

# LE MARCHÉ DE LA PLV ET DE L'AMÉNAGEMENT EN 2017

## Rapport d'étude 2018



**Olivier SAVINELLI**  
Directeur de Clientèle

# LE MARCHÉ DE LA PLV ET DE L'AMÉNAGEMENT EN 2017

## Volet Entreprises Étude barométrique

Depuis 2005 (2013 par Harris Interactive)

- Au près des entreprises présentes sur le marché de la PLV et / ou de l'Aménagement (fabricants et éditeurs)
- Adhérentes et non adhérentes de POPAI France
- Questionnaire auto-administré en ligne
- Terrain : mars et avril 2018



# LE MARCHÉ DE LA PLV ET DE L'AMÉNAGEMENT EN 2017

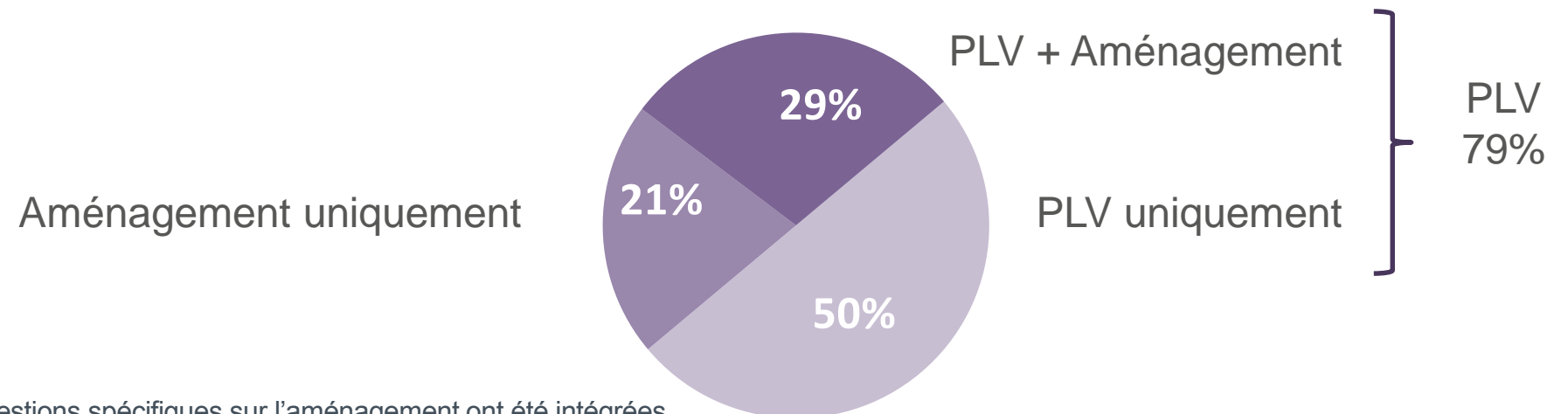
## Volet Entreprises



# BILAN TERRAIN

	FICHIERS ENTREPRISES POPAI		QUESTIONNAIRES COMPLÉTÉS		
	CONTACTS		QUESTIONNAIRES UTILES		TAUX DE RETOUR
	3316	100%	88	100%	3%
Dont Adhérents POPAI	58	2%	25	28%	43%
Dont Non Adhérents POPAI	3258	98%	63	72%	2%

## Activité



En 2015 (vague 2016) : des questions spécifiques sur l'aménagement ont été intégrées

# DONNÉES MARCHÉ 2017

## Dépenses de communication des annonceurs



+1,5 % pour la PLV

### Dépenses de Communication des Annonceurs

	montant <i>en millions d'euros</i>	évolution 2017/2016 <i>en pourcentage</i>	part de marché <i>en pourcentage</i>
télévision (catch up TV incluse)	3 981	1,5	12,2
cinéma	151	9,0	0,5
radio	822	-2,8	2,5
Internet	2 554	12,7	7,8
dont display	1 159	20,0	3,6
dont liens	1 249	8,0	3,8
dont e-mailing	146	1,5	0,4
presse	2 045	-7,1	6,3
presse quotidienne	639	-4,5	2,0
quotidiens nationaux	122	-6,5	0,4
quotidiens régionaux	517	-3,8	1,6
autres formes de presse			
presse magazine	751	-11,0	2,3
PHR	68	-3,5	0,2
presse gratuite PGA	97	-7,0	0,3
presse gratuite PGI	98	-7,0	0,3
presse professionnelle	223	-4,5	0,7
collectivités locales	167	-3,0	0,5
publicité extérieure	1 326	-2,2	4,1
annuaires (imprimés + Internet)	744	-8,0	2,3
marketing direct	7 689	-0,1	23,6
mailings	2 829	-6,5	8,6
imprimés sans adresse	2 980	3,2	9,1
autres éditions publicitaires	1 025	-2,5	3,1
autres (mkg tel)	875	1,0	2,7
promotion	5 667	1,2	17,4
dont Cadeau par l'objet	1 252	0,0	3,8
dont PLV	1 254	1,5	3,8
salons et foires	1 553	1,5	4,8
parrainage	905	1,2	2,8
mécénat culturel*	267	-3,0	0,9
relations publiques	1 945	2,5	6,0
Médias Propriétaires**	2 922	22,0	9,0
<b>TOTAL MEDIAS HISTORIQUES + INTERNET</b>	<b>10 879</b>	<b>1,4</b>	<b>33,4</b>
<b>DEPENSES TOTALES</b>	<b>32 572</b>	<b>2,0</b>	<b>100</b>

\* Hors fondations

\*\* Part imputée au budget communication des investissements suivants :

La création de sites et d'applis

La gestion, exploitation et analyse des différentes bases de données (targeting, datamining)

La création de contenus (Brand content) & animation de réseaux sociaux (Community Management)



# DONNÉES MARCHÉ 2017

## Recettes publicitaires des médias

irep

+5,7% pour le  
Shopping

recettes publicitaires des médias  
en valeur nette

	2017 en millions d'euros	évolution 2017/2016 en pourcentage
<b>télévision</b>	<b>3 286</b>	<b>1,0</b>
<b>cinéma</b>	<b>95</b>	<b>8,6</b>
<b>radio</b>	<b>694</b>	<b>-2,6</b>
<b>total presse</b>	<b>2 116</b>	<b>-7,4</b>
quotidiens nationaux	142	-8,3
quotidiens régionaux	583	-4,6
hebdomadaires régionaux	108	-2,9
magazines	730	-11,4
spécialisés	253	-4,1
gratuits	300	-6,5
<b>publicité extérieure</b>	<b>1 180</b>	<b>-2,0</b>
<i>dont digital</i>	<i>125</i>	<i>16,1</i>
outdoor	352	-5,4
transport	318	1,5
mobilier urbain	442	-2,9
<b>shopping</b>	<b>69</b>	<b>5,7</b>
<b>Internet (1)</b>	<b>4 094</b>	<b>12,0</b>
display	1 450	20,0
search	2 050	8,0
autres leviers (affiliation, emailing, comparateurs)	695	7,0
<b>annuaires</b>	<b>642</b>	<b>-8,0</b>
<b>courrier publicitaire (2)</b>	<b>961</b>	<b>-6,8</b>
<b>imprimés sans adresse (2)</b>	<b>622</b>	<b>3,5</b>
<b>TOTAL tv cinéma radio presse publicité extérieure</b>	<b>7 371</b>	<b>-2,3</b>
<b>TOTAL tv cinéma radio presse publicité extérieure internet</b>	<b>11 465</b>	<b>2,4</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>13 691</b>	<b>1,2</b>

(1) Données issues de l'Observatoire de l'e-pub du SRI, réalisé par PwC, en partenariat avec l'Udecam

Attention : le calcul du marché total Internet prend en compte la déduplication des canaux, c'est ainsi que la somme des trois canaux est supérieure à ce total

(2) Cette mesure prend uniquement en compte les recettes de distribution et ne comprend pas la production et le conseil

# BILAN 2017 DE L'ACTIVITÉ

## Vu par les producteurs - Commentaires spontanés

**Q20. / N16.** De façon très ouverte, comment décririez-vous l'année 2017 en ce qui concerne l'activité PLV / Aménagement en général et l'activité de votre entreprise en particulier ? Quels ont été, d'après vous, les événements importants ? Quels sont les mots, les adjectifs qui qualifient le mieux l'année 2017 ?

