

# INVESTISSEMENTS DES ANNONCEURS EN NET SUR LE MARKETING D'INFLUENCE 2022 - 2025



autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**  
— ■ ■ ■ ■ ■



# MÉTHODOLOGIE PROPRIÉTAIRE

## Double approche économique

### Macro économique

- Avis d'expert
- Information documentaire sur l'activité économique globale et par secteur
- Informations financières sur les entreprises de communication

### Micro économique

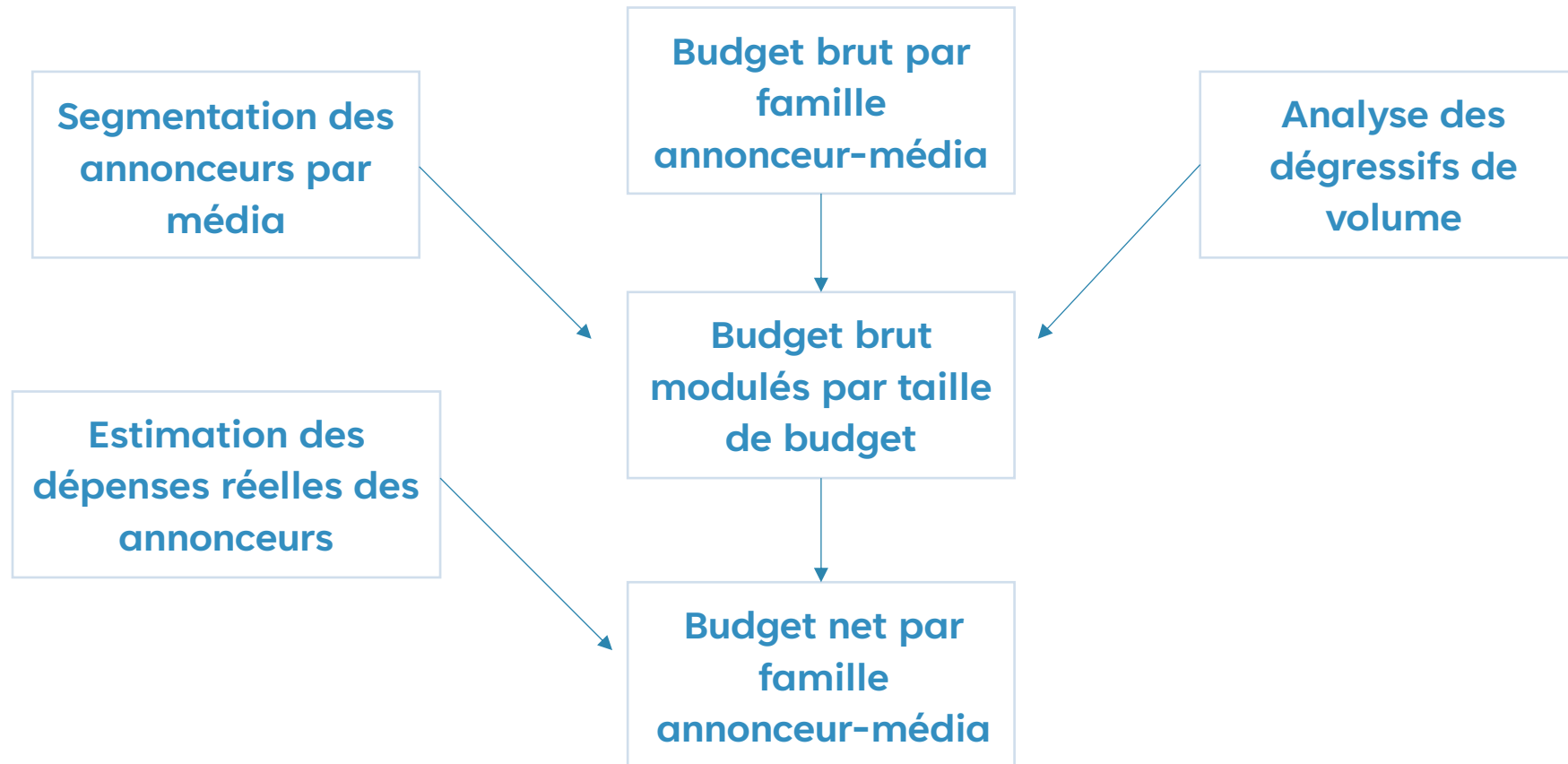
- Interviews qualitatives
- 200 interviews annonceurs nationaux
- 600 interviews annonceurs locaux et régionaux

Historique sur la constitution et le suivi d'activité de notre fichier de 10 000 annonceurs nationaux et de 620 000 annonceurs locaux



**Modèle d'extrapolation des données à l'ensemble des annonceurs français**

## Modélisation par familles d'annonceurs



**L'étude réalisée consiste à déterminer le net statistique des investissements publicitaires des familles d'annonceurs par modélisation et extrapolation**

# Périmètre du marché de la communication national/local 2025

## Annonces Locaux/Régionaux



100%  
**communication  
locale**

620 000 établissements

## Annonces Nationaux...



... qui communiquent  
**localement  
(multi-local)**

4 000 établissements



...qui communiquent  
**exclusivement  
au niveau national**

6 000 établissements



autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

France Pub

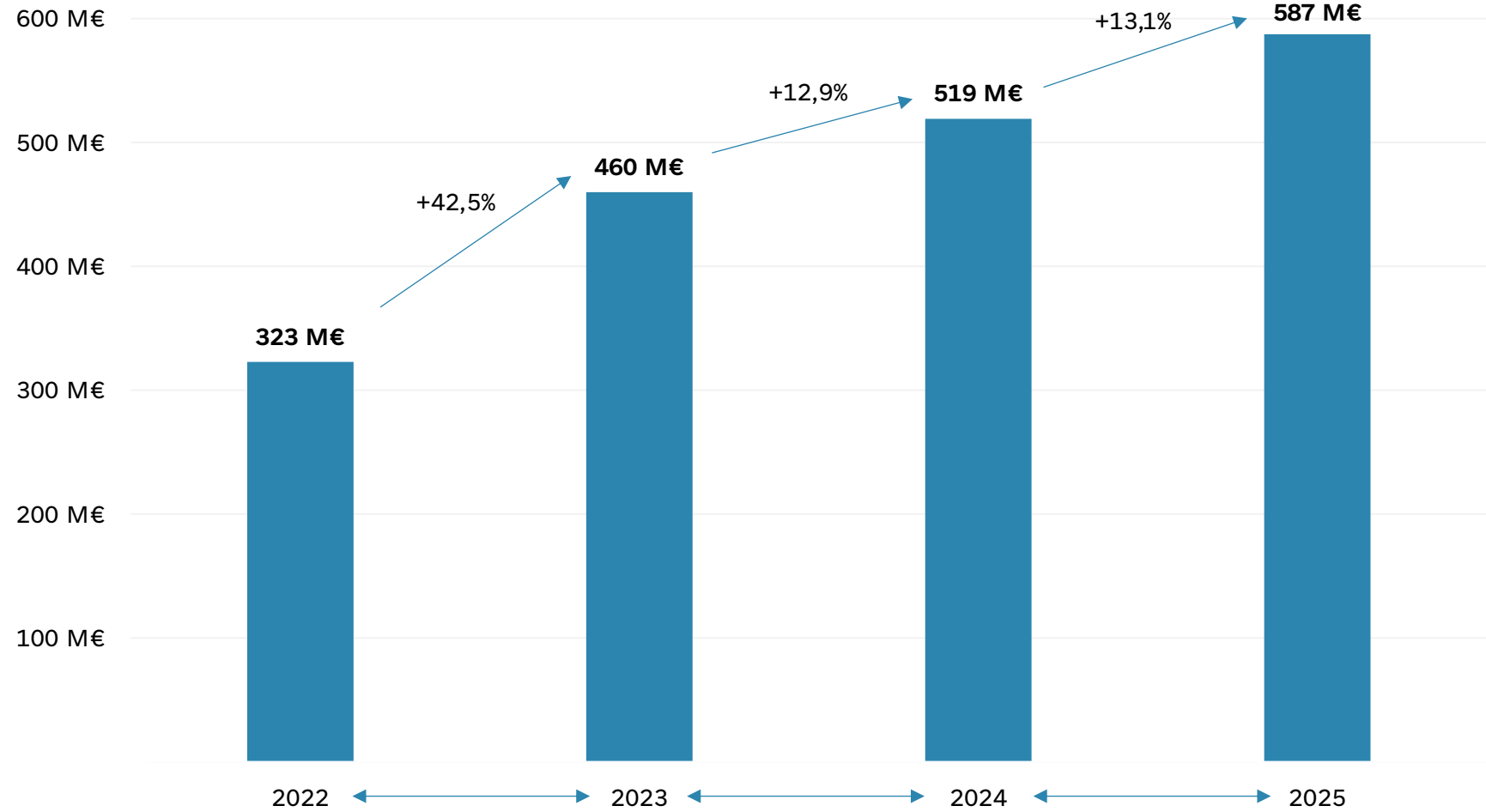
# CHIFFRES CLÉS

**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**

# INVESTISSEMENTS NETS EN MARKETING D'INFLUENCE (2022-2025)



Total Investissements Digitaux :	+6,1%	+9,0%	+8,2%
Total Investissements Communication :	+3,8%	+4,6%	-1,3%

