

Les 10 points clés de l'Observatoire de l'e-Pub

Une synthèse visuelle des dynamiques, de la croissance et des nouvelles tendances du marché de la publicité digitale en France.

POINT 01

Une croissance solide à +12% pour le premier semestre

- Le marché français atteint un volume historique de près de 6,7 milliards d'euros sur six mois.
- Cette dynamique s'inscrit dans la stricte continuité de la croissance observée entre 2024 et 2025 (+11%).
- Les données consolident l'ensemble des leviers (Search, Social, Display) pour offrir une vue sell-side complète.

TAILLE DU MARCHÉ PUBLICITAIRE
DIGITAL (S1 2026)

6,69
Md€

+ 12% vs S1 2025

POINT 02

Un marché polarisé par la domination non-européenne

**Acteurs
non-européens**

83%

5 556 M€

**Croissance
accélérée de +14%**

**Acteurs
européens**

17%

1 133 M€

**Croissance
ralentie à +4%**

Ce déséquilibre structurel relance les débats autour du Digital Fairness Act et des conditions de mesurabilité des inventaires locaux.

POINT 03

Le Search consolide sa place de leader historique

- Le levier maintient sa position de numéro un avec 41% des investissements totaux du marché.
- Il génère 2,74 milliards d'euros, affichant une progression saine de +12%.
- Cette vitalité est de plus en plus perfusée par la fulgurance du commerce en ligne.

Search Classique

(+9%)

2,14
Md€

Retail Search

(+24%)

599 M€

POINT 04

Le Social capte la majorité de la nouvelle valeur créée

41%

Part de la croissance totale du marché
captée par le Social à lui seul.

+16%

Plus forte progression du marché.

2,22 Md€

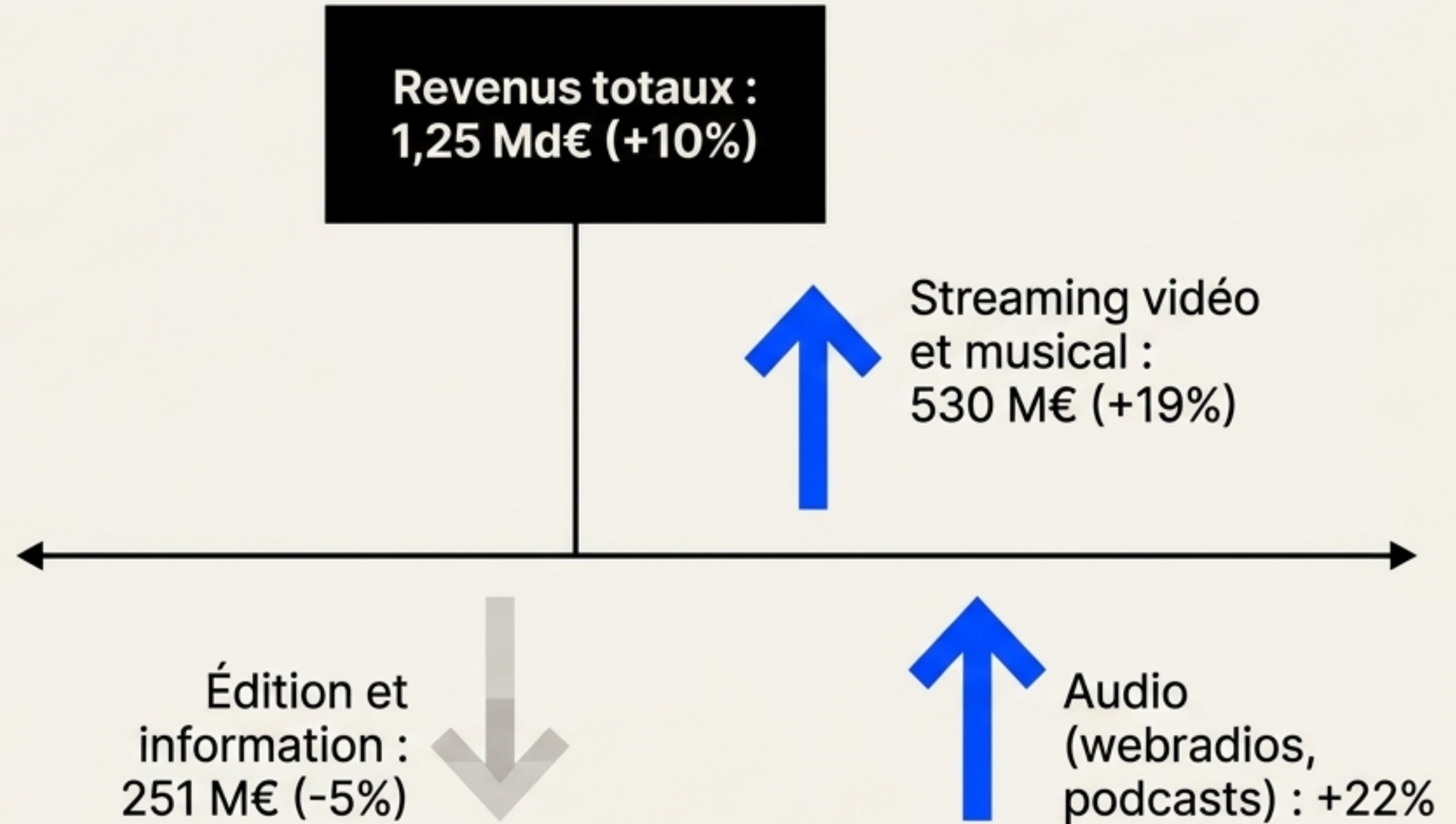
Nouveau palier financier franchi.

