

DOOH TRUST

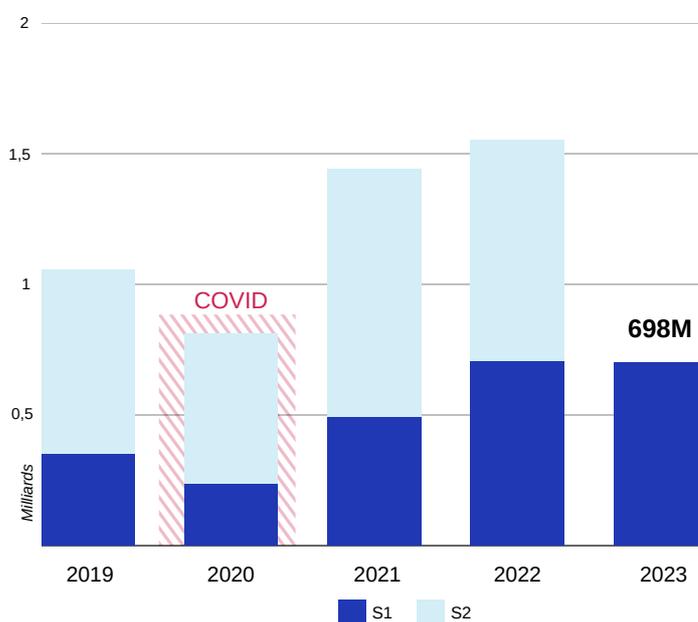
LES TENDANCES DU MARCHÉ DE L’AFFICHAGE DIGITAL AU 1ER SEMESTRE 2023

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.

Au 1er semestre 2023, l'ACPM a certifié **769 campagnes** DOOH (vs 719 campagnes au 1er semestre 2022), représentant **698 Millions de spots** certifiés, soit une moyenne de 903 000 spots certifiés par campagne.

Ce 1er semestre 2023 s'inscrit dans la continuité de 2022, en notant toutefois, une montée en puissance des annonceurs du numérique, tels que les plateformes de streaming vidéo ou des télécommunications.

