

Le marché de la publicité sur lieu de vente (PLV)

Fournisseurs de PLV traditionnelle, acteurs du *digital media*, agences de communication, etc. : perspectives d'activité, jeu concurrentiel et mutations de l'offre d'ici 2018

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché de la publicité sur lieu de vente (PLV). Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Olivier Lemesle
Chef de projets
Xerfi France

Avec le code étude 6SAE27

Le marché de la publicité sur lieu de vente (PLV)

Fournisseurs de PLV traditionnelle, acteurs du *digital media*, agences de communication, etc. : perspectives d'activité, jeu concurrentiel et mutations de l'offre d'ici 2018

Edition Juillet 2016

140 pages

Le digital, une menace pour les acteurs historiques de la PLV ?

Le déploiement de stratégies cross canal et l'extension de nouveaux concepts de vente par les distributeurs offriront encore de nombreuses opportunités aux acteurs de la PLV au cours des prochaines années. Malgré le développement de l'offre en ligne, le magasin, en tant que premier lieu de décision d'achat, continuera de faire l'objet d'une attention toute particulière. Et le déploiement du digital dans les points de vente se poursuivra, offrant là aussi des leviers d'innovation et de croissance aux acteurs. Une mutation qui accentuera toutefois un peu plus l'intensité concurrentielle. Si les acteurs historiques de la PLV doivent plus que jamais intégrer le digital dans leur offre et faire face à la percée des acteurs du *digital media*, ils ont encore de solides arguments à faire valoir. Dès lors, **quels sont les principaux axes de développement des entreprises spécialisées en marketing point de vente ? Quelles sont les réelles perspectives du marché de la PLV à l'horizon 2018 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**
Baromètre d'activité Xerfi des acteurs de la PLV, dynamique et chiffres clés de trois profils d'acteurs, pressions des donneurs d'ordres et de la concurrence.
- **Toutes les clés pour comprendre l'évolution de la demande**
Analyse macro-économique (climat des affaires, parc de points de vente, etc.), évolution des dépenses de communication des annonceurs en PLV, poids de la PLV dans les dépenses hors média, dynamique des principaux marchés clients, multiples études de cas de contrats remportés par des spécialistes de la PLV.
- **Le décryptage des principaux axes de développement des acteurs**
Innovation, développement de services associés et de solutions globales, opérations de croissance externe, déploiement à l'international, développement de solutions éco-conçues.
- **Le panorama du paysage concurrentiel et des forces en présence**
Décryptage du positionnement et des stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 14 acteurs clés et bilan économique et financier des 200 premiers opérateurs du secteur.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des acteurs de la PLV à l'horizon 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande, le contexte concurrentiel et les mutations de l'offre. Pour mesurer l'impact de ces différents éléments, Xerfi a construit un baromètre d'activité exclusif sur la base d'un échantillon représentatif d'opérateurs spécialisés en marketing point de vente (ensemble et par profil d'intervenants).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. COMPRENDRE LE MARCHÉ ET LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

1. LES FONDAMENTAUX DE LA PLV

- Définition, objectifs, répartition par matériau, par marché client, chaîne de valeur, etc.

2. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

2. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ

1. L'ACTIVITÉ JUSQU'EN 2015

- L'évolution des déterminants
- Le chiffre d'affaires des acteurs de la PLV dans son ensemble et pour 4 segments : fournisseurs de PLV traditionnelle, agences de communication, designers-agenceurs, acteurs de la PLV digitale
- Les pressions des donneurs d'ordres et de la concurrence

2. L'ANALYSE DES PERFORMANCES FINANCIÈRES

- Les performances financières de 3 segments : fournisseurs de PLV traditionnelle, agences de communication, designers-agenceurs

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL

- Le scénario Xerfi à l'horizon 2018
- Les opportunités et menaces à court terme
- Les perspectives du jeu concurrentiel à court terme

3. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. LE CADRE MACRO-ÉCONOMIQUE

- Le climat des affaires et le niveau de l'investissement
- L'évolution du parc de points de vente

2. LES DÉPENSES DES ANNONCEURS

- Les dépenses de communication des annonceurs en PLV
- Le poids de la PLV dans les dépenses de communication hors média