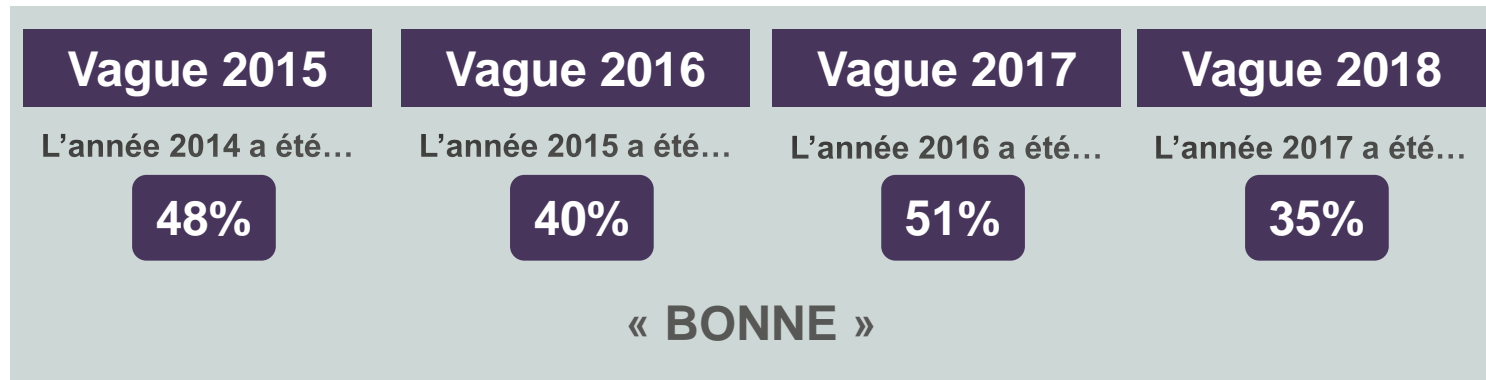
**PLV**

**Aménagement**



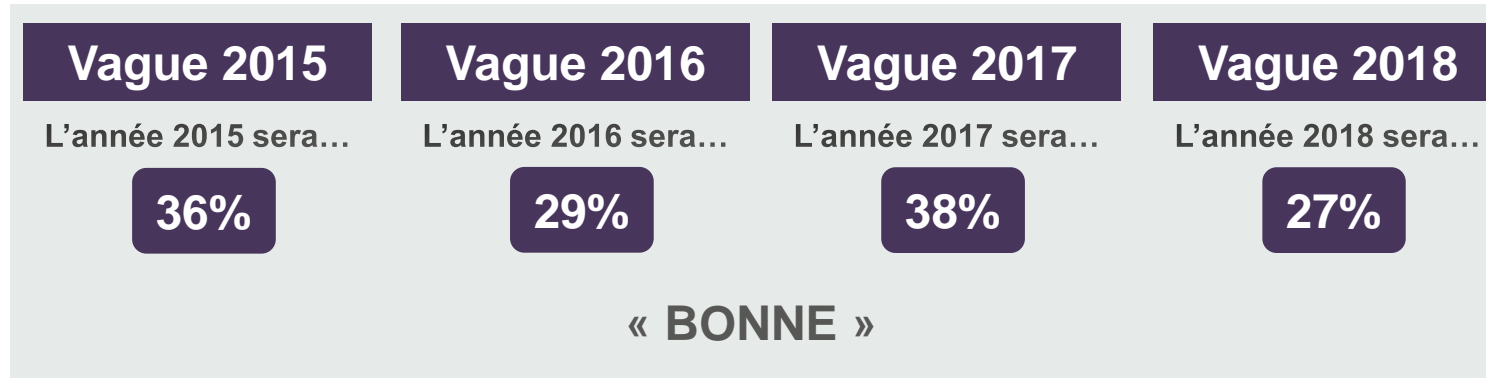
# PERCEPTION DU MARCHÉ

## PERCEPTION DE L'ANNÉE ÉCOULÉE



• Vague 2018. Q1 Peut-on dire que 2017 a été, pour votre entreprise...

## PRÉVISION POUR L'ANNÉE À VENIR



• Vague 2018 Q2 Comment voyez-vous 2018, pour votre entreprise ?



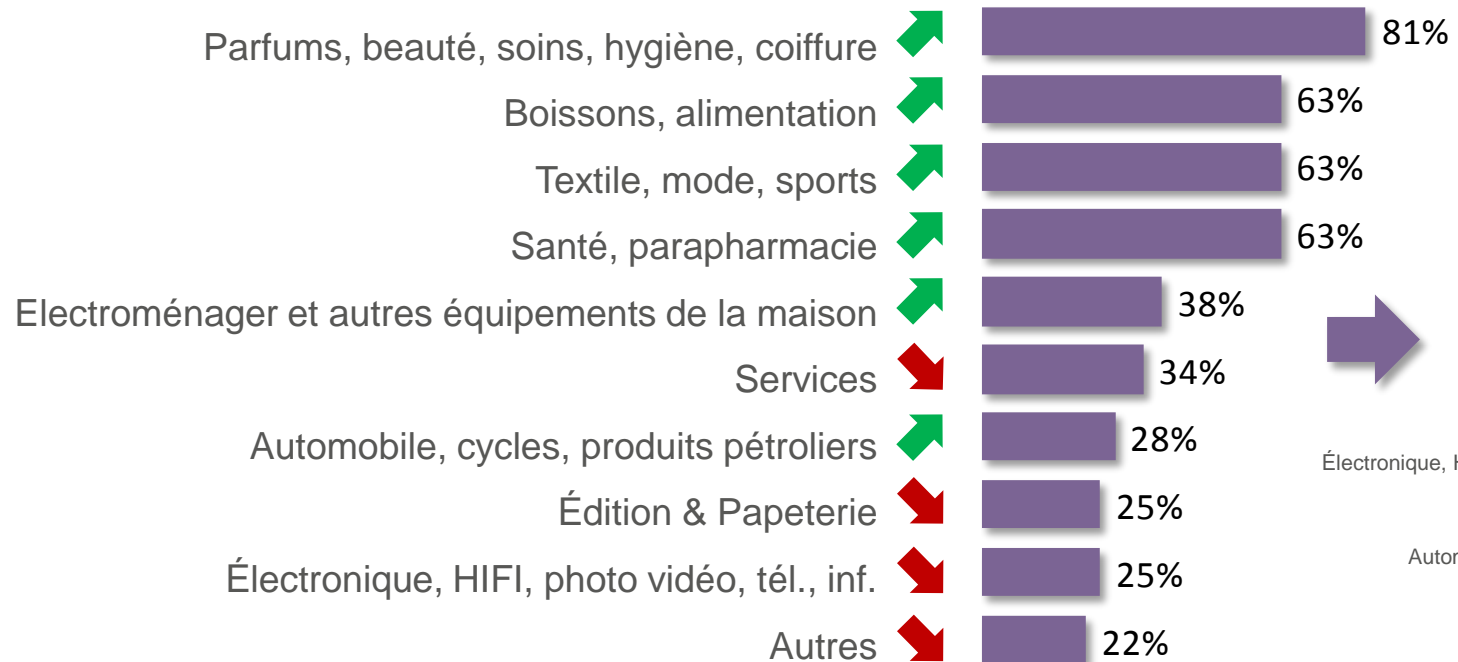
# SECTEURS D'ACTIVITÉ

## Clients

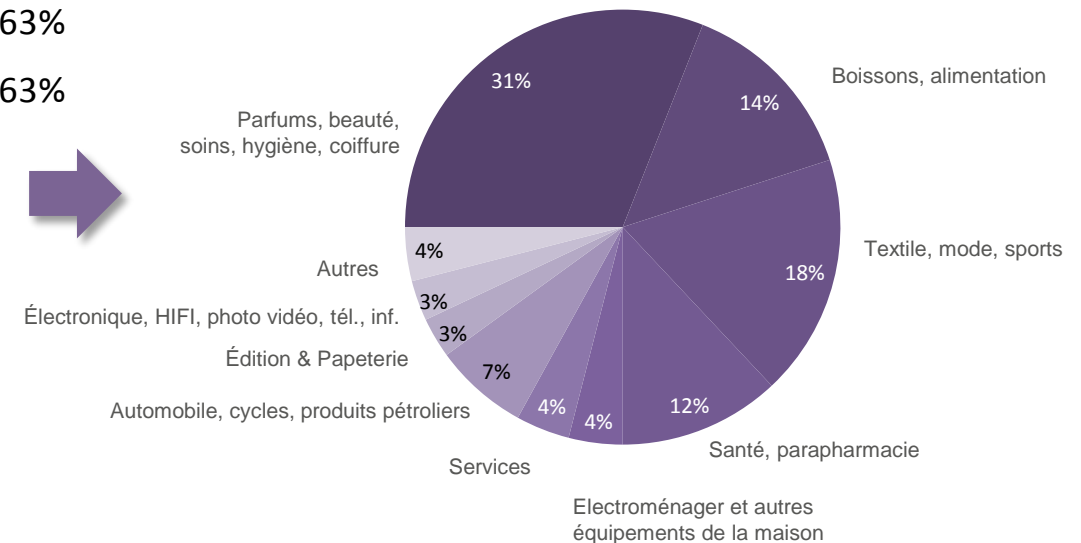
Q12\_1\_2. Quels sont tous les secteurs d'activité dans lesquels vous êtes intervenu en 2017 et quel % de votre CA PLV représentent-ils ?

