

DOOH TRUST

TENDANCES DES 3 PREMIERS TRIMESTRES DE L'ANNÉE 2024

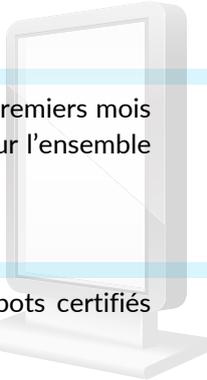
Depuis 2019, l'ACPM publie chaque trimestre les tendances du marché de l'affichage digital basées sur la certification des campagnes via le DOOH Trust. Actuellement, **13 régions d'affichage digital** bénéficient d'une certification mensuelle de leurs campagnes, couvrant un réseau de **40 000 écrans à travers le territoire.**

1,6 Milliard

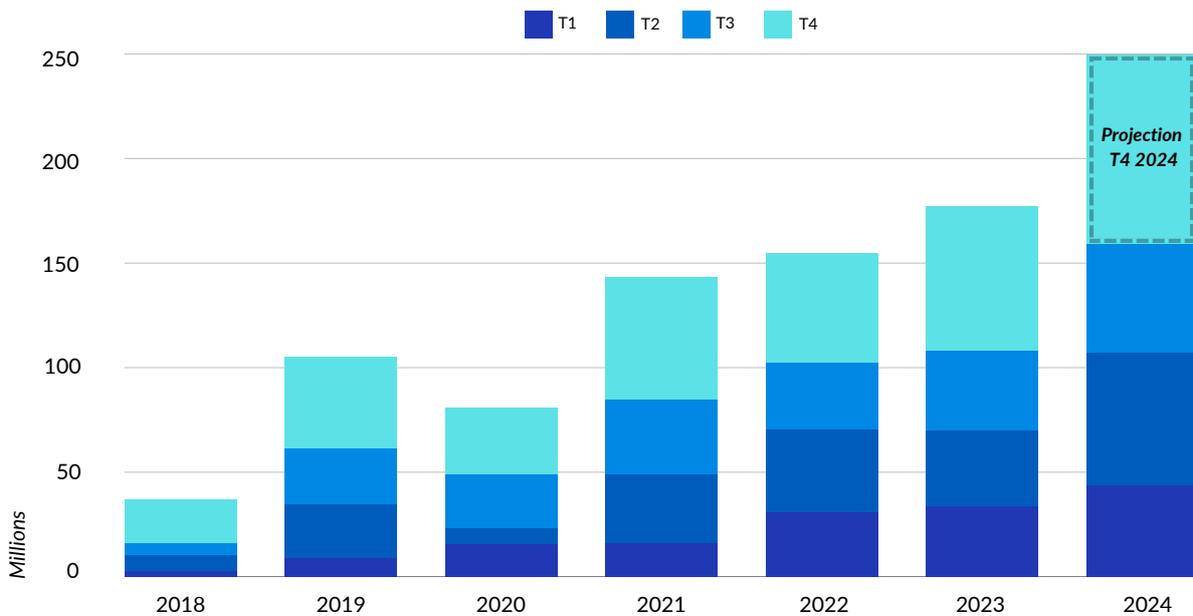
C'est le nombre de spots certifiés sur les 9 premiers mois de 2024. Ce total dépasse celui enregistré sur l'ensemble des 12 mois des années 2022 et 2021.

