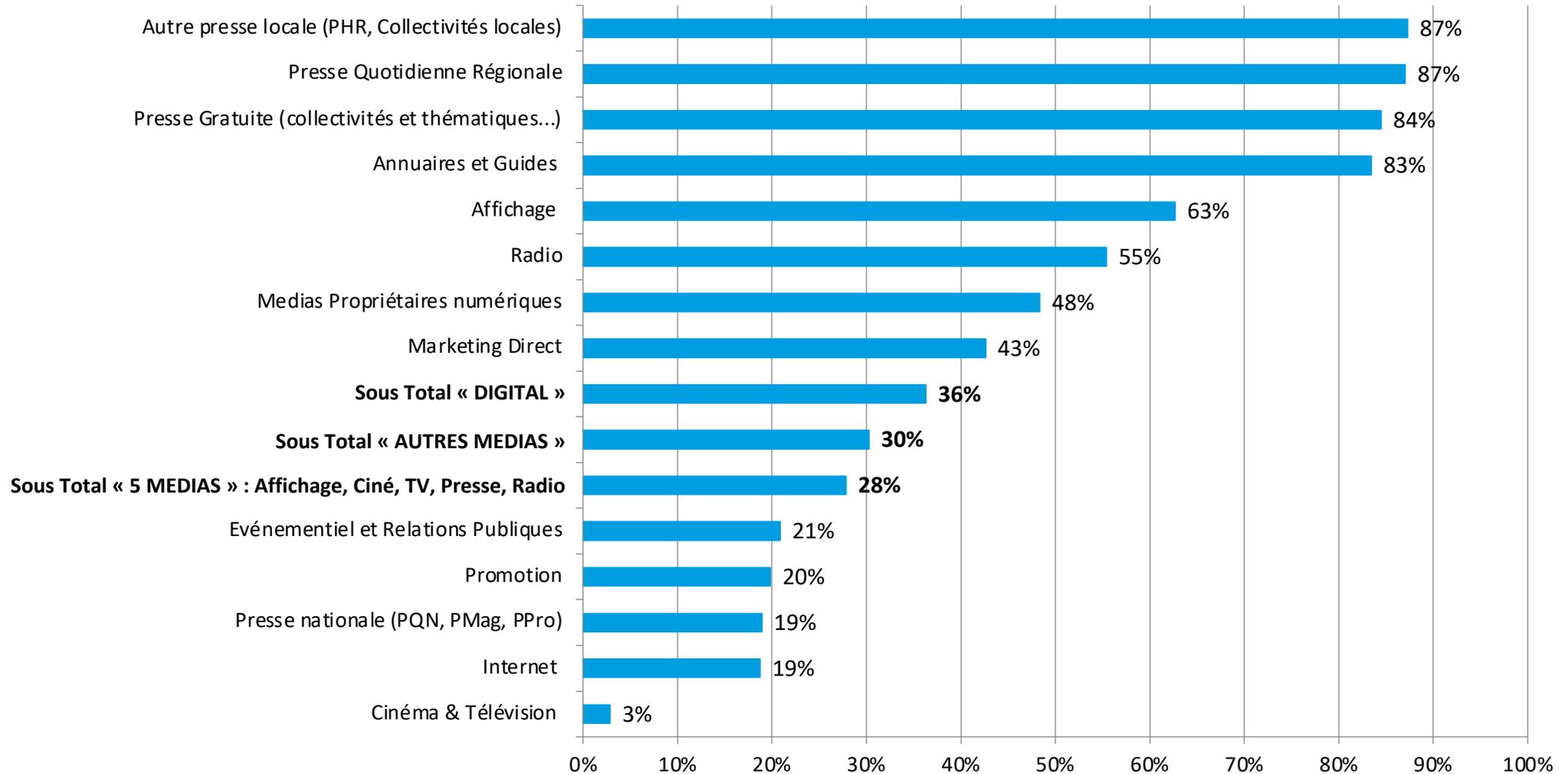
Montant des dépenses de communication locales par média

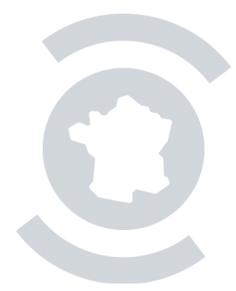




Répartition des investissements publicitaires locaux par média

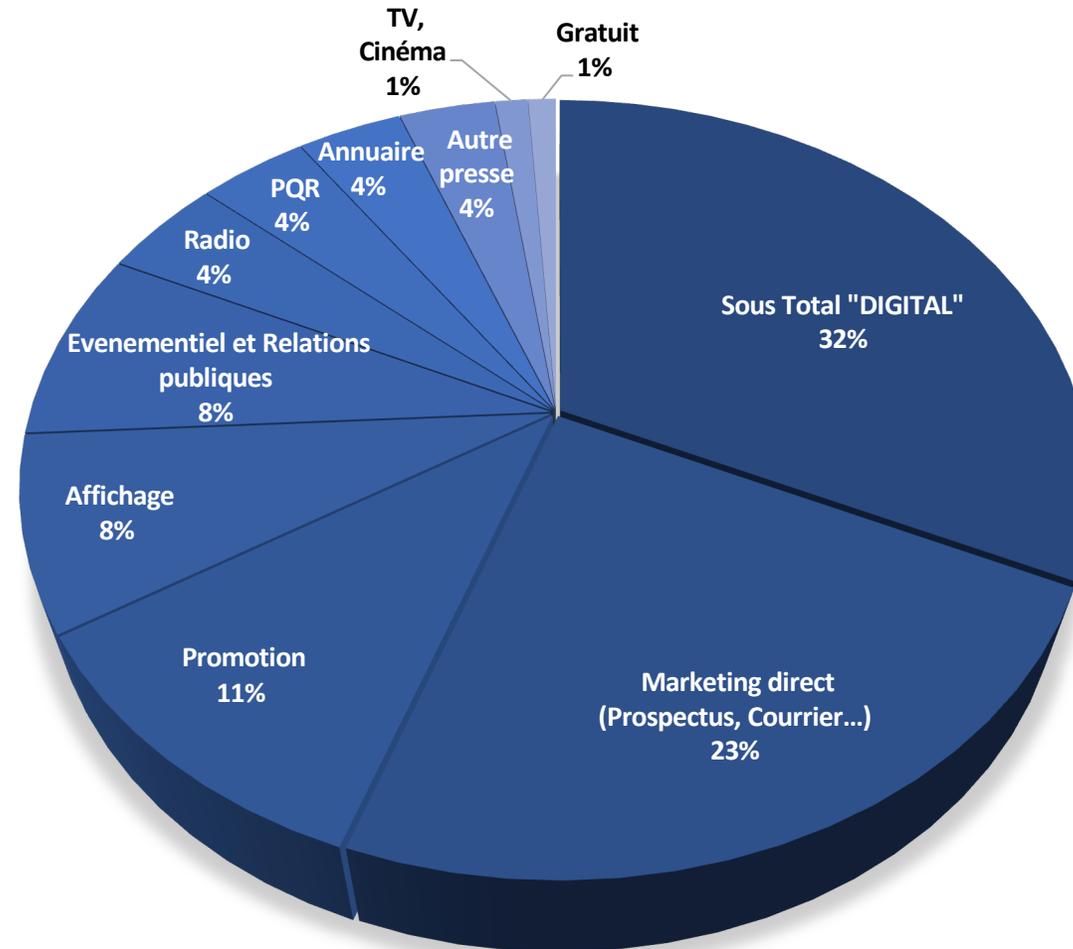
Poids du marché publicitaire local





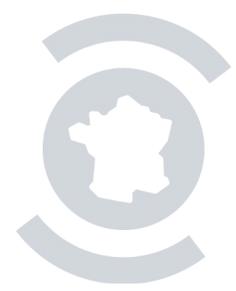
Répartition des investissements publicitaires locaux

