15 mai 2025

bump

baromètre unifié
du marché publicitaire

Bilan 1er trimestre 2025 & prévisions annuelles

#BUMP2025

Cette présentation ne peut être republiée, partagée sur les réseaux sociaux ou reproduite intégralement sans l'accord de France Pub, l'IREP et Kantar Media.

bump

baromètre unifié
du marché publicitaire

Xavier GUILLON
Directeur Général

Christine ROBERT
Directrice Déléguée

Zaïa FERHAOUI
Head of Marketing & PR Insights

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

AU PROGRAMME

1. Recettes et volumes publicitaires des médias
2. Thématique RSE en publicité : reprise confirmée et accélération des secteurs clés
3. Évolution du marché par secteur
4. Marché de la communication et prévisions 2025

Méthodologie

Investissements de communication des annonceurs France Pub

Mesure des investissements des annonceurs pour l'ensemble des moyens de communication à disposition sur le marché.

Ces investissements comprennent les achats en net, les commissions et honoraires des agences ainsi que les frais techniques et de fabrication, alors que les petites annonces presse ne sont pas incluses.

Recettes publicitaires des médias IREP

L'IREP recueille les recettes publicitaires nettes de la télévision, du cinéma, de la radio, de la presse, de la publicité extérieure, des annuaires, du courrier publicitaire, des imprimés sans adresse.

L'IREP intègre depuis 2018 les recettes nettes digitales pour la télévision, la presse et la radio. Concernant Internet, l'IREP reprend les données de l'Observatoire de l'e-pub du SRI, réalisé par Oliver Wyman, en partenariat avec l'UDECAM publiées au semestre et à l'année. Sur le 1er trimestre et les 3 trimestres, nous intégrons une estimation réalisée par France Pub sur le digital (cumul search, social, display et autres leviers).

Les recettes publicitaires nettes s'entendent hors taxes, après déduction des remises professionnelles, commissions de régies incluses, hors échanges marchandises et petites annonces presse incluses.

Pression, volumes publicitaires & analyses sectorielles Kantar Media

Kantar Media recueille et restitue les volumes publicitaires de l'ensemble des médias offline et online en durée, en nombre de spots, en pages, en nombre d'annonceurs et en impression sur les leviers digitaux.

La pression publicitaire est calculée à partir des actions de communication identifiées sur l'ensemble des médias, valorisée sur la base des plaquettes tarifaires des régies (hors remises, dégressifs et négociations) et exprimée en valeur brute pour tous les médias et produits, secteurs, annonceurs et par marques.

Méthodologie

Total des investissements de communication des annonceurs
Investissements nets en valeur incluant frais techniques et commissions d'agences

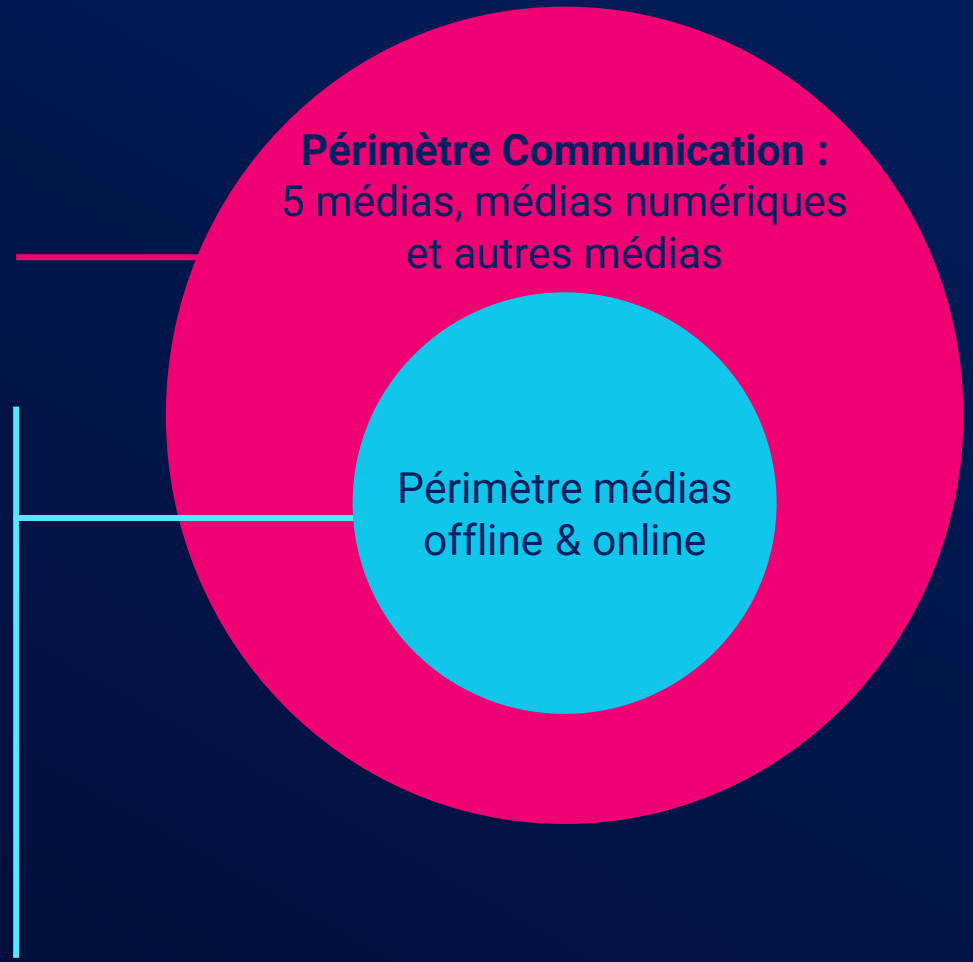
Prévision des investissements globaux de communication des annonceurs

Recettes Nettes des médias
Recettes nettes en valeur hors frais techniques et commissions d'agences

Volumes publicitaires des médias et portefeuilles annonceurs
Pagination, durée, nb insertions/spots

Indicateurs sectoriels en net
Estimation des dépenses nettes

Top Annonceurs
Pression publicitaire brute plurimédia



irep

Intelligence - Recherche - Expertise - Prospective

remercie les partenaires pour leur soutien

aami
associationdesagencesmediasindependantes

alliance des medias tv video

Ipsos

KANTAR MEDIA

L'ORÉAL
Produits Grand Public

PUBLICIS MEDIA

irep

Intelligence - Recherche - Expertise - Prospective

remercie pour leur soutien les souscripteurs au Marché Publicitaire Français

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

1

Recettes et volumes publicitaires des médias

T1 2025
vs T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

RECETTES PUBLICITAIRES DES MÉDIAS

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025 VS T1 2024

Une croissance au global, les 5 médias en léger retrait

4,144 milliards €

+3,4% ***VS*** T1 2024

Télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure, digital, courrier publicitaire et imprimés sans adresse.
Inclut les recettes digitales TV, radio, presse et publicité extérieure.

Dont 5 Médias

1,513 milliard €

-1,8% ***VS*** T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Portefeuilles des médias

PORTEFEUILLES D'ANNONCEURS

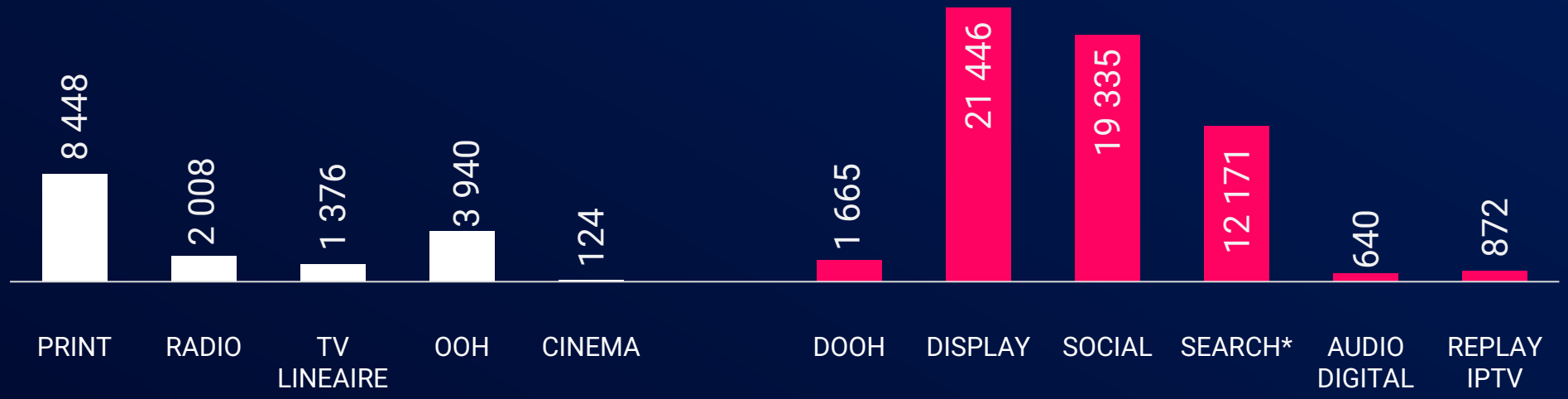
Nombre d'annonceurs par média périmètre courant intégrant tous les leviers

