

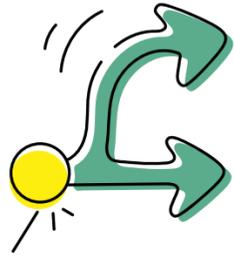


FAIRE DE LA PUBLICITÉ DIGITALE...

*Guide pratique pour tous
les indépendants.*



*Pourquoi et comment booster ses
activités en ligne ?*



SOMMAIRE

l'avenir

DH
SPORTS

La Libre

PARIS
MATCH

moustique

Régie
médias
Régionaux.be

1. Contexte et enjeux de la publicité digitale	3
2. Communication : définir vos besoins & objectifs	4
3. Les produits publicitaires digitaux	5-9
4. Votre stratégie média régionale	10
5. Mesurer les performances	11
6. Analyser les performances	12
7. Optimiser les performances	13
8. Pourquoi choisir nos médias	14
9. Nos audiences digitales	15-16
10. L'avis des experts	17

1. CONTEXTE ET ENJEUX DE LA PUBLICITÉ DIGITALE

La publicité digitale continue de connaître une forte croissance, représentant une part importante des budgets marketing des entreprises. En 2025, ce marché est marqué par une personnalisation accrue des campagnes, un recours intensif aux données pour le ciblage, et une montée en puissance des formats interactifs. Les préoccupations autour de la protection des données et de la transparence renforcent également les réglementations et encouragent les annonceurs à privilégier des plateformes fiables.

Les médias traditionnels, tels que les sites d'informations régionaux et nationaux, jouent un rôle clé dans ce paysage. Ils offrent un environnement de confiance pour attirer des audiences qualifiées.

Les annonceurs les apprécient pour leur crédibilité et leur capacité à toucher des segments spécifiques, souvent négligés par les géants comme Google ou Meta.



83% des belges lisent
la presse en version digitale*.



2.COMMUNICATION : VOS BESOINS & OBJECTIFS



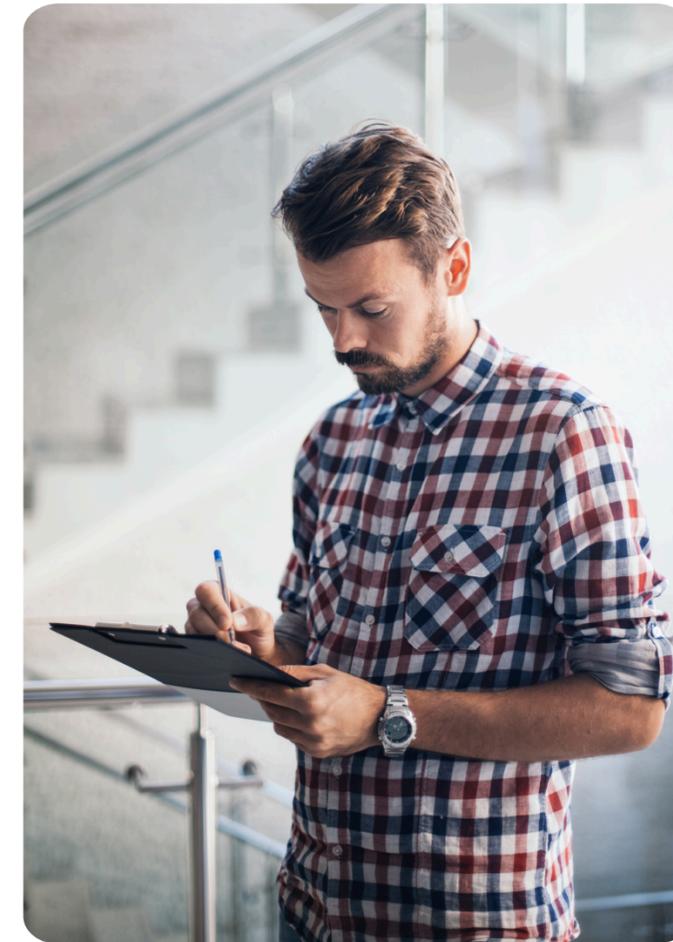
La publicité ne se limite plus à une simple diffusion de messages : elle est devenue une expérience. Les annonceurs cherchent aujourd'hui à raconter des histoires, à établir un lien émotionnel avec leurs cibles et à créer de la valeur à chaque point de contact. Que ce soit pour accroître leur notoriété, générer des leads qualifiés ou fidéliser leurs clients, leurs campagnes doivent désormais s'appuyer sur des stratégies précises, des formats innovants et des canaux pertinents.