# Le Marketing d'Influence : quel poids vs les autres médias ?

**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**  
— ■ ■ ■ ■ ■

## INVESTISSEMENTS ET POIDS DU MARKETING D'INFLUENCE AU SEIN DU MARCHÉ DE LA COMMUNICATION DE 2022 À 2025

INVESTISSEMENTS EN COMMUNICATION DES ANNONCEURS PAR MEDIA	Valeur 2025 en M€	Part de marché 2025 en %	Valeur 2024 en M€	Part de marché 2024 en %	Valeur 2023 en M€	Part de marché 2023 en %	Valeur 2022 en M€	Part de marché 2022 en %
Radio	822	2,3%	839	2,4%	839	2,5%	808	2,5%
<b>Sous Total 5 MEDIAS</b>	<b>7 894</b>	<b>22,4%</b>	<b>8 386</b>	<b>23,5%</b>	<b>8 218</b>	<b>24,1%</b>	<b>8 255</b>	<b>25,1%</b>
Annuaire	400	1,1%	418	1,2%	436	1,3%	471	1,4%
<b>Sous Total AUTRES MEDIAS</b>	<b>16 027</b>	<b>45,5%</b>	<b>16 867</b>	<b>47,3%</b>	<b>16 315</b>	<b>47,8%</b>	<b>15 569</b>	<b>47,4%</b>
<b>Marketing d'influence</b>	<b>587</b>	<b>1,7%</b>	<b>519</b>	<b>1,5%</b>	<b>460</b>	<b>1,3%</b>	<b>323</b>	<b>1,0%</b>
<b>Sous Total DIGITAL</b>	<b>11 291</b>	<b>32,1%</b>	<b>10 440</b>	<b>29,2%</b>	<b>9 578</b>	<b>28,1%</b>	<b>9 024</b>	<b>27,5%</b>
<b>MARCHE DE LA COMMUNICATION</b>	<b>35 212</b>	<b>100,0%</b>	<b>35 693</b>	<b>100,0%</b>	<b>34 111</b>	<b>100,0%</b>	<b>32 848</b>	<b>100,0%</b>

Le marketing d'influence représente aujourd'hui **5,2 % des investissements digitaux** alors qu'il n'en représentait que 3,6 % en 2022.  
Au sein du marché total de la communication, il représente **1,7 % en 2025** vs 1,0 % en 2022.

# Les annonceurs nationaux



**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**

---

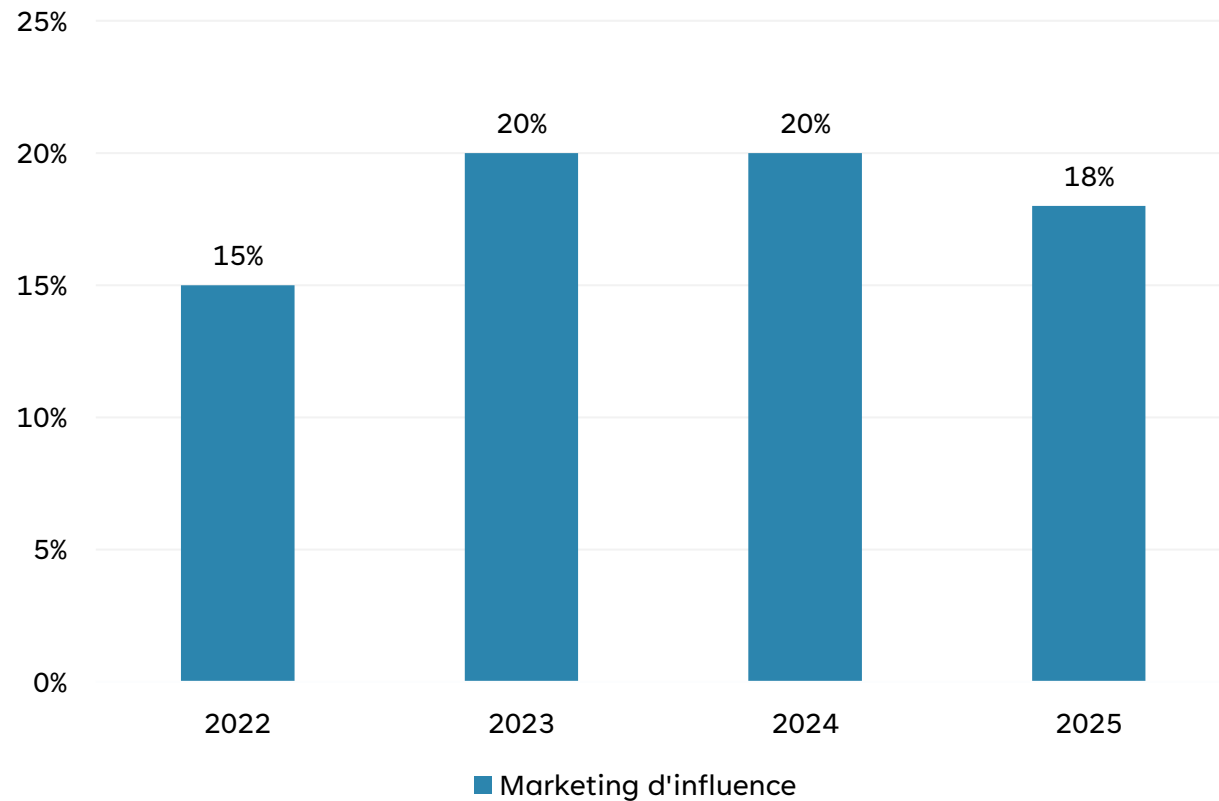


# MARKETING D'INFLUENCE : ÉVOLUTION DES ANNONCEURS NATIONAUX



Q: Travaillez-vous avec des influenceurs pour mettre en avant votre marque ou vos produits contre rémunération ou des produits et services offerts ?

## Marketing d'influence



En 2022, **15%** des annonceurs nationaux ont travaillé avec des influenceurs, soit **1 500 annonceurs**.