T1 2025

45 532 annonceurs

12 590 annonceurs 5 médias

38 674 annonceurs leviers digitaux



**annonceurs ayant un budget mensuel de 2 500 euros en Paid Search*

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Digital & Digital Media

T1 2025
vs T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

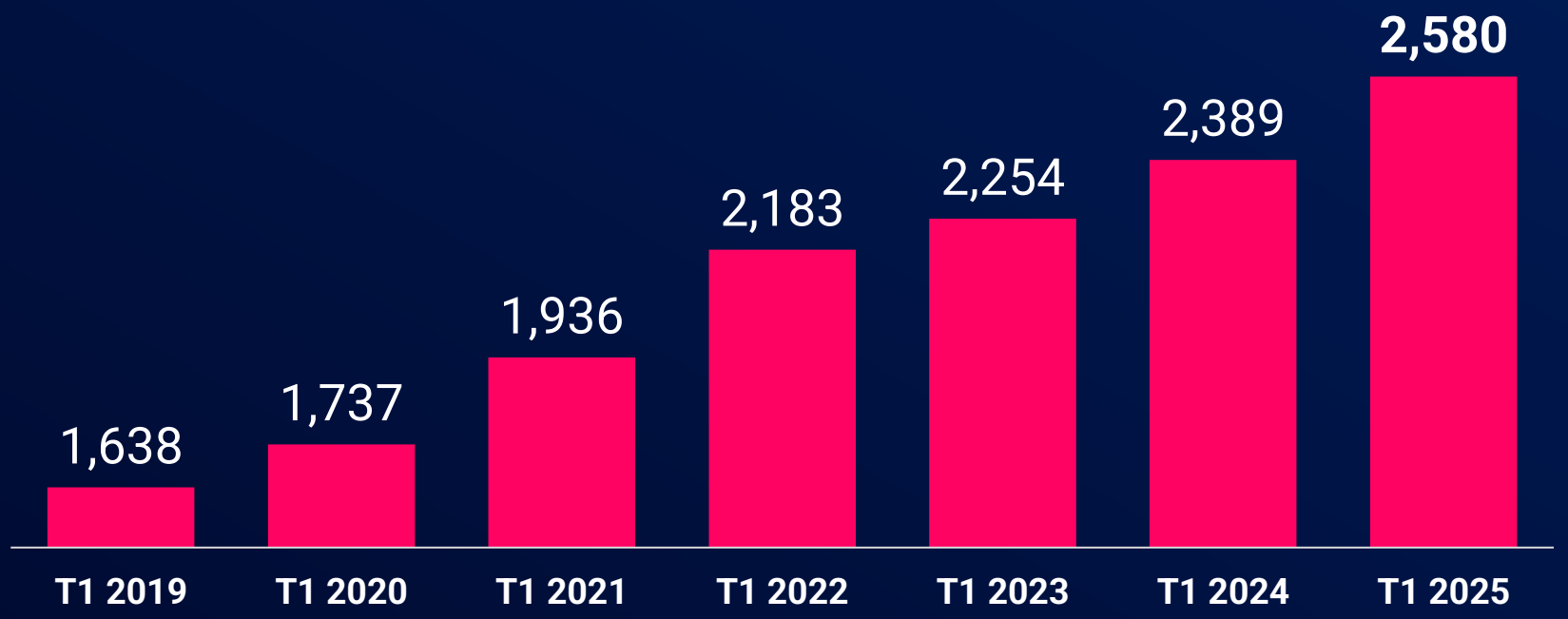
Le Digital, la croissance se poursuit

2,580 milliards €

+8% *VS* T1 2024

DIGITAL

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes



T1 2025 VS T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Base périmètre SRI : Search, social, display et autres leviers
Estimation - Source France Pub

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Le digital media en hausse

TV, Radio, Presse

DIGITAL MEDIA

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

182
millions €

+10,9%
vs T1 2024

Définition digital media : Extension de la marque média en digital et intégrant la presse digital publisher, tous formats et toutes commercialisations regroupées

T1 2025
VS T1 2024

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

DIGITAL MEDIA
FORMATS AUDIO ET VIDÉO

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025 VS T1 2024

Très forte dynamique des formats audio & vidéo

TV, Radio, Presse*

dont digital audio

12 millions €

+27,3%
vs T1 2024

dont digital vidéo

98 millions €

+26,6%
vs T1 2024

Définition digital audio : Extension de marques médias et intégrant la presse digital publisher - recettes nettes publicitaires réalisées sur des contenus audio incluant tous les formats : web radio, assistants vocaux, podcasts (téléchargement ou streaming), quel que soit le device.

Définition digital vidéo : Extension de marques médias et intégrant la presse digital publisher - recettes nettes publicitaires de la vidéo instream - affichage de la publicité vidéo dans le flux vidéo (dans un player, Pré-roll, Mid-roll et Post-roll)

* Périmètre presse mesuré pour les formats audio et vidéo : presse quotidienne nationale, presse magazine et presse digitale publisher

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Avec le DOOH, le digital media poursuit sa progression

DIGITAL MEDIA

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025
VS T1 2024

TV, Radio, Presse, DOOH

239 millions €

+9% vs T1 2024

Définition digital media : Extension de la marque média en digital et intégrant la presse digital publisher, tous formats et toutes commercialisations regroupées

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

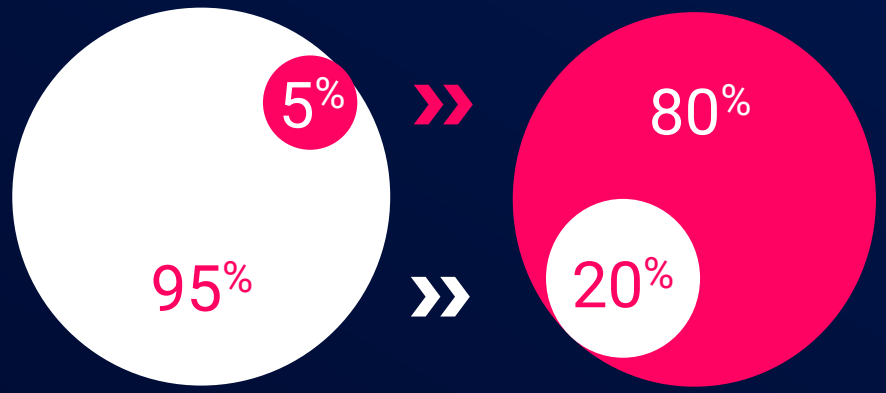
Un marché concentré privilégiant 1 seul levier

DIGITAL

Nombre d'annonceurs sur les leviers digitaux

**Display, Search, Social, Audio Digital, DOOH et Replay IPTV*

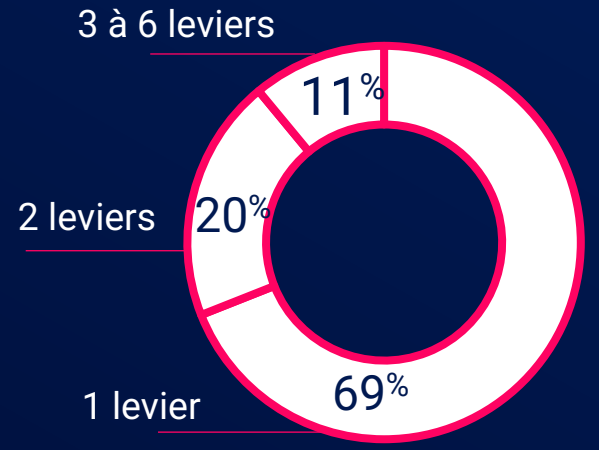
38 674 annonceurs
sur les leviers digitaux



NOMBRE D'ANNONCEURS

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES MESURÉS*

Seulement 11% cumulent 3 leviers et +



NOMBRE DE LEVIERS DIGITAUX UTILISÉS

T1 2025

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Les annonceurs massivement présents sur Meta

SOCIAL

Volume d'annonceurs

Top 3 secteurs
En % des investissements nets estimés

T1 2025

19 335
annonceurs en Social

Facebook	Instagram	TikTok	Snapchat
79%	71%	10%	3%

TOP 3 SECTEURS

1. MODE 15%

2. DISTRIBUTION 13%

3. SERVICES 10%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

TV

Télévision

T1 2025
vs T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

TV

TÉLÉVISION

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025
VS T1 2024

Télévision, une légère baisse

786
millions €

-1,7%
vs T1 2024

Part du digital media TV

12%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

TV

TÉLÉVISION LINÉAIRE

Évolution de la durée publicitaire et du nombre de spots
Périmètre constant

T1 2025
VS T1 2024

Repli des volumes publicitaires en TV linéaire

DURÉE PUBLICITAIRE

-6,7%
vs T1 2024

Chaînes nationales	Chaînes thématiques	Parrainage TV
-5,4%	**-7,4%**	**-10%**

NOMBRE DE SPOTS

-2,8%
vs T1 2024

Chaînes nationales	Chaînes thématiques	Parrainage TV
-0,4%	**-3,5%**	**-10,7%**

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

TV

TÉLÉVISION

Nombre d'annonceurs par levier : TV linéaire + TV Display + Replay IPTV

En télévision, seuls 10% des annonceurs ont utilisé les 3 leviers du média

4 618 annonceurs

TV LINÉAIRE

1 376
annonceurs

dont exclusifs 42%

REPLAY IPTV

872
annonceurs

dont exclusifs 17%

TV DISPLAY
sites web des chaînes

3 939
annonceurs

dont exclusifs 75%

T1 2025

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Cinéma

T1 2025
vs T1 2024

Le cinéma, une légère érosion

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

CINÉMA

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

17 millions €

-4,5%
vs T1 2024

T1 2025
VS T1 2024

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Une légère hausse du portefeuille