Top 5 des besoins des annonceurs en communication :

1. Capturer l'attention dans un environnement saturé 🌟
2. Toucher la bonne audience au bon moment 🎯
3. Renforcer la confiance et la crédibilité 🤝
4. Maximiser le retour sur investissement (ROI) 📈
5. Respecter les attentes éthiques et réglementaires ✅

Top 5 des objectifs des annonceurs en communication :

1. Accroître la notoriété de la marque 🌐
2. Générer des leads qualifiés et des ventes 🛒
3. Fidéliser les clients existants ❤️
4. S'inscrire dans une communication locale ou hyperlocale 📍
5. Innover et surprendre le public ✨



Comment les médias traditionnels, enrichis par les outils digitaux, peuvent répondre à ces besoins spécifiques en proposant des solutions publicitaires sur mesure et à forte valeur ajoutée ?

Page suivante 😊

3. LES PRODUITS PUBLICITAIRES DIGITAUX

Pour booster vos activités...

VOUS AVEZ BESOIN DE

NOTORIÉTÉ RAPIDE

DISPLAY

- Grande visibilité.
- Ciblage précis.
- Large portée.

Utilisez le display >



ATTIRER L'ATTENTION

VIDÉO

- Interaction plus forte.
- Présentation dynamique et immersive.
- Confiance renforcée.

Utilisez la vidéo >



GÉNÉRER DE L'ENGAGEMENT

NATIVE

- Développement de l'intention d'achat.
- Crédibilité et pertinence de vos produits/services.

Utilisez le native >



VISIBILITÉ DIRECTE

NEWSLETTER

- Visibilité directe, même sans action immédiate de l'utilisateur.
- Environnement ciblé et de confiance.

Utilisez la newsletter >



LE DISPLAY



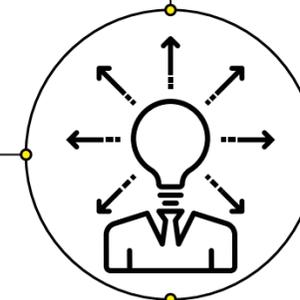
10€/CPM

VISIBILITÉ MAXIMALE

Profitez d'un emplacement stratégique sur un site à forte audience locale pour capter l'attention de votre cible.

FORMATS ATTRACTIFS

Bannières, habillages, interstitiels... Des formats variés et impactants pour maximiser l'engagement.



CIBLAGE PRÉCIS

Diffusion selon la localisation, les centres d'intérêt ou le comportement des visiteurs pour toucher les bons prospects.

MESURE DE PERFORMANCE

Accédez à des statistiques détaillées (impressions, clics, taux de conversion) pour optimiser votre campagne en temps réel.

LA VIDÉO



**Vidéo
outstream
10€/CPM**

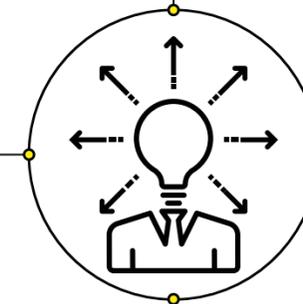
**Vidéo
intstream
14€/CPM**

CAPTE L'ATTENTION

La vidéo capte l'attention et transmet un message puissant grâce à l'image et au son, favorisant la mémorisation.

FORMATS ENGAGEANTS

Spots en pre-roll, oustream, intégration native... Des options variées pour maximiser l'impact.



CIBLAGE AFFINÉ

Diffusion selon la localisation, les intérêts et le comportement des internautes pour toucher une audience pertinente.