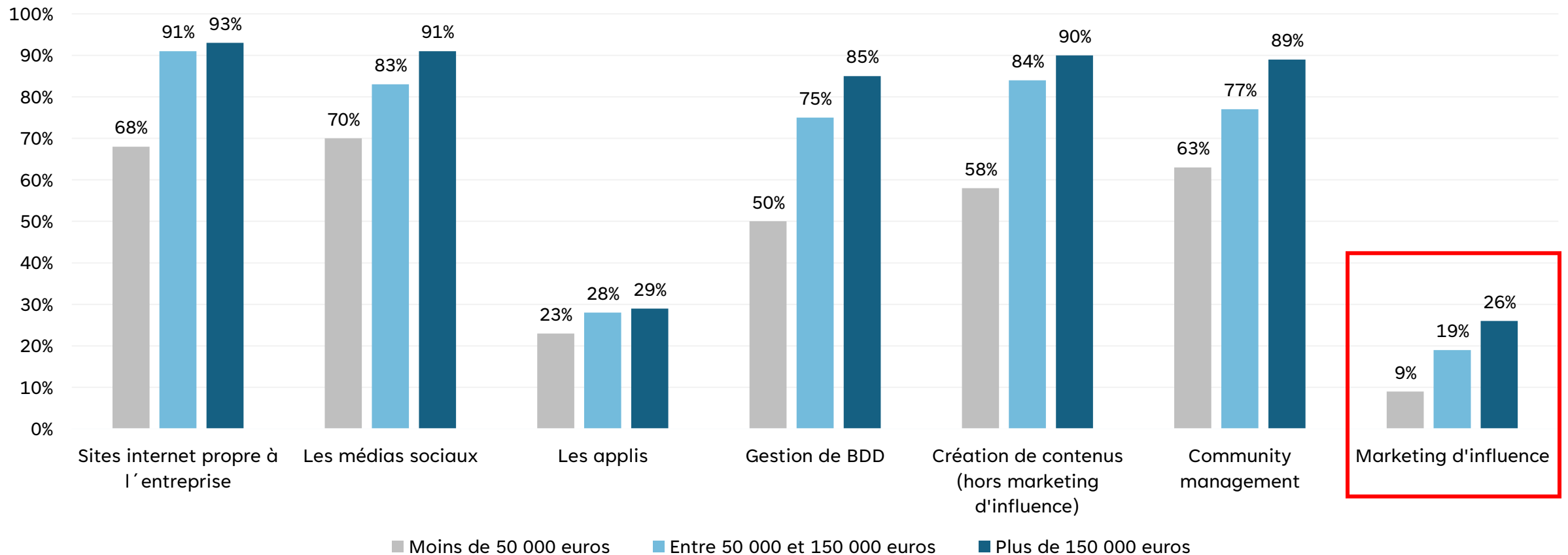
En 2023 et 2024, **20%** des annonceurs nationaux ont travaillé avec des influenceurs, soit **2 000 annonceurs**.

En 2025, **18%** des annonceurs nationaux ont travaillé avec des influenceurs, soit **1 800 annonceurs**.

# ACTIVITÉ DES ANNONCEURS NATIONAUX SUR LES MÉDIAS PROPRIÉTAIRES NUMÉRIQUES PAR TAILLE DE BUDGET ANNONCEUR



Q: Votre entreprise a-t-elle une activité numérique importante sur les supports et outils suivants?  
(ST Oui : plutôt oui, oui tout à fait).

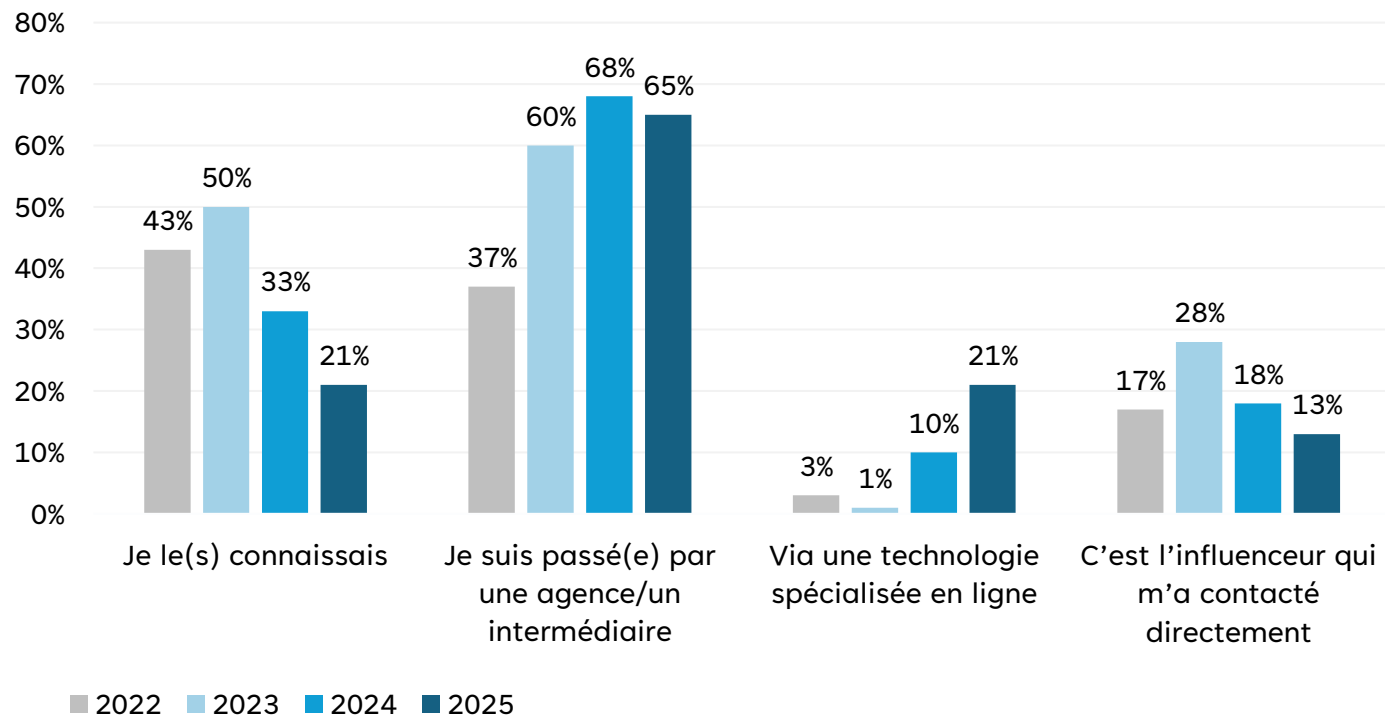




# MARKETING D'INFLUENCE : CIBLAGE DES INFLUENCEURS DES ANNONCEURS NATIONAUX

Q: Comment avez-vous ciblé le ou les influenceur(s) ?  
(Plusieurs réponses possibles)

## Ciblage des influenceurs



En 2025, **65%\*** des annonceurs nationaux passent par une agence / un intermédiaire pour cibler un influenceur, soit 1 170 annonceurs contre seulement 37%\* en 2022.

On constate une forte progression des **plateformes spécialisées en ligne** : elles ont **doublé** en 1 ans (21% vs 10%).

A l'inverse, la connaissance ou le contact direct avec les influenceurs sont en baisse par rapport à 2022.

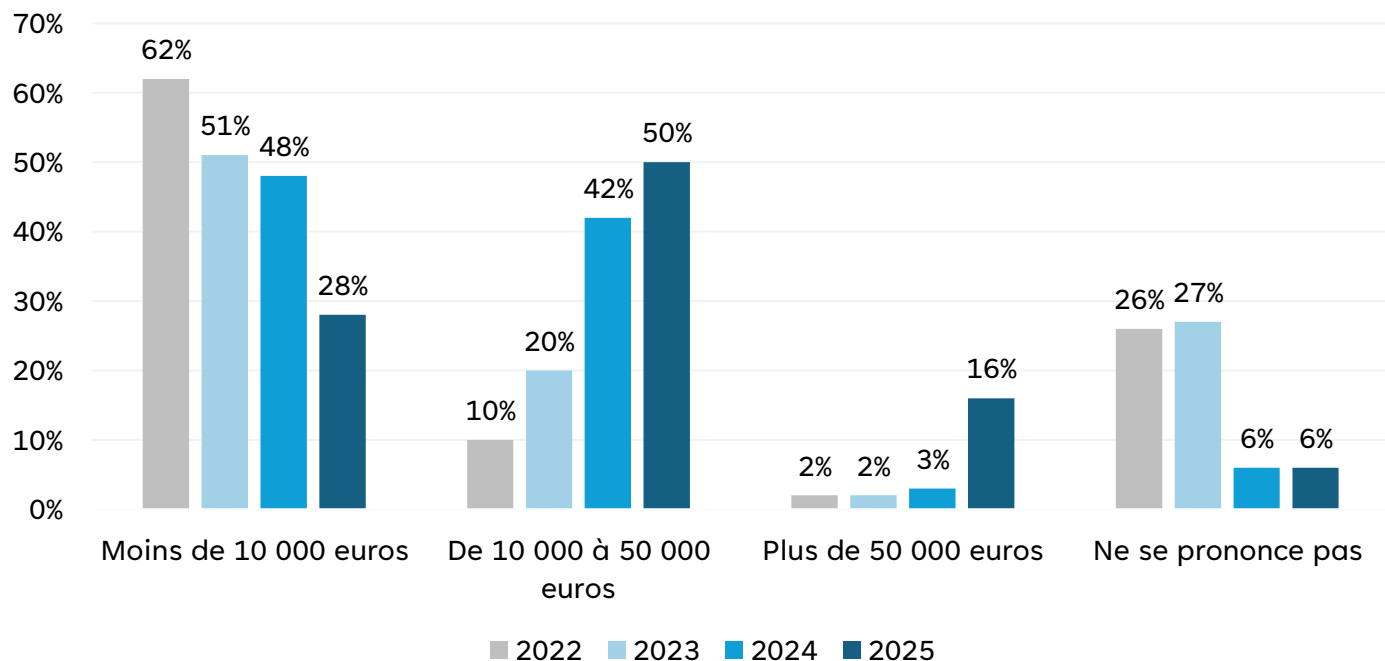
\*Sur la base des 1 500 annonceurs nationaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 2 000 en 2023/2024 et 1 800 en 2025.

