

LA REVUE DE PRESSE



Résultats – Sondages IAB/CPA Les conséquences économiques pour le digital de la crise covid-19



Etude impact COVID
CPA IAB
-
PRESSE

Supports :

BUSINESS / Culture tech



STRATÉGIES


MARKETING COMMUNICATION MÉDIAS DIGITAL

Paru dans le magazine, le 07/05/2020

BUSINESS / Culture tech

La tech dans l'inquiétude

DIGITAL L'IAB et le Collectif pour les acteurs du marketing digital ont interrogé leurs adhérents pour mesurer l'étendue des dégâts de la crise économique, et leurs appréhensions pour la suite. Si le secteur est bien armé, il ne sera pourtant pas épargné.

EMMANUEL GAVARD  @ManuGavard

L'expression est éloquent : « Nous sommes dans l'œil du cyclone », décrit François Deltour, PDG d'Effinity et président du Collectif pour les acteurs du marketing digital (ex-CPA). L'IAB et le Collectif pour les acteurs du marketing digital ont chacun interrogé leurs adhérents, et mis en commun leurs résultats. Le sondage, réalisé un mois après les mesures de confinement à la suite de la pandémie de Covid-19, regroupe plus de 100 entreprises françaises allant de l'éditeur au spécialiste de l'affiliation.

« Tout le monde a été gravement touché au mois de mars, avec un repli d'activité de l'ordre de 30 à 40 % au minimum, continue François Deltour. Fin avril-début mai, les choses se calment. La consommation et les entreprises sont protégées par les mesures prises par l'État. Elles vont limiter certains dégâts. Mais nous avons peur pour cet été et septembre. »

UN MONDE SANS CROISSANCE. Le déconfinement et la fin brutale des aides ne sera pas pour autant synonyme de retour à la normale. « Il faut comprendre que tout le monde est en train de s'habituer à une nouvelle réalité économique, ajoute Nicolas Rieul, directeur général France de Criteo et nouveau président de l'IAB. Au départ, tout le monde pensait que ce serait une parenthèse et s'attendait à une reprise dès la fin de confinement. Mais on se rend bien compte que ce sera beaucoup plus compliqué que cela. Qu'il faudra vivre avec le risque de pandémie, et donc une reprise partielle des activités. On va devoir vivre avec la crise économique et dans un monde sans croissance.



LE SECTEUR DE LA TECH, touché dès la première semaine de confinement, a vu en moyenne une baisse d'activité de 30 % en mars et de 40 % en avril.

Tout le monde fera très attention et c'est cela qui crée des risques. » Touché dès la première semaine de confinement, le secteur de la tech a vu en moyenne une baisse d'activité de 30 % en mars et de 40 % en avril. « Les premières fonctions touchées ont été les fonctions commerciales, puis peu à peu, ceux qui opèrent les campagnes » relate Nicolas Rieul. Face à cela, les entreprises ont réagi pour sauver leur trésorerie. D'abord le chômage partiel, mis en place par 50 %, et envisagé par 75 % des entreprises interrogées, puis le report des charges sociales effectué pour 50 % des patrons interrogés. Enfin, 40 % des acteurs ont fait une demande de prêt garanti par l'État. Au total, 30 % des chefs d'entreprises s'inquiètent sur leur capacité à maintenir les effectifs dans les mois qui viennent. 33 % craignent

un manque de trésorerie, et 7 % ont peur d'une faillite. « Un autre point d'angoisse pour 43 % des entreprises interrogées concerne la baisse d'implication et de motivation des équipes à la longue », ajoute François Deltour. « Le moral des troupes va être très important. C'est pour cela qu'il faut arrêter de regarder les comparatifs par rapport aux années précédentes. Ils ne veulent rien dire. Passer de -30 % à -20 % sera peut-être une belle performance dans ce contexte. » Surtout que dans cet océan d'inquiétude, le numérique a une forte carte à jouer. Changement des habitudes de consommation, baisse des déplacements et hausse du e-commerce ou du clic and collect... « Nous ne sommes pas les plus mal lotis » tempère François Deltour. Ce qui ne signifie pas pour autant un avenir radieux. ♦

ratecard

Résultats des sondages IAB / CPA : « Les conséquences économiques de la crise covid-19 »



iab france



Le 07/05/2020

<http://www.ratecard.fr/resultats-des-sondages-iab-cpa-les-consequences-economiques-de-la-crise-covid-19/>