SUIVI DES PERFORMANCES

Accès à des données clés (vues, taux de complétion, interactions) pour ajuster et optimiser la campagne.

LE NATIVE - CONTENU DE PARTENAIRE

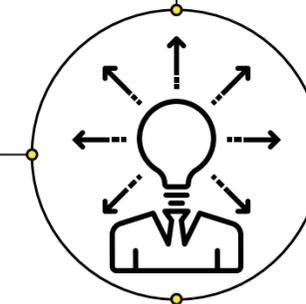
à.p.d
1195€

INTÉGRATION NATURELLE

Des contenus sponsorisés qui s'intègrent harmonieusement dans le flux éditorial pour une expérience non intrusive.

ENGAGEMENT ACCRU

Un format qui suscite l'intérêt en apportant une vraie valeur ajoutée aux lecteurs. Sa durée de vie est prolongée et offre donc un impact durable.



AMÉLIORATION DU SEO

Un bon contenu natif peut générer du trafic organique, des partages et des backlinks, renforçant ainsi la visibilité en ligne.

PERFORMANCE MESURABLE

Accès à des indicateurs clés (taux de lecture, temps passé, clics) pour optimiser la campagne et maximiser son efficacité.

LA NEWSLETTER - DISPLAY

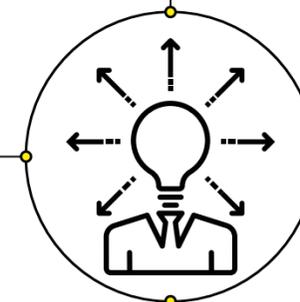


AUDIENCE ULTRA-CIBLÉE

Touchez des lecteurs engagés qui ont volontairement souscrit à la newsletter, garantissant une meilleure attention.

FORMATS VISIBLES ET IMPACTANTS

Bannières, pavés, encarts natifs... Des emplacements premium intégrés dans un contenu éditorial de qualité.



INSERTION FLUIDE ET NON INTRUSIVE

Une intégration soignée qui respecte l'expérience utilisateur et maximise l'engagement.

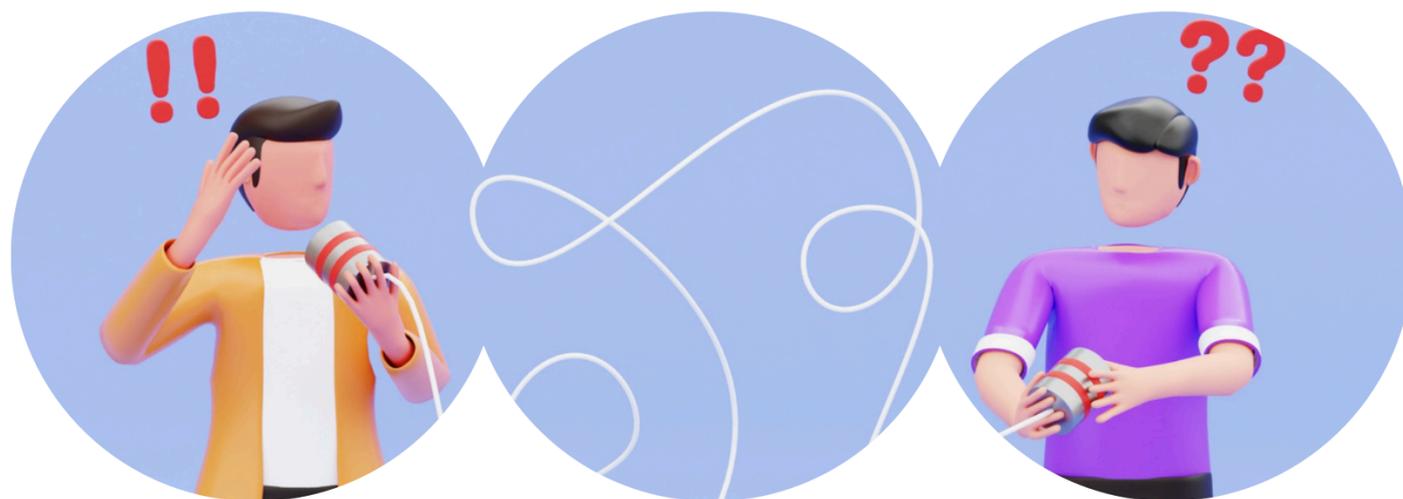
PROXIMITÉ LOCALE ET CONFIANCE

Idéal pour les annonceurs régionaux souhaitant promouvoir des offres, événements ou services auprès d'un public géolocalisé.