CINÉMA

Nombre d'annonceurs et composition du portefeuille

124 annonceurs

+7,8% vs T1 2024

21
NOUVEAUX ANNONCEURS*
DONT

P&G · AIRFRANCE · la bellenergie

**Sur un historique de 5 années pleines*

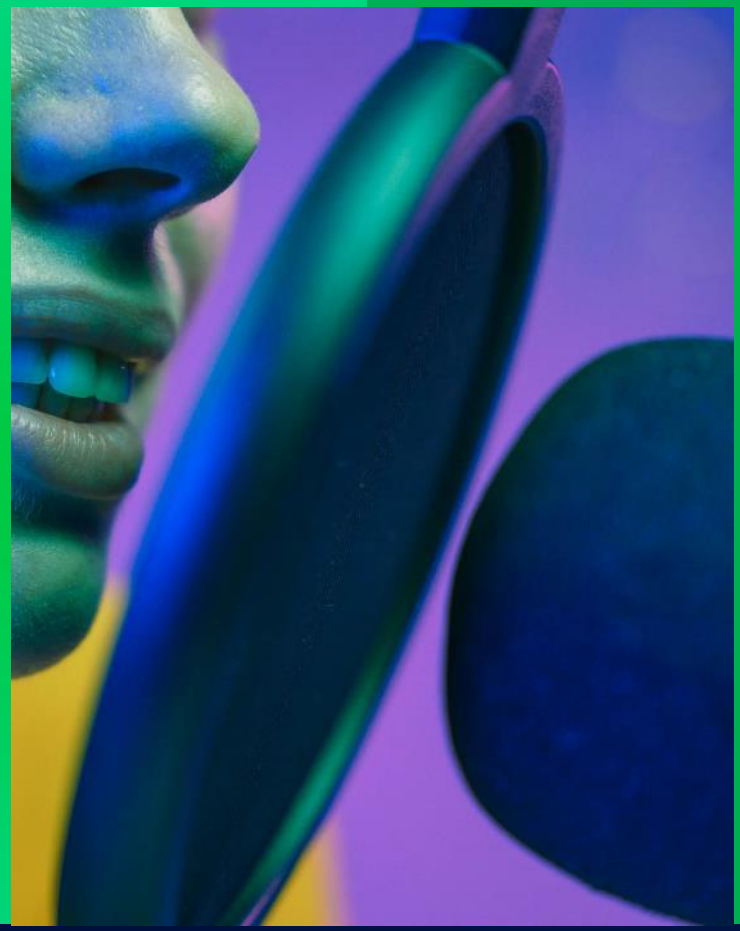
T1 2025
VS T1 2024

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Radio

T1 2025
vs T1 2024



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Radio, une légère baisse

RADIO

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

Nouveau périmètre : National + Local

T1 2025 VS T1 2024

129 millions €

NEW

National & Local
(digital inclus)

-1,5%
vs T1 2024

Part du digital media Radio

9%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Les volumes en forte baisse pour la radio

RADIO

Évolution de la durée publicitaire par segment en radio
Périmètre constant

T1 2025 VS T1 2024

DURÉE PUBLICITAIRE

-11,1%
vs T1 2024

Stations musicales	Stations généralistes	Programmes locaux
-13,2%	-3,5%	+1%

NOMBRE DE SPOTS

-10,8%
vs T1 2024

Stations musicales	Stations généralistes	Programmes locaux
-12,7%	-5%	-0,6%

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

En radio, seuls 3% des annonceurs ont utilisé les 3 leviers du média

AUDIO

Volumes portefeuille annonceurs

Radio, Display Radio et Audio Digital

T1 2025

4 149 annonceurs

RADIO
nationale et locale

2 008
annonceurs

797 en national
1 480 en local-régional

dont exclusifs 81%

DISPLAY RADIO
Offres display des régies Radio

2 059
annonceurs

dont exclusifs 47%

AUDIO DIGITAL

640
annonceurs

dont exclusifs 51%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Presse

T1 2025
vs T1 2024

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

La presse au global, un recul modéré

PRESSE

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

314 millions €

-3,8%
vs T1 2024

Part du digital media Presse

24%

T1 2025 VS T1 2024

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

PRINT

Pagination publicitaire et nombre d'insertions

T1 2025 VS T1 2024

Les volumes de la presse à l'équilibre

PAGINATION PUBLICITAIRE

-0,2%
vs T1 2024

Magazines	PQN	PQR
-0,4%	+5,4%	-1%

NOMBRE D'INSERTIONS

-0,1%
vs T1 2024

Magazines	PQN	PQR
-1,1%	-2,3%	+4,7%

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Seulement 10% des annonceurs cumulent print & display

PRESSE

Volumes d'annonceurs en print vs display presse

16 451 annonceurs

PRINT

8 448 annonceurs

dont exclusifs 80%

PRESSE DISPLAY

offres display des régies presse

9 681 annonceurs

dont exclusifs 83%

T1 2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Publicité Extérieure

T1 2025
vs T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

La publicité extérieure en léger positif

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

OOH

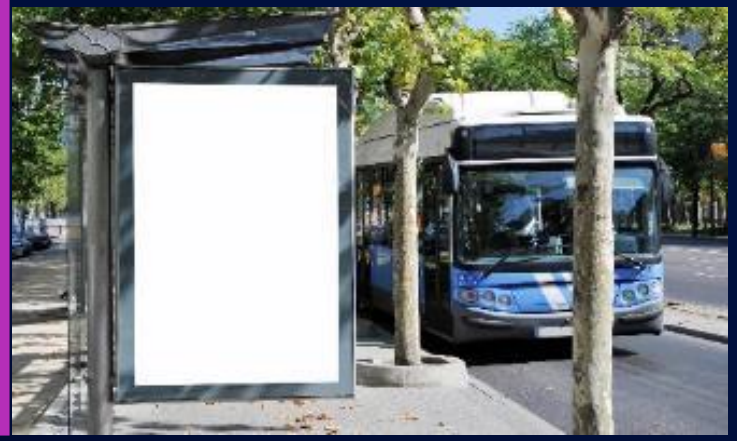
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025 VS T1 2024

268
millions €

+0,4%
vs T1 2024



dont digital

57
millions €

+3,5%
vs T1 2024

Part du DOOH

21%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

OOH

PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Évolution des recettes publicitaires nettes

T1 2025 VS T1 2024

Une digitalisation différenciée selon les univers

NEW

Évolution vs T1 2024

Outdoor	+1,4%
Transport	+0,2%
Mobilier urbain	-1,9%
Shopping	+8,7%

Part du DOOH par univers

8%
36%
7%
65%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

OOH

PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Volume d'annonceurs
(dont DOOH)

T1 2025
VS T1 2024 - T1 2023

Bonne dynamique malgré un ralentissement du DOOH

3 940 annonceurs

+4% vs T1 2024

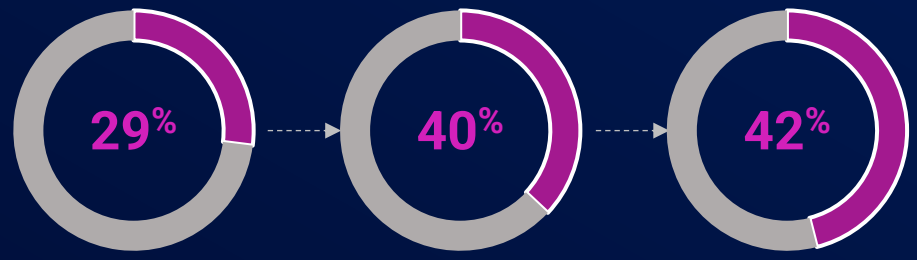
+2,6% vs T1 2023

dont **1 665** en DOOH

+9,8% vs T1 2024

+47,6% vs T1 2023

Taux de présence des annonceurs OOH en DOOH



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

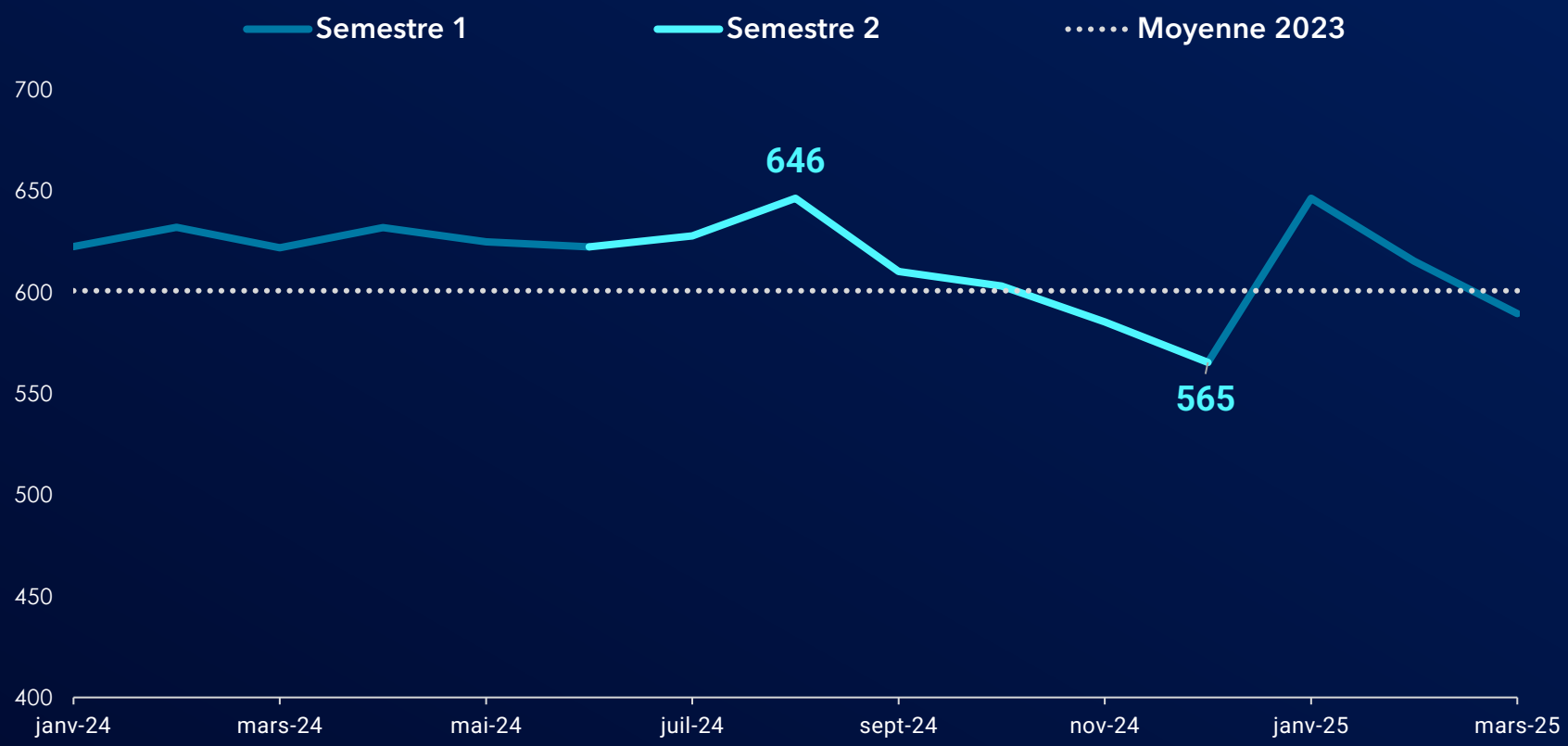
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Un 1er trimestre qui résiste plutôt bien