Parts de marché des moyens de communication en local





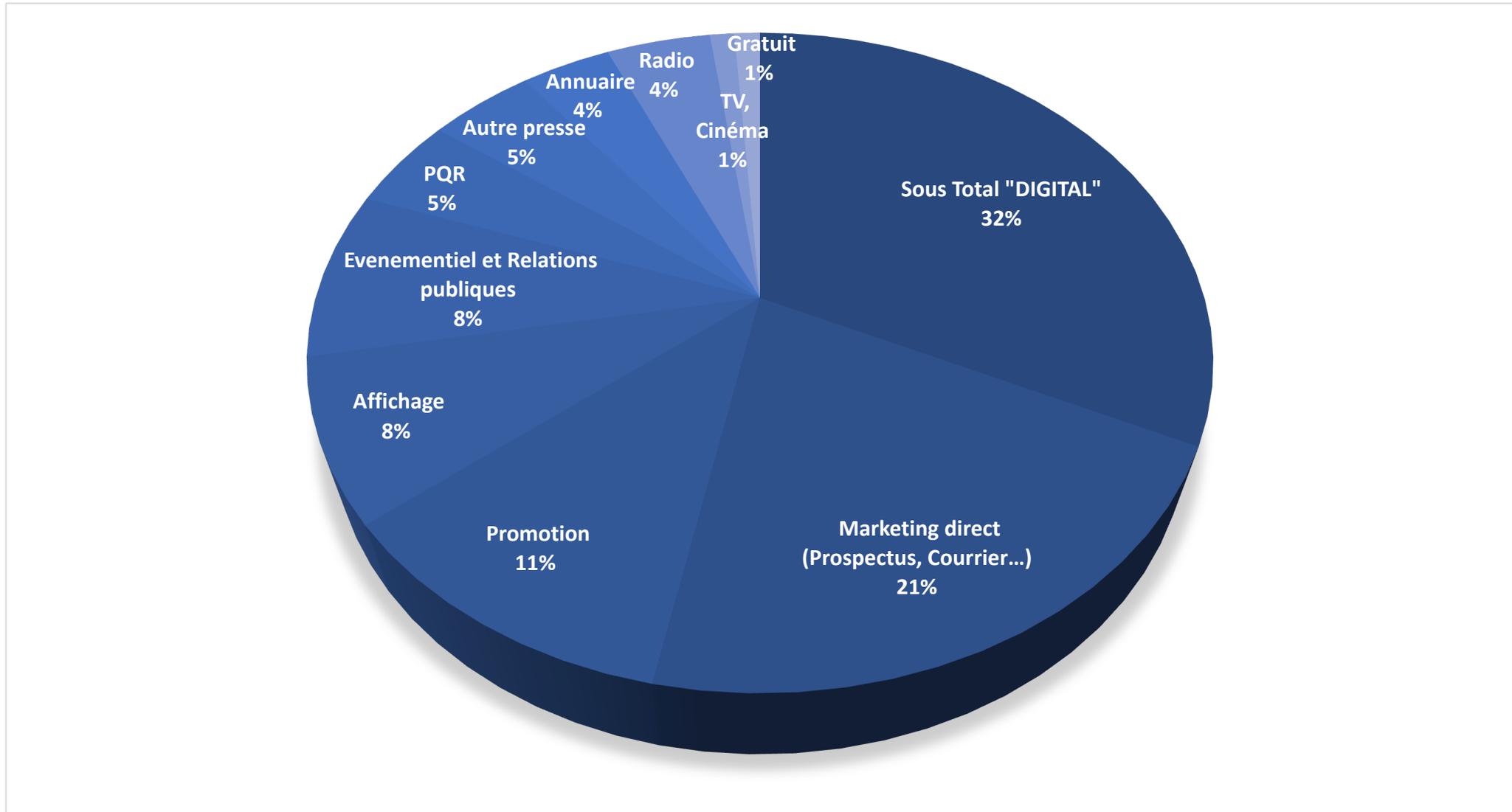
**Répartition des investissements
publicitaires des annonceurs
locaux/régionaux**

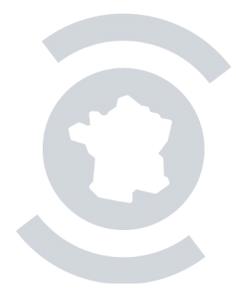


Répartition des investissements publicitaires locaux des annonceurs locaux/régionaux



