

DOOH TRUST

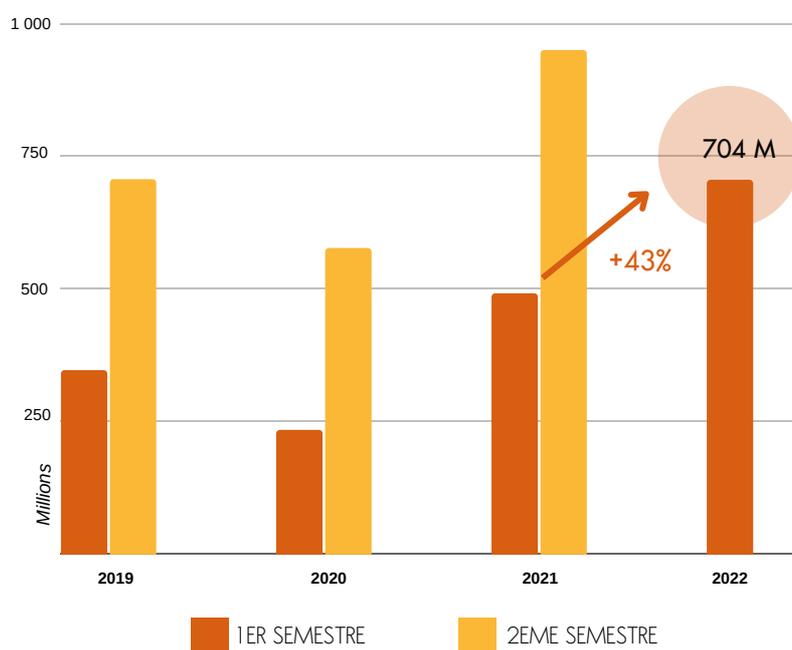
Les tendances du marché de l’Affichage Digital au 1er semestre 2022

L’affichage digital performe au 1er semestre 2022 avec **704 Millions de spots certifiés**.

Un record pour un 1er semestre depuis le lancement du DOOH Trust, il y a 4 ans.

Le rythme mensuel est soutenu avec des progressions sur chaque mois par rapport à 2021 (hormis janvier) et un mois de juin qui enregistre **192 Millions de spots certifiés** à lui seul soit **27% du nombre de spots certifiés du 1er semestre**.

Évolution du nombre de spots certifiés par semestre



LES CHIFFRES CLÉS DU 1ER SEMESTRE 2022



714

campagnes certifiées

+70% vs. le S1 2021



704

millions de spots certifiés

+43% vs. le S1 2021

10

secondes, c'est la durée moyenne d'un spot.

