

COMMUNIQUE DE PRESSE **BAROMETRE HARRIS INTERACTIVE**

MARCHE DU MARKETING POINT DE VENTE 2020 : une année difficile pour toute la filière

Enquête Harris Interactive pour POPAI France, réalisée en ligne en mai 2021 auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises de la filière Marketing Point de Vente, intervenants dans les secteurs du merchandising / PLV, de l'agencement, de la digitalisation, de l'animation terrain ou de la fourniture matériaux.

1. 2020, une année particulière

Sans surprise une proportion élevée d'entreprises du secteur a vu son **chiffre d'affaires baisser** en 2020 : **55%** ; auprès de ces entreprises la baisse de CA est brutale, **27% en moyenne**. **Tous les secteurs sont affectés : merchandising, agencement, digital, animation, fournitures de matériaux.**

2. Mais la résilience est réelle

- **26%** des entreprises ont vu leur chiffre d'affaires rester **stable** et même près de **20%** ont vu leur chiffre d'affaires **croître** ;
- Alors que plus de la moitié des entreprises a vu son chiffre d'affaires s'éroder, une proportion largement inférieure a vu ses **effectifs diminuer (36%)**.

Sur un marché en contraction, la **pression concurrentielle** s'est **atténuée** en 2020 avec moins de nouveaux entrants identifiés par les entreprises que les années antérieures :

- Ainsi **20%** des entreprises ont ressenti une **moindre pression concurrentielle** en 2020 qu'en 2019 (proportion deux fois plus élevée que lors des années antérieures) ; et **69%** la décrivent comme **équivalente** à celle de 2019.
- Seulement **11%** des entreprises ont identifié de **nouveaux entrants** (contre 20% en 2019).

La proportion d'entreprises qui a **sous-traité** sa production est en hausse en 2020 : **52%** (contre 39% en 2019) ; mais la part de la sous-traitance réalisée à l'international a tendance à baisser 13% soit 5 points de moins par rapport à 2019.

En 2020, les **annonceurs** et les **distributeurs** ont été les principaux donneurs d'ordre des entreprises du secteur avec respectivement **36%** et **32%** du chiffre d'affaires apporté.

3. Un secteur qui conserve ses fondamentaux

La **fabrication, l'ingénierie et le développement** reste la première prestation fournie par les entreprises du secteur apportant **49%** de leur chiffre d'affaires, devant la mise en place et l'installation (26%) et le conseil (18%).

Les grands **secteurs** du marketing point de vente sur lesquels interviennent une majorité d'entreprises et pourvoyant les chiffres d'affaires les plus élevés restent les mêmes :

Alimentation Santé et **parapharmacie, Beauté, Textile** : **63% du chiffre d'affaires MPV provient de ces secteurs.**

- Pour autant, certains secteurs souffrent dans la filière merchandising (Textile, Beauté) à l'inverse de l'Alimentation.

4. Les entreprises du secteur sont raisonnablement optimistes pour 2021.

Deux tiers des entreprises anticipent une bonne année 2021. La moitié d'entre-elles prévoir d'investir en 20

SYNTHESE :

2020 : une année difficile pour toute la filière

- Plus de la moitié des entreprises ont un CA en baisse.
- Un tiers ont diminué leurs effectifs.

Une filière qui conserve toutefois ses fondamentaux

- Un engagement dans les investissements et notamment dans le développement durable
- Une activité toujours orientée vers les secteurs de l'alimentation, l'habillement, la beauté et la santé/parapharmacie.

Pour autant, des raisons d'espérer

- Des entreprises résilientes : 45% avec un CA stable ou en augmentation.
- Les réorientations d'activités de 2020 (nouveaux clients, demande de dispositifs digitaux, changements en interne) pourraient avoir un impact positif pour la suite.
- En 2021 : une relance espérée et une augmentation d'activité anticipée.

VOUS SOUHAITEZ INTERVIEWER
UN REPRESENTANT POPAI FRANCE ?
VOUS SOUHAITEZ + D'INFORMATIONS?

VOTRE CONTACT POPAI FRANCE
Sandrine JEAN
sj@popai.fr
Tél.: 06.63.80.00.75