5 MÉDIAS

Investissements nets
(données CVS en M€)

Hors frais techniques et commissions d'agences



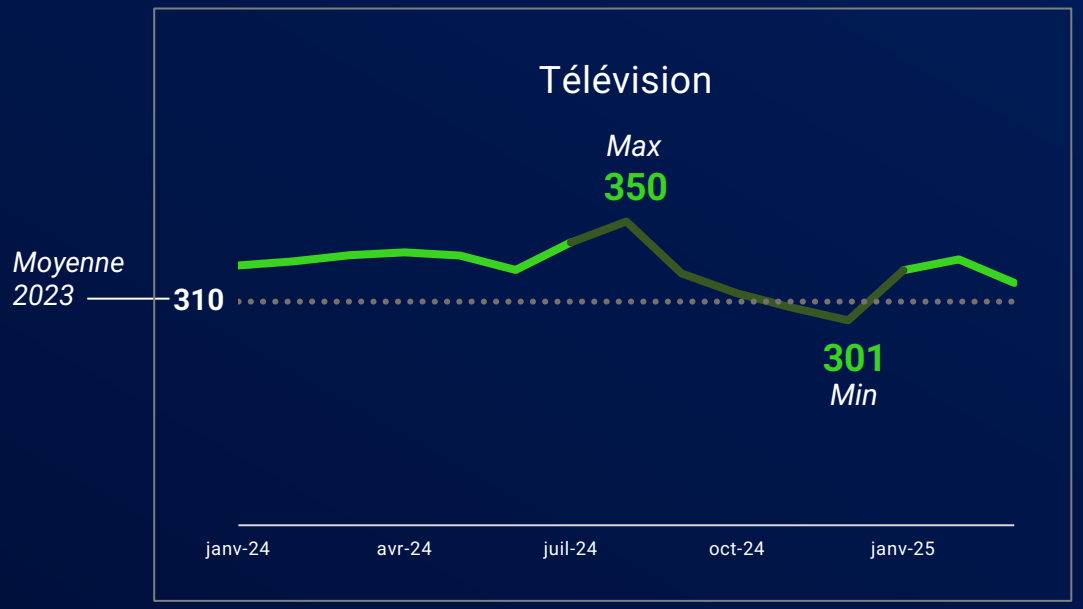
Source France Pub

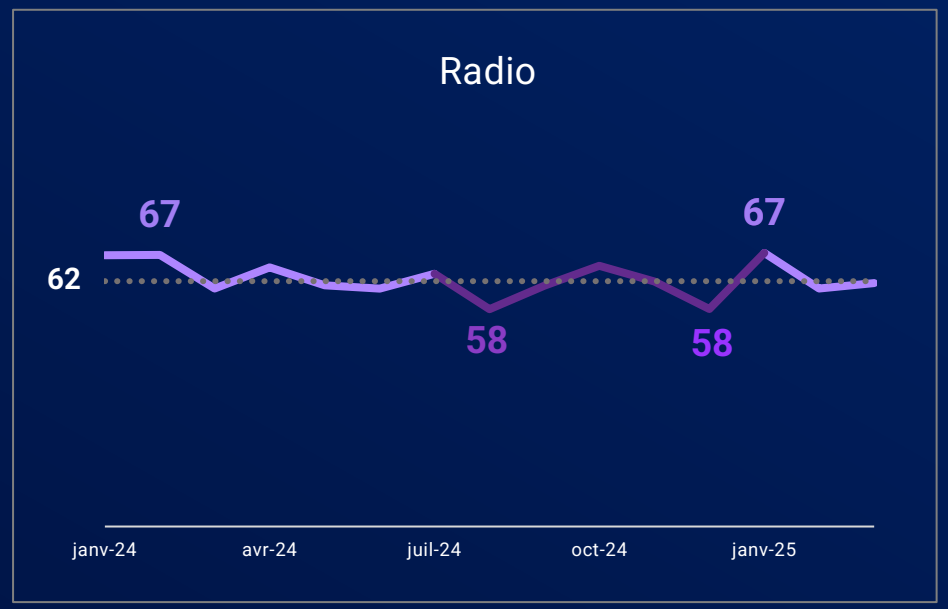
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

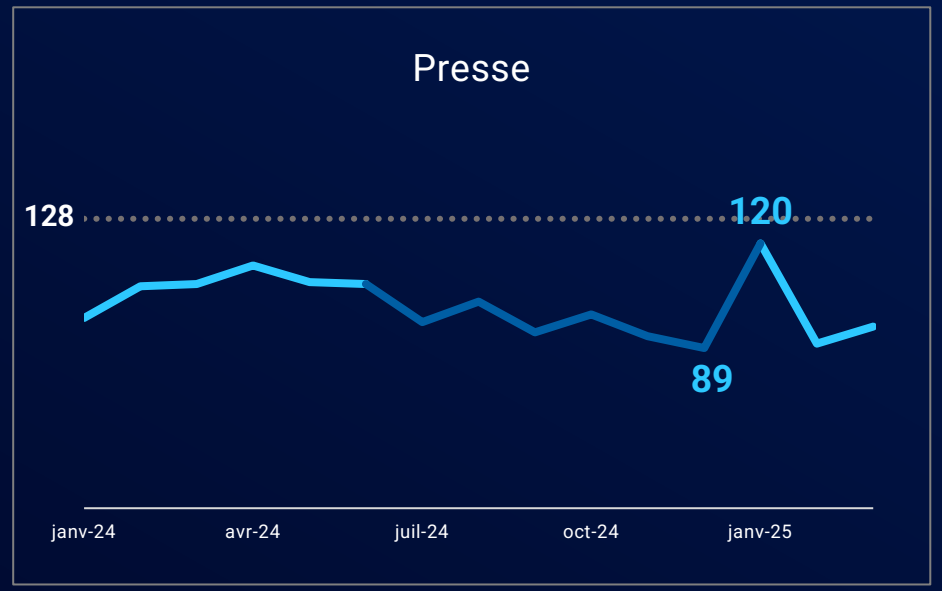
Principales évolutions

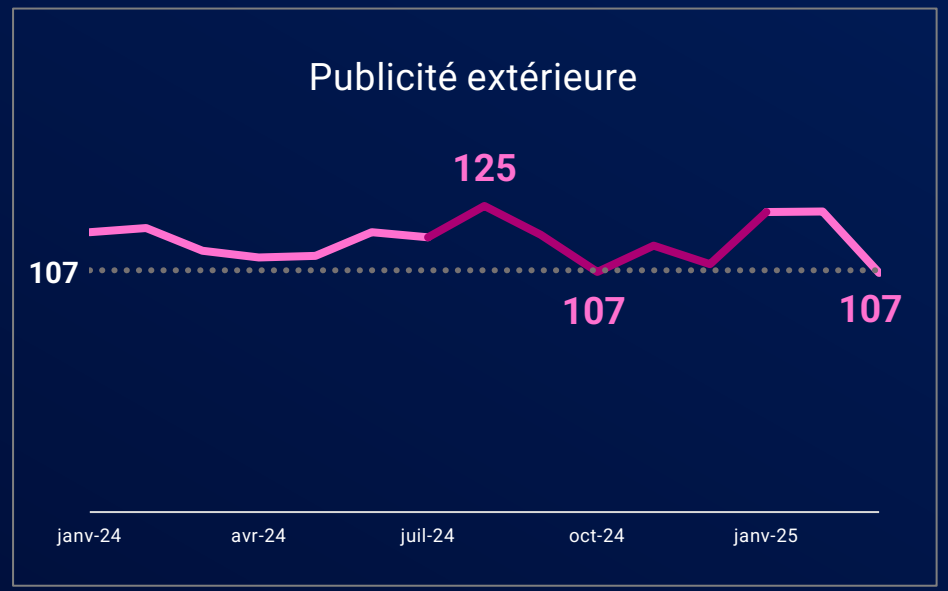
Investissements nets
(données CVS en M€)