# MARKETING D'INFLUENCE : INVESTISSEMENTS EN HAUSSE POUR LES ANNONCEURS NATIONAUX



Q: En dehors des frais de gestion générés en interne, quels ont été les montants des dépenses externes engagées par votre entreprise dans les actions suivantes ?

## Investissements engagés en marketing d'influence



Globalement, les **investissements** consacrés par les annonceurs nationaux au marketing d'influence sont **en hausse** :

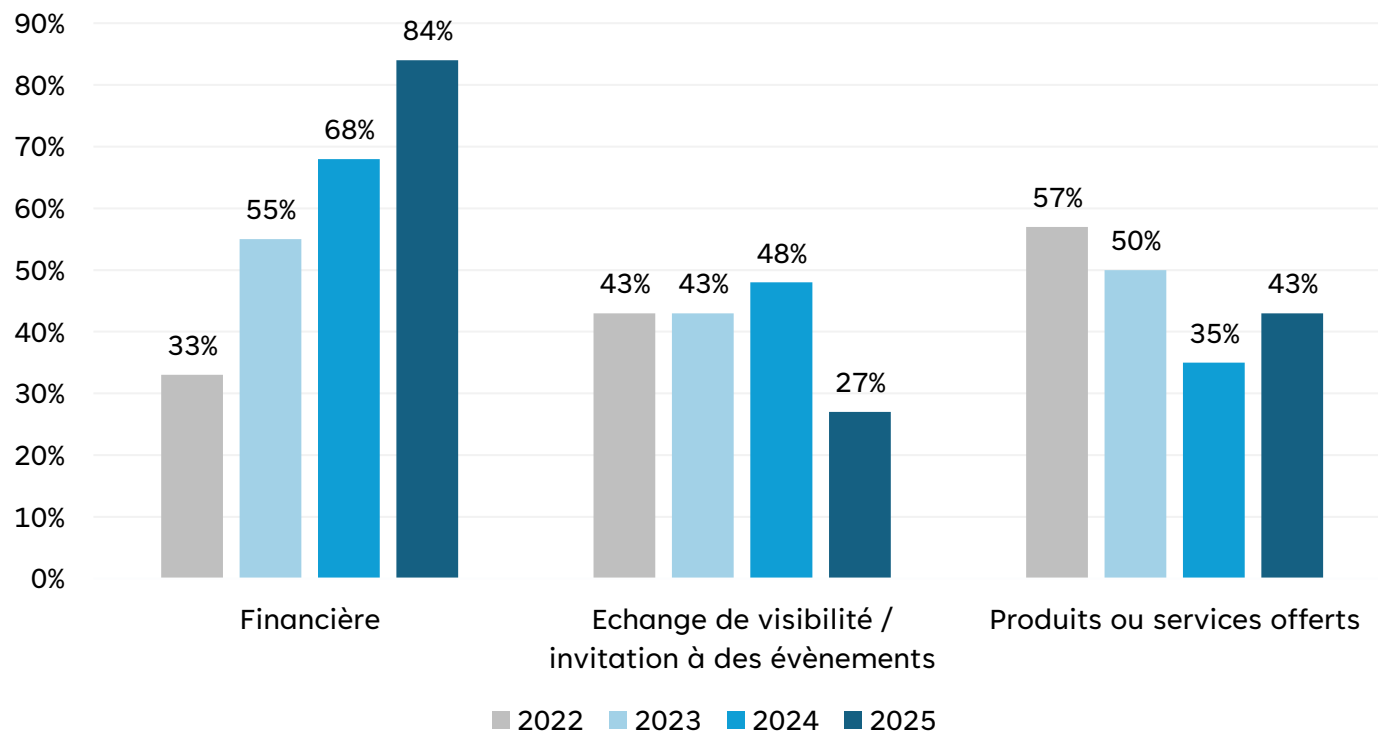
- 50%\* (900 annonceurs) investissent désormais entre 10 000 et 50 000 euros vs 10%\* en 2022.
- 16%\* investissent plus de 50 000 euros vs 2%\* en 2022.



# MARKETING D'INFLUENCE : LA RÉMUNÉRATION FINANCIÈRE, EN HAUSSE CONSTANTE, DEVIENT LA NORME POUR LES NATIONAUX

Q: Quel type de rémunération a été mise en place ?  
(Plusieurs réponses possibles)

Type de rémunération des influenceurs



Entre 2022 et 2025, la **rémunération financière** des influenceurs par les annonceurs nationaux n'a fait que progresser, passant de **33%\*** en 2022 à **84%\*** en 2025 (1 510 annonceurs).

En complément de cette rémunération financière, les produits ou services offerts demeurent importants (43%\*).

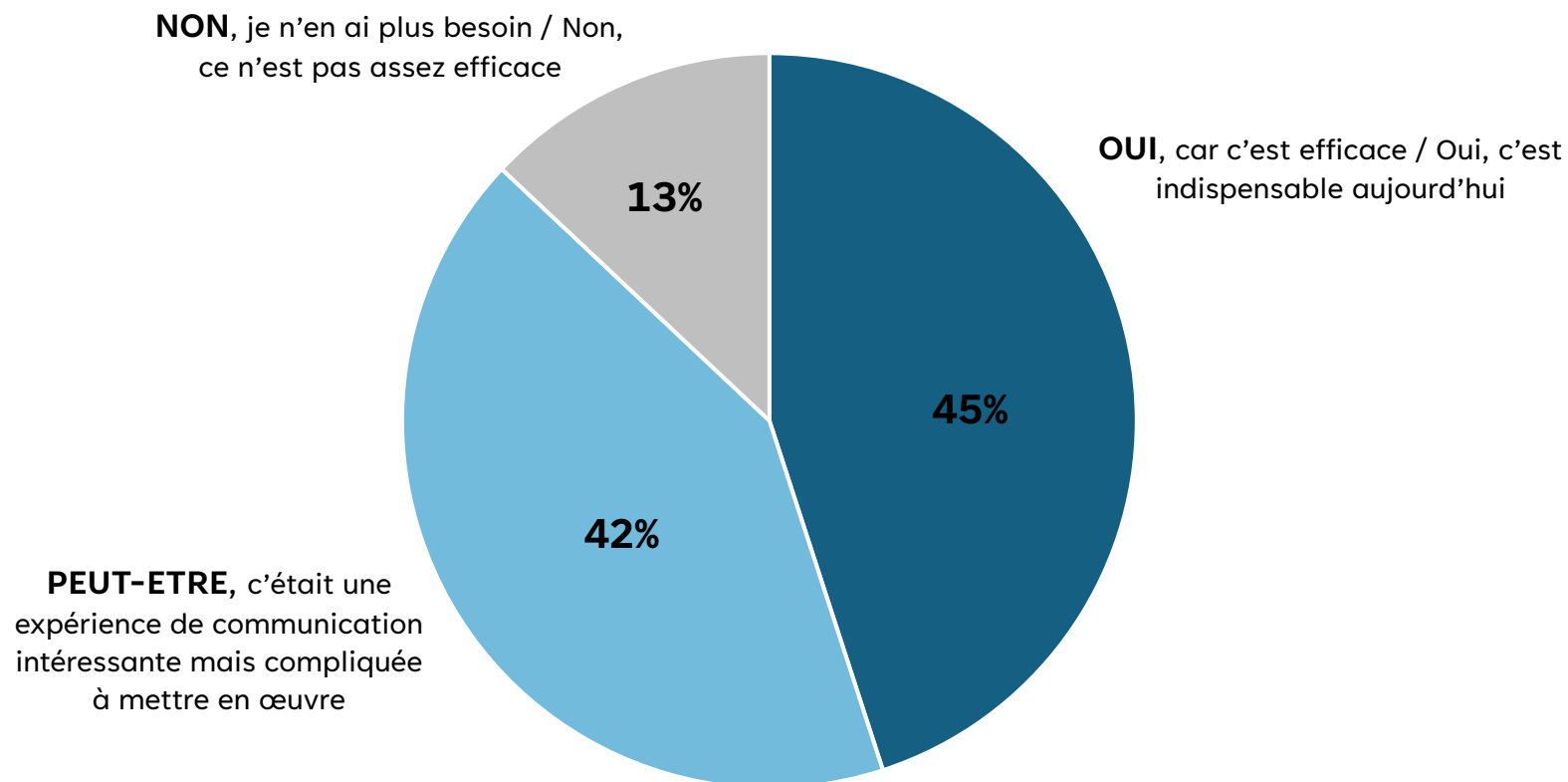
\*Sur la base des 1 500 annonceurs nationaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 2 000 en 2023/2024 et 1 800 en 2025.