Evolution du nombre de spots certifiés par semestre



LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



MALLS*



TRANSPORTS



COMMERCES DE PROXIMITÉ



AGENCES MÉDIAS



LIEUX DE SANTÉ

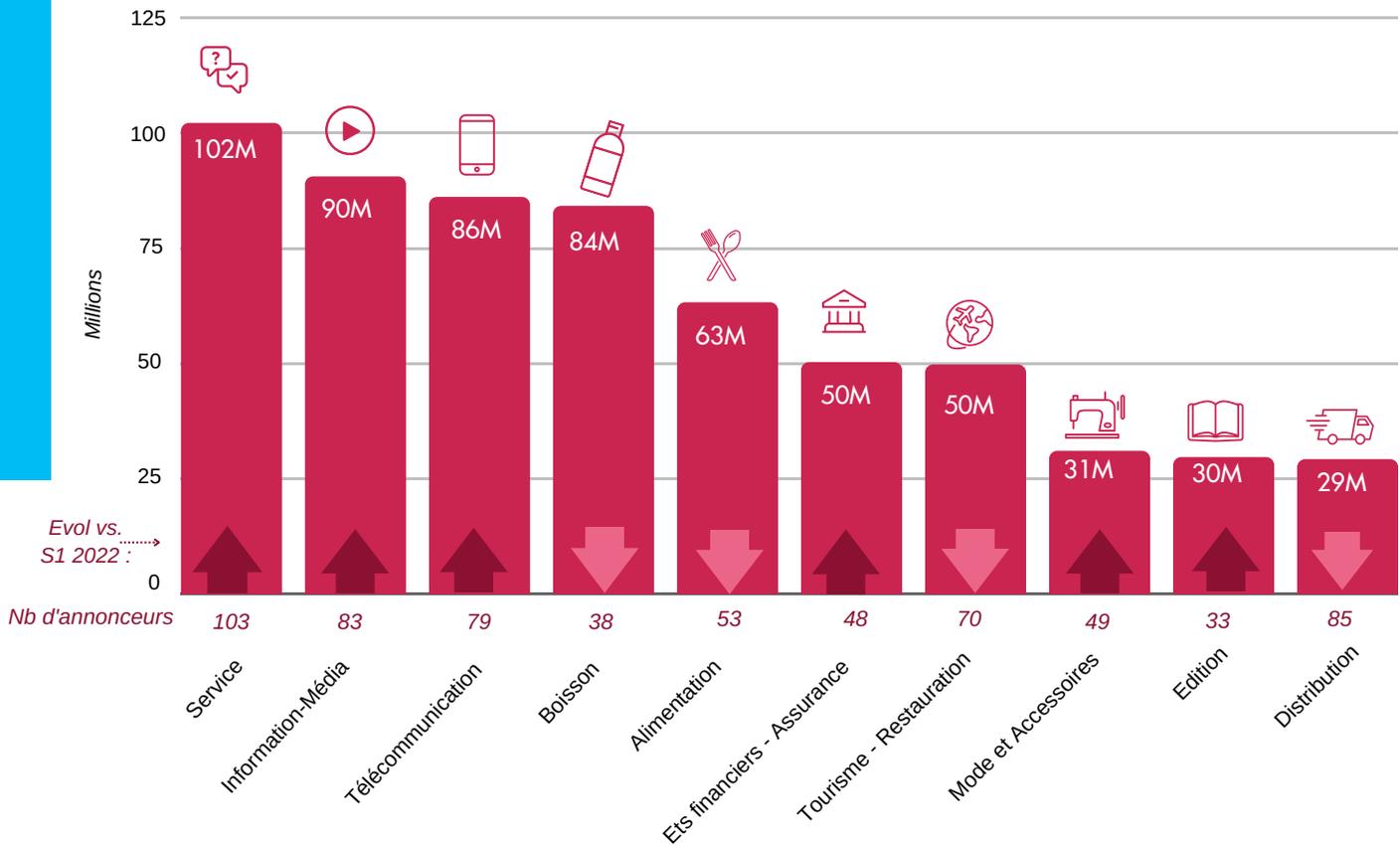


MOBILIERS URBAINS

*Centres commerciaux

LES SECTEURS D'ACTIVÉS

Nombre de spots certifiés en millions au S1 2023



FOCUS SUR LE SECTEUR INFORMATION-MÉDIA

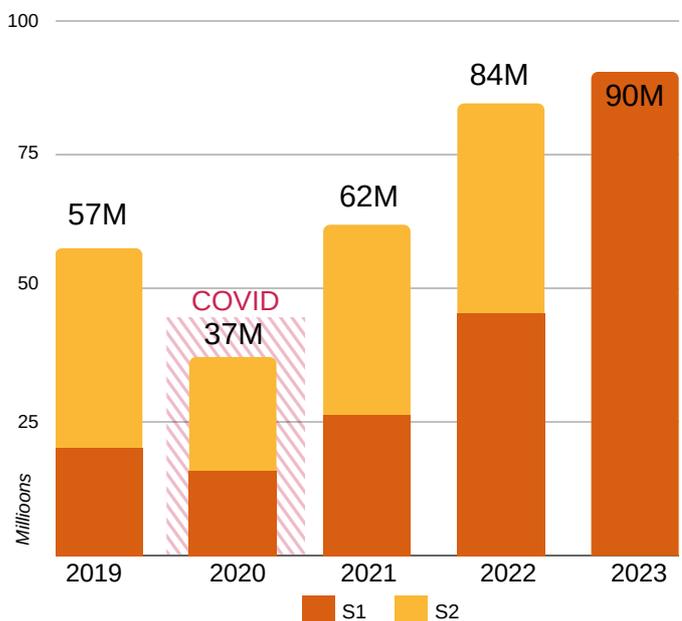
Ce secteur d'activité enregistre **90M de spots certifiés** au 1er semestre 2023. Jamais, ni sur un semestre, ni sur une année, ce secteur d'activité n'avait enregistré autant de spots certifiés.

La forte progression de ce secteur (+100% vs S1 2022) s'explique notamment par la montée en puissance des investissements publicitaires des plateformes de streaming vidéo, parmi lesquelles Paramount, Netflix, Disney + et Amazon Prime dont pour certaines leurs campagnes DOOH sont certifiées par l'ACPM depuis plus de 4 années consécutives.

TOP 10 DES ANNONCEURS DU SECTEUR INFORMATION-MÉDIA AU S1 2023

RANG	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE
1	PARAMOUNT	22 716 156
2	NETFLIX	20 373 614
3	DISNEY +	13 409 554
4	AMAZON PRIME	11 948 058
5	CANAL +	11 446 756
6	FRANCE TV NEW*	3 711 856
7	EUROPE 1	2 189 062
8	BEIN SPORTS	1 815 075
9	M6	1 684 800
10	LA PROVENCE NEW*	1 120 000

Évolution du nombre de spots certifiés sur le secteur Information-Média



**campagnes DOOH certifiées pour la première fois par l'ACPM

LE TOP 15 DES ANNONCEURS AU 1ER SEMESTRE 2023

	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE
1	 APPLE	34 944 000
2	 SFR	24 333 203
3	 PARAMOUNT	22 716 156
4	 PERRIER	22 314 532
5	 MOËT HENNESSY	21 677 267
6	 NETFLIX	20 373 614
7	 SANTE PUBLIQUE	19 698 199
8	 FLEURY MICHON NEW*	17 373 600
9	 INCA (Institut National du Cancer)	16 240 975
10	 NIKE	16 118 463
11	 DISNEY +	13 409 554
12	 SONY PICTURES	12 508 574
13	 SNCF	11 983 419
14	 AMAZON PRIME	11 948 058
15	 UBER EATS	11 537 400

*campagnes DOOH certifiées pour la première fois par l'ACPM

PARMI LES NOUVEAUX ANNONCEURS

qui ont vu leurs campagnes DOOH certifiées pour la 1ère fois par l'ACPM.

BURBERRY

TGV Lyria



TikTok

OPENCLASSROOMS



LES RÉGIES ADHÉRENTES



LES AGENCES MEDIAS



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.

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

Mathilde Jehan, Caroline Jottras, Brittany Belle, David Coat

frequentation@acpm.fr | acpm.fr | 01.43.12.85.30 |

89 rue de Monceau 75008 Paris