Hors frais techniques et commissions d'agences









semestre 1 — semestre 2 ····· moyenne 2023

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source France Pub

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

Adressage

T1 2025
vs T1 2024

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Courrier publicitaire, en légère hausse

COURRIER PUBLICITAIRE

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

150
millions €

+0,9%
vs T1 2024

T1 2025
VS T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

ISA, un recul marqué avec un digital en légère progression

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

IMPRIMÉS SANS ADRESSE

Montant et évolution des recettes publicitaires nettes

81 millions €

-12,6%
vs T1 2024

dont digital

17 millions €

+0,9%
vs T1 2024

T1 2025
VS T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

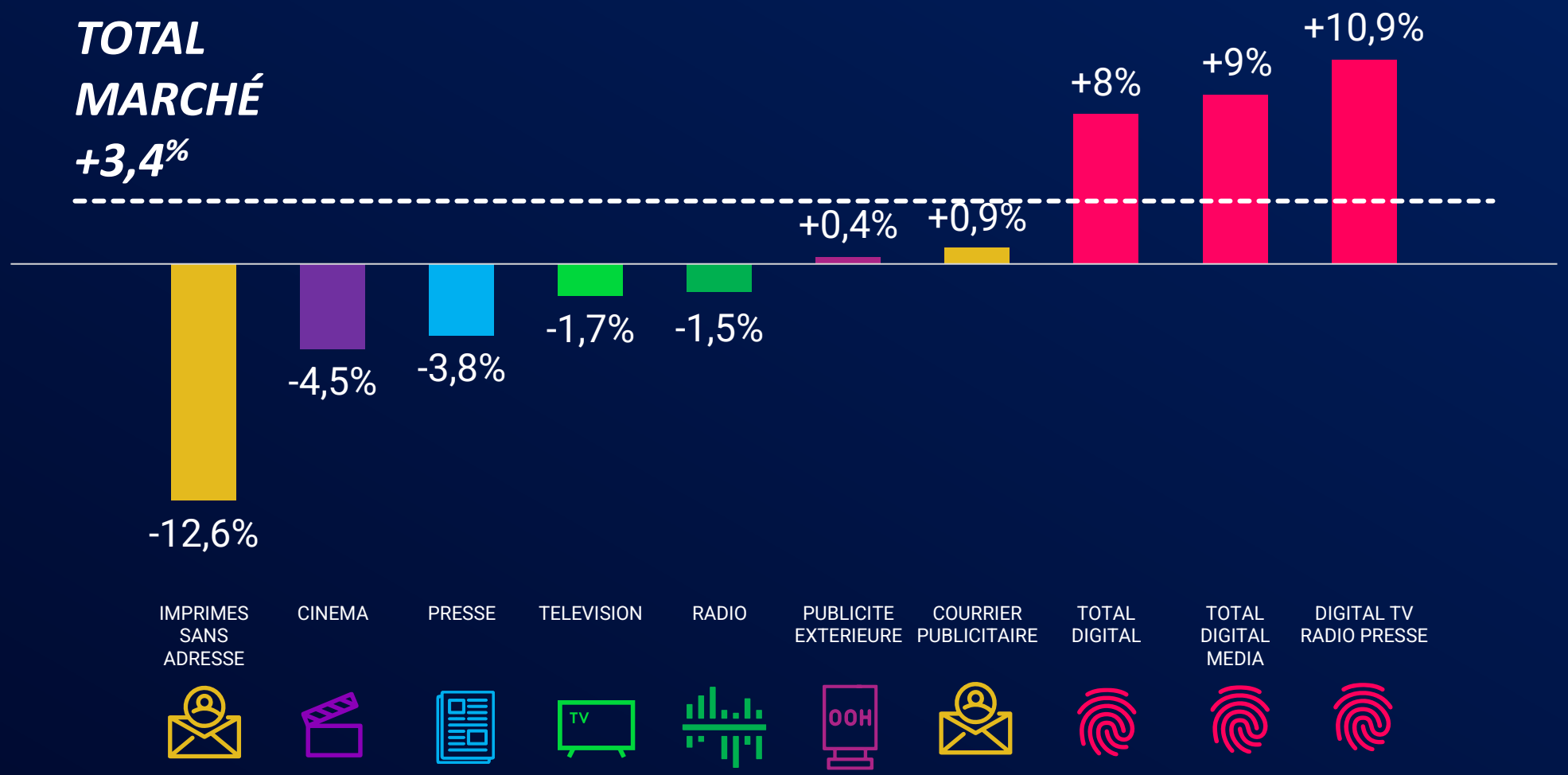
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

LES RECETTES PUBLICITAIRES DES MÉDIAS

Synthèse des évolutions

T1 2025 VS T1 2024

Un marché publicitaire en croissance au 1er trimestre



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

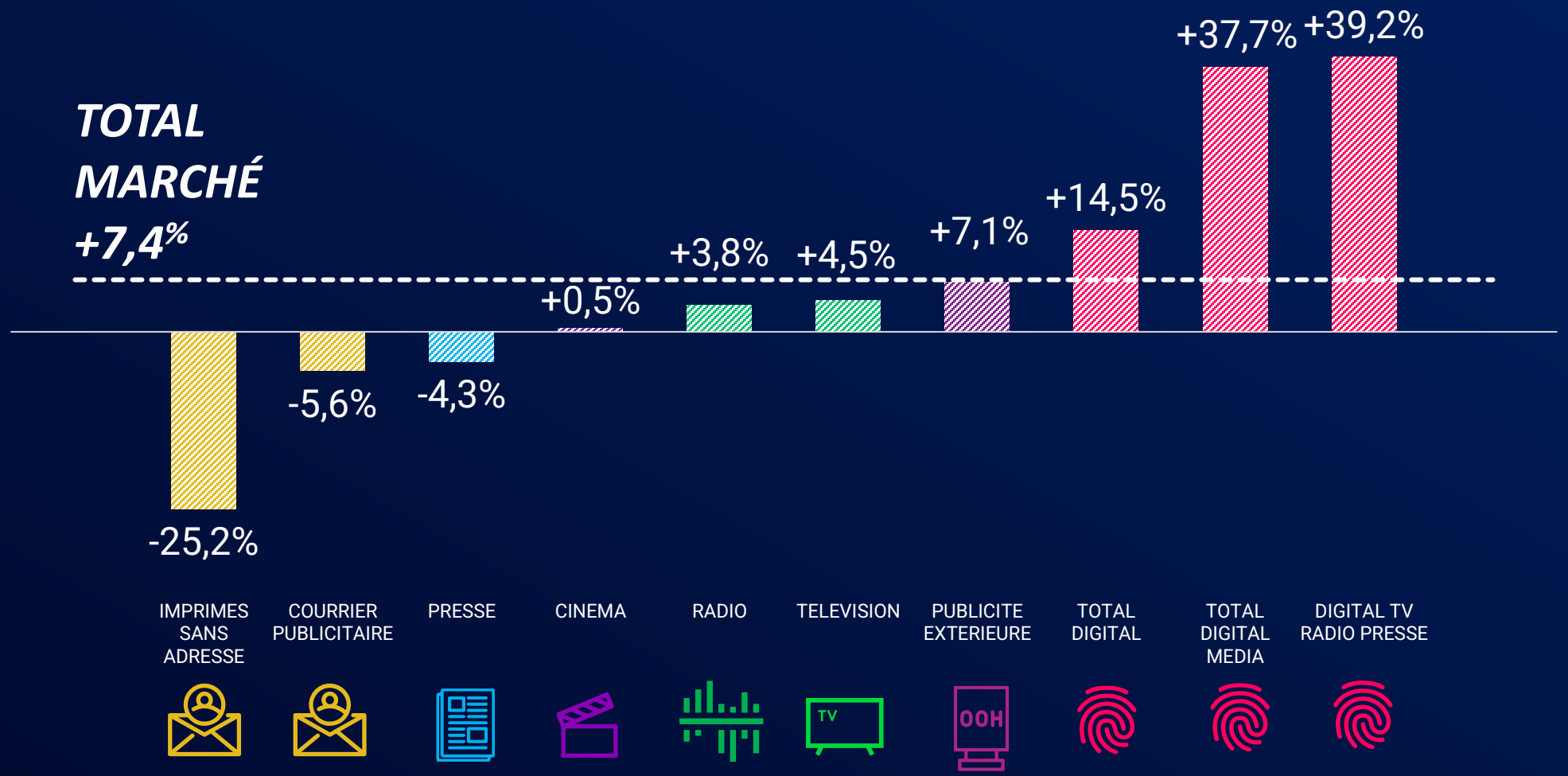
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

LES RECETTES PUBLICITAIRES DES MÉDIAS

Synthèse des évolutions à périmètre constant radio et presse

T1 2025 VS T1 2023

Hors année 2024 exceptionnelle, comparaison avec le T1 2023



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Irep

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

2

Thématique RSE en publicité

Reprise confirmée et accélération des secteurs clés

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Les budgets alloués à la publicité RSE retrouvent leurs niveaux de 2022

