



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 5 juin 2015

LE SRI PUBLIE LE 1ER TOP DES ACHETEURS EN PROGRAMMATIQUE

Ce classement inédit, réalisé à partir des chiffres d'affaires nets déclarés confidentiellement par les régies membres du SRI pour l'année 2014, présente le top des 30 premiers acheteurs en programmation¹ sur l'ensemble des places de marché représentées au sein du SRI².

En progression de 66% en 2014, le programmation est un levier de croissance puissant pour le marché de la publicité digitale. Ainsi, dans un marché publicitaire online de près de 3 milliards d'euros nets en 2014³, le display compte pour 27% (813 M€ de CA net) dont près d'un quart ont été opérés en programmation (195 M€ de CA net).

Conçu pour approfondir cette analyse du marché de l'e-pub, le top 30 des acheteurs en programmation sera publié semestriellement.

Pour sa première édition, ce Top 30 apporte 2 grands enseignements :

- la fragmentation du marché : le top 30 représente en effet 43,5% de la valeur totale du programmation SRI en 2014, sur un marché de plusieurs centaines d'acheteurs
- la diversité des acteurs opérant sur ces places de marché : retargeters, trading desks agences, trading desks indépendants, régies, annonceurs...

Ce panorama montre aussi l'entrée de nouveaux acteurs et de nouvelles propositions de valeur dans la chaîne d'achat média, et une vraie dynamique des entreprises françaises.

¹ *Le mode d'achat programmation, recouvre l'ensemble des transactions publicitaires opérées de manière automatisée et à l'unité, c'est l'acheteur qui sélectionne les impressions et profil sur lequel il souhaite diffuser ses publicités. L'achat peut être réalisé aux enchères (RTB) ou à CPM fixe.*

² *Les Adex inclus dans ce panorama : Microsoft, Yahoo, Orange, 3W, Hi-Media, Dailymotion, Leboncoin, Car&Boat, Horyzon Media, Auféminin, La Place Média, Audience Square et Overviews.*

³ *Observatoire de l'e-Pub SRI, réalisé par PwC, en partenariat avec l'UDECAM - pour l'ensemble de l'année 2014.*

Pour l'année 2014 voici le 1er ranking :

TOTAL 2014		
RANG	ACHETEUR	POIDS*
#1	Criteo	7,4%
#2	VivaKi	4,9%
#3	Amnet FR	3,8%
#4	TradeLab	2,7%
#5	Affiperf FR	2,5%
#6	Google	2,2%
#7	Group M	2,2%
#8	Next Performance	1,6%
#9	Amazon	1,4%
#10	Sociomantic	1,4%
#11	1000Mercis / Matiro	1,4%
#12	Infectious Media	1,4%
#13	Makazi	1,2%
#14	Accuen FR	1,1%
#15	RocketFuel	1,1%
#16	RadiumOne	0,9%
#17	Orange Ad Market	0,7%
#18	Aegis Media	0,7%
#19	Cadreon	0,6%
#20	Quantcast	0,6%
#21	Air France Trading Desk	0,6%
#22	Essence Digital	0,5%
#23	Publicis	0,4%
#24	Agence79	0,4%
#25	HiMedia	0,4%
#26	Xaxis	0,4%
#27	Neo@Ogilvy	0,3%
#28	AOL	0,3%
#29	Mindshare	0,2%
#30	AdapTV Affiperf	0,2%

**Part de marché dans le total programmatique opéré par les places de marché présentes au sein du SRI*

Pour tout comprendre sur le programmatique, un lexique SRI est à disposition sur [le site de l'organisation](#).

A propos du SRI

Le SRI a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France.

La démarche du SRI : soutenir les investissements et le développement du média Internet en tant que support publicitaire, valoriser les spécificités et la compétitivité du média, faciliter l'accès au média Internet par une professionnalisation et une simplification des offres, exploiter la créativité du média et assurer la représentativité du Syndicat auprès de l'ensemble des acteurs de la publicité interactive.

366, 3W Régie, Amaury Médias, AuFéminin, Caradisiac Publicité, CCM Benchmark Advertising, Dailymotion Advertising, Express Roularta Services, FigaroMedias, France Télévisions Publicité, GMC Connect, Horyzon Média, Lagardère Active Publicité, Leboncoin, LesEchomédias, Mondadori Publicité, M Publicité, M6 Publicité Digital, Microsoft Advertising France, Neweb, Next Régie, Orange Advertising, Overviews, Prisma Media Solutions, SFR Régie, Teads, TF1 Publicité Digital, Yahoo! sont membres du SRI.

www.sri-france.org

Contact Presse

Myriam de Chassey Waquet
31, rue Etienne Marcel – 75001 Paris
01 42 36 49 15 – mdechassey@sri-france.org