+47%

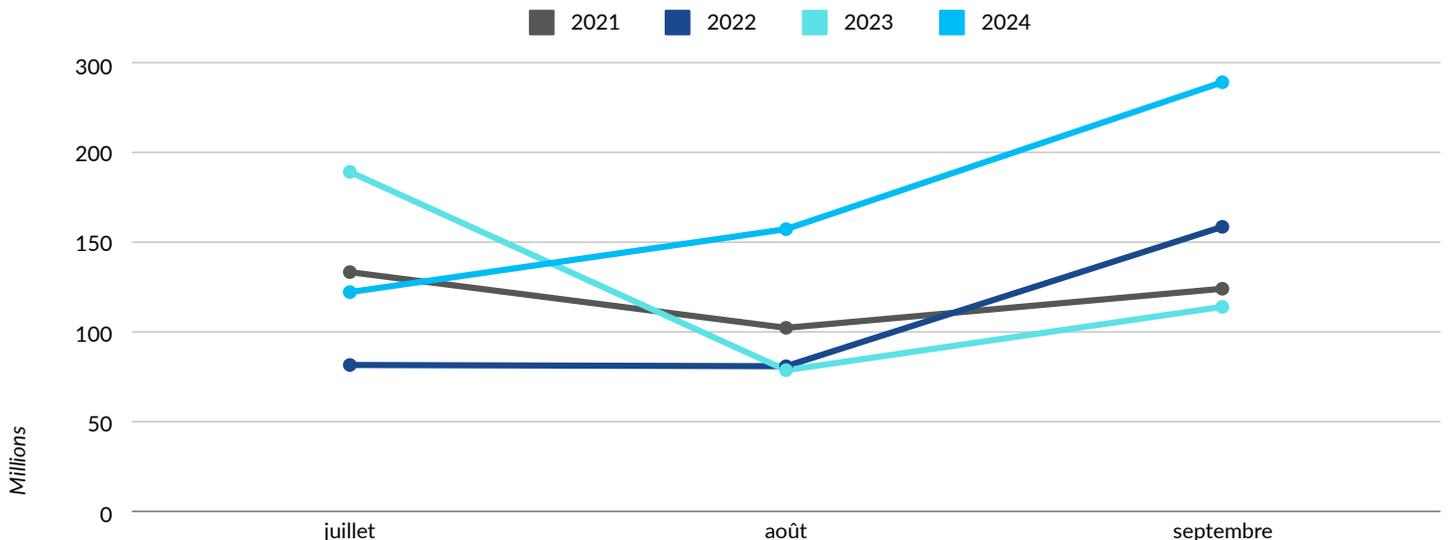
C'est l'évolution du nombre de spots certifiés au T1-T3 2024 vs le T1-T3 2023.