### PLV

### % des entreprises intervenant dans chaque secteur (et évolution vs 2016)



### Ventilation du CA des entreprises par secteurs



Services = Banques, crédit, assurances, loisirs, voyages  
Textile, mode, sports (y compris horlogerie, bijouterie, maroquinerie)  
Détail « Autres » : matériel de recyclage, jouet, bijouterie, horlogerie, cinéma

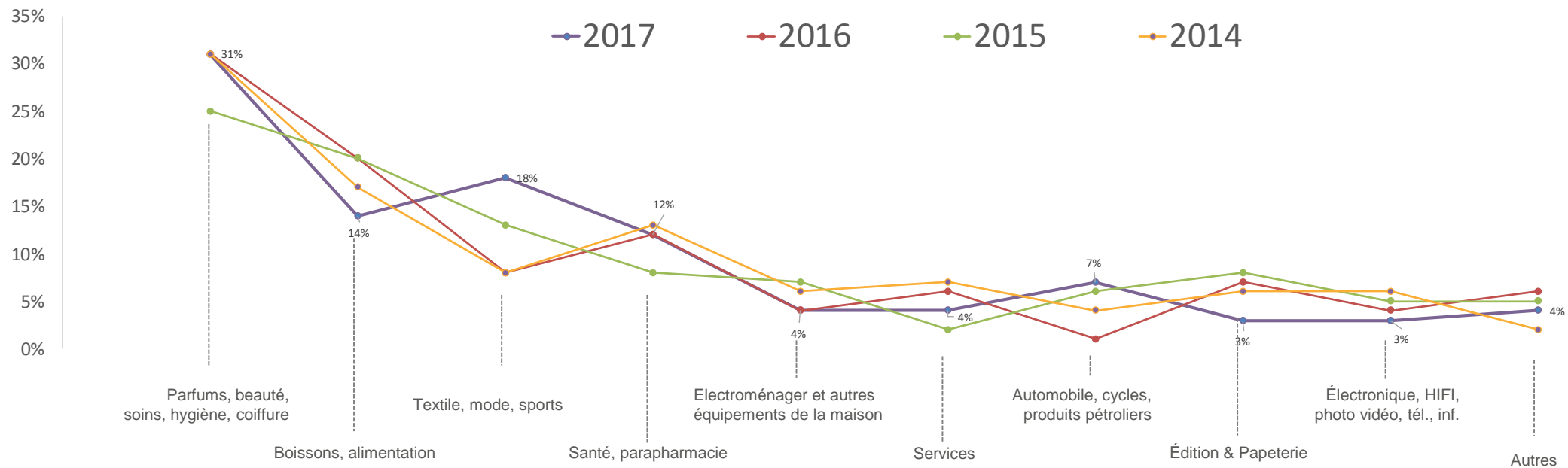
# SECTEURS D'ACTIVITÉ

## Entreprises

Q12\_1\_2. Quels sont tous les secteurs d'activité dans lesquels vous êtes intervenu en 2017 et quel % de votre CA PLV représentent-ils ?

PLV

### Évolution de la ventilation du CA des entreprises par secteurs



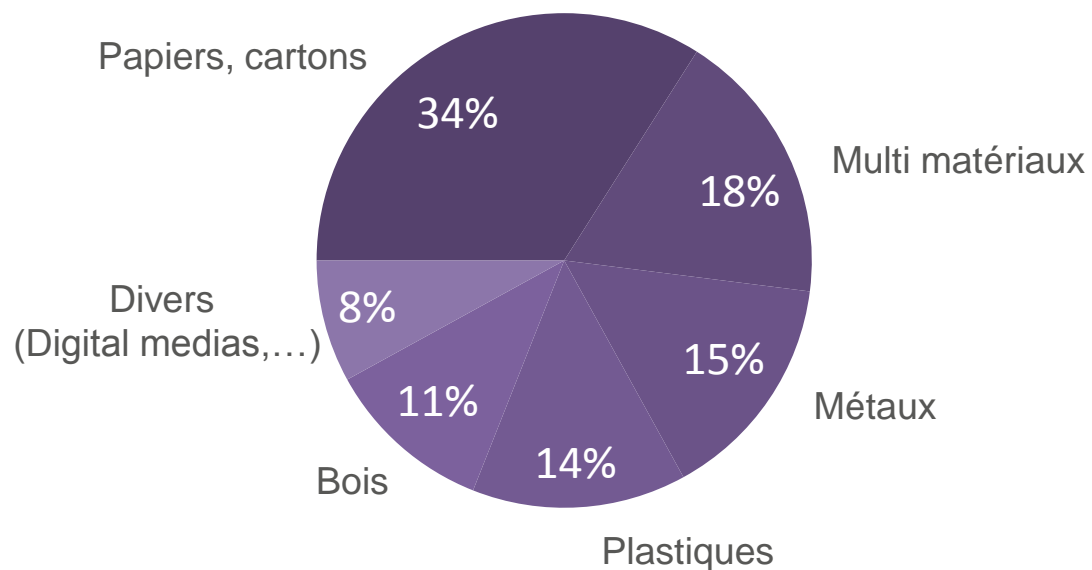
# RÉPARTITION DU CA PLV Par matériaux utilisés

PLV

Q11. Quelle est approximativement la répartition (en %) de votre CA 2016 **PLV** entre les différents matériaux :

N5. Quelle est approximativement la répartition (en %) de votre CA **Aménagement** 2016 entre les différents matériaux :

## MATÉRIAUX UTILISÉS



## ÉVOLUTION DU CA

	2017	2016	2015
Papiers, cartons	34%	31%	45%
Multi matériaux	18%	17%	14%
Métaux	15%	13%	14%
Plastiques	14%	22%	13%
Bois	11%	10%	6%
Divers	8%	8%	8%
Dont Digital média	7%	4%	6%

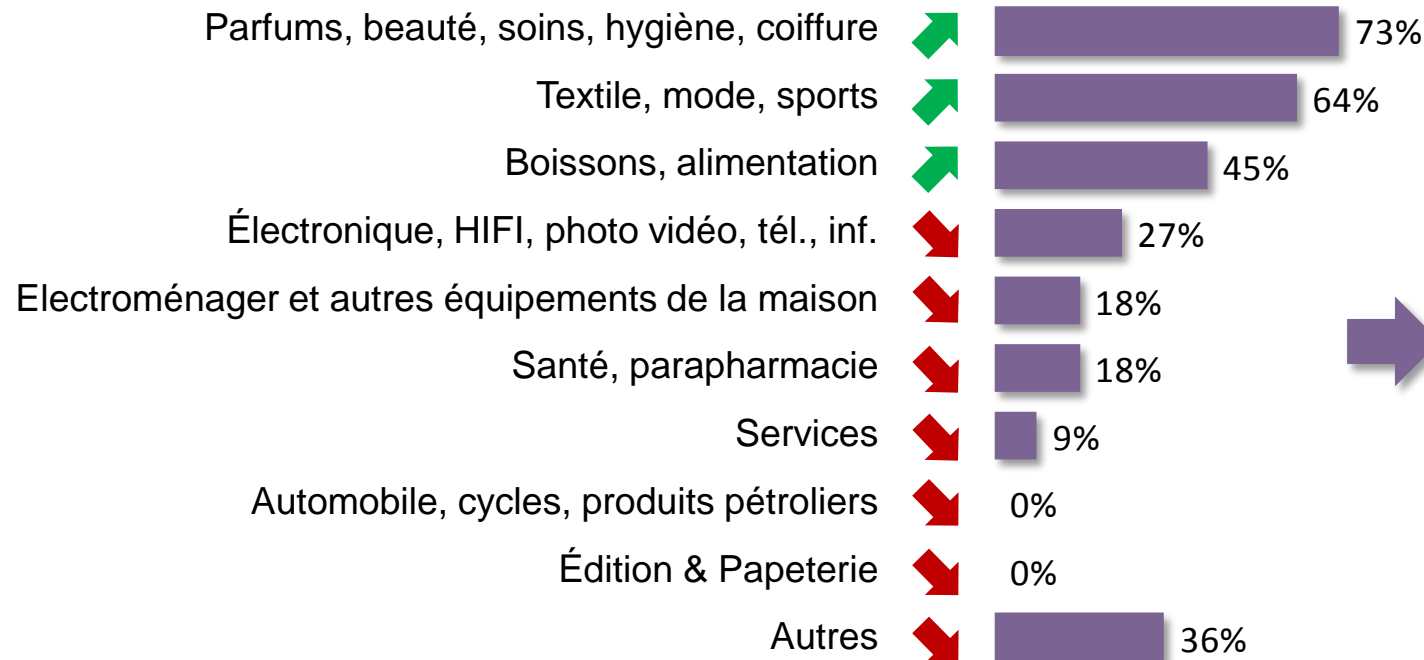
*Changement de formulation d'items « Multi matériaux » en 2016 : « Plusieurs matériaux utilisés et aucun matériaux ne représentant plus de 50% des matériaux »*

