



LE MARCHÉ DIGITAL POURSUIT SA CROISSANCE ...



+7%
vs 2015

...ET DEVIENT LE 1^{ER} MEDIA INVESTI DEVANT LA TV



*PWC, IREP chiffres 2015 et T1 + T2 + T3 2016

L'ESSENTIEL DE LA CROISSANCE EST GÉNÉRÉ PAR LE DISPLAY* ...

SEARCH

• 1,893 M€

+4,3%

DISPLAY*

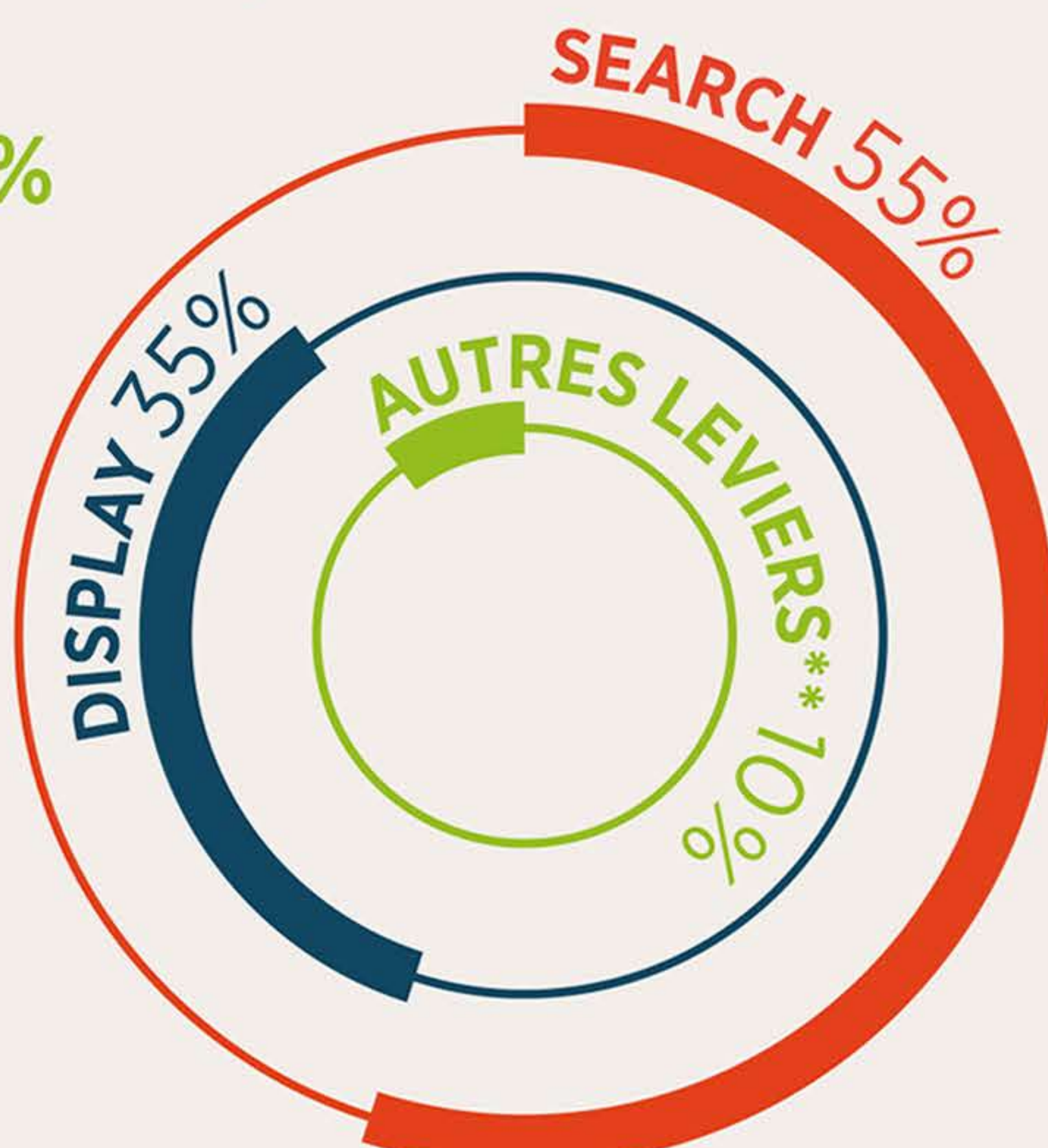
• 1,204 M€

+ 14,5%

AUTRES LEVIERS**

• 447 M€

+3,2%



*Le display inclut ici tous les formats, tous les devices et tous les modes de commercialisation