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS



FOCUS SUR LE 3ÈME TRIMESTRE



LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



CENTRES
COMMERCIAUX



ENTREPRISES



LIEUX DE SANTÉ



STATIONS SERVICES



TRANSPORTS

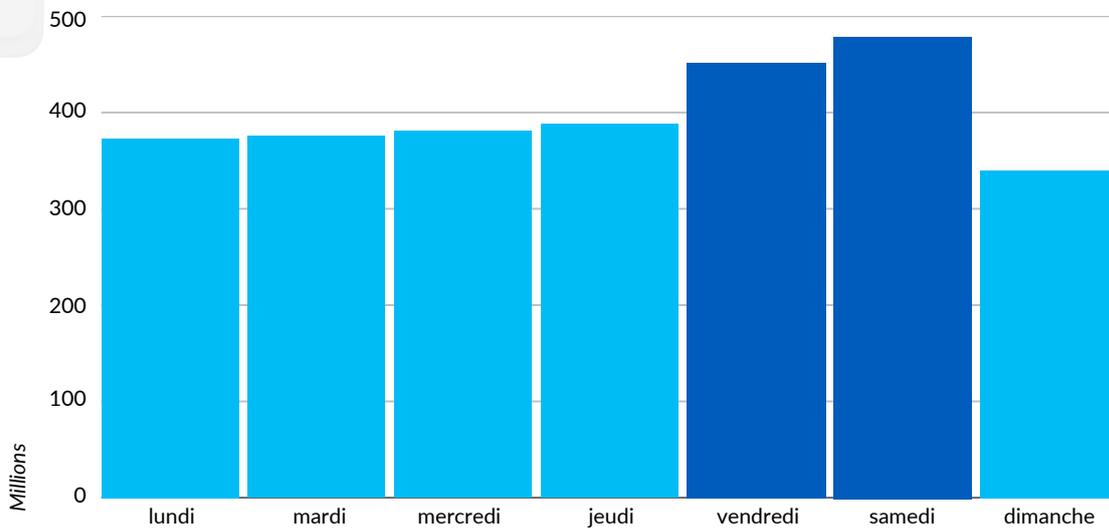


COMMERCE DE
PROXIMITÉ



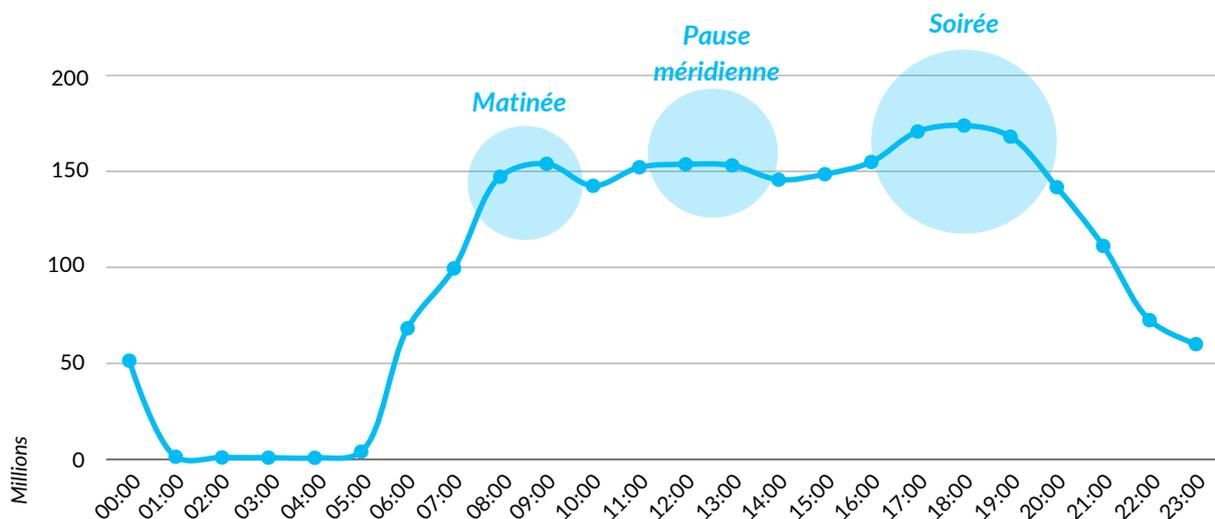
ESPACES PUBLICS

DIFFUSION PAR JOUR DE SEMAINE



En nombre de spots diffusés par jour - T1 à T3 2024