# SECTEURS D'ACTIVITÉ Clients

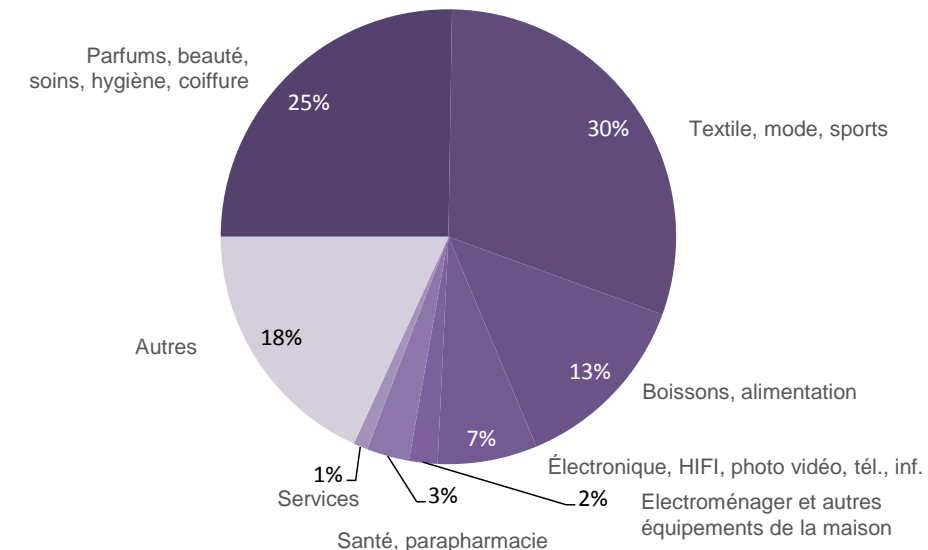
N6. Quels sont tous les secteurs d'activité dans lesquels vous êtes intervenu en 2017 et quel % de votre CA Aménagement représentent-ils ?

## Aménagement

### % des entreprises intervenant dans chaque secteur (et évolution vs 2016)



### Ventilation du CA des entreprises par secteurs



Services = Banques, crédit, assurances, loisirs, voyages  
Textile, mode, sports (y compris horlogerie, bijouterie, maroquinerie)  
Détail « Autres » : matériel de recyclage, jouet, bijouterie, horlogerie, cinéma

Édition & Papeterie 0%  
Automobile, cycles, produits pétroliers 0%

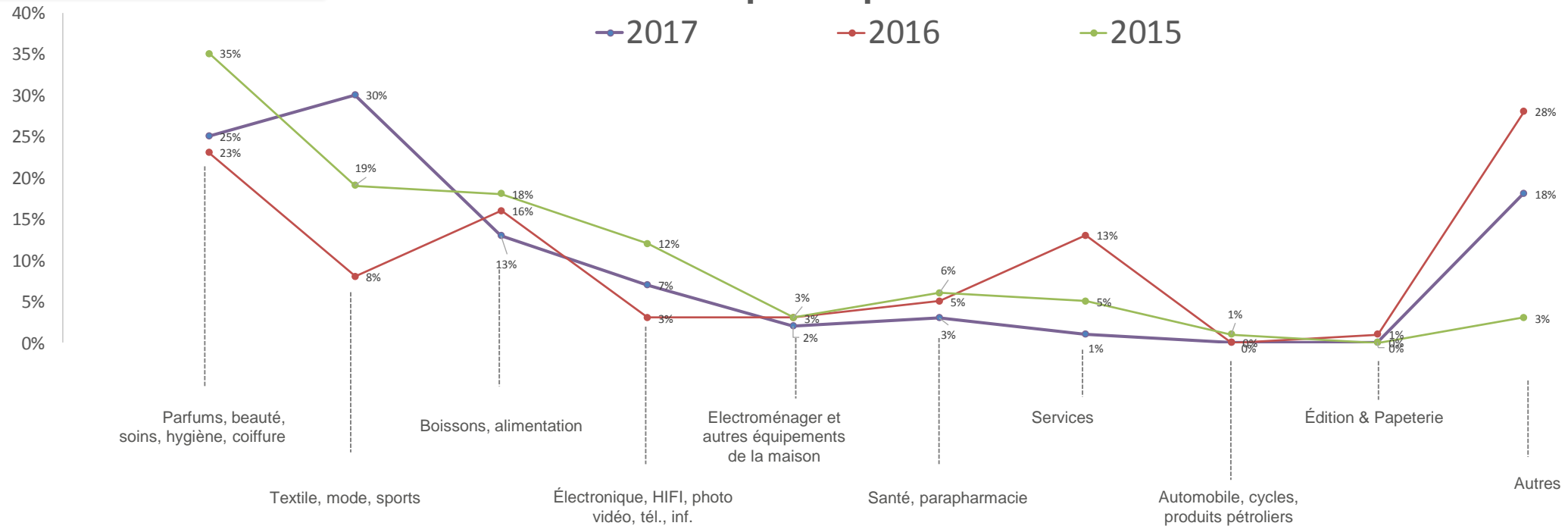
# SECTEURS D'ACTIVITÉ

## Entreprises

Q12\_1\_2. Quels sont tous les secteurs d'activité dans lesquels vous êtes intervenu en 2017 et quel % de votre CA PLV représentent-ils ?

### Aménagement

### Évolution de la ventilation du CA des entreprises par secteurs



# RÉPARTITION DU CA PLV

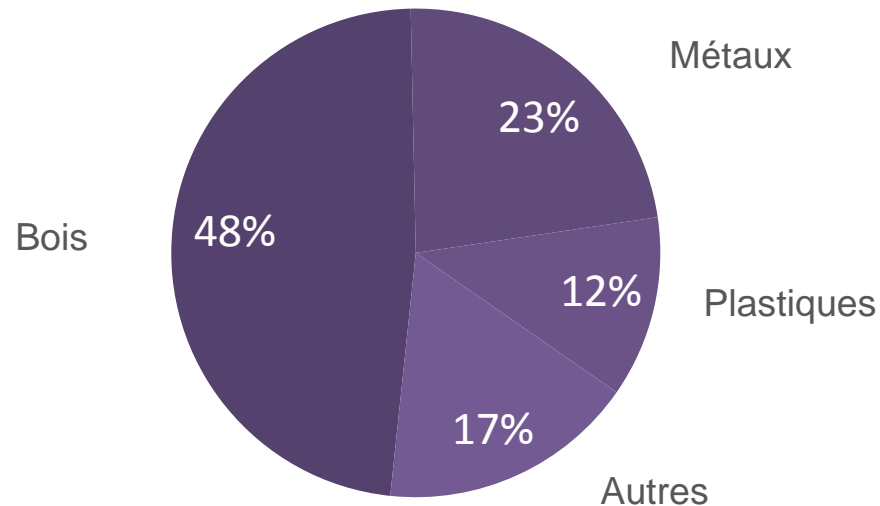
## Par matériaux utilisés

### AMÉNAGEMENT

Q11. Quelle est approximativement la répartition (en %) de votre CA 2016 **PLV** entre les différents matériaux :

N5. Quelle est approximativement la répartition (en %) de votre CA **Aménagement** 2016 entre les différents matériaux :

### MATÉRIAUX UTILISÉS



### ÉVOLUTION DU CA

	2017	2016	2015
Bois	48%	33%	43%
Métaux	23%	36%	45%
Plastiques	12%	17%	6%
Autres	17%	14%	9%

*Changement de formulation d'items « Multi matériaux » en 2016 : « Plusieurs matériaux utilisés et aucun matériaux ne représentant plus de 50% des matériaux »*