4. VOTRE STRATÉGIE MÉDIA RÉGIONALE



Dans un paysage publicitaire actuel, se démarquer et capter l'attention de votre audience cible nécessite des choix stratégiques. Les médias traditionnels tels que les sites d'information régionaux offrent une opportunité unique pour les professionnels : associer votre marque à un environnement de confiance et de qualité.



1

Définir vos objectifs.

- Augmenter la notoriété locale ?
- Promouvoir un produit ou un service spécifique ?
- Attirer du trafic vers votre point de vente ou votre site web ?

2

Choisir les bons supports médias.

Pour gagner la confiance des clients, il faut les toucher dans un contexte rédactionnel crédible et fiable. Utiliser des médias traditionnels, c'est toucher des audiences qualifiées, bien ancrées dans les communautés locales.

3

Adopter des formats publicitaires adaptés et utiliser les datas.

- Le Native pour un contenu engageant, le display pour une visibilité rapide, les vidéos pour plus de dynamique, la newsletter pour renforcer la notoriété.
- Utilisez la géolocalisation, les centres d'intérêt et les données démo pour cibler votre public dans votre zone de chalandise.

4

Analyser et optimiser les performances.

Suivez le taux de clics, le nombre de vues ou les interactions sur vos annonces. Mesurez l'impact sur vos ventes ou le trafic généré.