# MARKETING D'INFLUENCE : 45 % DES ANNONCEURS NATIONAUX SOUHAITENT POURSUIVRE LEURS INVESTISSEMENTS

Q: Pensez-vous à l'avenir avoir de nouveau recours au marketing d'influence ?

**45%** des annonceurs nationaux souhaitent renouveler leur campagne de marketing d'influence : ils le trouvent efficace voire indispensable. Cependant, **42%** le trouvent encore compliqué à mettre en œuvre.



# Les annonceurs locaux



**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**

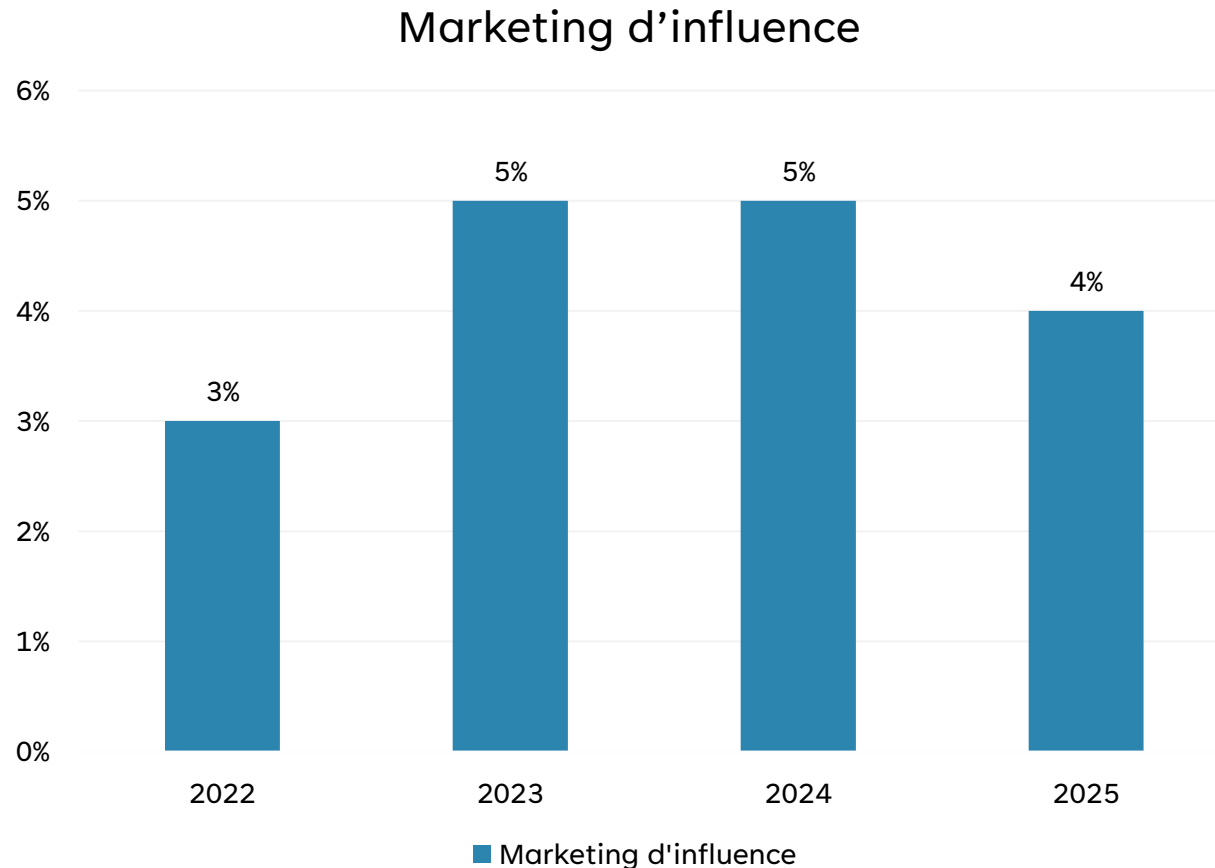
---

A horizontal line with four colored squares (blue, dark blue, grey, gold) to its right.



# MARKETING D'INFLUENCE : ÉVOLUTION DES ANNONCEURS LOCAUX

Q: Travaillez-vous avec des influenceurs pour mettre en avant votre marque ou vos produits contre rémunération ou des produits et services offerts ?



En 2022, **3%** des annonceurs locaux ont travaillé avec des influenceurs, soit **17 850 annonceurs**.

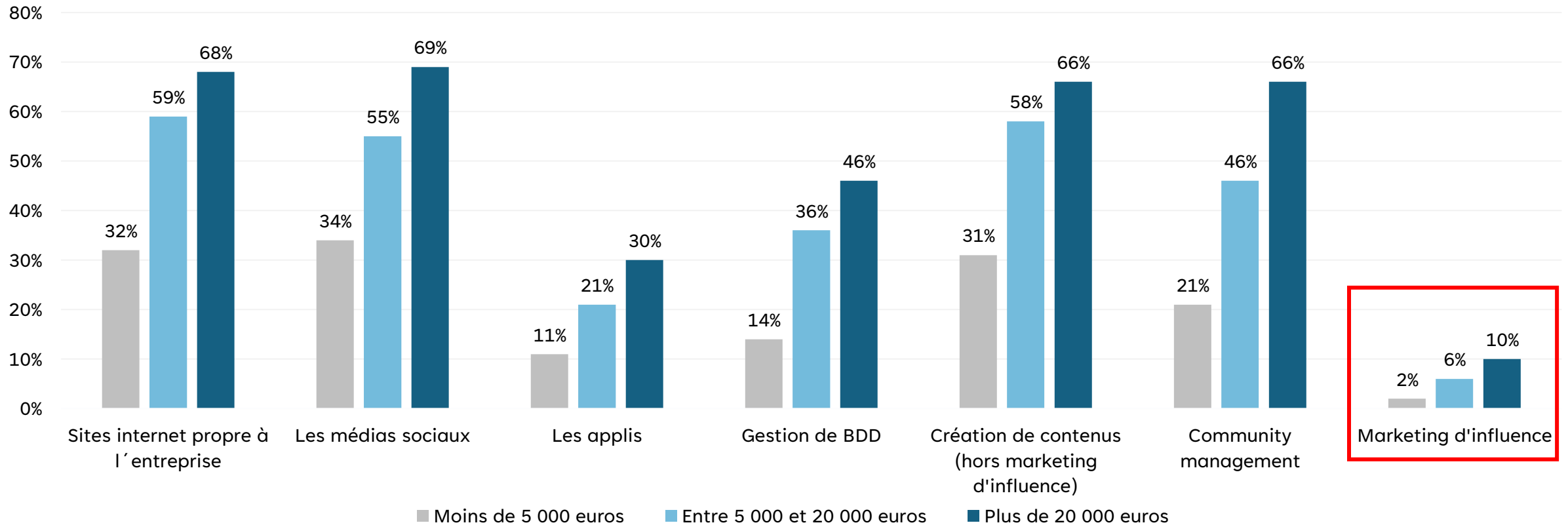
En 2023 et 2024, **5%** des annonceurs locaux ont travaillé avec des influenceurs, soit environ **31 000 annonceurs**.

En 2025, **4%** des annonceurs locaux ont travaillé avec des influenceurs, soit **24 800 annonceurs**.

