



# Priorité à la digitalisation des prospectus

Tous les distributeurs se préparent au recul graduel du papier. Telle est la conclusion du baromètre LSA/Bonial sur la digitalisation des catalogues et prospectus publicitaires.

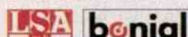
La digitalisation des prospectus et des catalogues publicitaires demeure une priorité pour les retailers interrogés (82 % versus 75 % en 2021) pour l'étude LSA/Bonial. D'autant plus que les deux tiers d'entre eux s'estiment être plutôt en avance ou à niveau par rapport aux enseignes concurrentes et aux attentes des consommateurs. Mais ils restent devancés par les pure players (64 % déclarent être en retard). Les prospectus et les catalogues publicitaires (papier ou digital) sont toujours primordiaux pour les enseignes afin de mettre en avant leurs produits. 64 % des répondants communiquent via ces supports tout au long de l'année, et près des trois quarts d'entre eux veulent augmenter leurs investissements en com'.

## Le meilleur mix média

La digitalisation, selon les répondants, devrait continuer de progresser puisque 16 % l'ont déjà adoptée en arrêtant la diffusion en boîte aux lettres. Et près des trois quarts des retailers disent que leur entreprise bascule progressivement ses budgets vers le digital en effectuant des tests pour identifier le meilleur mix média. Même si on note un retour dans les magasins, probablement lié à la crise sanitaire, on remarque une hausse de leur diffusion sur les réseaux sociaux (71 %, + 13 points) et via les bannières publicitaires des sites internet (38 %, + 10 points).

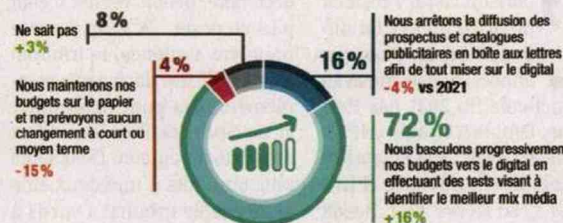


**MÉTHODOLOGIE**  
Étude réalisée en ligne par Infopro Digital Études pour LSA et Bonial, du 19 septembre au 14 octobre 2022, auprès de 218 décideurs du retail.



## UN BASCULEMENT PROGRESSIF

Parmi les approches suivantes, laquelle correspond le mieux à celle adoptée par votre enseigne ?



## LE BUDGET DIGITAL TOUJOURS TRÈS MINORITAIRE...

Quelle part du budget média dédié aux prospectus et catalogues publicitaires est allouée au digital dans votre enseigne ?



## ... MÊME SI ON ESPÈRE BEAUCOUP DE LUI

Diriez-vous que le digital pourra compenser l'érosion du média boîte aux lettres (Oui Pub, augmentation des coûts du papier...)?



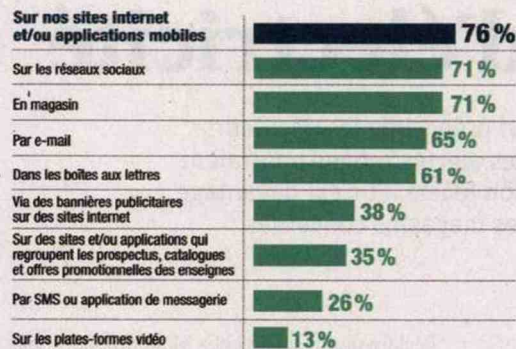
De plus, les bénéfices attendus demeurent surtout dans la réduction des coûts d'impression et de distribution et l'amélioration de l'image de l'enseigne. Et en novembre, 86 % estiment probable la généralisation du dispositif de l'autocollant Oui Pub au niveau national dans trois ans (+ 16 points). De plus, les deux tiers pensent que leur enseigne serait prête à la généralisation de ce dispositif à

l'échelle nationale. Pour compenser l'érosion du média boîte aux lettres, les retailers préfèrent augmenter la com' des catalogues sur le digital au détriment de Oui Pub. Ils estiment que la part des Français prêts à l'adopter est beaucoup trop faible. 67 % des répondants affirment que ces autocollants seront apposés par moins de 20 % des Français concernés par l'expérimentation. ■ YVES PUGET



### DES CANAUX DE DIFFUSION MULTIPLES

Sur quelle(s) source(s) sont communiqués les prospectus et catalogues publicitaires de votre enseigne ?



### LE OUI PUB, LEVIER PEU ACTIONNÉ PAR LES DISTRIBUTEURS

Quelles actions avez-vous entreprises pour compenser l'érosion de l'accessibilité des boîtes aux lettres dans les zones Oui Pub ? (plusieurs réponses possibles)



### UNE GESTION CENTRALISÉE...

Au sein de votre enseigne, la communication des prospectus et catalogues publicitaires est gérée au niveau...



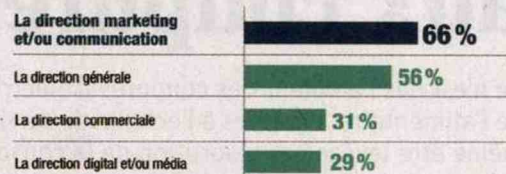
### ... MAIS ADAPTÉE LOCALEMENT

Au sein de votre enseigne, votre stratégie de digitalisation des prospectus et catalogues publicitaires est-elle adoptée par votre réseau local ?



### UNE PRÉROGATIVE DU MARKETING OU DE LA COMMUNICATION

Top 4 des réponses à la question « Au sein de votre enseigne, quelles sont les personnes impliquées dans les décisions relatives à la digitalisation des prospectus et catalogues publicitaires ? » (plusieurs réponses possibles)



### UNE EFFICACITÉ JUGÉE EN LIGNE

Top 5 des réponses à la question « Quels sont les indicateurs suivis par votre enseigne pour évaluer l'efficacité de ses prospectus et catalogues publicitaires diffusés en digital ? » (plusieurs réponses possibles)



### UNE AFFAIRE DE COÛTS ET D'IMAGE

Quels résultats votre enseigne peut-elle espérer atteindre en digitalisant ses prospectus et catalogues publicitaires ? (plusieurs réponses possibles)