5. MESURER LES PERFORMANCES D'UNE CAMPAGNE

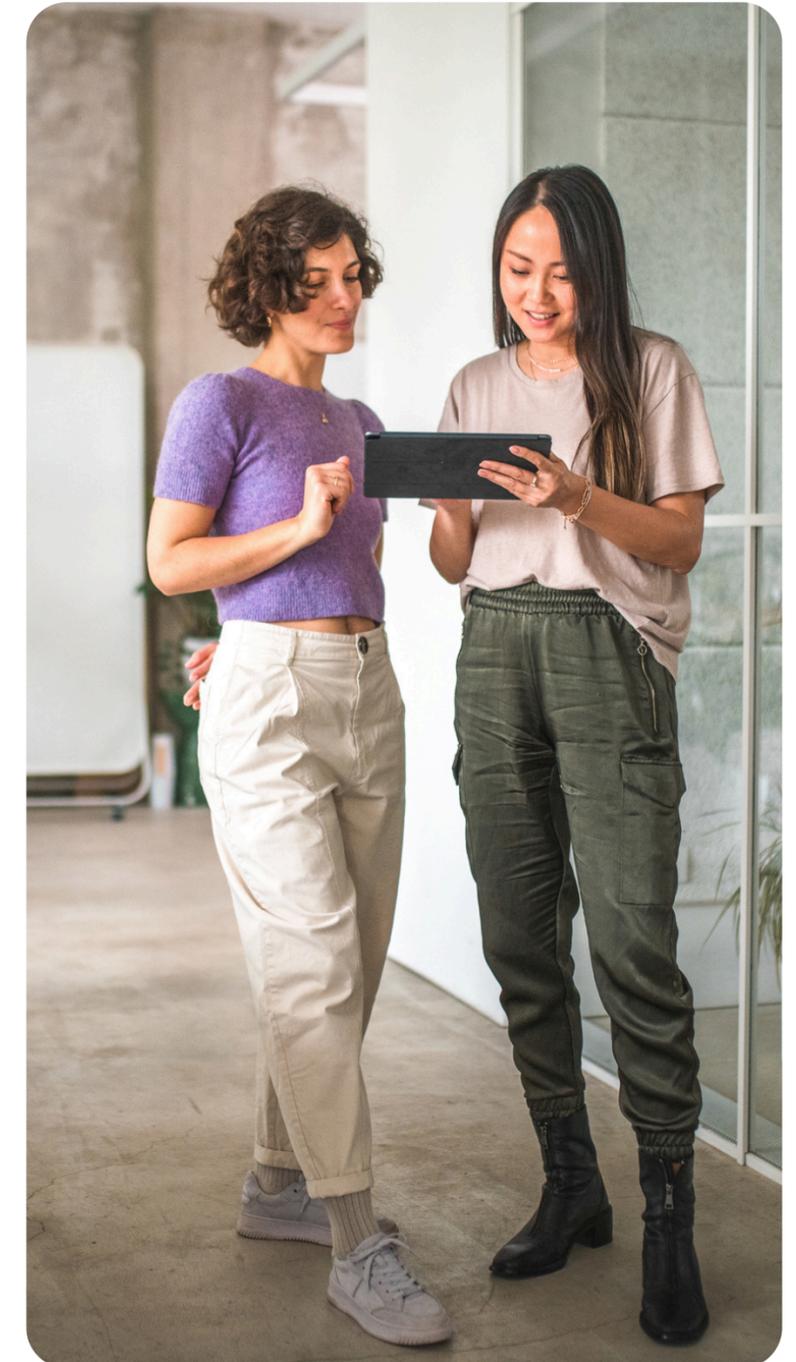


6. ANALYSER LES RÉSULTATS D'UNE CAMPAGNE



Benchmark

	DISPLAY	VIDÉO	NATIVE AD	DISPLAY NEWSLETTER
Taux de visibilité (VR)	50% à 90%	50% à 90%	40% à 60%	90% à 95%
Taux de clics (CTR)	0.1% à 0.2%	0.3% à 1.5%	0.1% à 0.2%	0.1% à 0.2%
Commentaires	Performances variables selon emplacement et format.	Très engageant selon la qualité du contenu.	Meilleur équilibre entre visibilité et engagement.	Idéal pour des annonces locales ou ultra ciblées.



7. OPTIMISER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Optimiser une campagne publicitaire digitale nécessite de combiner stratégie, données et créativité. En combinant les bonnes pratiques, vous maximisez la portée et la rentabilité de vos campagnes digitales tout en garantissant une expérience publicitaire engageante et ciblée.



Adapter votre période de diffusion.

Pour une action ponctuelle, optez pour une période plus courte mais plus intense dans la diffusion des impressions. Pour une publicité de notoriété, optez pour une période plus longue.



Insérer un call-to-action impactant dans votre visuel.

Votre contenu est informatif sans appel à l'action et vous voulez un meilleur CTR ? Pour encourager le clic, les utilisateurs ont besoin d'un contenu à caractère bénéfique. Insérer un appel à l'action intéressant.



Proposer un contenu engageant.

Proposer un contenu engageant sur votre page de destination. Un concours, une offre exclusive, un formulaire,... L'utilisateur sera toujours attiré par un gain ou un bénéfice que vous lui offrirez.



Cibler efficacement votre audience.

Pour les campagnes locales ou régionales, utilisez la géolocalisation pour afficher vos publicités uniquement dans les zones pertinentes pour votre activité.

8. POURQUOI CHOISIR NOS MÉDIAS ?



- Audience qualifiée et ciblée
- Contexte éditorial premium
- Formats créatifs variés
- Grande portée et visibilité
- Mesurabilité des performances
- Crédibilité, confiance et sécurité



*1 belge sur 2 consulte chaque jour une marque de presse quotidienne.**



Et surtout pour notre super équipe 😊



En publiant vos annonces dans nos titres, vous investissez dans l'économie régionale, vous soutenez nos médias francophones belges et vous renforcez votre présence locale.