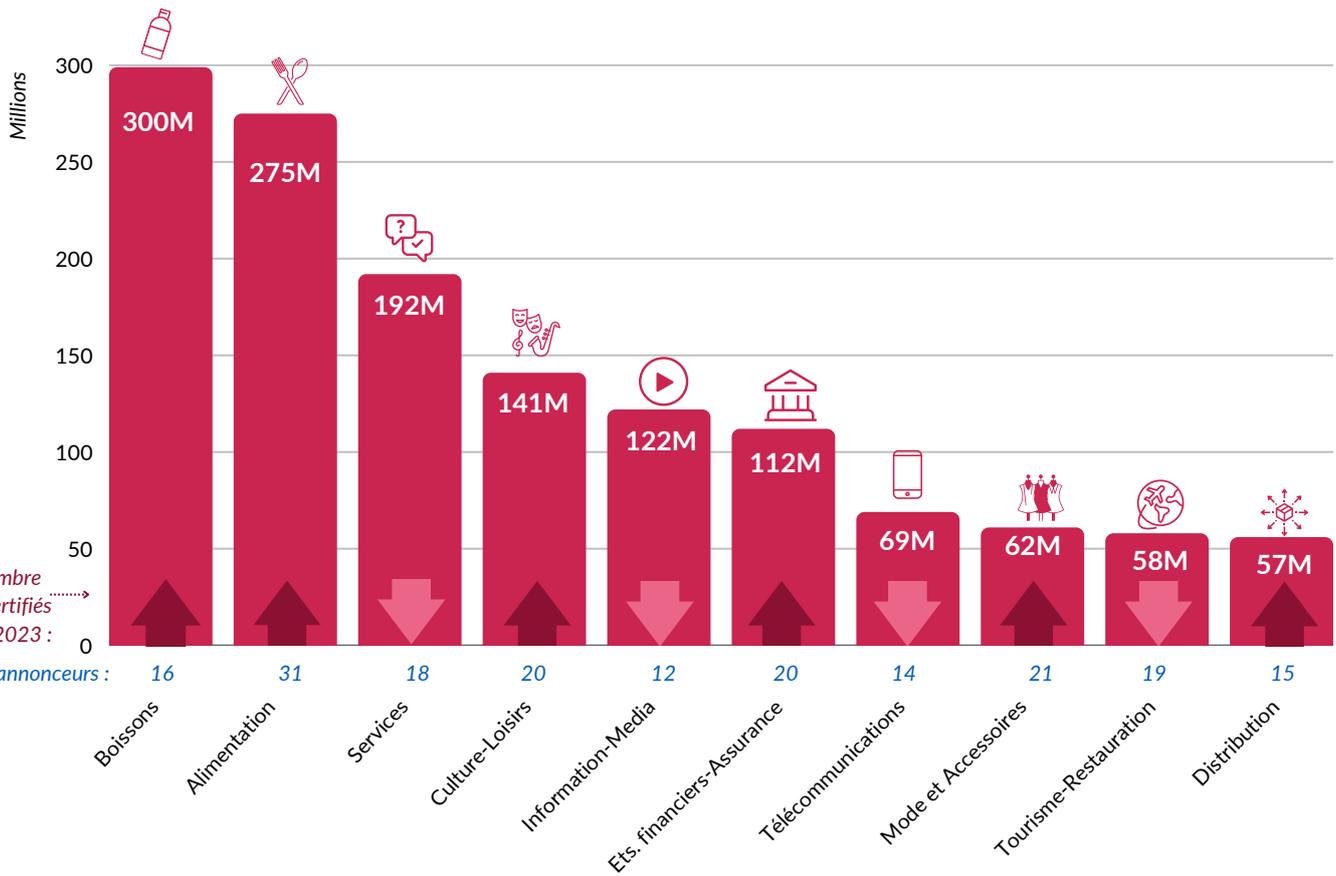
DIFFUSION PAR HEURE



En nombre de spots diffusés par heure - T1 à T3 2024

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions au T1-T3 trimestre 2024



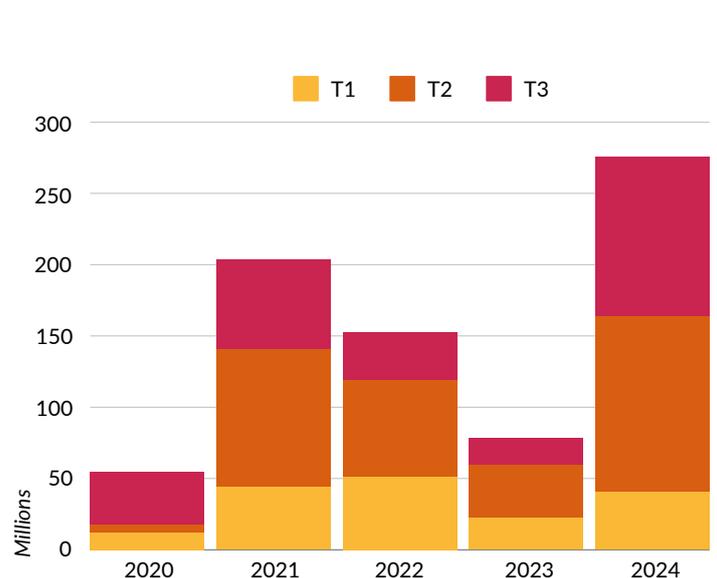
FOCUS SUR LE SECTEUR ALIMENTATION

Le secteur alimentation a obtenu **275 millions de spots certifiés** au T1-T3 2024, contre 78 millions sur la même période en 2023.