3. LES GRANDES TENDANCES DANS LA DISTRIBUTION

- L'importance de la PLV dans l'acte d'achat
- L'évolution du *digital media*
- Le développement de l'omnicanalité

4. L'ANALYSE DES MARCHÉS CLIENTS

- Les parfums et cosmétiques
Études de cas : Formes et Sculptures, Constantin, Marie-Laure PLV, HL Display, RC Concept, CPI Global, Pilotes PLV
- L'agroalimentaire
Études de cas : Altavia, Diam, CCI PLV, Media6, CJS PLV, Marie-Laure PLV
- Le textile et le sport
Études de cas : STI-Group, Fag France, Ascome
- L'électronique et l'équipement de la maison
Études de cas : Media6, ideAform, Graphoblique
- La parapharmacie
Études de cas : Futuramédia, Sitco, Marie-Laure PLV, CPI Global

4. LES FAITS MARQUANTS ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

1. LES EFFORTS D'INNOVATION

- Investissement en R&D et dans l'outil de production et développement de PLV digitales innovantes afin de se différencier de la concurrence

2. LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCO-CONCEPTION

- Optimisation de la matière, utilisation de matériaux recyclés, allègement des produits

3. LE DÉPLOIEMENT DE SOLUTIONS GLOBALES

- Renforcement dans les services et développement de solutions clés en main pour devenir un interlocuteur unique auprès du client

4. LA CONSOLIDATION DU MARCHÉ

- Décryptage des opérations de croissance externe et des reprises de sites

5. L'INTERNATIONALISATION DE L'ACTIVITÉ

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Selon Xerfi, deux profils d'intervenants sont les mieux placés pour l'emporter : les fournisseurs intégrés de la PLV traditionnelle (Euro PLV, CPI Global, etc.), en raison de leur connaissance des attentes des clients et de leur capacité à proposer des services « tout en un », ainsi que les acteurs de l'affichage dynamique qui ont construit leur succès sur le modèle des régies publicitaires (Futuramédia, Activ'screen).

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du marketing point de vente. Parmi ceux-ci : la création de solutions innovantes (fonctionnalité, praticité, modularité, etc.), l'engagement dans une démarche écologique, le renforcement de l'offre de services (notamment vers le conseil), le développement de solutions clés en main, l'ouverture à l'international et la consolidation des positions *via* les opérations de croissance externe.

5. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL

1. LES FOURNISSEURS DE LA PLV TRADITIONNELLE

- Purs fabricants, filiales de groupes d'emballages, opérateurs intégrés, imprimeurs (liste de 40 principaux opérateurs)

2. LES ACTEURS DU DIGITAL MEDIA

- Agences de communication digitale, spécialistes de l'affichage dynamique (liste de 35 principaux opérateurs)

3. LES ACTEURS DE L'AGENCEMENT ET DU DESIGN

- Studios de design, fabricants de mobilier commercial (liste de 20 principaux opérateurs)

4. LES OPÉRATEURS DE LA COMMUNICATION

- Agences de publicité, spécialistes de la mesure d'audience (liste de 23 principaux opérateurs)

6. LES FICHES D'IDENTITÉ DE PRINCIPAUX ACTEURS

1. LES CARTONNIERS

- Smurfit Kappa, Saica, International Paper, Rossmann

2. LES SPECIALISTES DE LA PLV

- HL Display, Marie-Laure PLV, Sitco, CPI Global, Euro PLV, Media6, Fapec

3. LES ACTEURS DE L'AGENCEMENT ET DU DESIGN

- HMY

4. LES AGENCES DE COMMUNICATION

- CA COM

5. LES SPECIALISTES DU DIGITAL MEDIA

- Futuramedia

7. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 200 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- ACTIV'SCREEN
- CA COM
- CPI GLOBAL
- EURO PLV
- FAG ARTIGRAFICHE
- FAPEC
- FG DESIGN
- FUTURAMEDIA
- HAVAS MEDIA GROUP
- HL DISPLAY
- HMY
- IDEAFORM
- INTERNATIONAL PAPER
- MARIE-LAURE PLV
- MEDIA6
- PUBLICIS
- ROSSMANN
- SAICA
- SITCO
- SMURFIT KAPPA
- SQLI
- STI-GROUP
- WPP

PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE (*)

- ARNOLD ANDRE
- ASCOME
- ATLANTIQUE COMPOSITES EMBALLAGES
- BEQUET
- BOUTAUX PUBLICITE EMAIL
- BREARD - COMMUNICATION
- C10 PLAY
- CAMELEON GROUP
- CARACTERES
- CARTONEO
- CARTONNAGES GAUTHIER PLV
- CARTONNERIES DE GONDARDENNES
- CAULIER
- CCI PLV PRODUCTIONS
- CHARVET INDUSTRIES
- CIDI SERVICES
- CMGRP FRANCE
- CONCEPT EMBALLAGE LA SIGNATURE DE VOS VINS
- CONDI PLUS
- CONSTANTIN
- CPI GLOBAL
- CPV+
- CREAPLAST
- DIMENSION 4
- EMBALLAGES LAURENT
- EURHAM
- EURO PLV
- EURO WELL
- FAPEC
- FERRIOT CRIC
- FLEXICO
- FORMES ET SCULPTURES INDUSTRIE
- FUTURAMEDIA
- GFIL GOFFIN
- GLOBAL CONCEPT
- HAUBTMANN
- HEAVEN CONSEIL
- HELCET
- HL DISPLAY FRANCE
- IDEAFORM
- INPUT SALES PROMOTION
- INSTORE SOLUTION
- IPG FRANCE HOLDINGS
- JORDENEN
- L'AGENCE DE FAB
- LE PRESENTOIR SEILLER
- LES ATELIERS MARINA
- LOUPI
- LVH FACONNAGE
- M2 FABRICATIONS PUBLICITAIRES
- MARIE-LAURE PROMOTION
- MARIN'S INTERNATIONAL
- MARINA MULTI
- MARIN'S FRANCE
- MEDIA 6 360
- MEDIA 6 PRODUCTION METAL
- MEDIA 6 PRODUCTION PLV
- MEDIAMA
- METAUPLAST OLD CO
- MIGNOT-GRAPHIE
- MILETIS
- MOHN MEDIA FRANCE
- MP 2 PLV
- NEW PLV
- NISSE CARTONNAGE
- NOV'ACTION
- ONDUL'YONNE
- ONDULYS ROYE
- PANKARTE PLV
- PAPERIES D'ESPALY
- PELLICULAGE VERNISSAGE 37
- PERIMEDIAS
- COMMUNICATION
- PIERRE BONNERRE MARKETING
- PIERRE BONNERRE PLV
- PLV BROKER
- PLVPLUS
- PND PLV
- PRINT AND DISPLAY FRANCE
- PRISMAFLEX INTERNATIONAL
- PROMOCOME-PLV GROUPE
- PROXIMITY BBDO
- RAYNARD
- SAICA PACK FRANCE
- SAICA PACK
- TRANSFORMATEURS
- SB GRAPHIC
- SERIGRAPHIE CARPENTIER
- SICAL
- SITCO GROUPE
- SITOUR
- SMURFIT KAPPA CNC REIMS
- SMURFIT KAPPA DISPLAY FRANCE
- SMURFIT KAPPA PLV LYON
- SODEM SYSTEM
- STÉ GUADELOUPEENNE DE CARTON ONDULE
- STÉ INDUSTRIELLE D'EQUIPEMENT DE LA LIMAGNE
- STÉ NORMANDE DE CARTON ONDULE
- SYNERGIE PLV
- VISUAL-DISPLAYS
- VITRINEMEDIA
- WALOMO
- WEBER MARKING SYSTEMS FRANCE
- WEILLROBERT PLV

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SAE27** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché du marketing direct et relationnel**
6SAE40 – Mai 2016
- **Les mutations stratégiques de la publicité**
6COM36 – Mars 2016

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

À retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6SAE27 / SPE

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/07/2017 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques).

Le marché de la publicité sur lieu de vente (PLV)

Fournisseurs de PLV traditionnelle, acteurs du digital media, agences de communication, etc. : perspectives d'activité, jeu concurrentiel et mutations de l'offre d'ici 2018

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :