



11<sup>ème</sup> édition de  
**l'Observatoire de l'e-Pub**

Le **digital** est l'**unique segment en croissance** dans un marché publicitaire en baisse

**+3%**

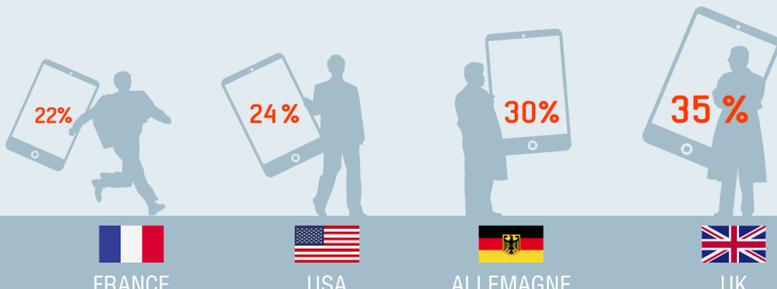


**2013** ▶ **2,791 M€**  
de CA net

**2012** ▶ **2,70 M€**  
de CA net

En France, le digital représente **22%** des investissements pub (janvier à septembre)

Source : SRI, IREP, PwC Entertainment and Media Outlook



Répartitions des investissements par leviers digitaux de communication

Search  
**58%**



Avec **32%** de croissance, la vidéo porte le display

542 M€ soit **72%**  
136 M€ soit **18%**  
75 M€ soit **10%**  
(PDM du display)

le display classique

la vidéo

les OPS



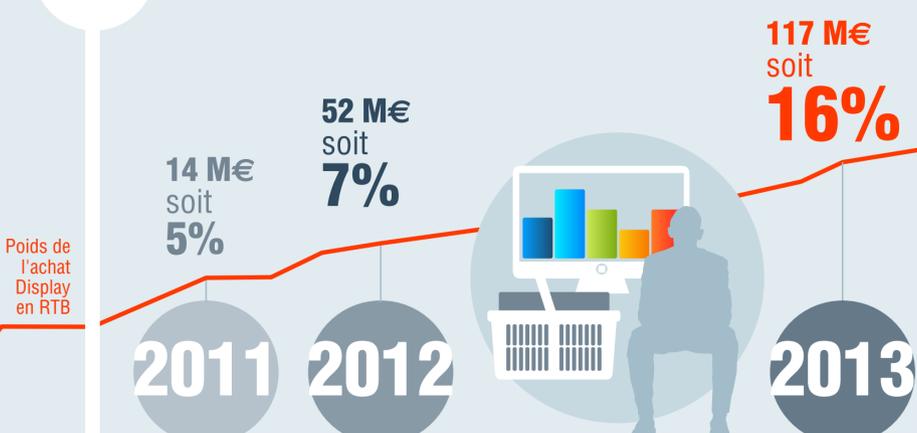
- ▶ des formats innovants
- ▶ un levier de viralité efficace des vidéos
- ▶ des usages sociaux largement développés
- ▶ des dispositifs drive to store

Le marché français (enfin) **à l'âge du mobile** (search + display)



**= + 57%,**  
une forte croissance

Le RTB = **125%** de croissance en 2013



Les 3 **mots clés** de 2013

des audiences  
**MUTATION**  
des acteurs  
des organisations

des écrans  
**CONVERGENCE**  
des opérations  
des leviers digitaux

**TECHNOLOGIE** data  
temps réel  
programmatische