Vidéo

Format exclusif portant l'intégralité
de cette dynamique.

POINT 05

Le Display se stabilise grâce à l'impulsion de la vidéo



Les nouveaux **usages audiovisuels** compensent largement la contraction du Display classique sur l'Open Web.

L'écosystème du streaming vidéo se fragmente

La vidéo instream génère 794 M€ (+15%).

Broadcasters



Part de marché : 31%
Croissance : +18%

Exemple : Chaînes TV,
BVOD, TV Segmentée.

AVOD



Part de marché : 28%
Croissance : +13%

Modèle : Vidéo gratuite
financée par la publicité.

SVOD



Part de marché : 13%
Croissance : +36%

Modèle : L'intégration rapide
de la pub dans les abonnements
payants explose.

POINT 07

**La TV connectée (CTV)
s'impose comme l'écran roi**

**La CTV représente
désormais **51%** des
revenus de la vidéo
instream (contre
43% en 2024).**

- **Le mobile** perd sa couronne : sa part recule à 37%.
- **L'ordinateur** (desktop) se marginalise pour la vidéo (12%).
- **L'intégration de l'IPTV et de la TV segmentée crée un nouvel eldorado d'inventaires premium dans les salons.**

POINT 08

Le Retail Media maintient son statut de relais de croissance

775 M€ (+18% de croissance globale)

Retail Search (Le Moteur)
Pèse 77% des revenus (599 M€).
Accélération fulgurante de +24%.

Retail Display (Le Reste)
Pèse 23% des revenus (176 M€).
Progression beaucoup plus timide à +3%.

La monétisation par les e-commerçants confirme son statut, mais reste fondamentalement une affaire de liens sponsorisés transactionnels.

POINT 09

Le programme s'effondre hors des walled gardens

Les Walled Gardens (Environnements fermés)

Recettes : +55%

Poids : Captent 58% des recettes Display.
Raison : La sécurité des environnements logués attire les budgets automatisés.

L'Open Web (Éditeurs classiques)

Recettes : -44%

Conséquence : Retour en force des ventes directes (gré-à-gré) pour sécuriser la valeur face à la disparition des cookies tiers.

Les IA génératives redéfinissent redéfinissent la chaîne de valeur



L'approche Agentique

Des usages émergents automatisent les fonctions des intermédiaires (découverte, qualification, et sélection des médias).

Promesse : Une simplification drastique de la chaîne d'achat.



LLM & Search (GEO/GEA)

L'intégration des moteurs conversationnels (AI Overview) bouleverse la visibilité.

Impact : Le SEO classique cède progressivement la place à la Generative Engine Optimization (GEO).

Vers un atterrissage annuel à +11%

Malgré un contexte macroéconomique revu à la baisse, la résilience du digital est totale.

Réalisé S1 2026

+12%

Prévision S2 2026

+10%

Atterrissage
Annuel

~+11%

(sur un PIB projeté à
seulement 0,7%)

Source : Prévisions Oliver Wyman