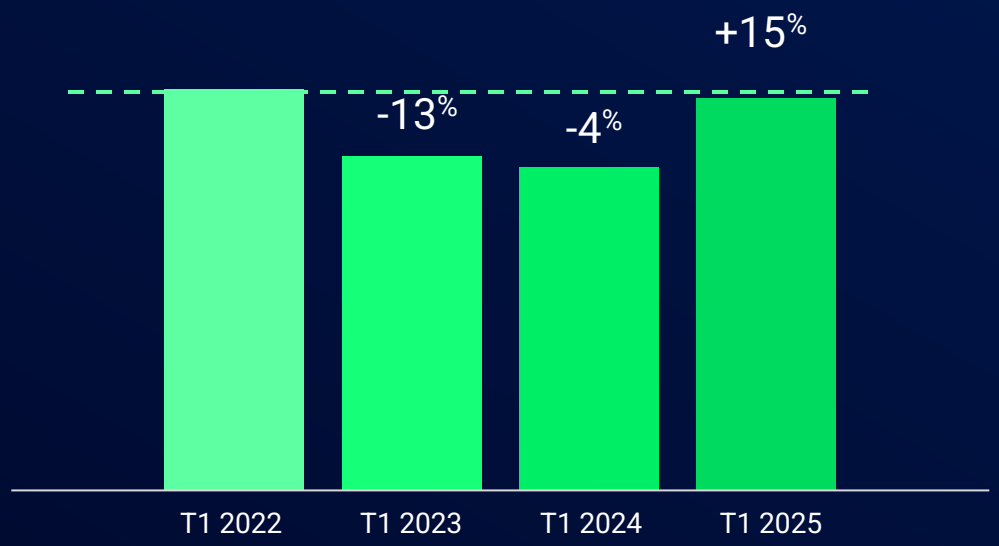
FOCUS RSE

Montant des investissements bruts plurimédias

T1 2025 VS T1 2024 - 2022

930,1 millions d'€

+15% vs T1 2024



TOP 3 HAUSSES SECTEURS
EN VALEUR BRUTE

1. AUTOMOBILE

2. BANQUE ASSURANCE

3. ÉNERGIE

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

PUBLICITÉ RSE

Focus AUTOMOBILE

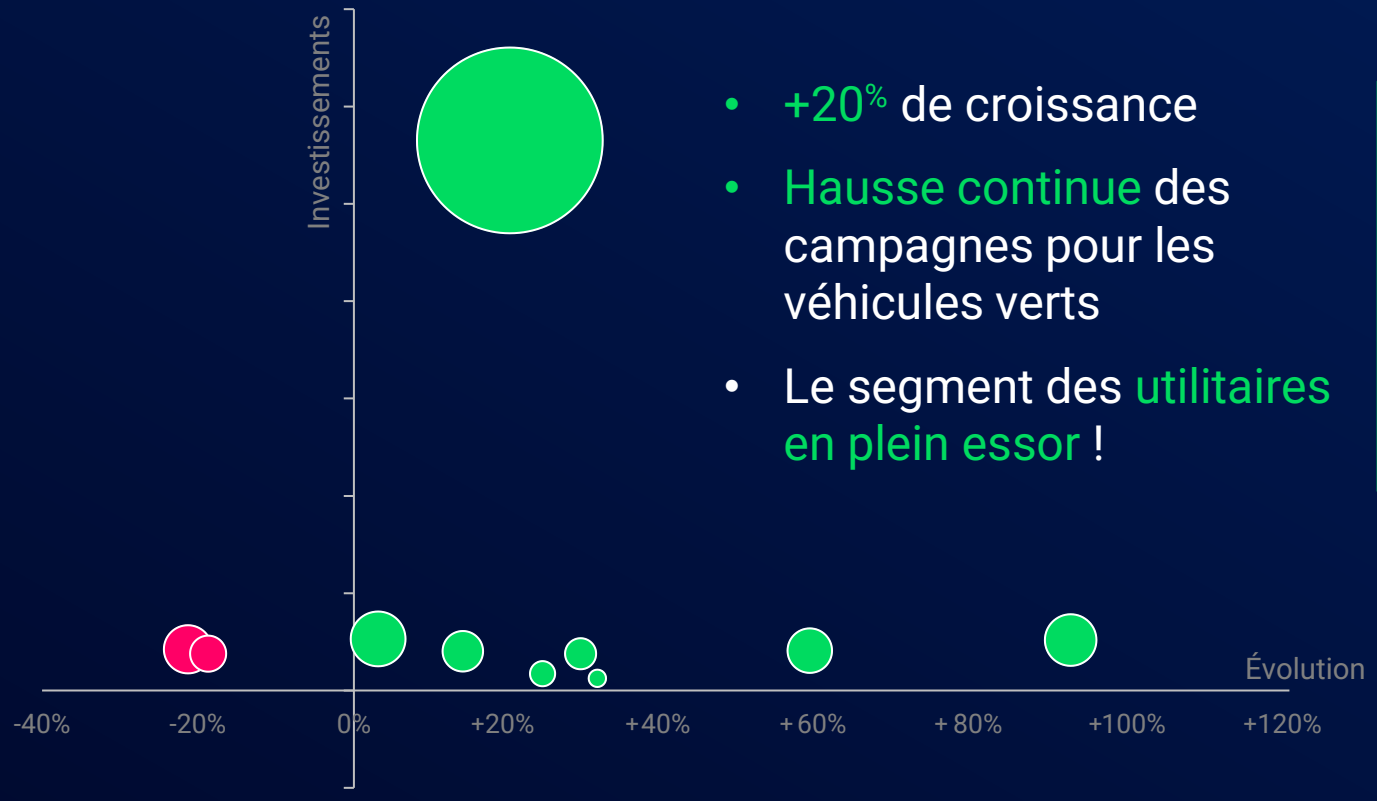
Mapping sectoriel

Base investissements bruts plurimédias

T1 2025 VS T1 2024

Les campagnes pour les véhicules propres progressent et s'étendent aux utilitaires

AUTOMOBILE : 61% du marché RSE



- +20% de croissance
- Hausse continue des campagnes pour les véhicules verts
- Le segment des utilitaires en plein essor !

