

Paris, le 22 juin 2023

Communiqué de presse

LA FILIÈRE COMMUNICATION DÉVOILE LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE SUR L'IMPACT DE LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE SUR L'ÉCONOMIE

**En France, 1 € de publicité génère 12,5 € de PIB
Et contribue à 10% de la croissance du PIB**

Dans un contexte socio-économique sensible, marqué par la crise énergétique et les incertitudes liées à la guerre en Ukraine, par des enjeux sociaux et environnementaux majeurs, **la communication apparaît plus que jamais comme un levier pour l'économie française** : levier de croissance pour ses entreprises, de transformations sociétales, de nouveaux usages et de construction des marques.

C'est cet **effet de levier** que révèle et confirme **l'étude sur l'impact de la communication publicitaire sur la croissance économique**, commanditée par la Filière Communication, et réalisée par SLPV analytics (cabinet d'étude expert en analyses quantitatives et modélisation économétrique fondé par Antoine Moreau, qui a réalisé l'étude). L'analyse de la **contribution de la communication publicitaire à l'économie Française ainsi qu'à l'économie de 16 pays au niveau européen et mondial*** a été effectuée sur la période 1998-2019, en utilisant un modèle économétrique qui permet d'isoler les apports de la publicité sur le PIB.

L'étude de la Filière quantifie donc **l'impact indéniable de la communication sur l'économie en termes de retour sur investissement et contribution au PIB**. Elle démontre qu'en France, **1 € de publicité génère 12,5 € de PIB**.

Cet effet multiplicateur de la publicité est constaté dans tous les pays, 1 € de publicité générant entre 5 et 16,1 € de PIB dans les pays étudiés.

La même étude relève que la publicité contribue à environ **10%** de la croissance du **PIB** dans plusieurs pays comme la France ou le Chili. Dans d'autres pays, dont l'Italie et la Norvège, le pourcentage dépasse les 20%. Dans seulement deux des pays étudiés, le pourcentage moyen de la croissance économique expliqué par la publicité est au-dessous de 10%.

La présentation de cette étude par Mercedes ERRA, Présidente de l'Association pour les actions de la Filière Communication, et Catherine Emprin, Directrice de Cabinet, est l'occasion de revenir sur la Filière Communication, sur son rôle non seulement économique et en termes d'emploi, mais aussi comme accélérateur de la transition énergétique et écologique.

A propos de l'Association pour les Actions de la Filière Communication

Elle a pour mission de mener à bien les actions prévues dans le contrat de filière signé en février 2017 par l'initiateur des filières de services, le Ministère de l'Économie, via la Direction Générale des Entreprises, la Ministre de la Culture et de la Communication ainsi que des organisations professionnelles du secteur de la communication.

La Filière Communication réunit donc les représentants de 25 associations du secteur de la communication ainsi que des syndicats professionnels.

Son objectif prioritaire est de faire comprendre le rôle de la communication dans l'économie et la société, son utilité, ses métiers, son fonctionnement, auprès de tous les publics.

Son action vise à valoriser et à défendre le secteur de la Communication (plus de 50 Milliards € de PIB et 400 000 emplois directs et indirects en 2021, dont 78% en CDI - moyenne du secteur des services : 58%), au bénéfice de l'ensemble de ses composantes, à accélérer le développement économique du secteur, soutenir la création d'emplois, favoriser l'innovation au sein du secteur.

La Filière Communication fait vivre un grand nombre d'entreprises, et représente un tissu vivace de PME et TPE. 86% des entreprises de la Filière Communication affichent un chiffre d'affaires inférieur à 2 M€. Par ailleurs, le secteur de la communication est une source de revenus conséquente pour les entreprises du secteur culturel et créatif, avec lesquelles elle est intimement liée, opérant un glissement vertueux des ressources de la publicité vers les industries culturelles et créatives - artistes, comédiens, réalisateurs, photographes, ingénieurs du son, imprimeurs, stylistes, décorateurs et autres.

La communication contribue directement à l'existence et à la vivacité des médias, en contribuant pour 7,831 Mds€ (recettes nettes publicitaires totales BUMP**2022) à leur financement.

La Filière Communication prend également une part active aux réflexions et aux propositions d'actions en matière de transition écologique dans le cadre de la loi Climat et Résilience avec la mise en place de 7 engagements volontaires de ses membres les impliquant dans une trajectoire de réduction de leurs émissions, dans le cadre d'un contrat climat.

www.filiere-communication.org

* Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Chili, Corée, Danemark, Espagne, Israël, Italie, Japon, Norvège, Portugal, Suède, UK, US

** Baromètre unifié du marché publicitaire

Contact

Sandrine Christon-Pain

sandrine@filiere-communication.org

0762911989