Parts de marché des moyens de communication en local

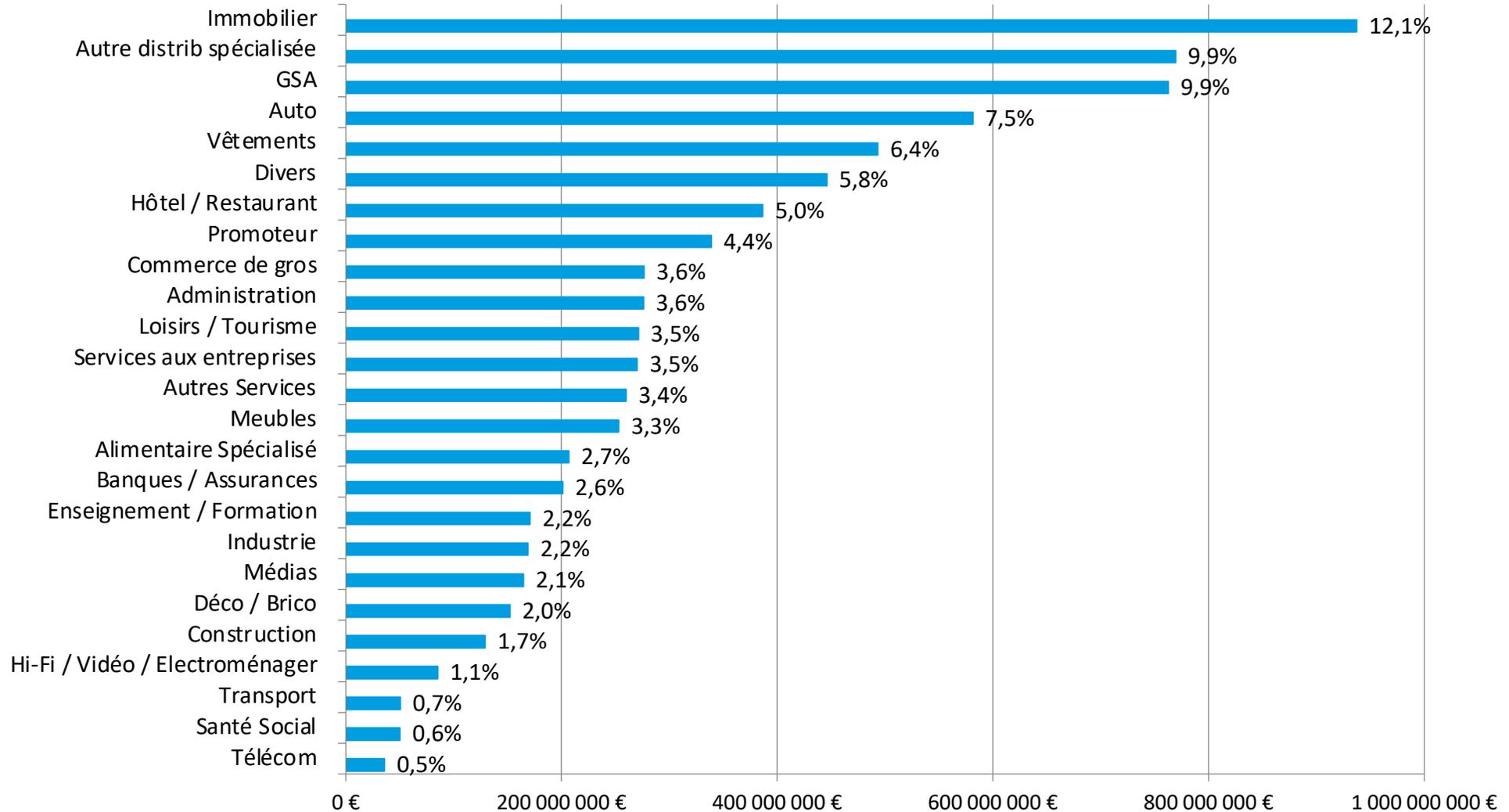


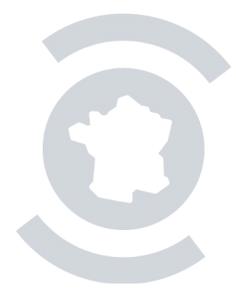


Répartition par famille



Parts de Marché par secteur d'activité en local

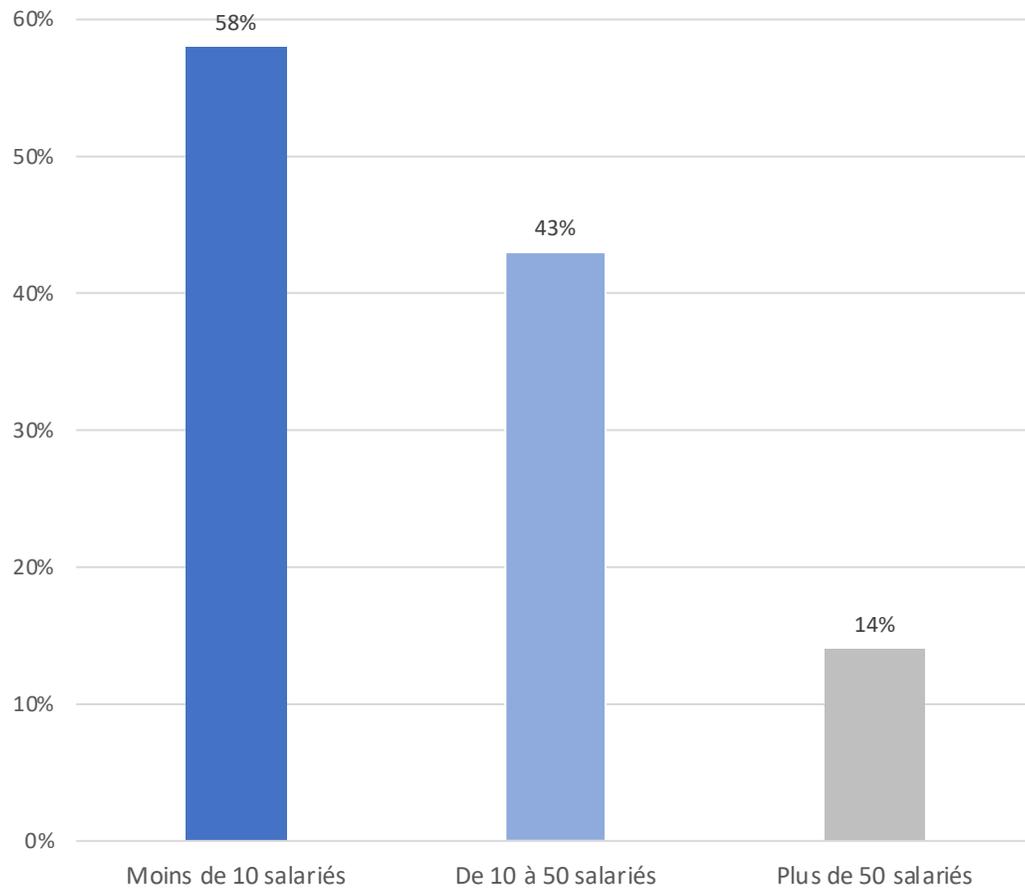




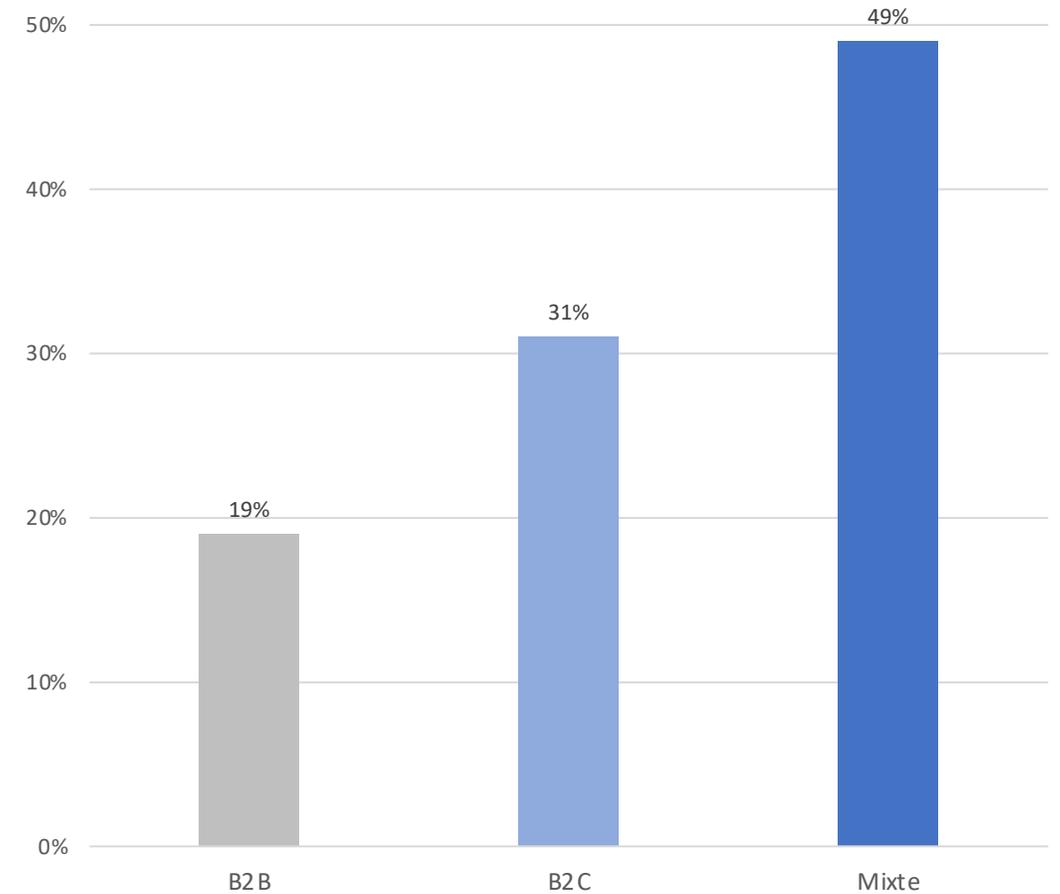
Profil des annonceurs locaux

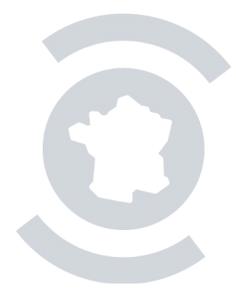


Répartition des annonceurs locaux par taille d'entreprise



Répartition des annonceurs locaux par clientèle

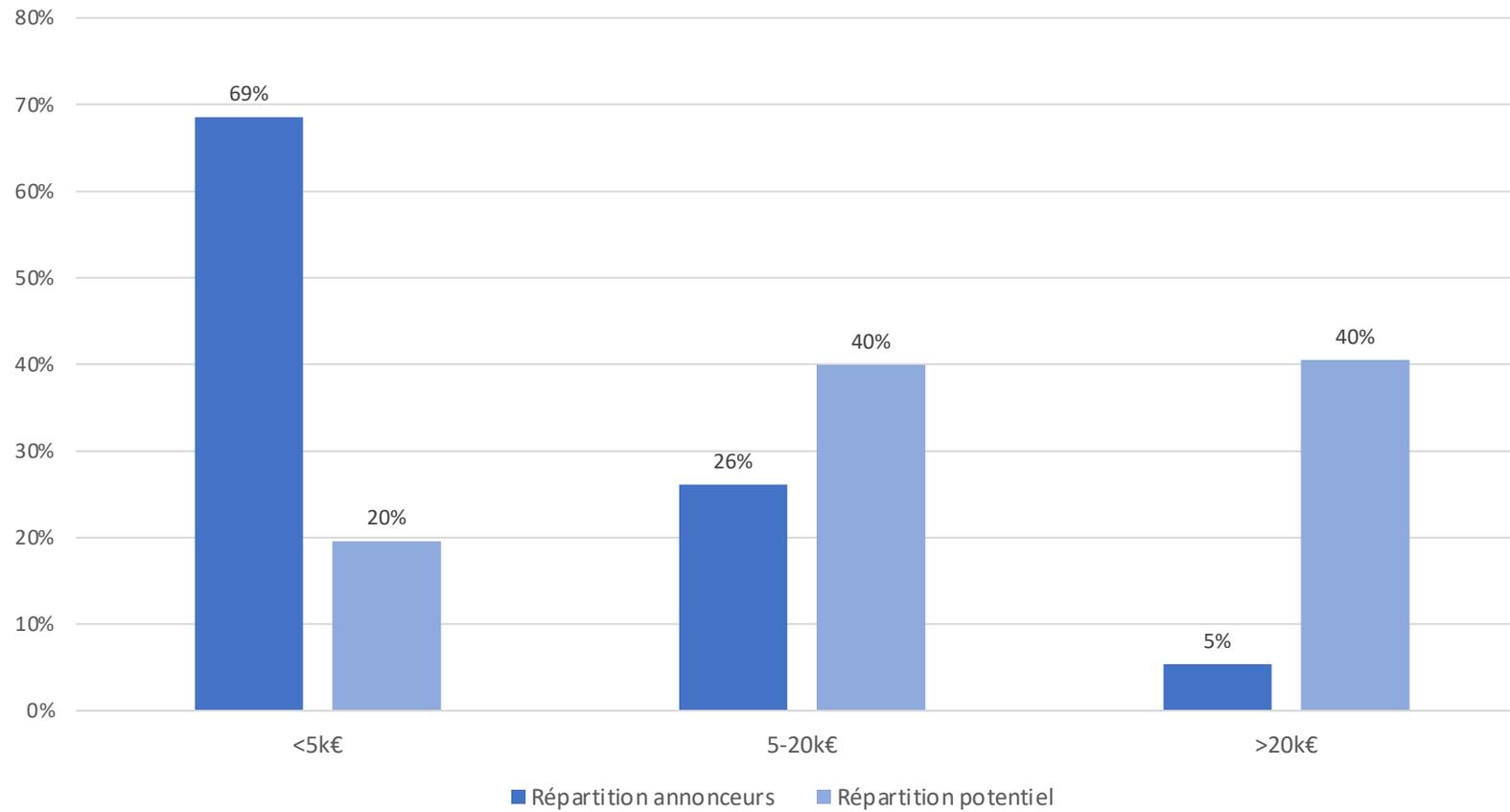




Profil des annonceurs locaux



Répartition des investissements publicitaires par taille d'annonceur

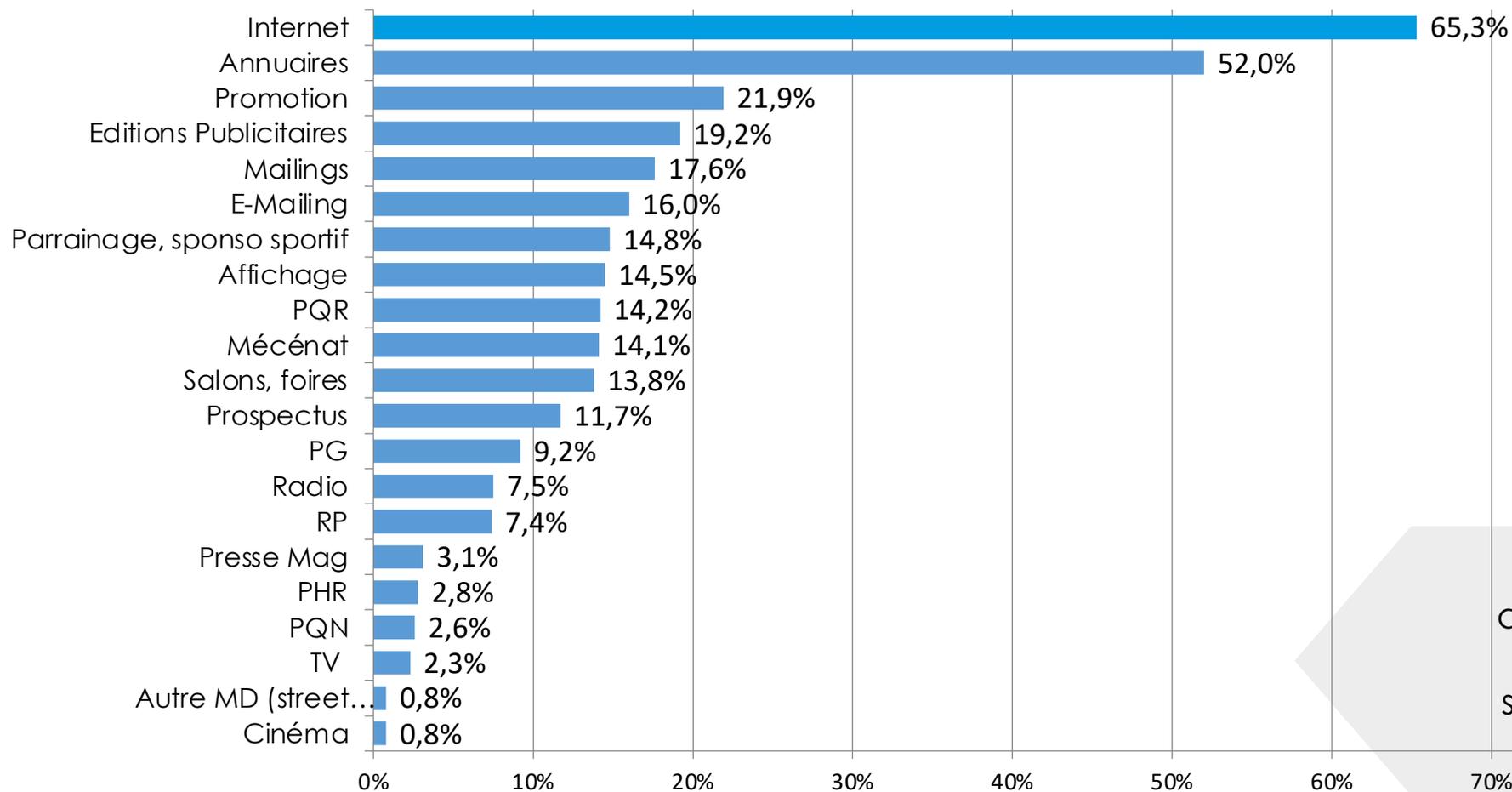




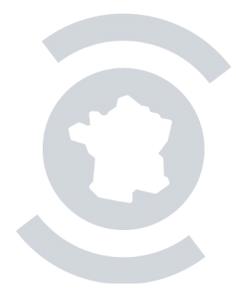
Taux de pénétration par famille de support



TAUX D'UTILISATION 2022



14.2% des annonceurs qui **communiquent** localement le font en **PQR**, soit près de **85 000 annonceurs** France entière.



Taux de pénétration internet : zoom sur les différents produits



Taux d'utilisation	Total produits com' Internet	Bannières, display	Liens sponsorisés	P.A.C*	Vidéos en ligne
2022	65%	23%	21%	13%	19%
Effectifs	388 500	138 600	125 000	78 300	115 400

Lecture : 23% des annonceurs locaux ont communiqué en display, soit 138 600; 21% via des liens sponsorisés, soit 125 000, etc... Au total, 65% des annonceurs locaux ont acheté des produits destinés à communiquer sur internet.

Part de marché	Bannières, display	Liens sponsorisés	P.A.C	Vidéos en ligne
2022	36%	32%	20%	30%

Lecture : Le display représente 36% de la publicité en ligne, les liens sponsorisés 32%, etc... (en nb d'annonceurs)