*CIM PRESSE 2024

9. NOS AUDIENCES DIGITALES

600 000 visiteurs
par jour
sur notre réseau*

*IPM advertising



l'avenir



Visiteurs/jour	Pages vues/jour	Visites/jour
208.223	443.784	237.664

DH.be



Visiteurs/jour	Pages vues/jour	Visites/jour
328.767	1.120.106	432.939

La Libre.be



Visiteurs/jour	Pages vues/jour	Visites/jour
171.280	524.342	206.570



9. NOS AUDIENCES DIGITALES



Visiteurs/jour	Pages vues/jour	Visites/jour
----------------	-----------------	--------------

18.387 **38.853** **20.358**

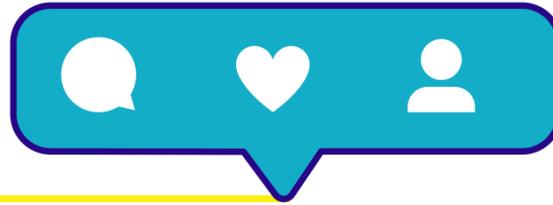


Visiteurs/jour	Pages vues/jour	Visites/jour
----------------	-----------------	--------------

34.084 **57.679** **36.932**



10. L'AVIS DES EXPERTS



“Les sites de presse quotidienne, par leur crédibilité et leur audience qualifiée, constituent un levier puissant pour capter l’attention, renforcer la notoriété et instaurer une relation de confiance avec les consommateurs.”

Anne-Marie Blasutto, conseillère média à la Régie des Médias Régionaux.



“Miser sur la complémentarité des sites d’informations de presse et d’autres plateformes pour maximiser l’impact.”

Bernard Mignot, responsable des ventes digitales à La Régie des Médias Régionaux.

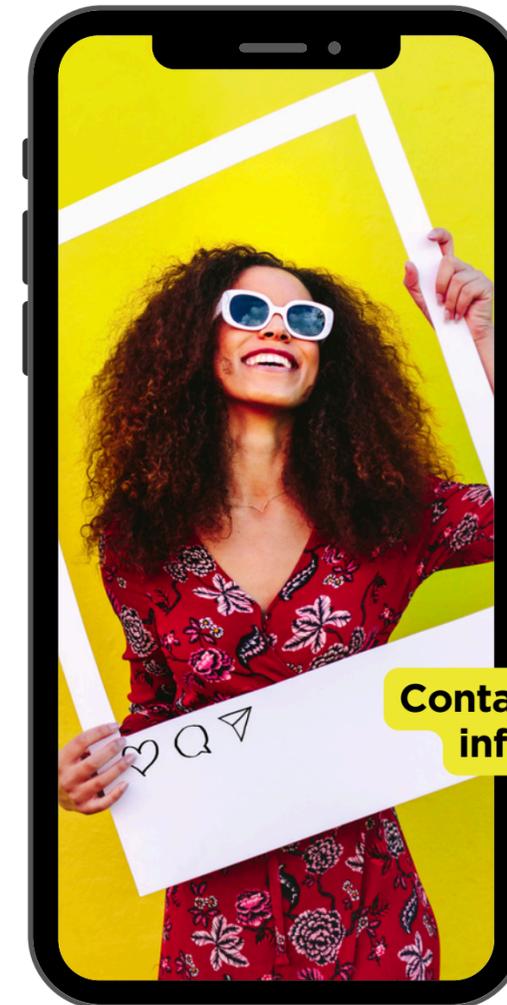
“L’efficacité d’une campagne publicitaire repose sur une approche hybride, alliant innovation et ancrage local, digital et média traditionnel.”

Emmanuelle Michel, responsable marketing et communication b2b de La Régie des Médias Régionaux.



“Face à la montée des fake news, nos médias locaux sont une référence incontournable. Ils informent chaque jour les Belges et influencent leur perception de la société. Pour les annonceurs, c’est l’assurance d’un message fiable et percutant, loin des plateformes aux contenus incontrôlés.”

Philippe Streydio, manager de la force de vente de la Régie des Médias Régionaux.



Alors ? Prêts à vous lancer ?

**Contactez-nous pour toute information :
info@regiedesmediasregionaux.be**

Régie Médias Régionaux.be

WWW.REGIEDESMEDIASREGIONAUX.COM

boostevosactivités ●

