

# L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE

## UNE EFFICACITÉ (É) PROUVÉE



## L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE

**pour booster votre trafic et votre chiffre d'affaires**

UN IMPRIMÉ PUBLICITAIRE GÉNÈRE EN MOYENNE

**+9%**

de trafic et de chiffre d'affaires par campagne.

**59%**

des foyers exposés aux campagnes publicitaires déclarent lire les prospectus.

Dans un contexte d'arbitrage budgétaire, le prospectus est un repère-clé pour

- Optimiser ses dépenses
- Choisir son enseigne
- Repérer les promotions

## L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE

**pour faire revenir en point de vente les acheteurs zappeurs et occasionnels**

**59%**

des Français se rendent dans plusieurs magasins pour profiter des meilleures offres.

**73%**

de l'impact trafic provient du retour des acheteurs zappeurs et occasionnels.



**L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE EST LE DÉCLENCHEUR QUI RAMÈNE LES ACHETEURS EN RAYON DANS UN CONTEXTE OÙ ILS SONT PARTICULIÈREMENT VOLATILES.**

## L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE

**pour fidéliser et recruter**

**60 000**

FOYERS SUPPLÉMENTAIRES en moyenne par campagne.

Jusqu'à **122 000**

NOUVEAUX ACHETEURS sur certaines opérations.



**83%**

DE FIDÉLISATION chez les acheteurs de l'enseigne.

**17%**

DE RÉACTIVATION chez les occasionnels.



**Zoom sur LES FAMILLES**

- Elles réagissent fortement à l'imprimé publicitaire.
- Elles contribuent jusqu'à 73 % de l'impact sur le chiffre d'affaires.

## L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE

**levier essentiel pour engager durablement**

**L'imprimé publicitaire est le media par excellence pour capter l'attention** d'une clientèle volatile et particulièrement attentive aux promotions, générer du trafic en points de vente et du chiffre d'affaires additionnels.

En effet, face à la fragmentation des comportements d'achat et à la volatilité des comportements, l'imprimé publicitaire s'impose comme **un outil central de réactivation, de fidélisation et de conversion.**

**Le p'tit truc en +**

Associé à une étude géomarketing et à des leviers digitaux bien ciblés, l'imprimé publicitaire assure aux enseignes un mix media performant et raisonné en ciblant uniquement les audiences les plus captives et tenant compte des spécificités locales.



**Découvrir l'étude dans son intégralité**

Source : Étude 2025 Worldpanel by Numerator pour MEDIAPOSTE.

Méthodologie de l'étude : l'étude a été réalisée par Worldpanel by Numerator à partir de son panel consommateurs de 20 000 foyers représentatifs de la population française. Neuf campagnes d'imprimés publicitaires distribuées en boîtes aux lettres de grandes enseignes de la grande distribution alimentaire ont été analysées en 2025. Les campagnes portaient sur des grands temps forts des enseignes (foire au vins, fête des mères...).

**MEDIAPOSTE**  
Communiquer bien.

09 72 72 52 10  
Service gratuit. Prix d'un appel local.

[www.mediaposte.fr](http://www.mediaposte.fr)

Ce document est la propriété de MEDIAPOSTE. Toute reproduction, même partielle, est interdite sans autorisation préalable.  
MEDIAPOSTE, SAS au capital de 4 500 000,43 € - 331 648 014 RCS Paris. Siège social : 111 boulevard Brune - 75014 Paris  
N'IMPRIMEZ CE DOCUMENT QUE SI VOUS EN AVEZ REELLEMENT BESOIN