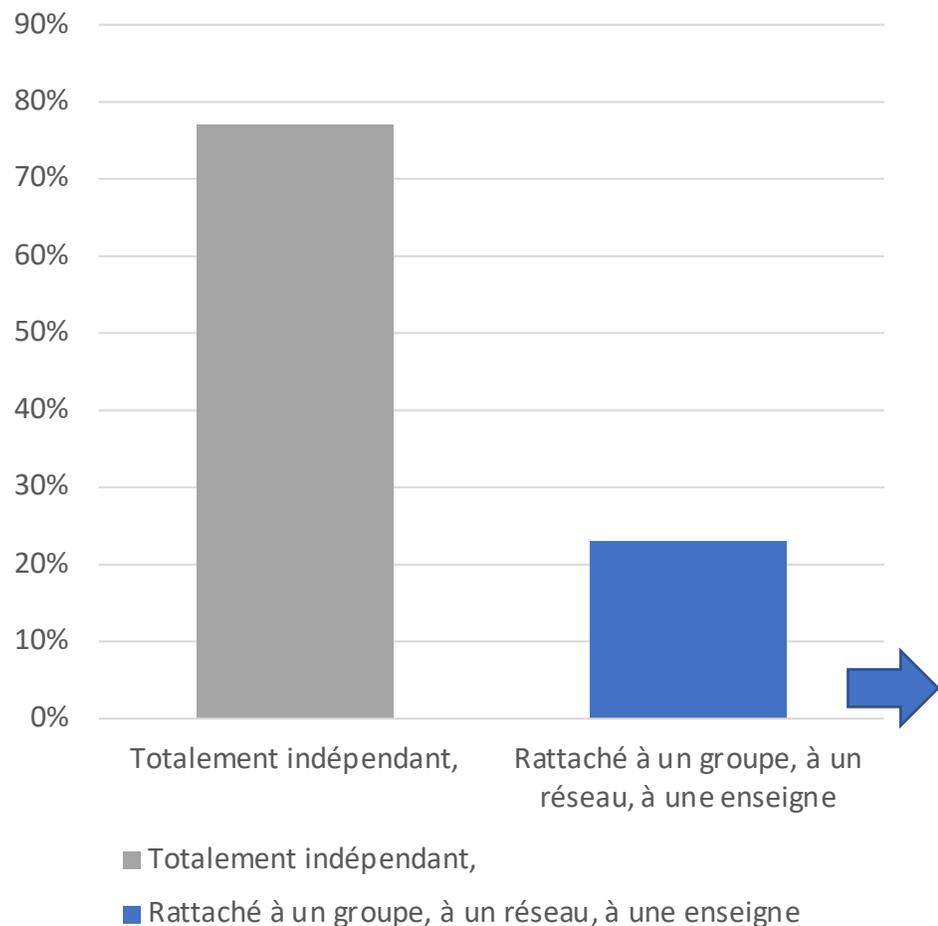
* PAC : Petites annonces commerciales



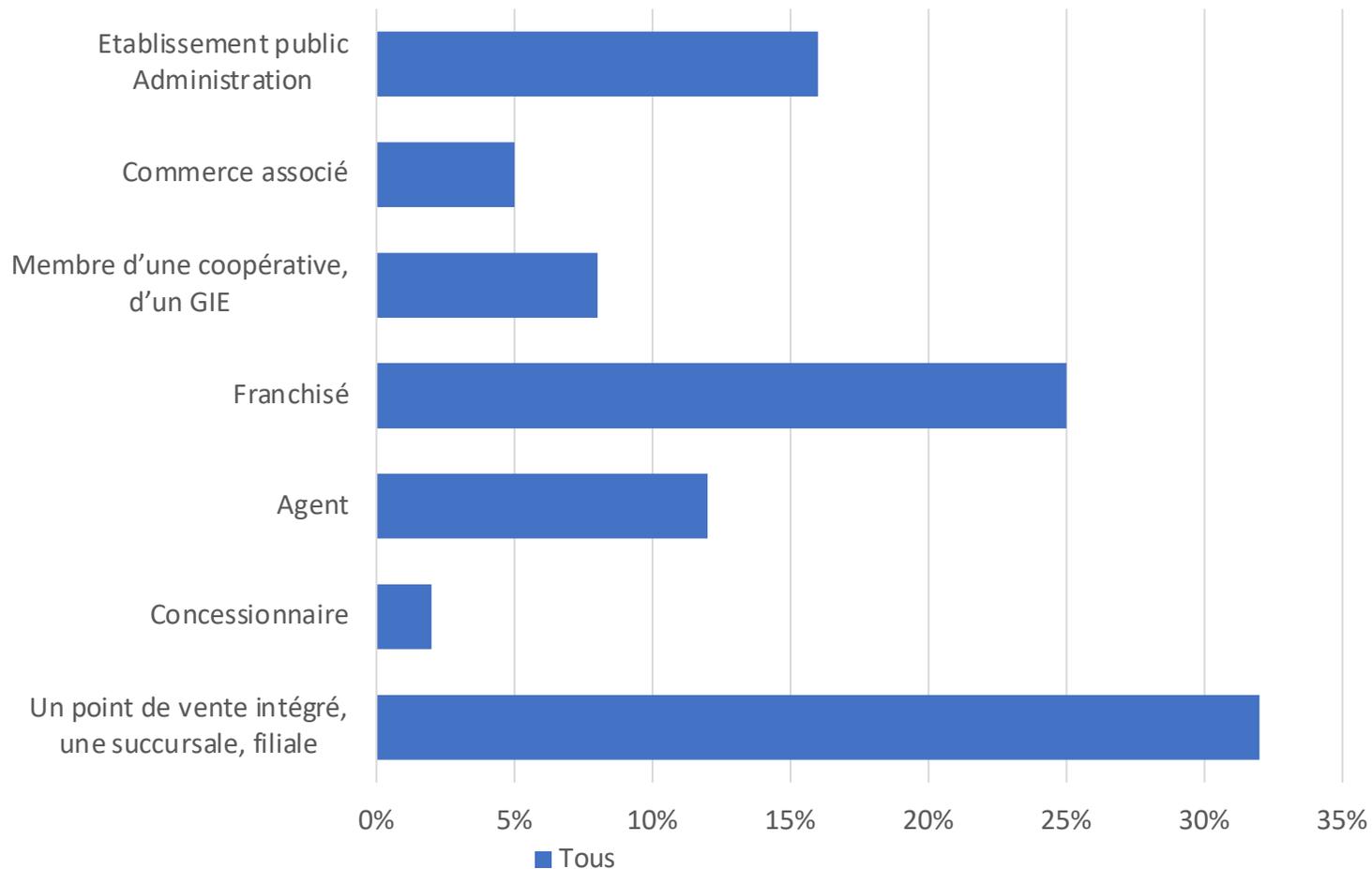
Clientèle des entreprises locales



INDÉPENDANTS VS. LES AUTRES?

