

PROFESSION

INVESTISSEMENT

Le hors média, principal investissement des enseignes de la grande distribution

Avec plus d'un milliard investis, le hors média rafle la mise selon le site Marketing qui publie pour la 5ème fois "Le Panorama Trade 2008".



Le hors-médias, principal investissement des enseignes de la grande distribution



14/05/2008



70 % des investissements de communication totaux, c'est la part que représente le hors-médias à fin 2007 malgré l'accès des distributeurs à la publicité télévisée depuis le 1er janvier 2007. Cela inclut les catalogues (40 %), les bannières Web, la PLV terrain ainsi que les programmes relationnels.

Le hors-médias, grâce à ses leviers directs et la proximité avec les consommateurs, reste en effet le plus efficace pour créer du trafic et donc augmenter les ventes. En 2007, le Web a attiré 12 % des dépenses réalisées par les annonceurs tous secteurs, et enregistre une hausse de 34,5 %. La grande distribution n'a pas encore adhéré à cette tendance puisque Internet n'a représenté qu'1 % de leurs investissements.