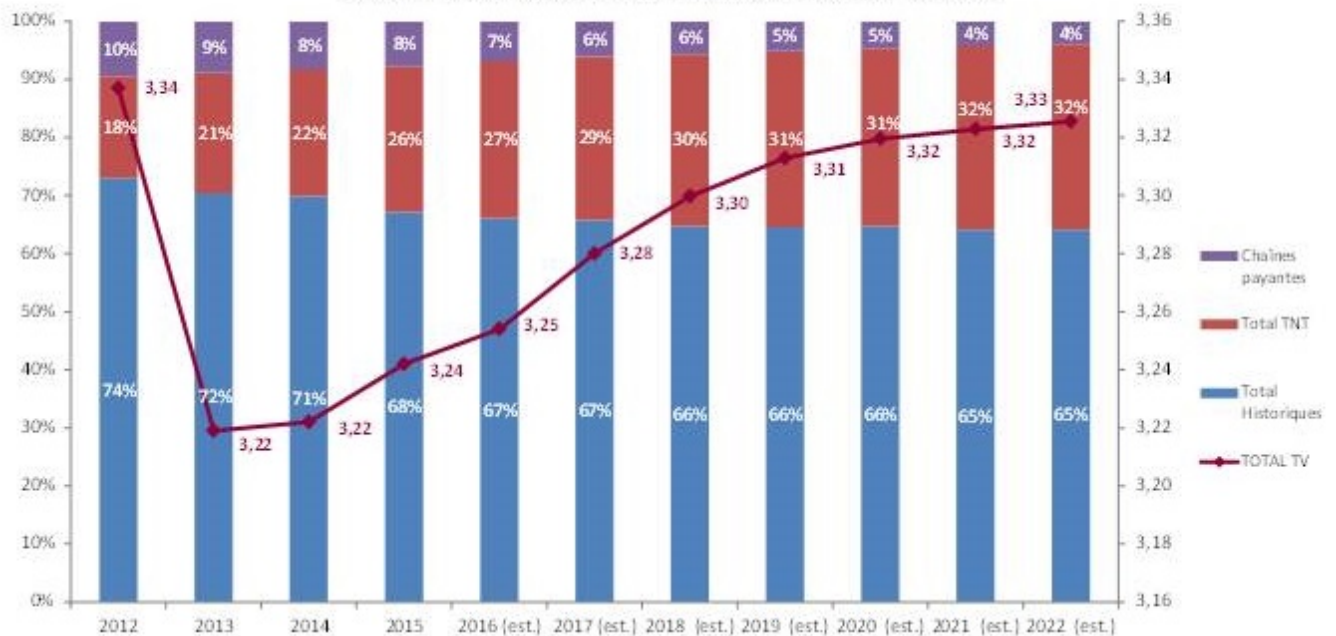
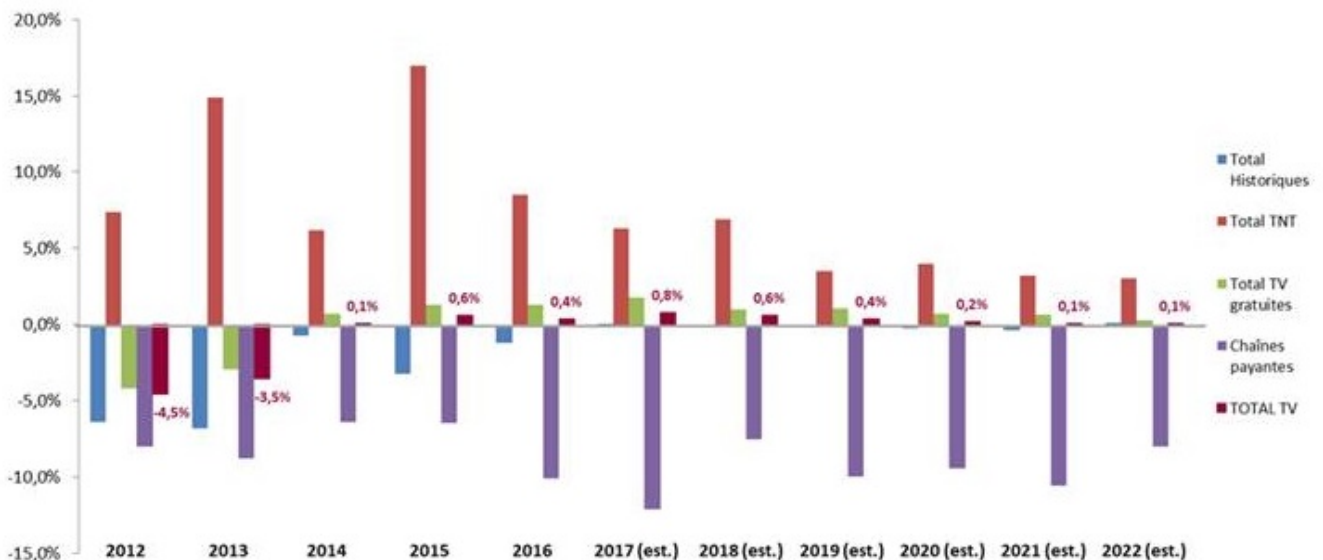


# Cap 2022 : croissance continue des revenus publicitaires de la télévision gratuite

La télévision gratuite concentrerait 96% des investissements publicitaires TV  
(Investissements globaux en Mds € net et PDM publicitaires)



Les TNT porteraient la croissance du marché TV global  
(Taux de croissance annuels)



Sources : prévisions NPA Conseil sur données IREP, Guide des chaînes numériques, agences média

A contexte réglementaire, économique et offre télévisuelle constants, les revenus publicitaires des chaînes gratuites continueraient de progresser, représentant presque la totalité du marché, au détriment des chaînes payantes, dont le TCAM serait de -5,3%. Elles souffrent de la concurrence des chaînes TNT, notamment des nouvelles lancées en 2012 qui proposent des contenus thématiques (Jeunesse, Sport, Femme) et profitent d'une

couverture plus puissante et dans certains cas d'une mesure quotidienne. Face à cette offre gratuite abondante, le modèle économique des chaînes payantes est fortement remis en question.

Au sein de l'agrégat Gratuit, les TNT porteraient la croissance avec un TCAM d'environ 2,2% et concentreraient 32% des dépenses publicitaires TV. Présence pour la plupart dans le Médiamat, coûts GRP accessibles, chaînes généralistes et thématiques... leurs avantages sont nombreux et déterminants. Les chaînes Historiques, quant à elles, devraient voir leur PDM reculer à l'horizon 2022 de presque 10 points en 10 ans. Elles sont concurrencées par les autres acteurs de la TV gratuite et d'autres supports publicitaires. Elles préserveront leur attractivité grâce à leur puissance, la garantie des performances, la mise en œuvre de campagnes multi-écrans valorisant l'ensemble des actifs TV et vidéo des groupes. Elles comptent sur le programmatique pour leur permettre de recréer de la valeur, grâce une qualification optimisée de leurs inventaires, et réaliser des gains de productivité et de flexibilité via l'automatisation globale des process.

Le marché de la publicité TV reste peu élastique : d'ici 5 ans, on devrait retrouver les niveaux d'investissement de 2012 (eux-mêmes loin des montants d'avant-crise : 3,62Mds € en 2007). Des évolutions technologiques et réglementaires pourraient lui redonner des marges de progression.