202

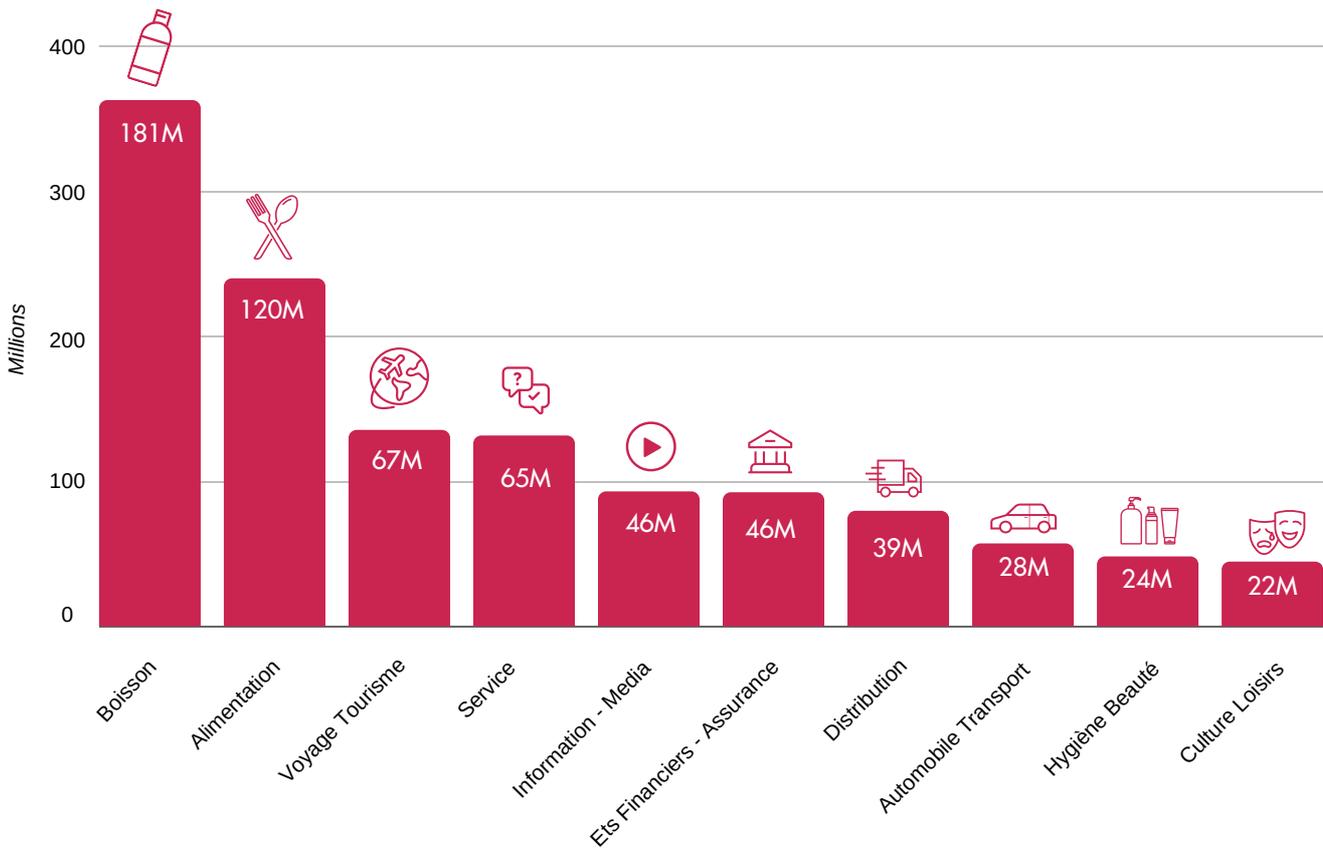
écrans, c'est le nombre moyen d'écrans sur lesquels une campagne est diffusée.

11

jours, c'est le nombre moyen de jours de diffusion d'une campagne.

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions au S1 2022



FOCUS SUR LE SECTEUR CULTURE & LOISIRS

Ce secteur d'activité est celui qui comptabilise le plus de nouveaux annonceurs : **France Galop, Walibi, Merlin Entertainments & Le Futuroscope** ont vu leurs campagnes certifiées pour la 1ère fois.

75% des nouveaux annonceurs de ce secteur sont des parcs d'attractions. Nous observons un retour de ces annonceurs qui investissent à nouveau sur le DOOH après deux années d'absence dues au COVID.

Classement des annonceurs de Parcs d'Attractions au S1 2022

	ANNONCEUR	NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS
1	BELLEWAERDE	1 445 884
2	MERLIN ENTERTAINMENTS NEW!	1 044 721
3	WALIBI NEW!	1 041 320
4	DISNEYLAND PARIS	995 789
5	FUTUROSCOPE NEW!	787 909
6	PAIRI DAIZA	621 150
7	SAFARI DE PEAUGRES	451 658
8	EUROPA PARK NEW!	220 205
9	PARC ASTERIX	147 273

Répartition des annonceurs dans le secteur Culture & Loisirs



LES ANNONCEURS DU 1ER SEMESTRE 2022

	ANNONCEUR	DIFFUSION CERTIFIÉE*	NOMBRE DE CAMPAGNES
1	PERNOD RICARD	64 856 243	17
2	ARMÉE	50 080 172	37
3	MOET HENNESY	42 838 445	27
4	COCA COLA	35 992 307	16
5	FERRERO	28 007 811	8
6	MONDELEZ	15 913 176	4
7	AMAZON PRIME	14 109 008	17
8	ZESPRI	13 224 096	2
9	NETFLIX	12 855 245	11
10	ZALANDO	12 718 197	10

*En nombre de spots certifiés.



164 annonceurs

+73% vs. le S1 2021



26 nouveaux annonceurs

PARMI LES 26 NOUVEAUX ANNONCEURS

VANS

undiz



HEINZ
ESTÉ 1869

futuroscope

Hotels.com™

Deloitte.

sumup®

Conforama

FRANCE GALOP

KPMG

Orpi

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 réglementation de la publicité sur Internet : Digital Ad Trust Label, 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.

CONTACTS

Mathilde Jehan, Caroline Jottras, Brittany Belle, David Coat

frequentation@acpm.fr | acpm.fr | 01.43.12.85.30 |
44 rue Cambronne 75015 Paris