# ACTIVITÉ DE L'ÉTABLISSEMENT SUR LES MÉDIAS PROPRIÉTAIRES NUMÉRIQUES PAR TAILLE DE BUDGET ANNONCEUR



Q: Votre entreprise a-t-elle une activité numérique importante sur les supports et outils suivants?  
(ST Oui : plutôt oui, oui tout à fait).

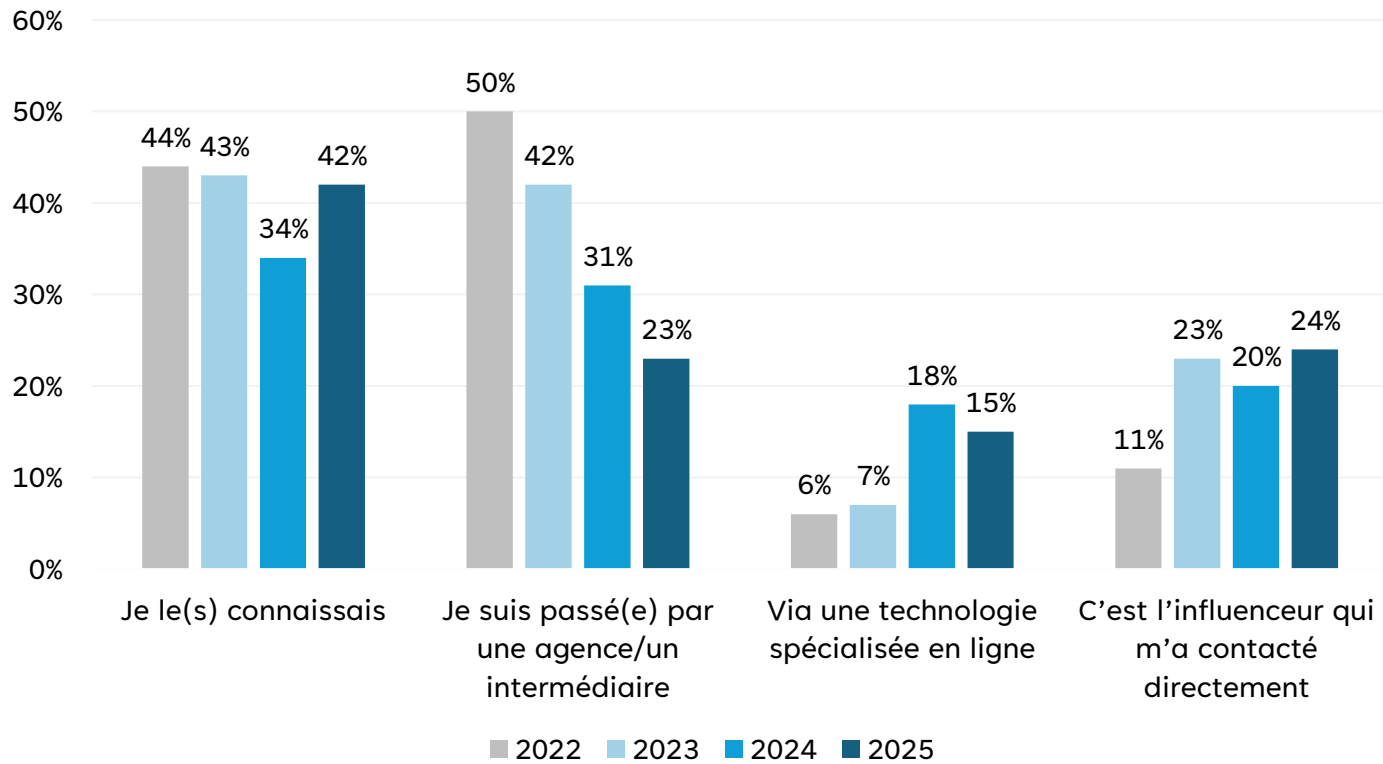




# MARKETING D'INFLUENCE : CIBLAGE DES INFLUENCEURS DES ANNONCEURS LOCAUX

Q: Comment avez-vous ciblé le ou les influenceur(s) ?  
(Plusieurs réponses possibles)

## Ciblage des influenceurs



A l'inverse des annonceurs nationaux, les **locaux se tournent plus vers les influenceurs en direct** plutôt que de passer par un intermédiaire ou une plateforme.

En effet, 42%\* des annonceurs (10 400 annonceurs) connaissaient l'influenceur et 24%\* ont été contacté directement par l'annonceur.

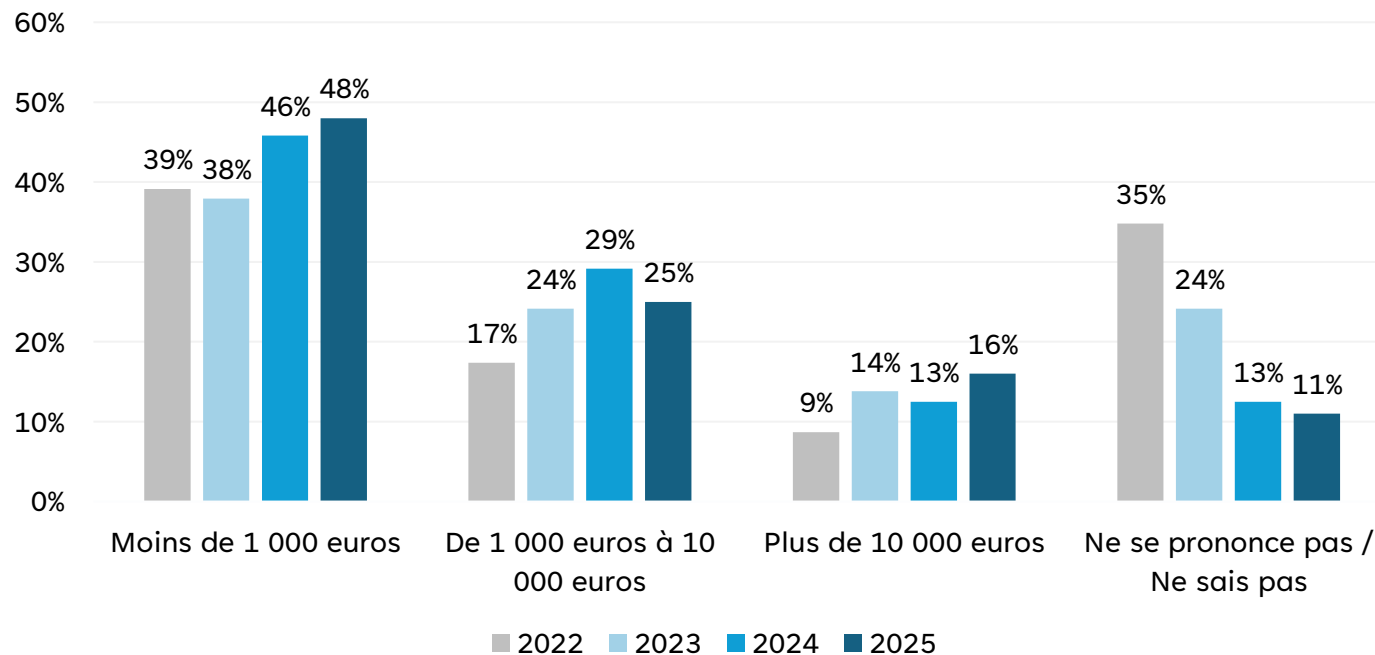
\*Sur la base des 17 850 annonceurs locaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 30 500 en 2023, 31 000 en 2024 et 24 800 en 2025.

# MARKETING D'INFLUENCE : DÉPENSES EXTERNES DES ANNONCEURS LOCAUX



Q: En dehors des frais de gestion générés en interne, quels ont été les montants des dépenses externes engagées par votre entreprise dans les actions suivantes ?

## Dépenses externes engagées dans le marketing d'influence



En 2025, les montants alloués au marketing d'influence par les annonceurs locaux **sont plutôt stables** par rapport à 2024 mais en progression par rapport à 2022.

16%\* des annonceurs locaux ont investi plus de 10 000 euros en marketing d'influence, soit environ 4 000 annonceurs.