**Affiliation, Emailing, Comparateurs.

Search et Display incluent la publicité locale

NB : La somme des leviers est supérieure au total marché du fait de la déduplication des canaux

... DONT LA CROISSANCE DE +14,5% EST PORTÉE EN TOTALITÉ PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX*

+62%

DISPLAY
RÉSEAUX SOCIAUX

DISPLAY HORS
RÉSEAUX SOCIAUX

-3%

38%
DU DISPLAY

62%
DU DISPLAY

453 M€

750 M€

*Réseaux sociaux = tous formats, tous devices et tous moyens de commercialisation (Hors YouTube)

L'IMPACT DES RÉSEAUX SOCIAUX IMPOSE UNE DOUBLE RÉALITÉ SUR LE DISPLAY

PROGRAMMATIQUE

NON PROGRAMMATIQUE



PROGRAMMATIQUE

+51%

TOTAL DISPLAY

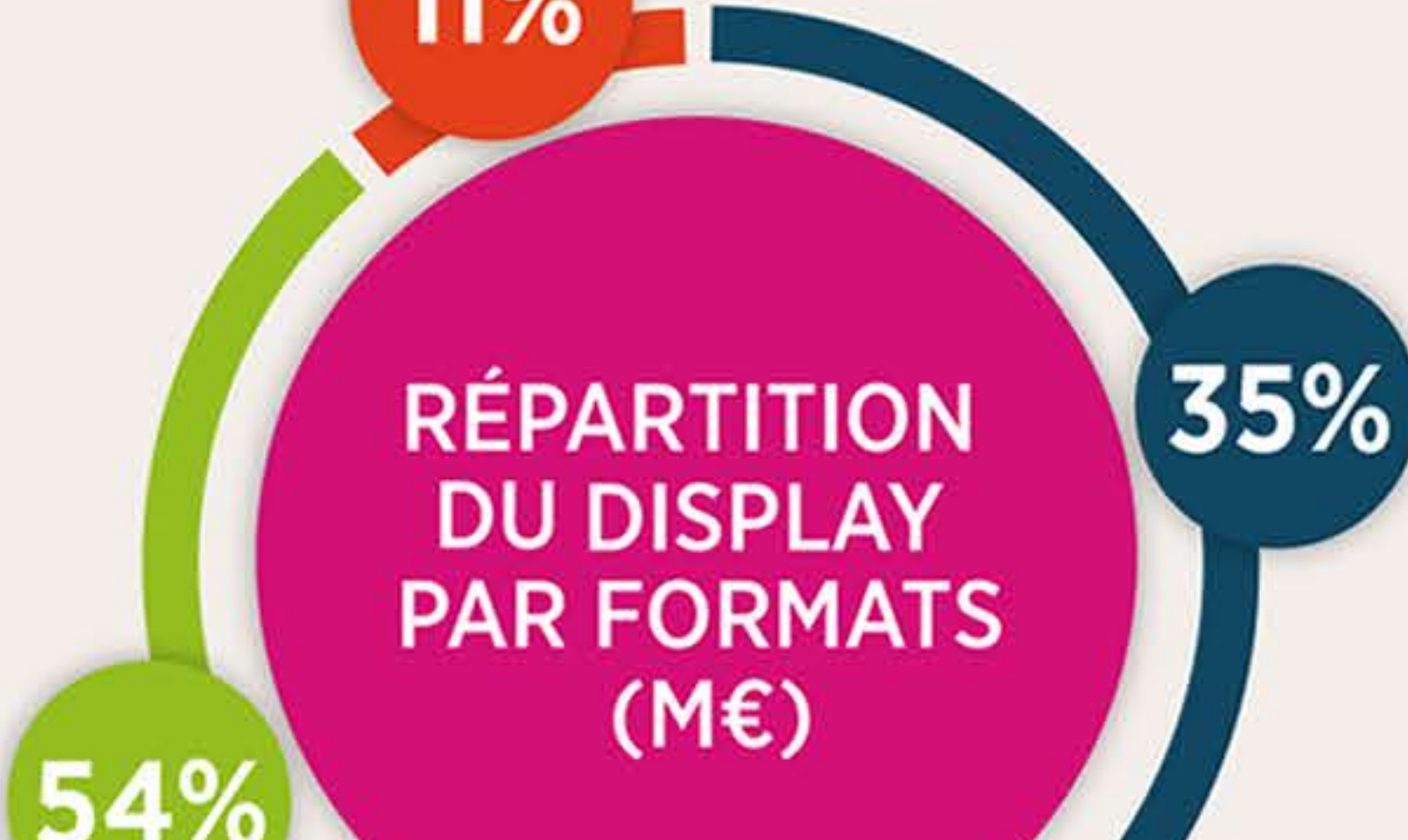
+29%

HORS SOCIAL

DISPLAY VIDÉO

CLASSIQUE

OPS



VIDÉO

+35%

TOTAL DISPLAY

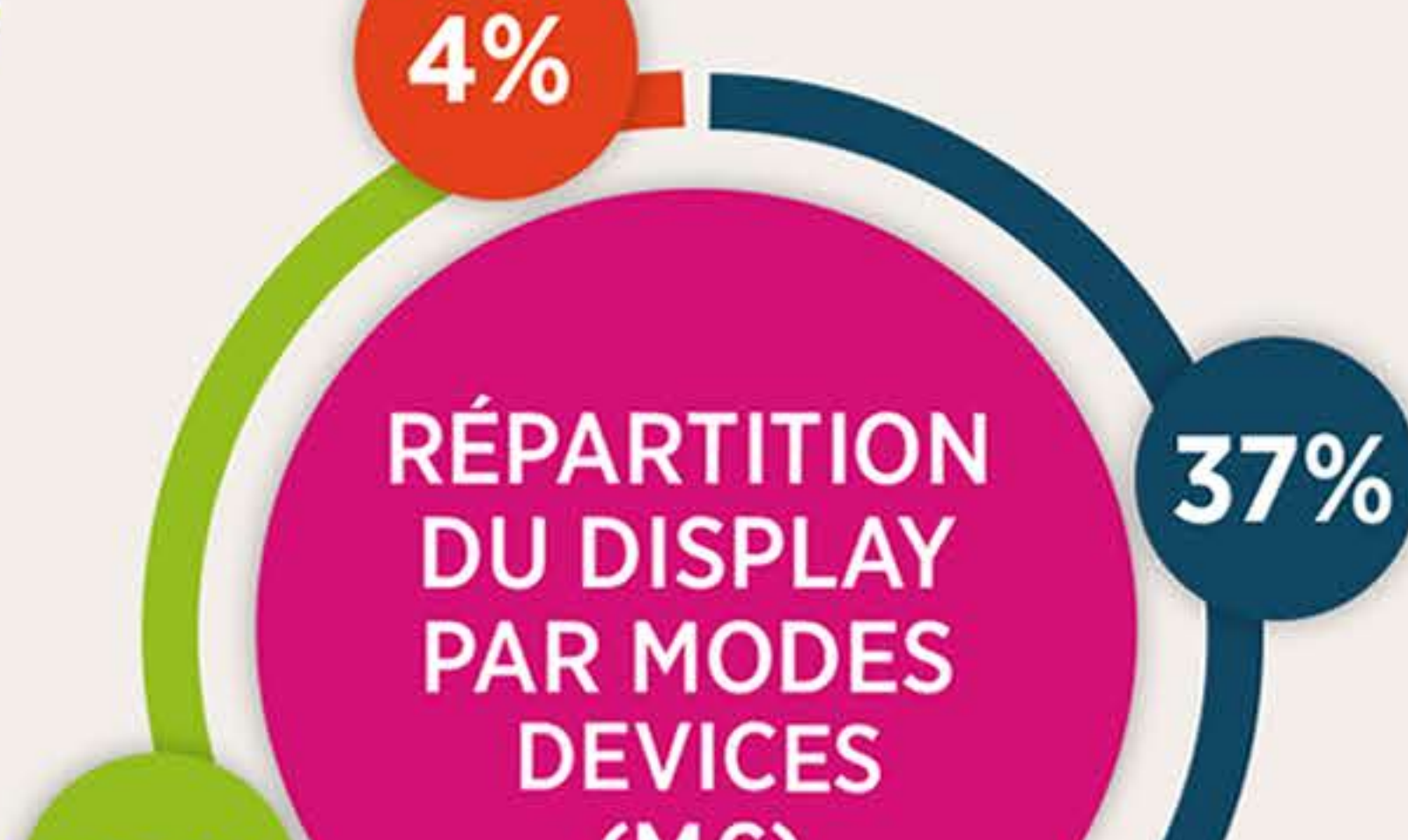
+6%

HORS SOCIAL

DISPLAY MOBILE

DESKTOP

IPTV



MOBILE

+60%

TOTAL DISPLAY

+30%

HORS SOCIAL

PRÉSENTATION COMPLÈTE DISPONIBLE SUR WWW.SRI-FRANCE.ORG

Sources : Analyses PwC, SRI, UDECAM