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

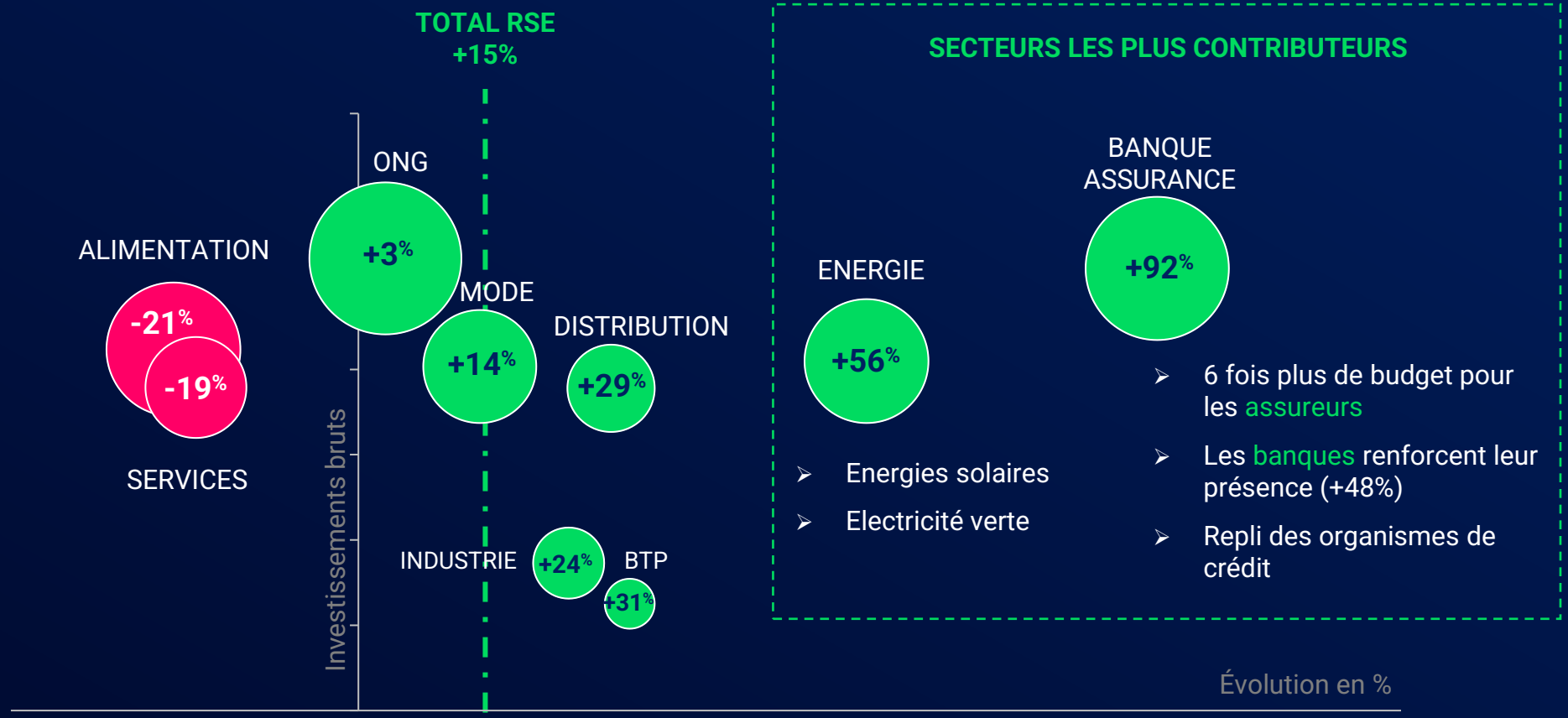
PUBLICITÉ RSE

Mapping sectoriel Hors Automobile

Base investissements bruts plurimédias

T1 2025 VS T1 2024

Des secteurs très dynamiques et contributeurs à la croissance de la RSE



bump
baromètre unifié du marché publicitaire

Accélération des messages RSE dans le secteur financier

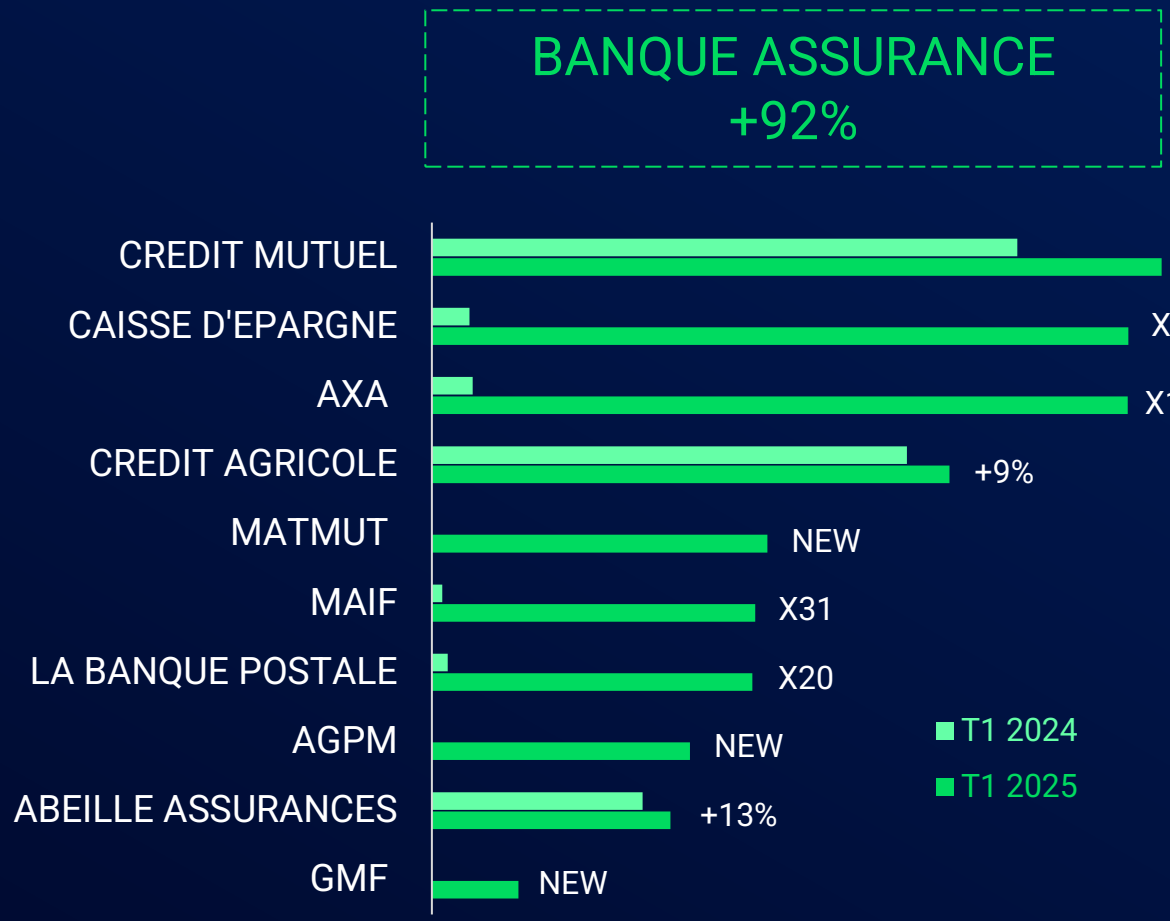
PUBLICITÉ RSE

Focus BANQUE ASSURANCE

Top 10 annonceurs RSE

Base investissements bruts plurimédias

T1 2025 VS T1 2024



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

Publicité RSE : l'énergie accélère sa transition

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

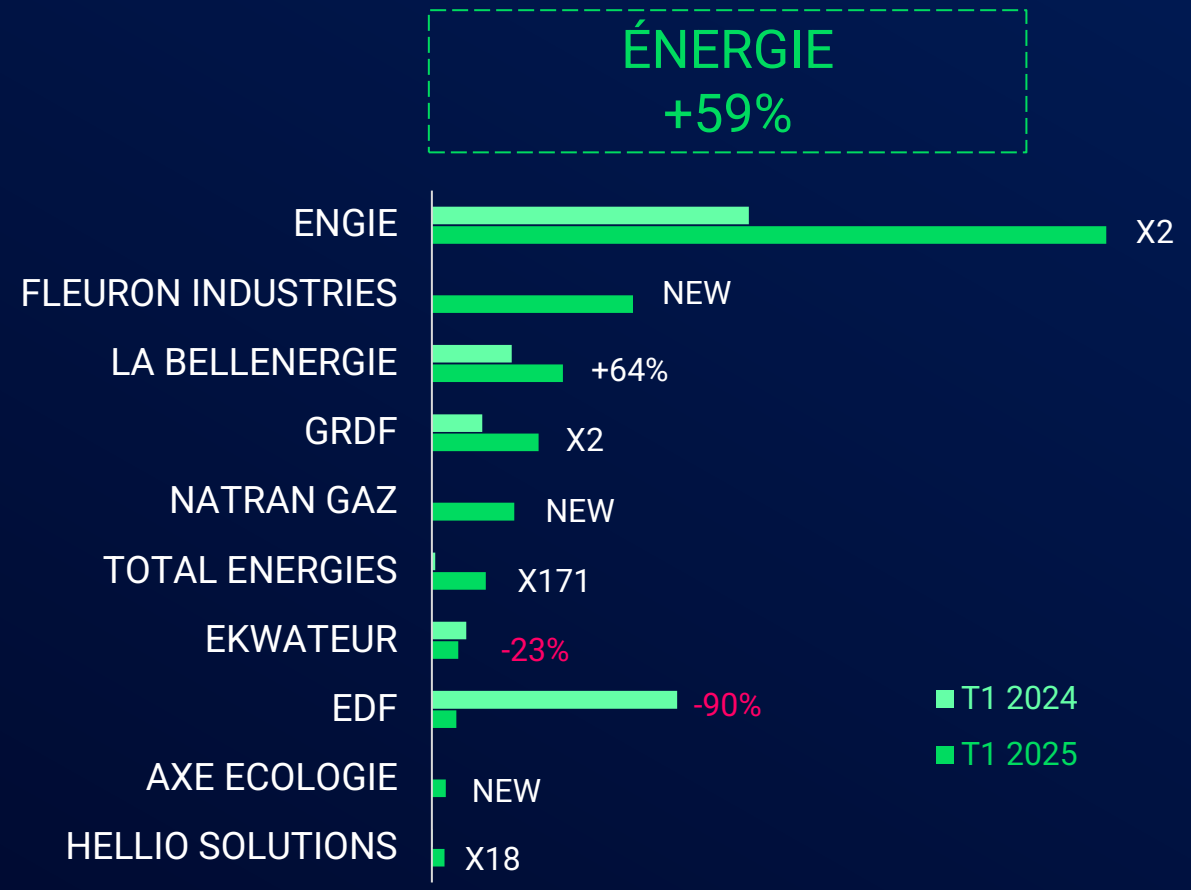
PUBLICITÉ RSE

Focus ÉNERGIE

Top 10 annonceurs RSE

Base investissements bruts plurimédias

T1 2025 VS T1 2024



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

3

Évolution du marché par secteur

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

INVESTISSEMENTS DES ANNONCEURS

Les principaux secteurs

Sur le périmètre 5 médias + digital

T1 2025 VS T1 2024

Toujours des évolutions contrastées selon les secteurs !

Secteurs	T1 2025 vs T1 2024	2024 vs 2023
Evol moyenne 5 médias + digital	***+4,2%***	***+5,8%***
Informatique bureautique	+34%	--
Enseignement formation	+28%	++
Alimentation	+24%	+
Santé	+19%	=
Energie	+16%	+++
Voyage Tourisme	+12%	-
Hygiène beauté	+10%	+
Appareils Ménagers	+9%	++
Culture Loisirs	+8%	++
Banques assurance	+7%	+
Mode et accessoires	+5%	+
Distribution généraliste	+5%	---
Télécommunication	+2%	--
Immobilier	+1%	---
Distribution spécialisée	-2%	=
Ameublement Décoration	-14%	--
Automobile Transport	-21%	+
Corporate	-61%	+++

Source France Pub / Kantar Media

bump
baromètre unifié
du marché publicitaire

4

Marché de la communication et prévisions 2025

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

1er trimestre 2025, un marché global stable

MARCHÉ DE LA COMMUNICATION

Marché global : 0% vs T1 2024

5 médias
Presse, TV, Radio, Affichage, Cinéma

-2,0%
vs T1 2024

Digital
Display, Search, Social et Médias Propriétaires Numériques

+8,0%
vs T1 2024

Autres médias
MD, Annuaires, Promos et PLV, Evénementiel

-4,4%
vs T1 2024

T1 2025
VS T1 2024

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source France Pub

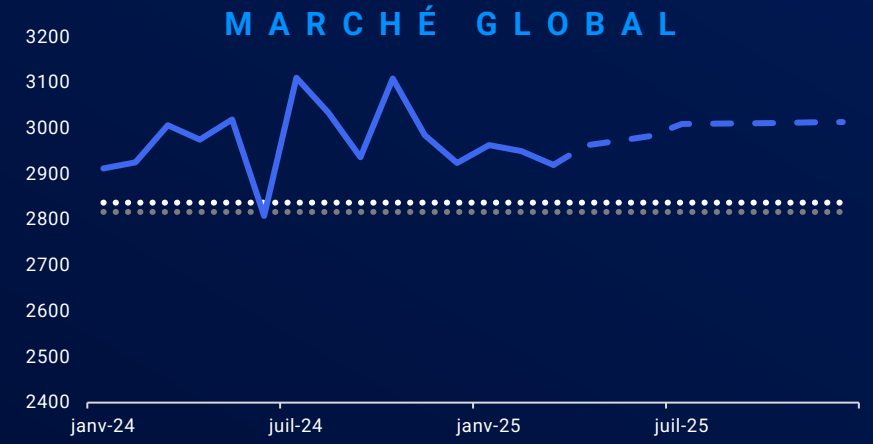
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