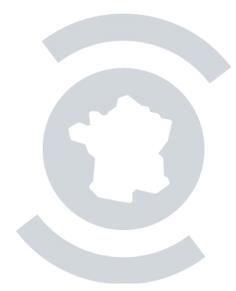


TYPE DE RATTACHEMENT





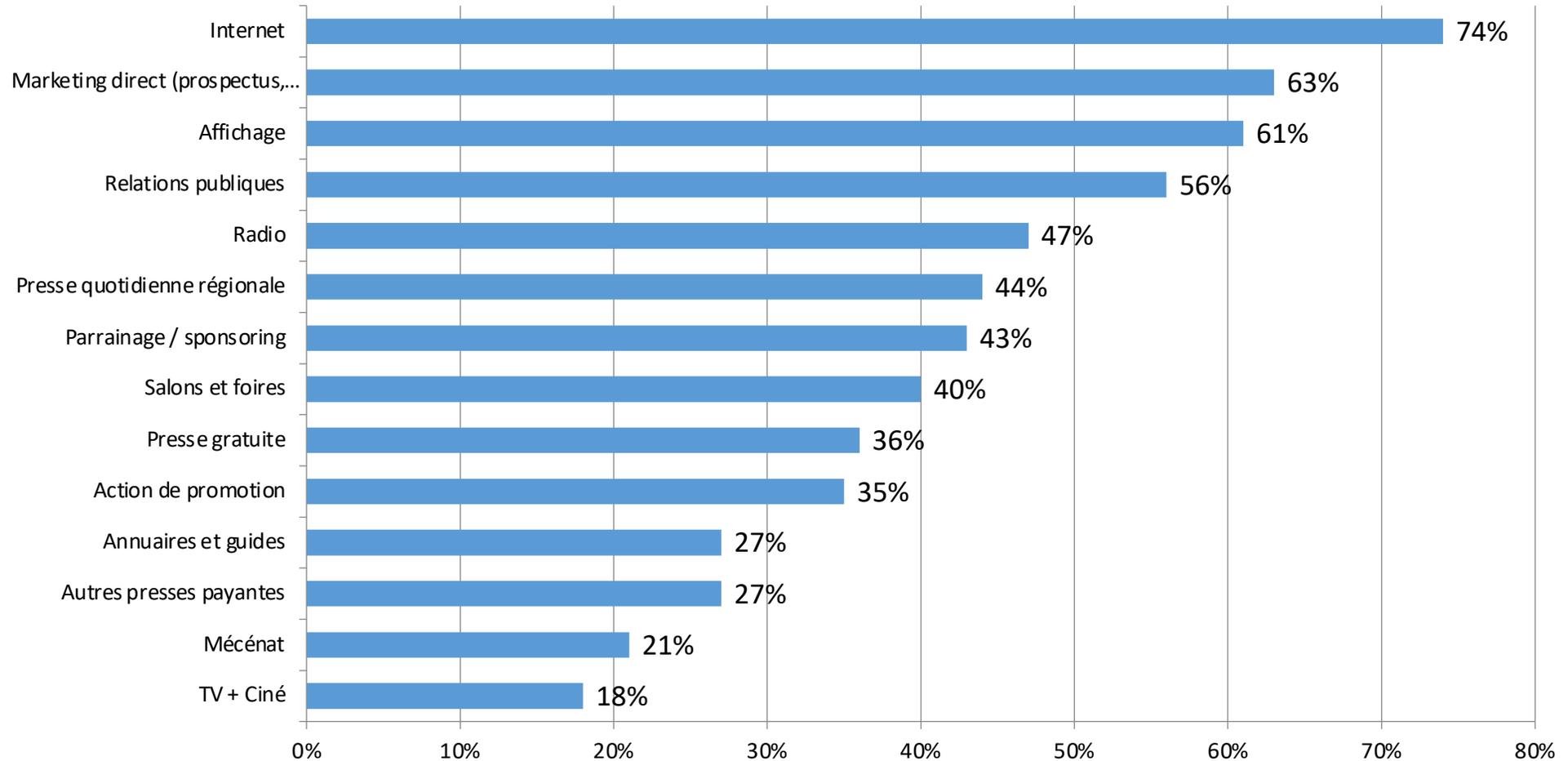
La publicité locale des nationaux

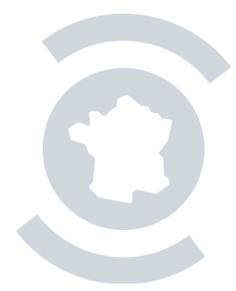


Taux de pénétration par famille de supports

Les médias locaux utilisés

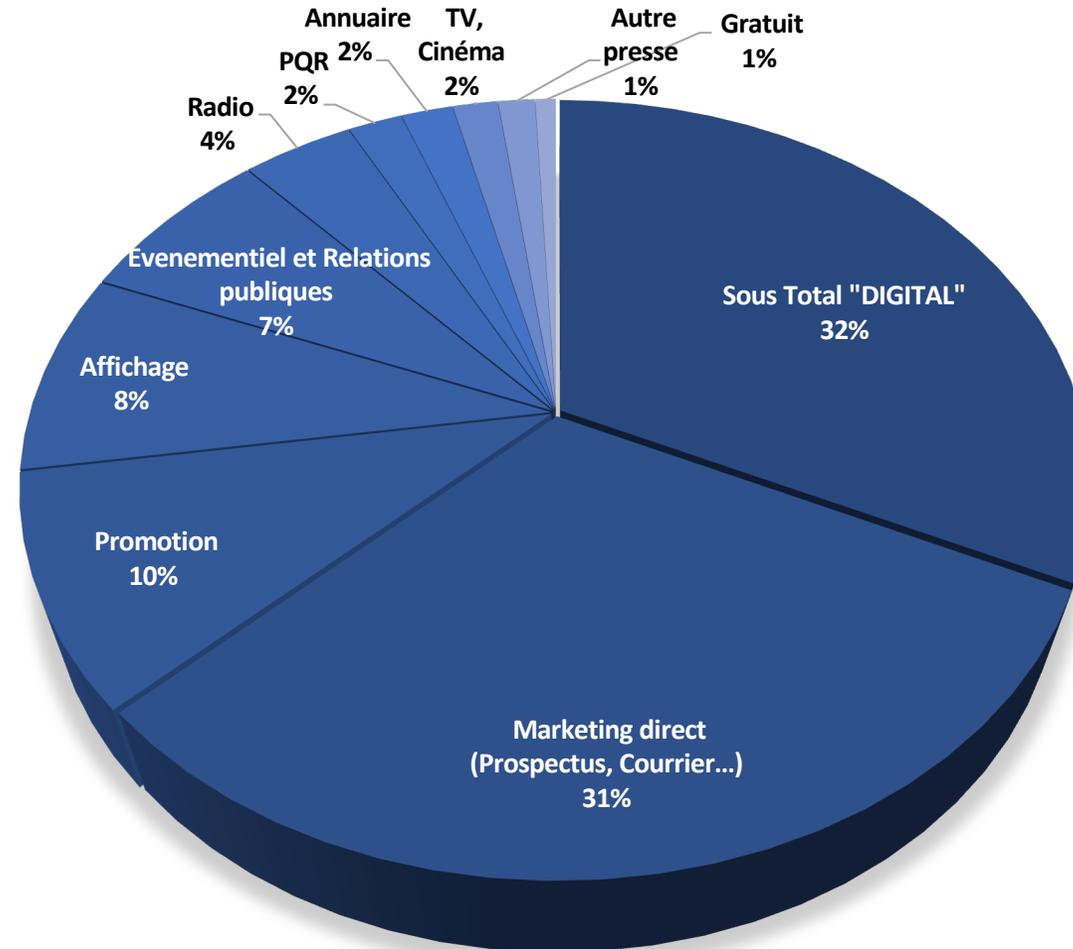
Q : Sur quel(s) support(s) faites-vous vos campagnes de communication locale?