TOP 10 DES ANNONCEURS DU SECTEUR ALIMENTATION T1-T3 2024

Rang	Logo	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE*
1		DANONE	50 520 837
2		MARS	35 204 675
3		NESTLÉ	32 216 213
4		BARILLA	26 218 164
5		ZESPRI	14 882 400
6		PERFETTI	12 434 400
7		LINDT	9 507 007
8		WONDERFUL PISTACHIOS	9 141 120
9		GENERAL MILLS	8 564 651
10		RICOLA	7 257 569

SOMME DES DIFFUSIONS CERTIFIÉES PAR TRIMESTRE



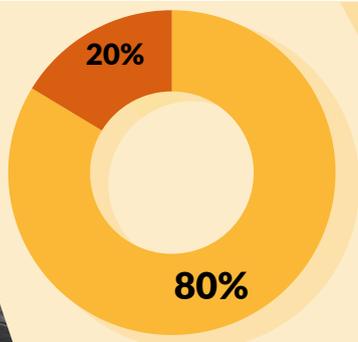
*En nombre de spots certifiés

LE TOP 10 DES ANNONCEURS T1-T3 2024

TOP

		ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE*
1		WINAMAX	103 607 776
2		COCA-COLA	90 695 764
3		SANTÉ PUBLIQUE	59 777 448
4		EVIAN	55 473 397
5		DANONE	50 520 837
6		NETFLIX	41 355 811
7		LA CNAM	37 496 515
8		MARS	35 204 675
9		BACARDI	34 230 569
10		NESTLÉ	32 216 213

*En nombre de spots certifiés



Répartition des annonceurs

- Renouvellement
- Nouveaux annonceurs

PARMI LES NOUVEAUX ANNONCEURS

qui ont vu leurs campagnes DOOH certifiées pour la 1ère fois par l'ACPM au 3ème trimestre 2024.

V O L V O

aéroport
marseille
provence

leboncoin

MARCHON
a vsp vision company



SUNTORY
GLOBAL SPIRITS

EVIDENS
DE BEAUTÉ

Cavallès
DEPUIS 1924

ADB
ASIAN DEVELOPMENT BANK

GET YOUR GUIDE

MAAF

LES RÉGIES ADHÉRENTES



LES GROUPES AGENCES MÉDIAS



La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse). Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts. Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias. Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

L'ACPM a lancé le 20 décembre 2017 le label DOOH Trust. Le DOOH, dont l'acronyme signifie en anglais Digital Out-Of-Home, désigne la publicité extérieure digitale ou numérique. Il regroupe toutes les techniques d'affichage digitales urbaines et d'affichage numérique indoor en centres commerciaux, en boutiques, dans les aéroports, les gares, les métros, les pharmacies, les salles d'attente, les bureaux de presse ou les bureaux.

Cette initiative de toute la profession est destinée à évaluer et certifier la diffusion des campagnes DOOH dans le but d'apporter plus de transparence au sein de ce média en plein développement.

L'étude sur les secteurs d'activités se base sur la méthodologie Kantar Media.

Le DOOH TRUST comporte 3 aspects :

- Certification des campagnes DOOH tous les mois
- Publication des tendances du marché tous les trimestres via les DOOH Trends
- Attribution du label DOOH TRUST aux régies

CONTACTS

Sébastien Manaches, Caroline Jottras, Brittany Belle, David Coat
acpm.fr | 01.43.12.85.30 | frequentation@acpm.fr
89 rue de Monceau 75008 Paris