

irep

LE MARCHÉ PUBLICITAIRE LOCAL 2025

4e édition

ANALYSE QUALITATIVE, CHIFFRES CLÉS ET PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES RÉGIONALES



INSTITUT DE RECHERCHES ET D'ÉTUDES
PUBLICITAIRES

www.irep.asso.fr

JUIN 2026

SOMMAIRE

Introduction : Le local, levier tactique et pilier de connexion au réel.....	4
1. Perception du marché local par les agences et les marques	5
1.1 Le contexte global du marché de la communication : un marché en transformation et sous tension.....	6
1.2. Le local : le levier direct de connexion au réel.....	7
1.2.1. Les atouts majeurs du local	8
1.2.2. Le local, des arbitrages selon les marques et les médias.....	11
1.2.3. Les enjeux majeurs pour le marché local	13
2. Les recettes publicitaires locales	17
2.1. Définitions du marché local.....	17
2.2. Périmètre des médias mesurés et méthodologie	17
2.3. Les recettes nettes du marché publicitaire local	19
2.4. Les recettes du marché publicitaire local par média.....	23
2.5. Structure des recettes publicitaires locales et nationales par média en 2025	31
3. L'offre et l'audience des médias locaux.....	32
3.1. Télévision locale	32
3.2. Radio locale.....	34
3.3. Cinéma	38
3.4. Presse locale.....	41
3.5. Publicité extérieure.....	45
3.6. Digital	48
4. Les dynamiques économiques et de consommation selon les territoires	52
4.1. Economie des territoires.....	52
4.2. Consommation des ménages.....	57