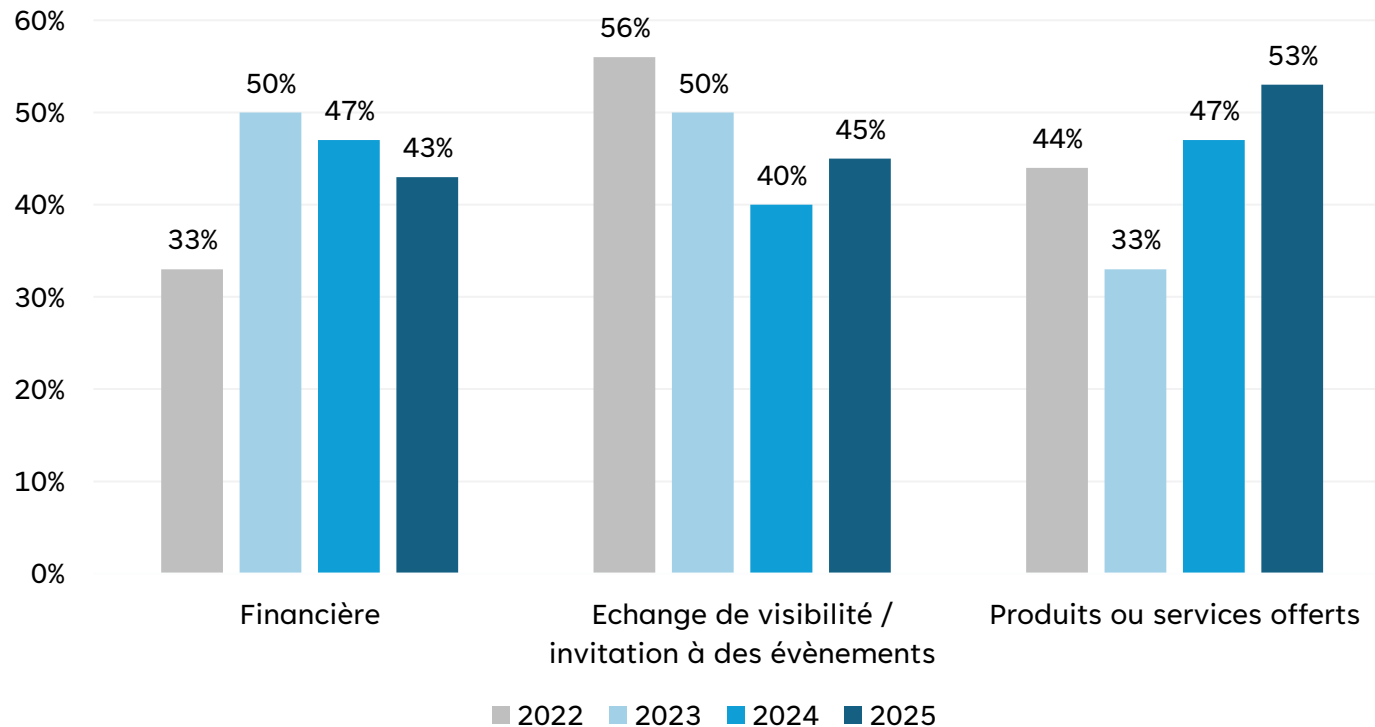
\*Sur la base des 17 850 annonceurs locaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 30 500 en 2023, 31 000 en 2024 et 24 800 en 2025.

# MARKETING D'INFLUENCE : TYPE DE RÉMUNÉRATION DES ANNONCEURS LOCAUX



Q: Quel type de rémunération a été mise en place ?  
(Plusieurs réponses possibles)

Type de rémunération des influenceurs



Au niveau des annonceurs locaux, **les produits ou services offerts sont en progression** par rapport à 2024 (53%\*, soit 13 140 annonceurs).

La rémunération financière est en baisse et n'a été utilisée que par 43%\* des annonceurs locaux, contrairement aux annonceurs nationaux qui l'utilisent près de 2 fois plus.

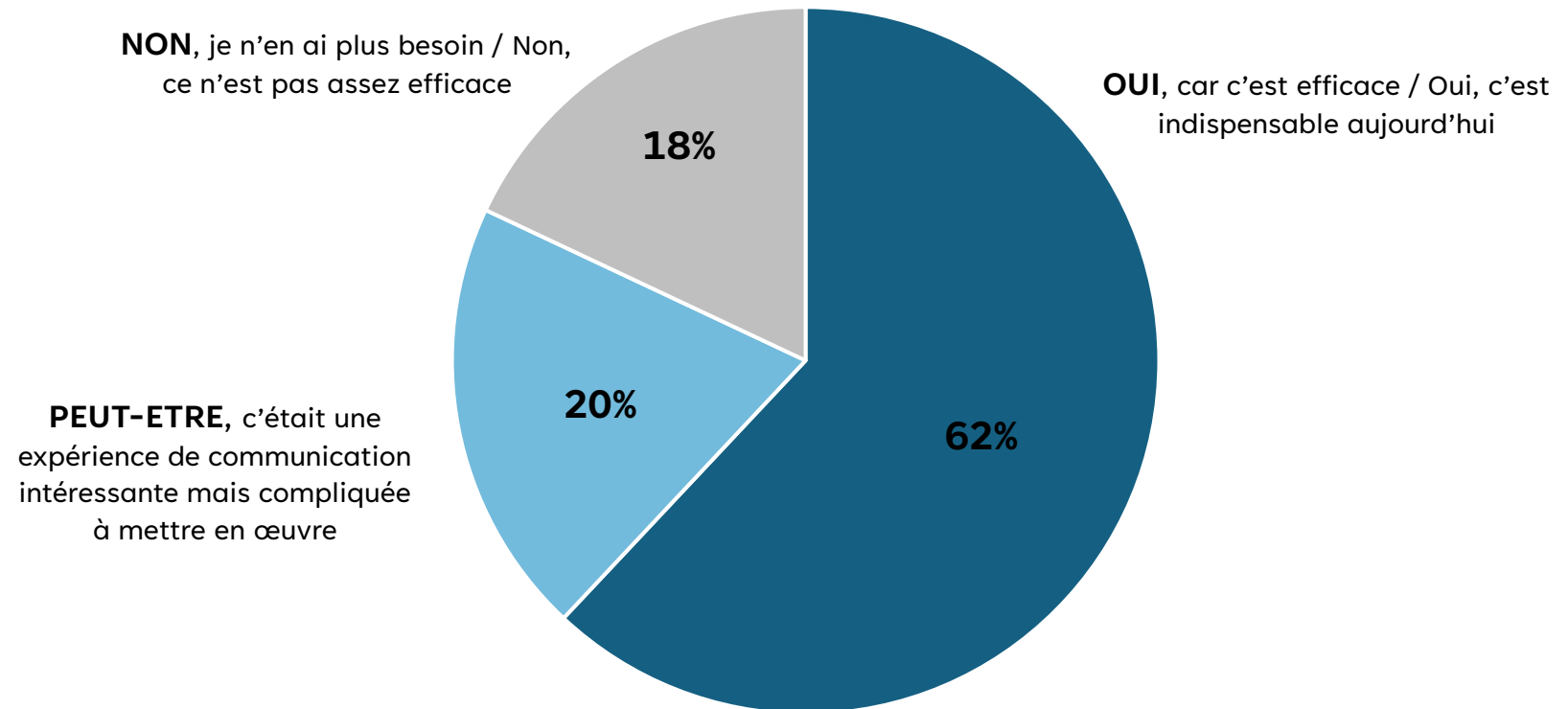
\*Sur la base des 17 850 annonceurs locaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 30 500 en 2023, 31 000 en 2024 et 24 800 en 2025.

# MARKETING D'INFLUENCE : LES ANNONCEURS LOCAUX SOUHAITENT RENOUVELER L'EXPÉRIENCE



Q: Pensez-vous à l'avenir avoir de nouveau recours au marketing d'influence ?

**62%** des annonceurs considèrent le **marketing d'influence** comme un levier de communication **efficace** voire **indispensable**, seuls **20%** le trouvent cependant **compliqué à mettre en œuvre**.