# SOUS-TRAITANCE

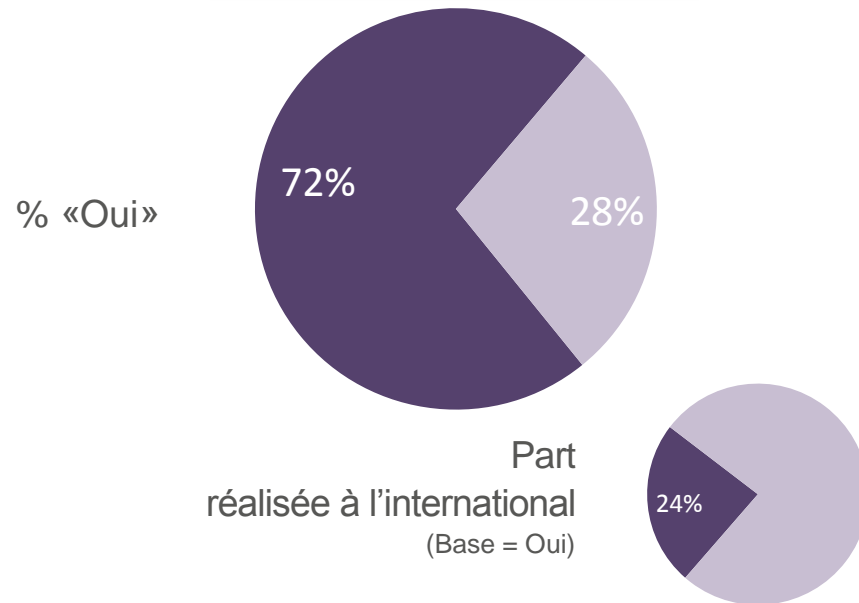
## Tout ou une partie de la production

Q21. Sous traitez-vous tout ou partie de votre production? // N7 Sous-traitez-vous tout ou partie de votre production **Aménagement** ?

Q22. Quel % de ces achats de sous-traitance est effectué à l'international en 2017?

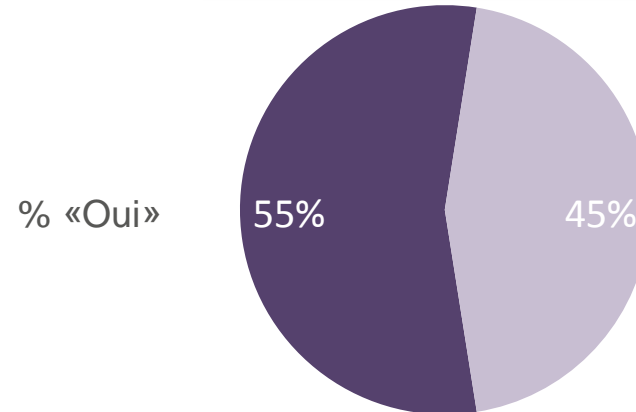
Q22b. Quelle est – même approximativement – la répartition (en %) de ces achats effectués à l'international entre ces zones ?

### PLV



	2017	2016	2015
Oui	72%	69%	71%

### Aménagement



	2017	2016
Oui	55%	52%

### Répartition géographique

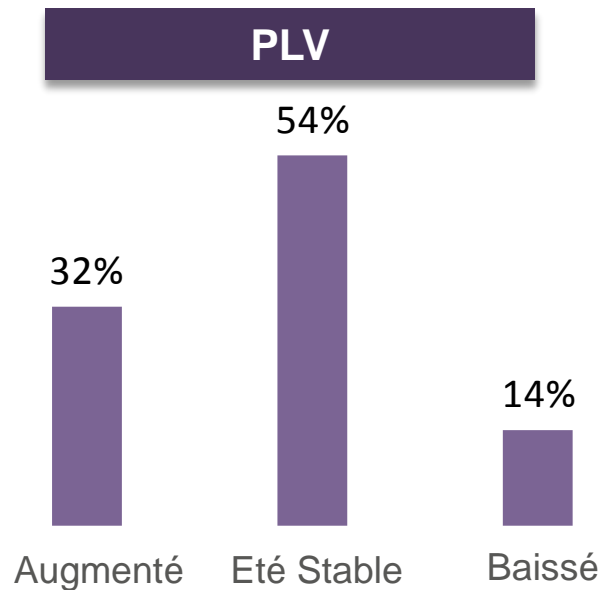
(Base = Oui)

	2017
France	38%
Europe du Sud	32%
Asie	20%
Europe de l'Est	8%
Afrique du Nord	0%
Autre	3%

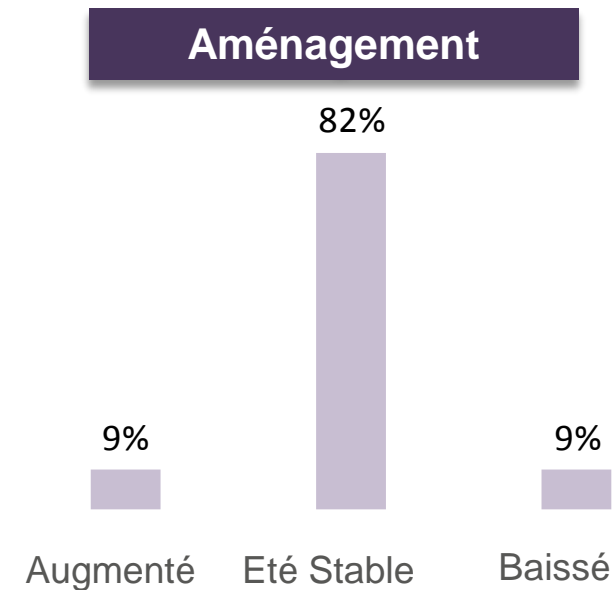
# EMPLOI Évolution

N10. L'effectif de votre entreprise en 2017 par rapport à 2016 sur l'activité **PLV** a-t-il... ?

N12. L'effectif de votre entreprise en 2017 sur l'activité **Aménagement** par rapport à 2016 a-t-il... ?



	2017	2016
Augmenté	32%	28%
Eté stable	54%	57%
Baissé	14%	15%



	2017	2016
Augmenté	9%	46%
Eté stable	82%	38%
Baissé	9%	15%



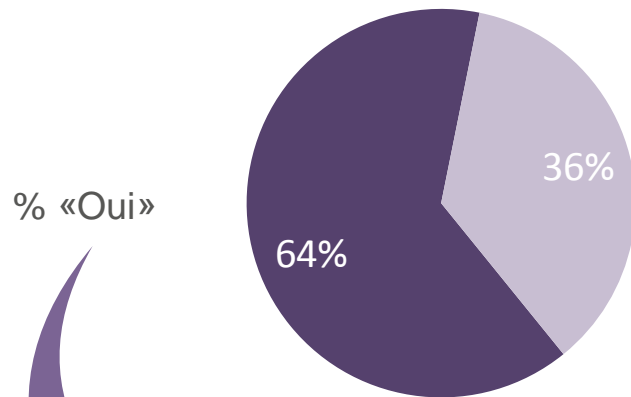
# INVESTISSEMENT

## Prévisions

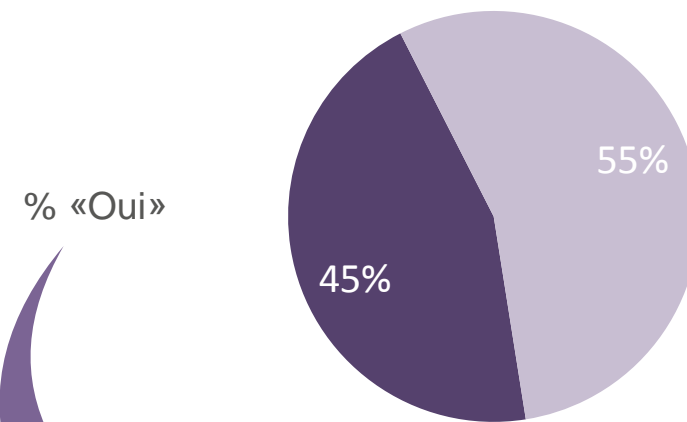
Q15. Envisagez-vous d'investir en 2018 ? N11 Envisagez-vous d'investir en 2018 ?

N8. Vous envisagez d'investir... Q11.2 Vous envisagez d'investir...

### PLV



### Aménagement



# INVESTISSEMENT

## Évolution

Q15. Envisagez-vous d'investir en 2018 ?

N11. Envisagez-vous d'investir en 2018 ?