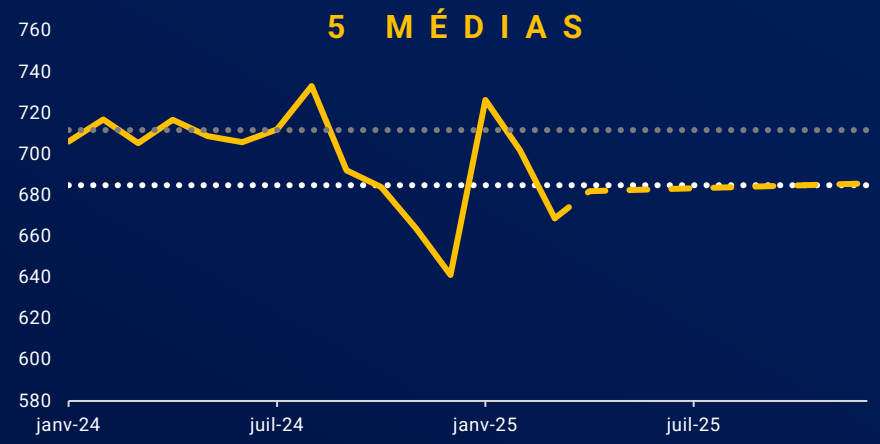
MARCHÉ DE LA COMMUNICATION

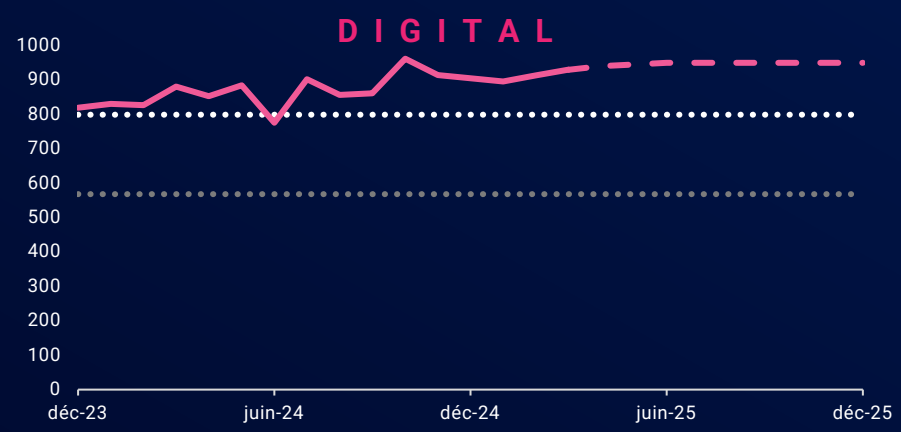
PRÉVISIONS 2025

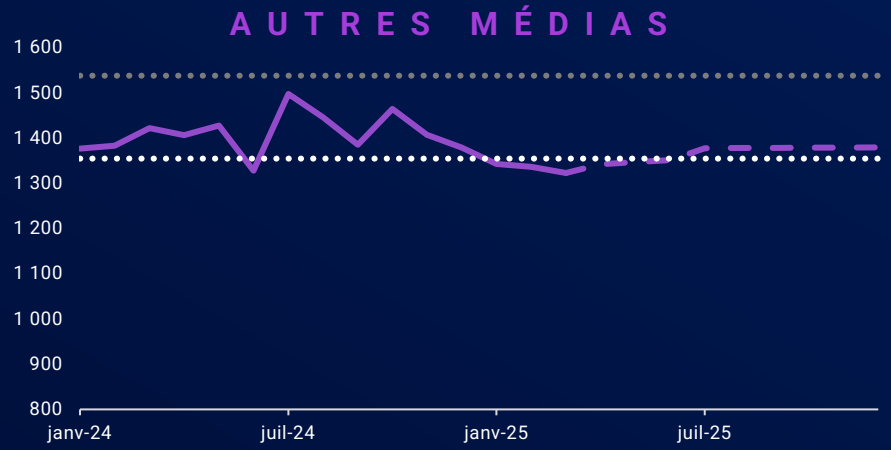
Investissements nets
(données CVS en M€)

2025 : vers un rééquilibrage après une année 2024 exceptionnelle









Investissements nets | Prévisions | Moyenne CVS 2023 | Moyenne CVS 2019

FRANCE PUB | irep | KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source France Pub

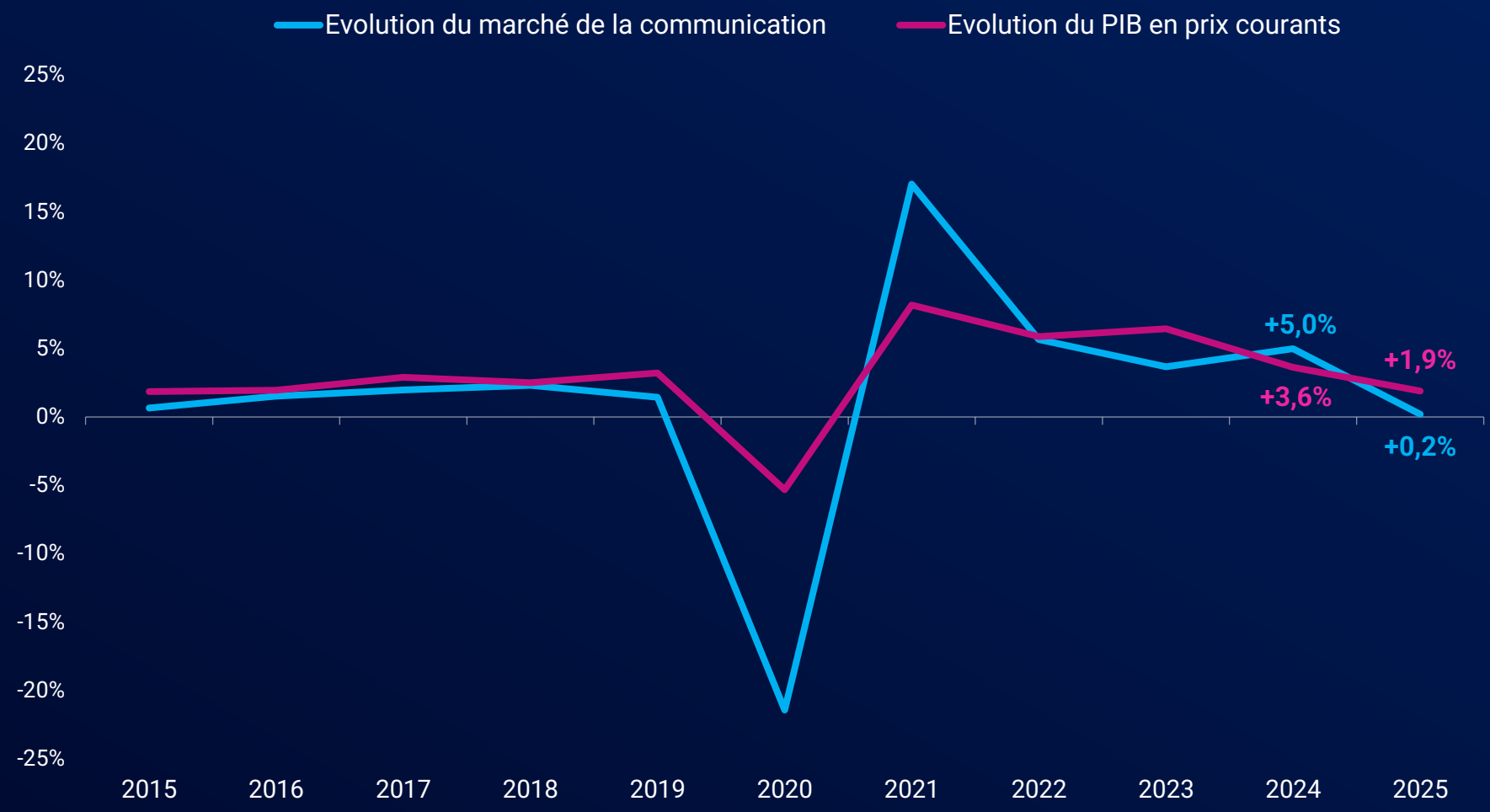
bump
baromètre unifié du marché publicitaire

MARCHÉ DE LA COMMUNICATION

PRÉVISIONS 2025

Évolution comparée du marché de la communication et du PIB en prix courants

2025 : vers un rééquilibrage après une année 2024 exceptionnelle



FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source France Pub

bump
baromètre unifié du marché publicitaire

2025 : vers un rééquilibrage après une année 2024 exceptionnelle

MARCHÉ DE LA COMMUNICATION

PRÉVISIONS 2025

		vs 2024
Marché Global	35,8 Mds €	+0,2%
5 médias Presse, TV, Radio, Affichage, Cinéma	8,2 milliards €	-1,6%
Digital Display, Search, Social et Médias Propriétaires Numériques	11,3 milliards €	+7,8%
Autres médias MD, Annuaires, Promos et PLV, Evénementiel	16,3 milliards €	-3,6%

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA | #BUMP2025

Source France Pub

bump

baromètre unifié
du marché publicitaire

FRANCE PUB irep KANTAR MEDIA

Prochain rendez-vous, le 10 septembre 2025 en webinaire
pour les résultats du 1er semestre 2025

#BUMP2025