

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 16 septembre 2025

L'ADMTV & le SRI publient le 'Pense pas bête CTV'

Alors que la vidéo est aujourd'hui le premier usage d'Internet, portée par l'essor des réseaux sociaux, des plateformes de streaming et la digitalisation des offres TV et éditoriales en ligne, le format publicitaire vidéo connaît lui une croissance exceptionnelle. Selon l'**Observatoire de l'e-pub**, la publicité vidéo sur la CTV a notamment connu une progression de +80 % entre le premier semestre 2023 et le premier semestre 2025. La CTV s'impose comme une tendance de fond unanimement identifiée par les experts.

C'est pourquoi, pour accompagner son essor, les professionnels de l'ADMTV et du SRI se sont associés pour concevoir **un guide de la CTV, à la fois synthétique et pédagogique**, destiné à l'ensemble du marché. Ce document donne quelques éléments de contexte et propose :

- des **repères chiffrés** ;
- un **glossaire unifié** pour harmoniser le vocabulaire de la CTV et faciliter l'appropriation du sujet ;
- une **cartographie du sell side** croisant acteurs, formats et fonctionnalités, afin d'apporter une vision claire de l'offre disponible.

« Avec ce guide, nous mettons à disposition un outil clair et structurant, capable de fédérer les acteurs autour d'un langage commun et d'une vision partagée. C'est une étape clé pour accompagner la montée en puissance de la CTV, devenue incontournable dans les stratégies des marques » explique Isabelle Vignon, déléguée générale marketing de l'ADMTV.

« Au-delà du simple buzzword, la CTV est aujourd'hui le premier device au sein du Display Vidéo fort de près de 50% des recettes. Face à cette croissance spectaculaire, il nous est apparu essentiel de proposer des repères clairs. Ce guide a ainsi pour ambition d'harmoniser le vocabulaire, de décrypter l'écosystème, de mieux comprendre l'offre pour accompagner l'intégration de la CTV au sein des stratégies digitales multicanales des marques » commente Hélène Chartier, directrice générale du SRI.

Ce guide vient éclairer un écosystème publicitaire CTV en pleine structuration et offre aux acteurs du marché les clés pour mieux comprendre et exploiter tout le potentiel.

A propos de l'ADMTV

L'Alliance des Médias TV & Vidéo est un syndicat professionnel patronal régi par les dispositions du Titre 1er Livre IV du Code du Travail. Il assure :

- *la promotion de la publicité TV et Vidéo, y compris au travers le soutien de ses membres aux campagnes d'intérêt général,*
- *l'étude de la publicité TV et Vidéo et de la permanence de son efficacité pour ses annonceurs, conseils en achats médias et agences de publicité,*
- *la veille des développements de la publicité TV et Vidéo, notamment dans le monde,*
- *la représentation de ses membres et le dialogue avec les instances représentatives des acteurs de la publicité.*

Sont membres de l'ADMTV : TF1 Publicité, M6 Publicité, FranceTV Publicité, Canal+ Brand Solutions, RMC BFM ADS, Amaury Média, beIN Régie, Paramount, Amazon Ads, Disney+, Netflix.

www.admtv.org

A propos du SRI

Le SRI – Syndicat des Régies Internet – est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. Nos adhérents travaillent dans un esprit de coopération et se répartissent en 2 collèges : le collège « Régies », qui rassemble des régies digitales adossées à des publishers, et le collège « Partenaires Technologiques », qui réunit des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur et défendre le modèle économique publicitaire, le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts collectifs.

www.sri-france.org

Contact presse ADMTV

Alice Gnessote
alice.gnessote@admtv.org

Contact presse SRI

Myriam Waquet
mdechasse@sri-france.org