### PLV

	2017	2016	2015
Oui	64%	49%	81%
Non	36%	51%	19%

### Aménagement

	2017	2016
Oui	45%	62%
Non	55%	38%

# LE MARCHÉ DE LA PLV ET DE L'AMÉNAGEMENT EN 2017

## Volet Entreprises

### Informations complémentaires



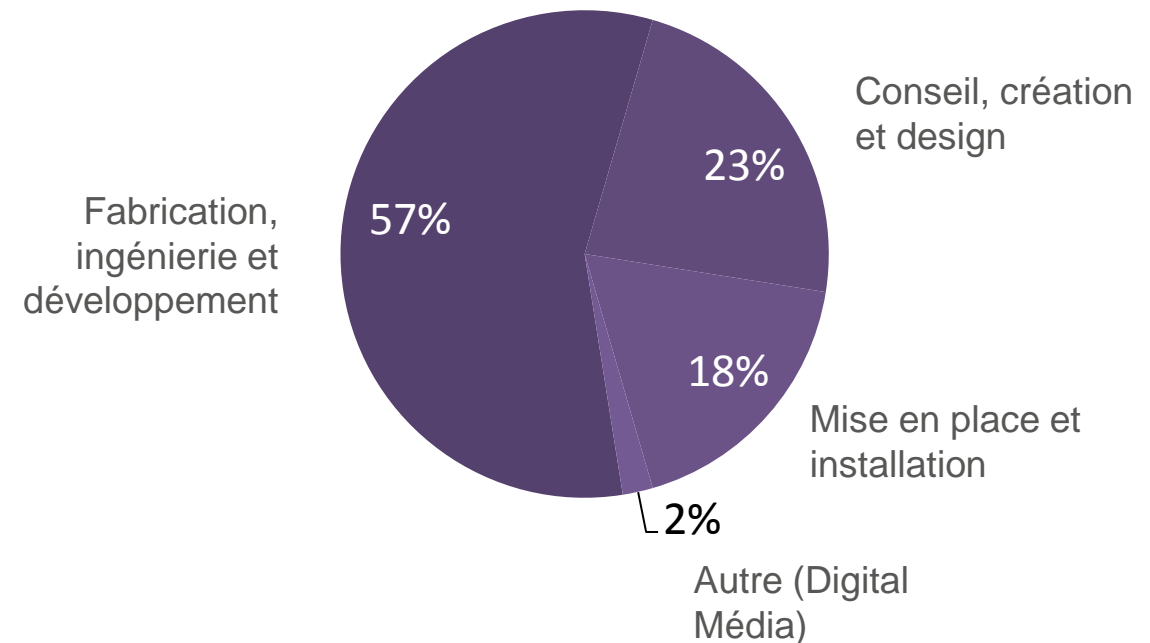
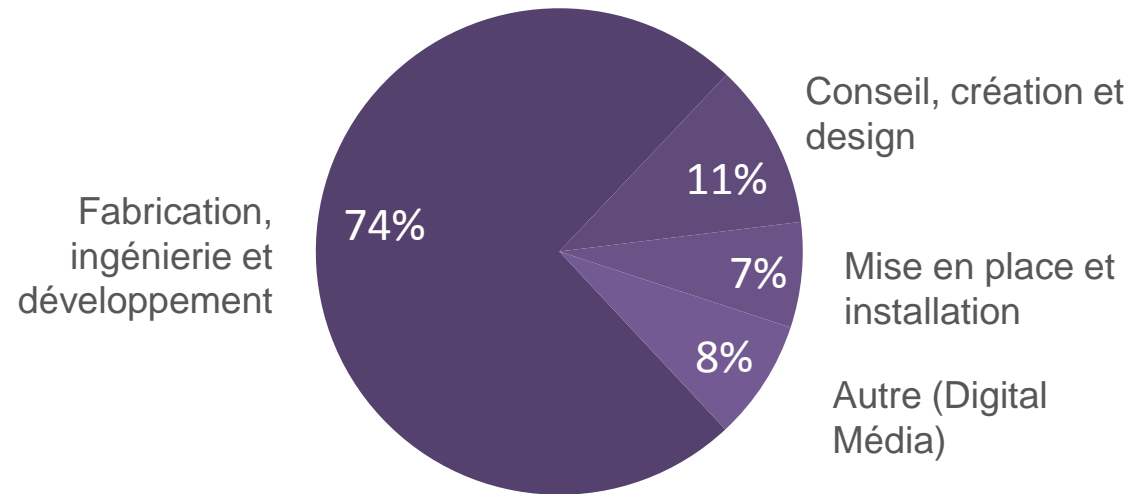
# RÉPARTITION DU CA Par activités

Q9. Quelle est la répartition (en %) de votre CA 2017 PLV par prestation, selon :

N4. Quelle est la répartition (en %) de votre CA 2017 Aménagement, selon :

## PLV

## Aménagement



# RÉPARTITION DU CA - ÉVOLUTION

## Par activités

Q9. Quelle est la répartition (en %) de votre CA 2017 PLV par prestation, selon :

N4. Quelle est la répartition (en %) de votre CA 2017 Aménagement, selon :

### PLV

	2017	2016	2015
Fabrication, ingénierie et développement	74%	78%	88%
Conseil, création et design	11%	9%	4%
Mise en place et installation	7%	10%	6%
Autres (Digital Média)	8%	3%	2%

### Aménagement

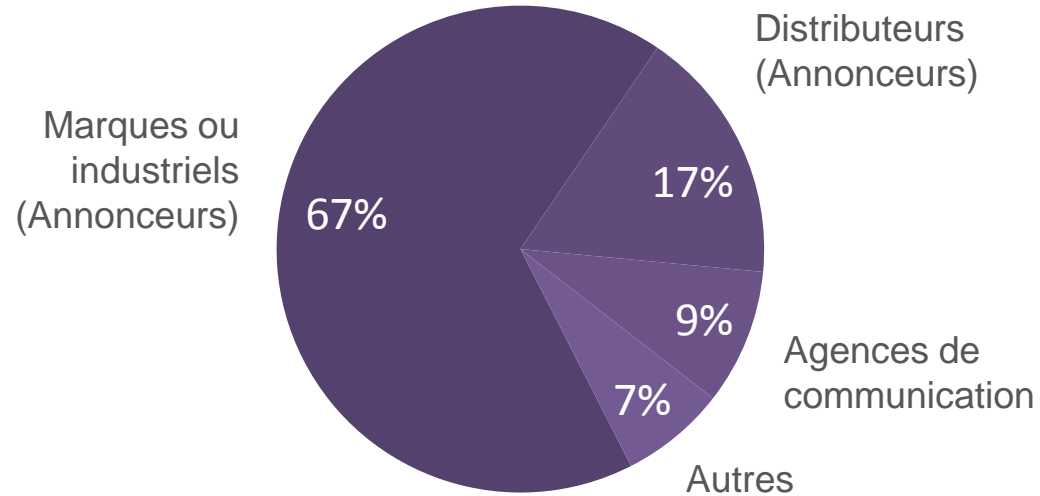
	2017	2016	2015
Fabrication, ingénierie et développement	57%	61%	67%
Conseil, création et design	23%	17%	14%
Mise en place et installation	18%	21%	14%
Autres (Digital Média)	2%	2%	5%

# RÉPARTITION DU CA

## Par types de clients

**PLV**

Q8. Quelle est la répartition (en %) de votre CA 2017 PLV par type de client, selon :



### ÉVOLUTION

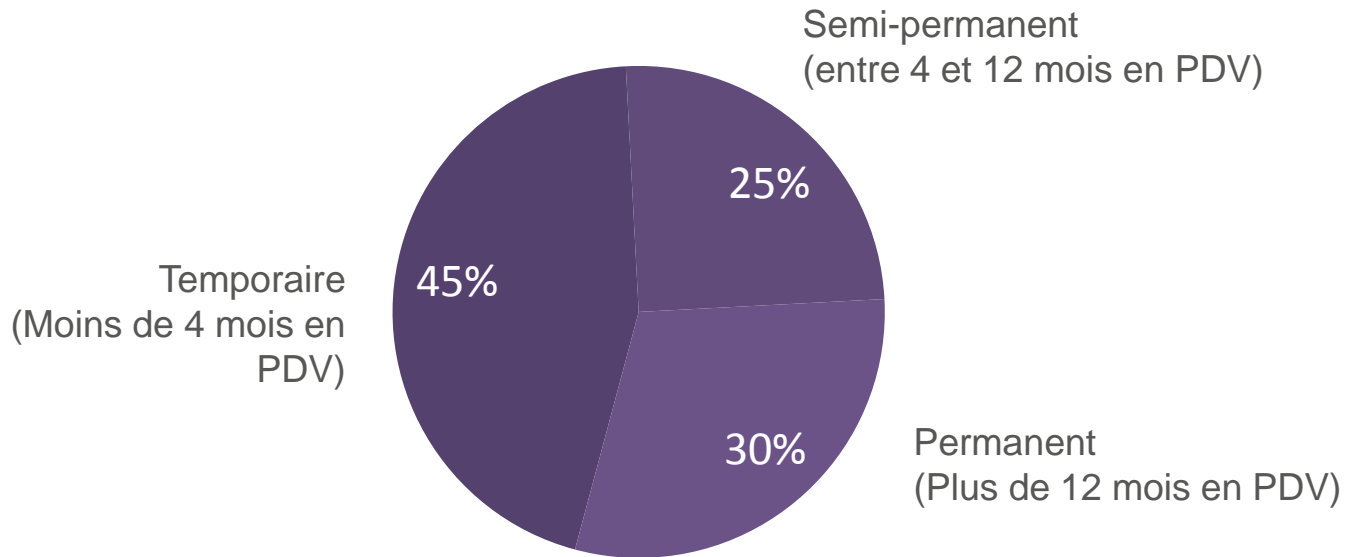
	2017	2016	2015
Marques ou industriels (Annonceurs)	67%	60%	79%
Distributeurs (Annonceurs)	17%	13%	10%
Agences de communication	9%	16%	9%
Autres. Précisez	7%	11%	2%