# Le Marketing d'Influence au global : les secteurs annonceurs

**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

**France Pub**



# MARKETING D'INFLUENCE : TOP 10 SECTEURS EN VOLUME

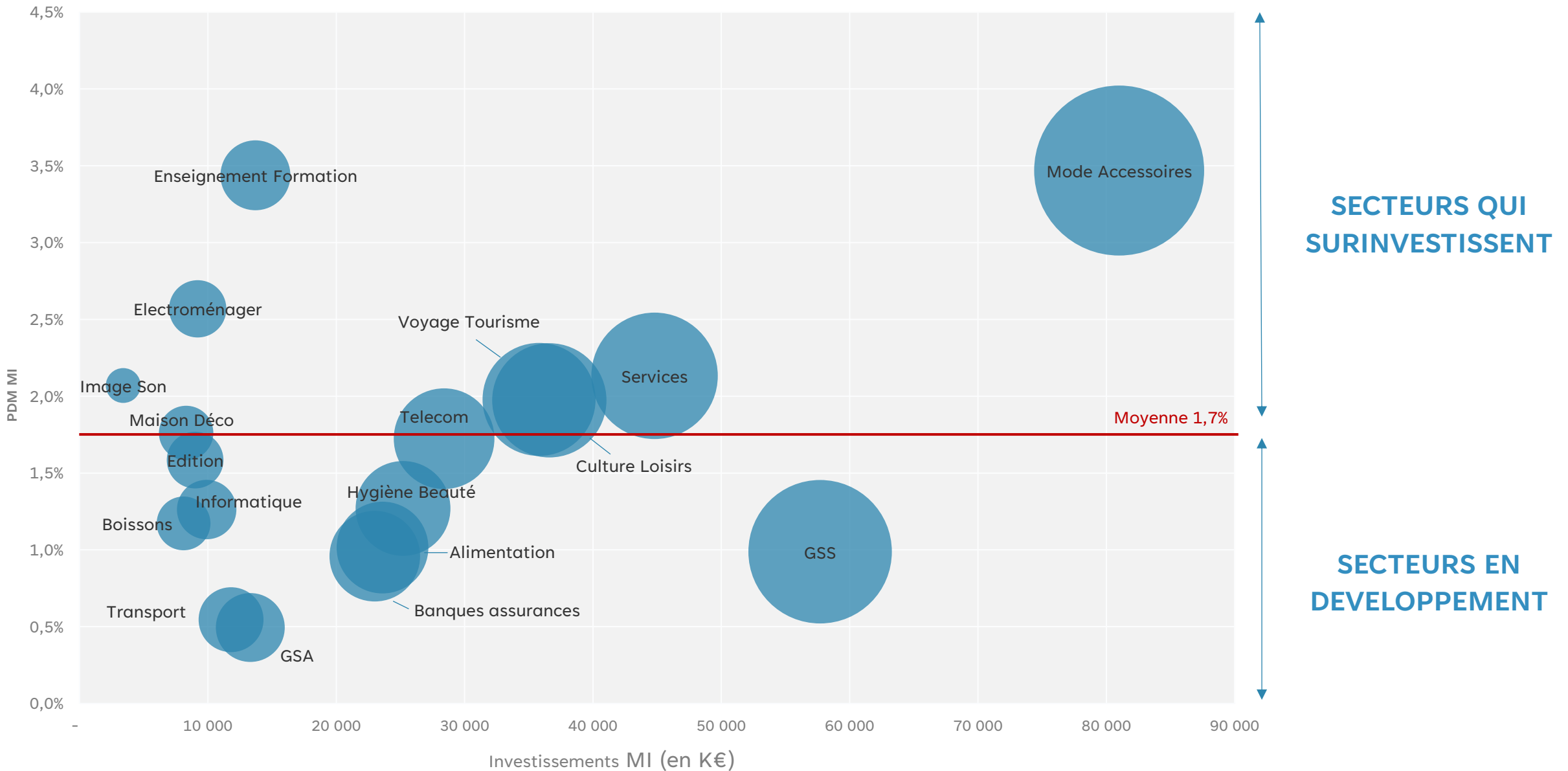
Les secteurs les plus significatifs en marketing d'influence en volume d'investissements sont :  
**Mode Accessoires, GSS, Services, Voyage Tourisme et Culture Loisirs.**

## TOP 10 (en M€)

Rang	Secteurs	En M€
1	Mode Accessoires*	81 M€
2	GSS* (dont e-commerce)	58 M€
3	Services*	45 M€
4	Voyage Tourisme	37 M€
5	Culture Loisirs	36 M€
6	Télécommunication	28 M€
7	Hygiène Beauté	25 M€
9	Alimentation	24 M€
10	Banques Assurances	23 M€

\*Exemple d'annonceurs dans les secteurs suivants : Mode Accessoires (Vinted, Petit Bateau...), Grandes Surfaces Spécialisés (Sephora, Mano Mano... ), Services (Uber, La Poste...).  
Les exemples des annonceurs cités ci-précédent ne correspondent pas aux annonceurs investissant le plus dans les secteurs.

# MARKETING D'INFLUENCE : LES SECTEURS SIGNIFICATIFS QUI REPRÉSENTENT 90% DU MARCHÉ



# MARKETING D'INFLUENCE : TOP 10 SECTEURS EN PART DE MARCHÉ

Les secteurs les plus significatifs en marketing d'influence en part de marché sont **Mode Accessoires, Enseignement Formation, Electroménager, Services, Image Son.**

## TOP 10 (en PDM\*)

Rang	Secteurs	PDM (MI**/Total)
1	Mode Accessoires***	3,5%
2	Enseignement Formation	3,4%
3	Electroménager	2,6%
4	Services***	2,1%
5	Image Son	2,1%
6	Culture Loisirs	2,0%
7	Voyage Tourisme	2,0%
9	Maison Déco	1,8%
10	Télécommunication	1,7%

\* Rappel : la Part De Marché moyenne par secteur est de 1,7%. \*\*MI : Marketing d'influence. \*\*\*Exemple d'annonceurs dans les secteurs suivants : Mode Accessoires (Vinted, Petit Bateau...), Grandes Surfaces Spécialisés (Sephora, Mano Mano... ), Services (Uber, La Poste...). Les exemples des annonceurs cités ci-précédent ne correspondent pas aux annonceurs investissant le plus dans les secteurs.

# Le Certificat de l'Influence Commerciale Responsable de l'ARPP et les annonceurs

**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

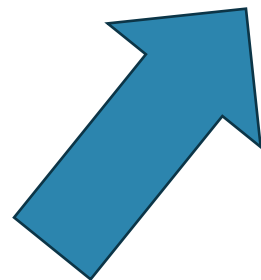
**France Pub**



# MARKETING D'INFLUENCE : CERTIFICAT DE L'INFLUENCE RESPONSABLE DÉLIVRÉ PAR L'ARPP

Q: Connaissez-vous le Certificat de l'Influence Responsable délivré par l'ARPP ?

ANNONCEURS  
NATIONAUX



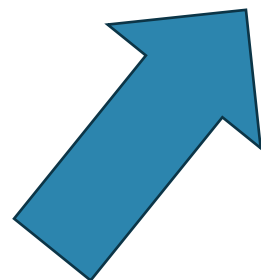
28%\*  
2025  
(soit 500 annonceurs)

VS

25%\*  
2024

\*Sur la base des 1 500 annonceurs nationaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 2 000 en 2023/2024 et 1 800 en 2025.

ANNONCEURS  
LOCAUX



20%\*  
2025  
(soit 5 000 annonceurs)

VS

17%\*  
2024

\*Sur la base des 17 850 annonceurs locaux qui ont réalisé du marketing d'influence en 2022, 30 500 en 2023, 31 000 en 2024 et 24 800 en 2025.

[WWW.ARPP.ORG/](http://WWW.ARPP.ORG/)

[WWW.FACEBOOK.COM/ARPPUB/](http://WWW.FACEBOOK.COM/ARPPUB/)

[WWW.INSTAGRAM.COM/ARPPUB/](http://WWW.INSTAGRAM.COM/ARPPUB/)

[WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/ARPPUB/](http://WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/ARPPUB/)

[WWW.TIKTOK.COM/@INFLUENCERESPONSABLE](http://WWW.TIKTOK.COM/@INFLUENCERESPONSABLE)

[WWW.YOUTUBE.COM/ARPPUBLICITE](http://WWW.YOUTUBE.COM/ARPPUBLICITE)

**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

[FRANCEPUB.FR/](http://FRANCEPUB.FR/)

[WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/FRANCE-PUB-INSTITUT](http://WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/FRANCE-PUB-INSTITUT)

**France Pub**  
— ■ ■ ■ ■ ■