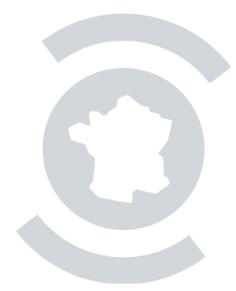




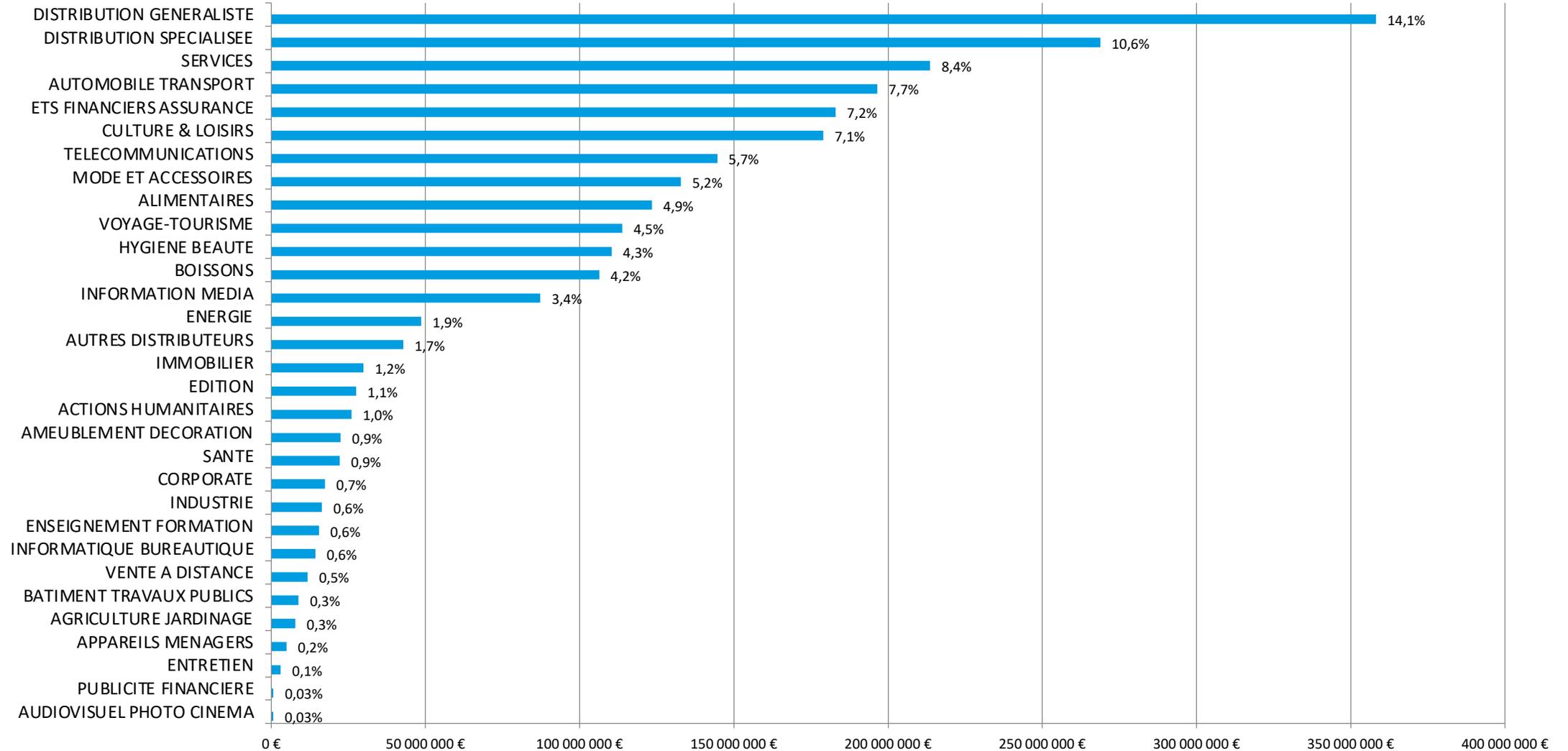
Répartition des investissements publicitaires locaux des annonceurs nationaux

Parts de marché des moyens de communication en local



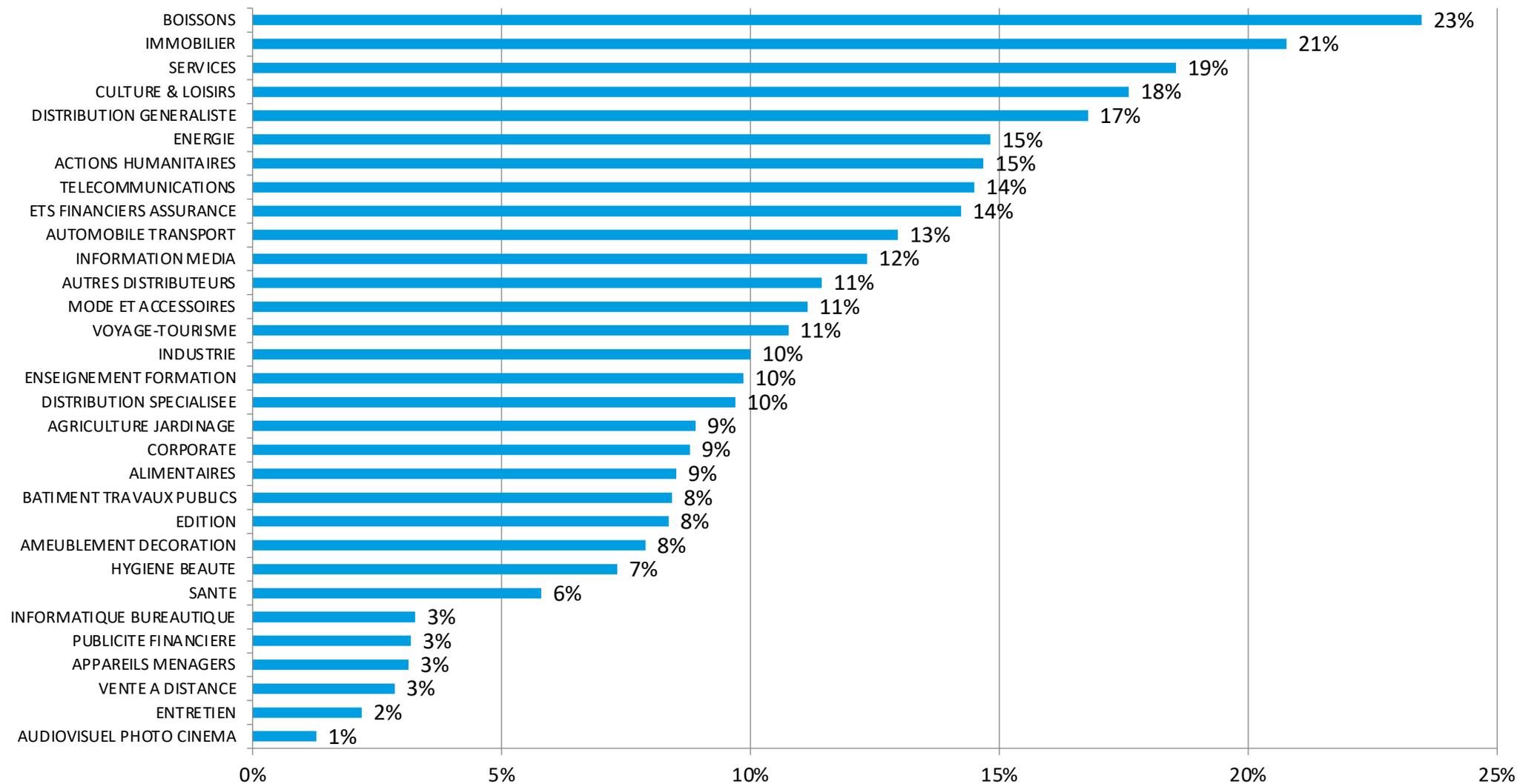


Montant des dépenses locales des annonceurs nationaux ayant communiqué localement en 2022





Poids du local des annonceurs nationaux ayant communiqué localement en 2022





Prévision du budget de la publicité locale des annonceurs nationaux 2023 vs 2022

■ Diminuer ■ Rester stables ■ Progresser