# RÉPARTITION DU CA

## Par durée d'implantation de la PLV

PLV

Q10. Quelle est la répartition (en %) de votre CA PLV selon :



### ÉVOLUTION

	2017	2016
Temporaire (Moins de 4 mois en PDV)	45%	50%
Semi-permanent (entre 4 et 12 mois en PDV)	25%	21%
Permanent (Plus de 12 mois en PDV)	30%	29%

# LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Q18. Prenez vous en compte le développement durable dans le mode d'organisation de votre entreprise pour votre activité **PLV** ?

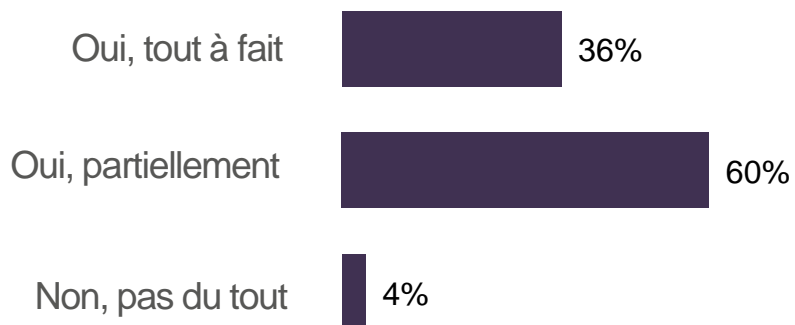
N14. Prenez vous en compte le développement durable dans le mode d'organisation de votre entreprise pour le marché de **l'Aménagement** ?

## Prise en compte du développement durable ?



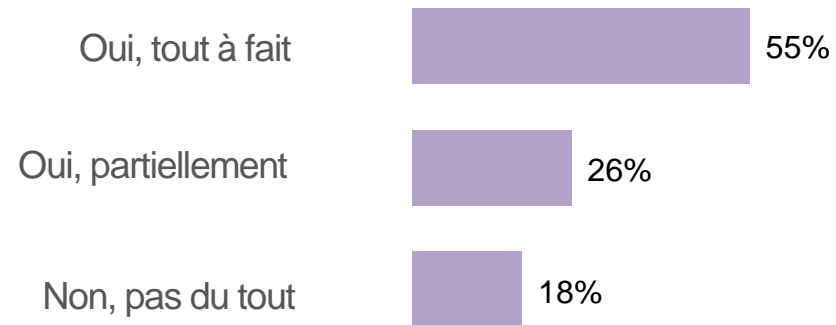
**PLV**

% « Oui » **96%**



**Aménagement**

% « Oui » **81%**





# LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

N13. Envisagez-vous de signer un engagement pour le développement durable en 2018 pour votre activité PLV ?

N15. Envisagez-vous de signer un engagement pour le développement durable en 2018 pour le marché de l'Aménagement ?

Intention de signer un engagement pour le développement durable ?



PLV

% « Oui » 79%

Oui, ÉCO POPAI



36%

Oui, un autre



43%

Non, je suis déjà certifié



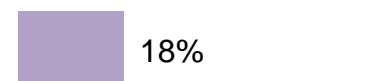
21%



Aménagement

% « Oui » 64%

Oui, ÉCO POPAI



18%

Oui, un autre



45%

Non, je suis déjà certifié



36%

# LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

N13. Envisagez-vous de signer un engagement pour le développement durable en 2018 pour votre activité PLV ?

N15. Envisagez-vous de signer un engagement pour le développement durable en 2018 pour le marché de l'Aménagement ?

Intention de signer un engagement pour le développement durable ?



PLV et Aménagement

Oui

89%

Oui, ÉCO POPAI

38%

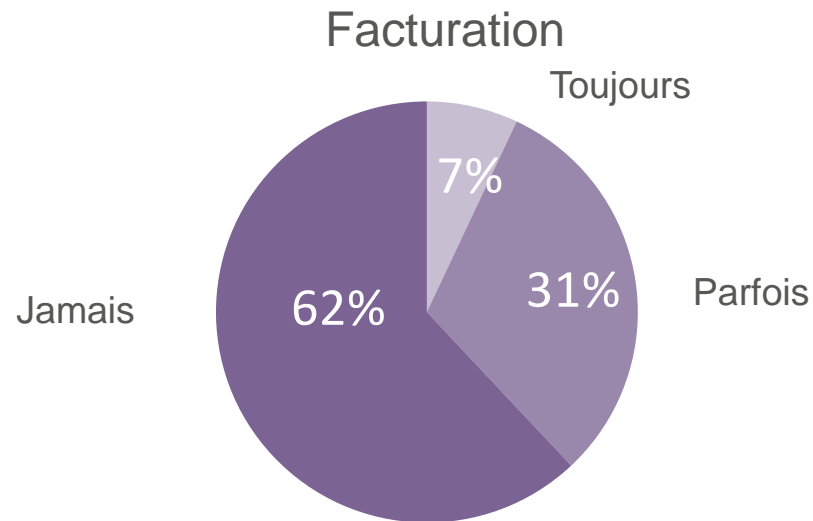
# FACTURATION : CESSIONS DE DROITS

## Création et design

PLV

Q14. Facturez-vous les cessions de droits sur la Création et le Design ?

Q14b. Selon quel principe facturez-vous les cessions de droit?



Principe de facturation

Le barème recommandé par POPAI France

67%

Un autre principe

33%

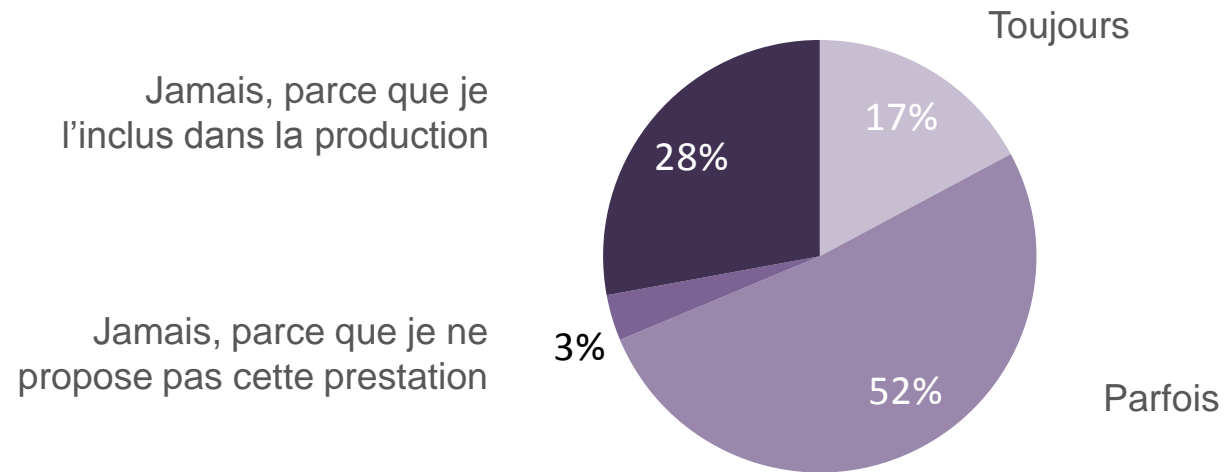
	2017	2016	2015
Toujours	7%	2%	1%
Parfois	31%	12%	32%
Jamais	62%	86%	67%

# FACTURATION SÉPARÉE

## Création

Q13 Facturez-vous séparément la création ?

