

MARCHE DE LA PUBLICITE DIGITALE

1ER SEMESTRE 2022 - SRI - NPA CONSEIL

4 302 M€

TOTAL MARCHÉ

+19%

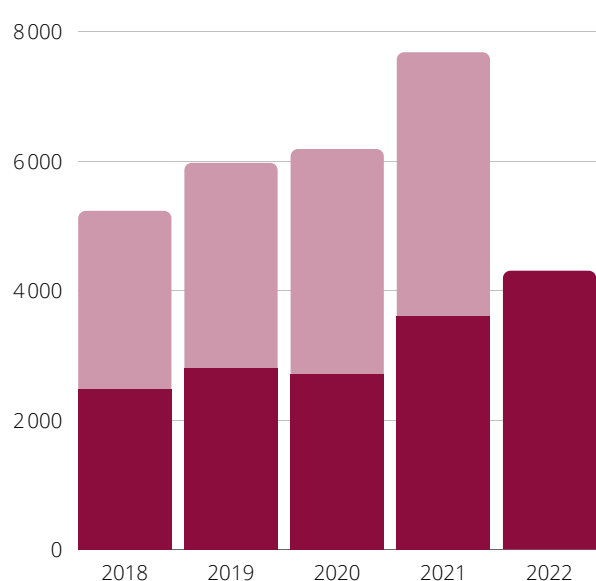
CROISSANCE

19%

PART DU DISPLAY

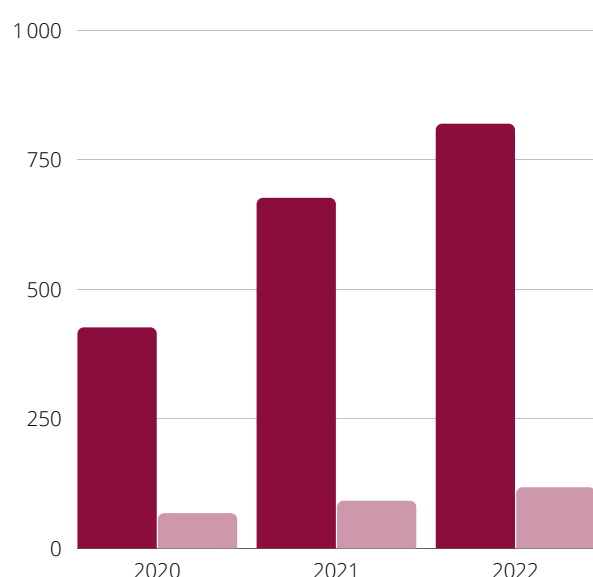
990 M€

DISPLAY + SOCIAL
VIDEO



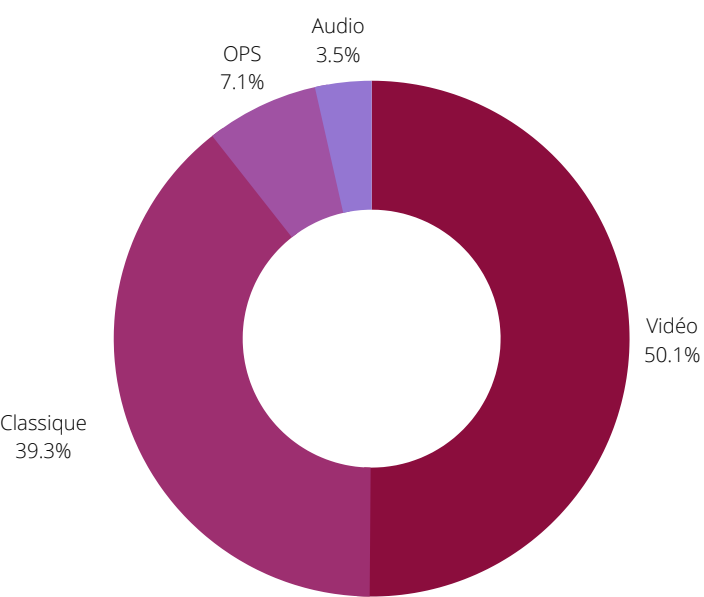
TOTAL MARCHÉ

Au 1er semestre 2022, le marché a atteint **4,3 Mds€ (+19%)**. Au cours des quatre années précédentes, le 1er semestre a pesé pour **47%** du chiffre d'affaires annuel. La tendance, si elle se répétait, porterait le total pour 2022 à **9,2 Mds€**. Le montant retenu par Oliver Wyman, avec le SRI, est de **8,8 Mds€ (+14%)** en raison d'un ralentissement au 2e semestre.



DISPLAY

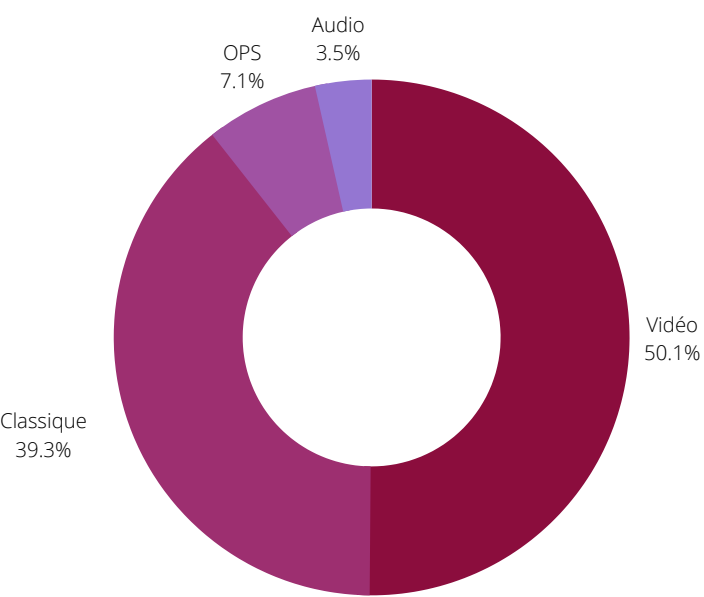
Au 1er semestre 2022, les revenus du display ont été de **820 M€ (+21%)**, soit **19% de l'ensemble du marché du digital**, comme en 2021). La part des éditeurs TV et radio est de **14%** de cet ensemble (**118 M€**). Il est resté stable d'une année sur l'autre.



DISPLAY : +DE 50% EN VIDÉO

Pour la première année, la vidéo a été majoritaire dans les recettes du display en 2022, alors qu'elle pesait encore moins de 45% en 2019. Dans l'intervalle, les recettes ont progressé de **69%** (de **242 à 411 M€**).

L'audio a gagné plus de 50% en un an, mais ne pèse encore que pour 3,5% de l'ensemble du display.



TOTAL VIDÉO : 1 MD€ AU S1

Au 1er semestre 2022, le cumul display vidéo et social vidéo frôle le milliard d'euros (**990 M€**), après avoir doublé en quatre ans et réalisé un **bond de 51% en un an**.

Cette dynamique profite surtout aux **réseaux sociaux** : ils pèsent **58% du total video** aujourd'hui, contre **46% en 2019**.

Accéder à [l'ensemble des résultats de l'Observatoire de l'e-Pub](#) :