

Le secteur de la publicité apporte treize milliards d'euros au PIB belge

LE RÉSUMÉ

Deloitte a étudié l'impact de la publicité sur l'économie belge.

Selon son étude, **un euro injecté en pub entraîne 5 euros** pour l'économie belge.

Le secteur génère **87.000 emplois** directs et indirects.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

En 2013, le Conseil de la publicité, le lobby du secteur de la pub qui regroupe annonceurs, agences et médias, confiait à Deloitte le soin d'évaluer son poids dans l'économie belge. Verdict: 3,2 milliards de revenus et plus de 33.000 emplois.

«Deux ans plus tard, nous avons voulu connaître cette fois l'impact de la publicité sur l'économie», indique Fons Van Dijck, président du Conseil de la publicité. L'exercice est difficile. Ce n'est pas vraiment un secteur en soi mais plutôt une activité transversale qui touche tous les secteurs. En outre, les données manquent. Un comble pour un secteur habitué à manier chiffres et graphiques.

Investissements

Deloitte est dès lors parti d'une des rares sources qui fait autorité: le bureau d'études Warc, qui recense les investissements publicitaires nets dans les grands médias: TV, presse, radio, internet... «On aurait pu ajouter la promotion, l'événementiel, le sponsoring, etc. mais les données fiables manquent», déplore Vincent Fosty, partner chez Deloitte. Autre souci: l'absence des géants du web. Peu transparents, ils ne donnent pas de chiffres, ce qui fragilise l'exercice.

Selon Warc, ces investissements des annonceurs représentaient 2,2 milliards d'euros en 2014. Le modèle économétrique utilisé par Deloitte

montre que la publicité apporte 13 milliards au PIB, soit 4% du PIB belge. Autrement dit, un euro investi en pub génère 5 euros pour l'économie belge. «C'est une estimation prudente compte tenu qu'une grande partie des dépenses ne sont pas prises en compte faute de chiffres», ajoute Vincent Fosty. En Grande-Bretagne, une étude similaire fait état d'un rapport de 1 à 6 livres sterling. Deloitte a aussi calculé qu'une hausse de 1% des investissements pub entraînerait une croissance de PIB de 0,04%.

Autre indicateur: l'emploi. La publicité emploie plus de 87.000 personnes, soit 29.000 directement (agences, annonceurs, médias) et 58.000 indirectement via la chaîne d'approvisionnement du secteur (fournisseurs de services, imprimeurs, photographes...) et les dépenses effectuées par ses salariés.

Enfin, le Conseil de la publicité insiste aussi sur l'apport de la pub à plusieurs pans de l'économie. À commencer les médias. La pub représente ainsi 37% des revenus de la presse quotidienne. «Elle contribue donc au débat démocratique, sans elle le journal coûterait sans doute deux fois plus cher», argumente Vincent Fosty. Elle représente plus de 21% des revenus de la RTBF et plus de 26% de ceux des chaînes de télévision flamandes.

Image de marque

Elle stimule également l'innovation, la concurrence sur les prix, la croissance des marchés et les exportations en créant l'image des produits belges. «Beaucoup d'études montrent que les campagnes les plus créatives, primées dans les concours, sont celles qui sont les plus efficaces commercialement», ajoute Fons Van Dijck.

Et comme l'économie devient de plus en plus numérique, la publicité joue aussi un rôle dans la croissance de l'e-commerce. «En 2014, le commerce électronique pesait 4 milliards

d'euros, détaille Vincent Fosty; environ 80% des visites effectuées par les Belges sur des sites d'e-commerce venaient des moteurs de recherche, ce qui correspond à 3,2 milliards de ventes. On peut estimer qu'un tiers constitue une réelle hausse plutôt que des substituts d'achats dans des magasins. Comme ces moteurs de recherche ne vivent que de la publicité, la contribution économique de la pub au secteur représente un milliard d'euros.»

Si les publicitaires se plaisent aussi à mettre en avant leur rôle social (les campagnes du secteur non-marchand), ce tableau idyllique reste par contre plus discret sur les dérives de la «réclame», même si le Jury d'éthique publicitaire constitue son garde-fou. Invité en «guest star» lors de la présentation de l'étude, Kris Peeters, le ministre de l'Économie qui est aussi en charge de la Protection des consommateurs, n'a ainsi pas manqué d'en appeler au sens des responsabilités des publicitaires.

BRUT VS NET

C'était un des tabous du secteur: combien les annonceurs investissent-ils réellement en publicité en Belgique? Basée sur les tarifs des régies publicitaires, la pige des investissements publicitaires réalisée par l'institut Nielsen fait état d'un montant de **3,8 milliards d'euros «brut»**, y compris les commissions d'agence et avant déduction des remises commerciales. L'étude de Deloitte évoque, elle **2,2 milliards d'euros «net»**. Un chiffre validé par l'UBA, l'Union belge des annonceurs. Ce qui veut dire que, grosso modo, les régies publicitaires accordent en moyenne des ristournes de plus de 40% aux annonceurs.

QUEL IMPACT ÉCONOMIQUE POUR LA PUBLICITÉ?

1€ > 5€

1 euro investi en publicité en rapporte 5 à l'économie belge

2,2 milliards d'euros

le montant des investissements publicitaires dans les médias de masse en 2014

13 milliards d'euros

ce que rapporte la publicité à l'économie belge (soit 4% du PIB)

87.055

les emplois générés par le secteur de la publicité

emplois directs emplois indirects

	emplois directs	emplois indirects	total
agences	1.936	4.022	5.958
annonceurs	11.000	22.854	33.854
médias	15.942	31.301	47.243
total	28.878	58.177	87.055

LA PUBLICITÉ FINANCE LES MÉDIAS

37%

la part de la publicité dans les revenus de la presse quotidienne francophone

21,2%

la part de la publicité dans les revenus de la RTBF

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

1 milliard d'euros

c'est l'apport de la publicité sur le commerce électronique (qui pesait 4 milliards d'euros en 2014)

Sources : Deloitte, Conseil de la Publicité