PLV



	2017	2016	2015
Toujours	17%	9%	2%
Parfois	52%	38%	55%
Jamais, parce que je ne propose pas cette prestation	3%	18%	13%
Jamais, parce que je l'inclus dans la production	28%	35%	30%

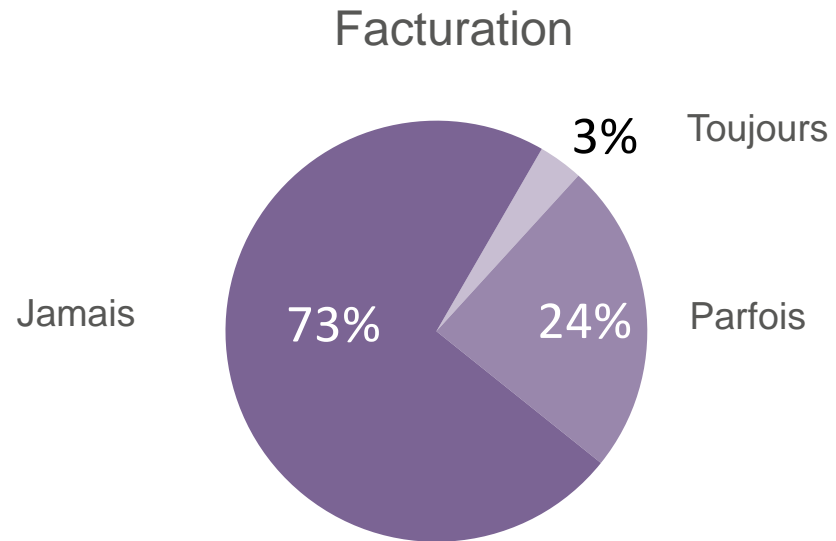
# FACTURATION : CESSIONS DE DROITS

## Ingénierie et développement

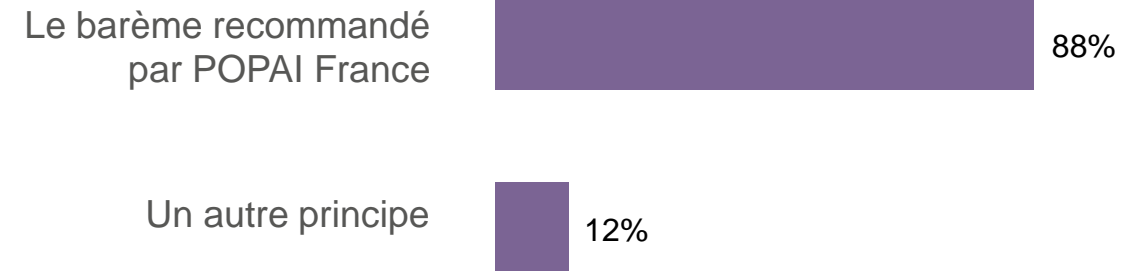
**PLV**

Q23. Facturez-vous les cessions de droits sur l'Ingénierie et le Développement ?

Q23b. Selon quel principe facturez-vous les cessions de droit...



Principe de facturation



	2017	2016	2015
Toujours	3%	2%	0%
Parfois	24%	12%	26%
Jamais	72%	86%	74%

# PRESSION CONCURRENTIELLE

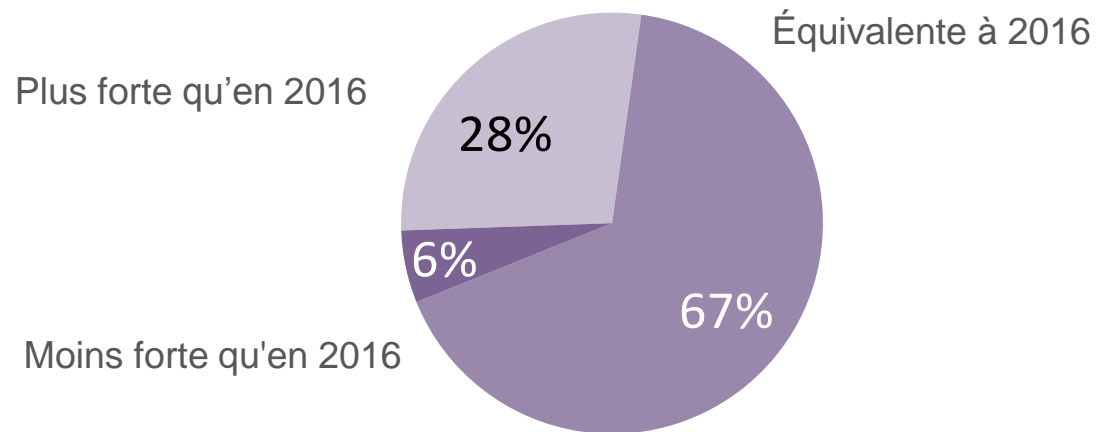
**PLV**

**N2.** En 2017, la concurrence a-t-elle été ... pour votre entreprise ?

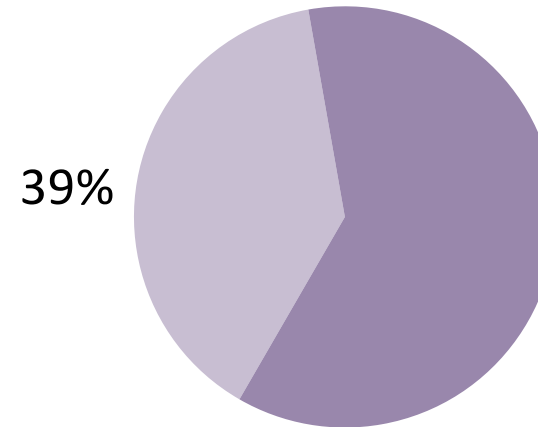
**N3.** Avez-vous repéré des nouveaux entrants

**N3Bis** De quel(s) type(s) d'entrants ?

Pression concurrentielle



Identification de nouveaux entrants ?



Type d'entrants

(Base = Oui)

Polonais  
Concurrence européenne, étrangère  
Industriels étrangers

Fabricant et agence  
Fabricant français  
Start'Up

	2017	2016
Plus forte qu'en 2016	28%	33%
Équivalente à 2016	67%	64%
Moins forte qu'en 2016	6%	4%

	2017	2016
Oui	39%	36%
Non	61%	64%

# EXPORTATION

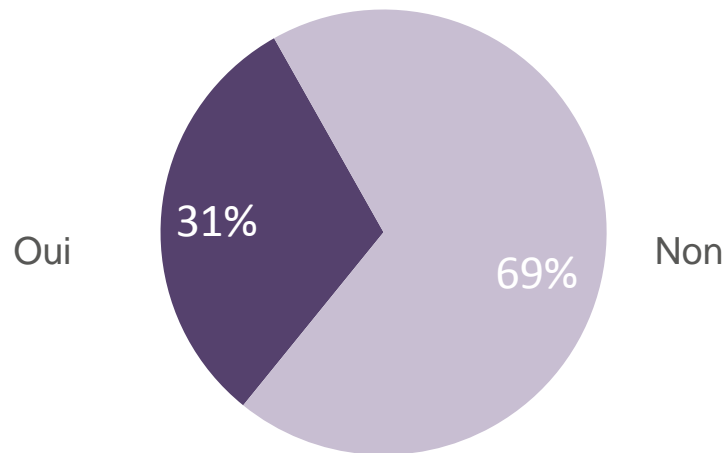
## En direct

PLV

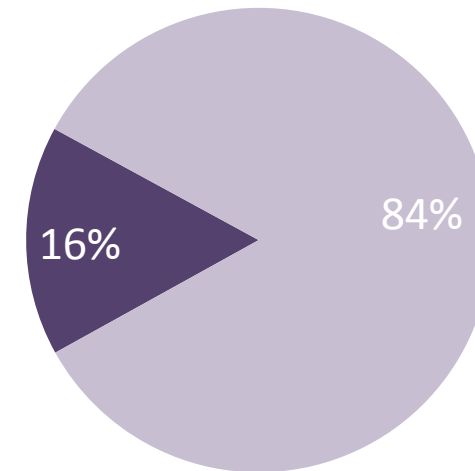
Q6. Exportez-vous en direct ?

Q6b. Quel pourcentage de votre CA PLV avez-vous réalisé à l'export en 2016 ?

Exportation en direct



Part du CA réalisé à l'export (Base = oui)



	2017	2016	2015
Oui	31%	33%	36%

	2017	2016	2015
Part du CA	16%	16%	22%



**harris**<sup>™</sup>  
**interactive**  
ahead of what's next