VIUZ

ANNONCE

ETUDE CPA – IAB : LES ACTEURS DU MARKETING DIGITAL ET DE LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE EN BAISSÉ DE 30% À 40% (2ND TRIMESTRE 2020)

05/06/2020

A l'image de nombreux pays à travers le monde adoptant des mesures pour lutter contre la propagation du virus COVID-19 dont le confinement, l'économie française est gravement touchée et le digital ne fait pas exception. De nombreux secteurs ont besoin d'un soutien public pour traverser ces moments difficiles. Les gouvernements prennent des mesures de soutien de l'économie et d'anticipation de la reprise d'activité. Le digital ne doit pas en être exempté

Le 06/05/2020

<https://viuz.com/annonce/2020/05/06/etude-cpa-iab-ca-des-acteurs-du-marketing-digital-et-de-la-publicite-numerique-en-baisse-de-30-a-40-sur-le-2nd-trimestre-2020/>



PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES DES ADHÉRENTS DE L'IAB FRANCE ET DU CPA PENDANT LA CRISE



Le 06/05/2020

<https://www.cbnews.fr/etudes/image-perspectives-economiques-adherents-iab-france-du-cpa-crise-51787>



ETUDES MARCHÉS ET SECTEURS

Le chiffre d'affaires des acteurs du marketing digital et de la publicité numérique baisserait de 30% à 40% au 2ème trimestre 2020 d'après l'IAB et le CPA

Les entreprises du secteur du marketing digital et de la publicité numérique connaissent une chute de leur chiffre d'affaires de 30 à 40% sur le second trimestre 2020 d'après une étude menée par l'IAB France et le CPA. Plus de la moitié des interrogés estiment que la baisse de CA se situera entre -20% et -40% pour l'ensemble de l'année. 40% d'entre eux estiment que la baisse sera de moins de 20%.



Suite

Le 06/05/2020

<https://www.offremedia.com/newsletter/100media/2251?mod=e=print>

<https://www.offremedia.com/le-chiffre-daffaires-des-acteurs-du-marketing-digital-et-de-la-publicite-numerique-baisserait-de-30>



Les conséquences économiques de la crise du Covid-19

Publié par Hugo Reau le 11 mai 2020 - mis à jour à 15:30



Le 11/05/2020

<https://www.e-marketing.fr/thematique/media-1093/breves/les-consequences-economiques-crise-covid-349419.htm>



Les professionnels de la publicité en ligne prévoient une reprise d'activité au plus tôt à l'automne

mind Media | mercredi 06 mai 2020



L'IAB France et le CPA ont interrogé en avril une centaine de sociétés du marketing numérique pour mesurer les conséquences de la crise sanitaire et économique sur leurs activités et dresser des perspectives. Le secteur publicitaire en ligne s'attend à une baisse de 30 à 40 % des chiffres d'affaires au deuxième trimestre et de plus de 20 % sur l'année 2020.

L'IAB France et le CPA ont publié mardi 5 mai [une étude sur l'impact de la crise du covid-19 sur les entreprises du marketing digital](#), après avoir interrogé en ligne du 7 au 27 avril 2020, un total de 102 soci&ea



Le 06/05/2020

<https://www.mindnews.fr/article/18573/les-professionnels-de-la-publicite-en-ligne-prevoient-une-reprise-d-activite-au-plus-tot-a-l-automne/>