

L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE



AUCUN DOUTE,
SON EFFICACITÉ
EST REDOUTABLE

Dans un contexte inflationniste et de fragmentation de la consommation, les enseignes doivent impérativement **se distinguer pour capter davantage l'attention** de consommateurs volatiles et en attente des meilleures offres.

L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE
un levier stratégique pour recruter
et fidéliser une clientèle volatile

+14%

de chiffre d'affaires en moyenne par campagne d'imprimé publicitaire.

Sur les 2 vagues et les 18 campagnes d'imprimés publicitaires analysées en 2025, la moyenne est de +9 % de trafic et +11 % de CA. Pour rappel en vague 1, 9 campagnes ont été analysées avec un résultat de +9 % de trafic et +9 % de CA.

+10%

de trafic en magasin en moyenne chez les exposés au prospectus.

+70k

acheteurs en moyenne durant la période de l'étude et jusqu'à 144k sur certaines campagnes d'imprimés publicitaires.

L'imprimé publicitaire, le média des bons plans par excellence, drive le trafic en magasin et génère du CA additionnel.

69% des acheteurs déclarent souvent choisir leurs produits en fonction du prix.

L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE
un levier efficace en prospection

26%

des acheteurs drivés par le prospectus n'étaient jamais allés dans l'enseigne avant sa lecture.

comme en fidélisation

74%

des acheteurs drivés par le prospectus étaient déjà clients de l'enseigne.

L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE
une opportunité clé de fidélisation
dans un contexte de fragmentation des achats

Parmi les « déjà clients » de l'enseigne, en moyenne

64%

SONT DES ZAPEURS ou occasionnels à l'enseigne*.

*Zappeurs ou occasionnels = accordent moins de 30% de leurs dépenses à l'enseigne sur un an (zappeur <10% et occasionnels entre 10% et jusqu'à <30%).



36%

SONT DES POTENTIELS ou accros à l'enseigne**.

**Potentiels et accros = accordent plus de 30% de leurs dépenses à l'enseigne sur un an (potentiel entre 30 et <70% et accros jusqu'à 70% et +).

Tendances

- 2026 marque le retour de la promotion qui soutient la croissance volume de façon très atypique.
- Des séniors et des familles sans enfants qui se déplacent massivement en magasin suite à la réception d'un imprimé publicitaire.

L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE
relève un nouveau record d'efficacité

EN BREF

Dans un contexte de saturation publicitaire, ces chiffres prouvent, encore une fois, la performance inégalée de l'imprimé publicitaire, notamment sur l'attention, aujourd'hui considérée comme la véritable ressource stratégique. Cela s'explique par la nature même de ce support : un média non-intrusif, reçu à domicile et consulté dans un moment choisi.

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 majoritairement les audiences les plus captives et tenant compte des spécificités locales.

Découvrir l'article

MEDIAPOSTE, expert de la communication locale et de l'imprimé publicitaire, met au service de vos enjeux commerciaux son expertise en géomarketing, son savoir-faire media et ses data pour créer des mix média performants, raisonnés et désirés par le consommateur.

Etude réalisée par Worldpanel by Numerator à partir de son panel de consommateurs de 20 000 foyers représentatifs de la population française sur la base de 9 campagnes d'imprimés publicitaires distribuées en boîtes aux lettres de grandes enseignes de la grande distribution alimentaire en 2025.

09 72 72 52 10

Service gratuit. Prix d'un appel local.

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 RÉELLEMENT BESOIN