

DOOH TRUST

Les tendances du marché de l’Affichage Digital au T1 2022

Le 1er Trimestre 2022 est dans la continuité de la reprise des investissements en DOOH observée à partir de l’année dernière. Sur cette période, on enregistre **311 Millions de spots certifiés pour 309 campagnes**, soit une **augmentation de 82% par rapport au T1 2021**.

On note également **un mois de mars 2022 record** qui représente 47% du nombre de spots certifiés du 1er trimestre avec 147 Millions de spots certifiés.

Les chiffres clés

309

campagnes certifiées sur le premier trimestre 2022.

+125,5% vs. le T1 2021 (137 campagnes)

311

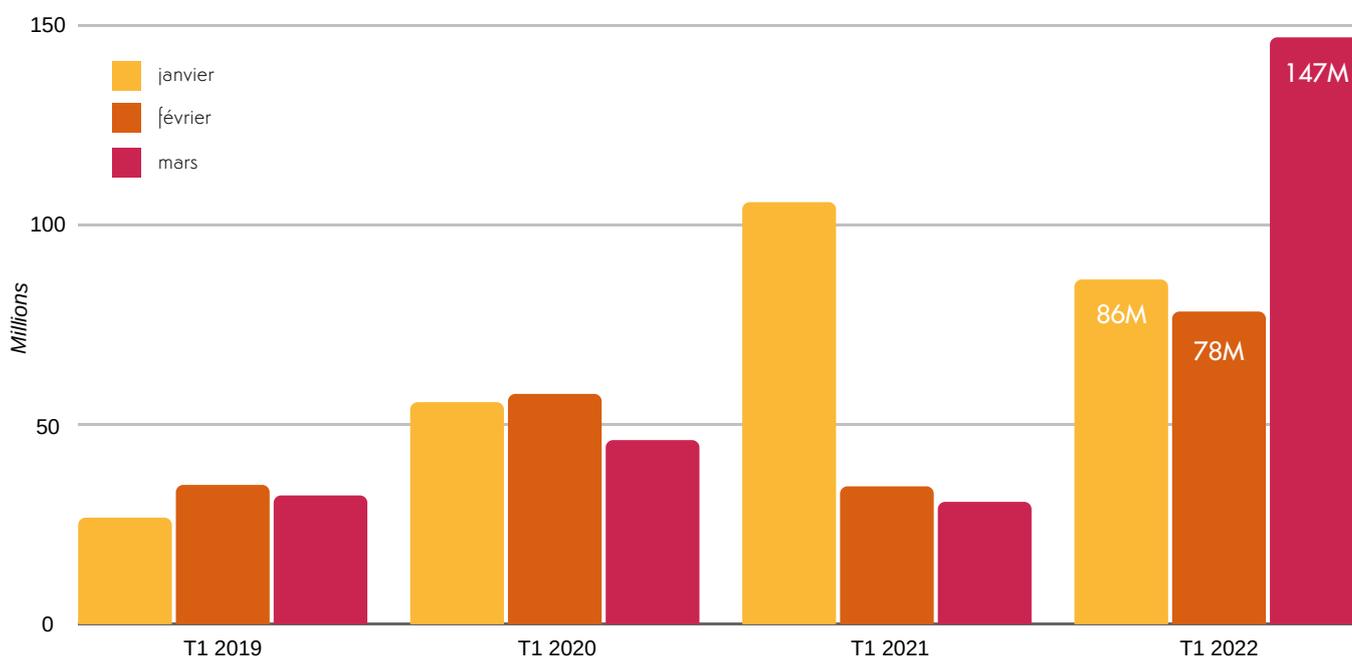
millions de spots certifiés au T1 2022.

+82,4% vs. le T1 2021 (170 millions de spots certifiés)

220

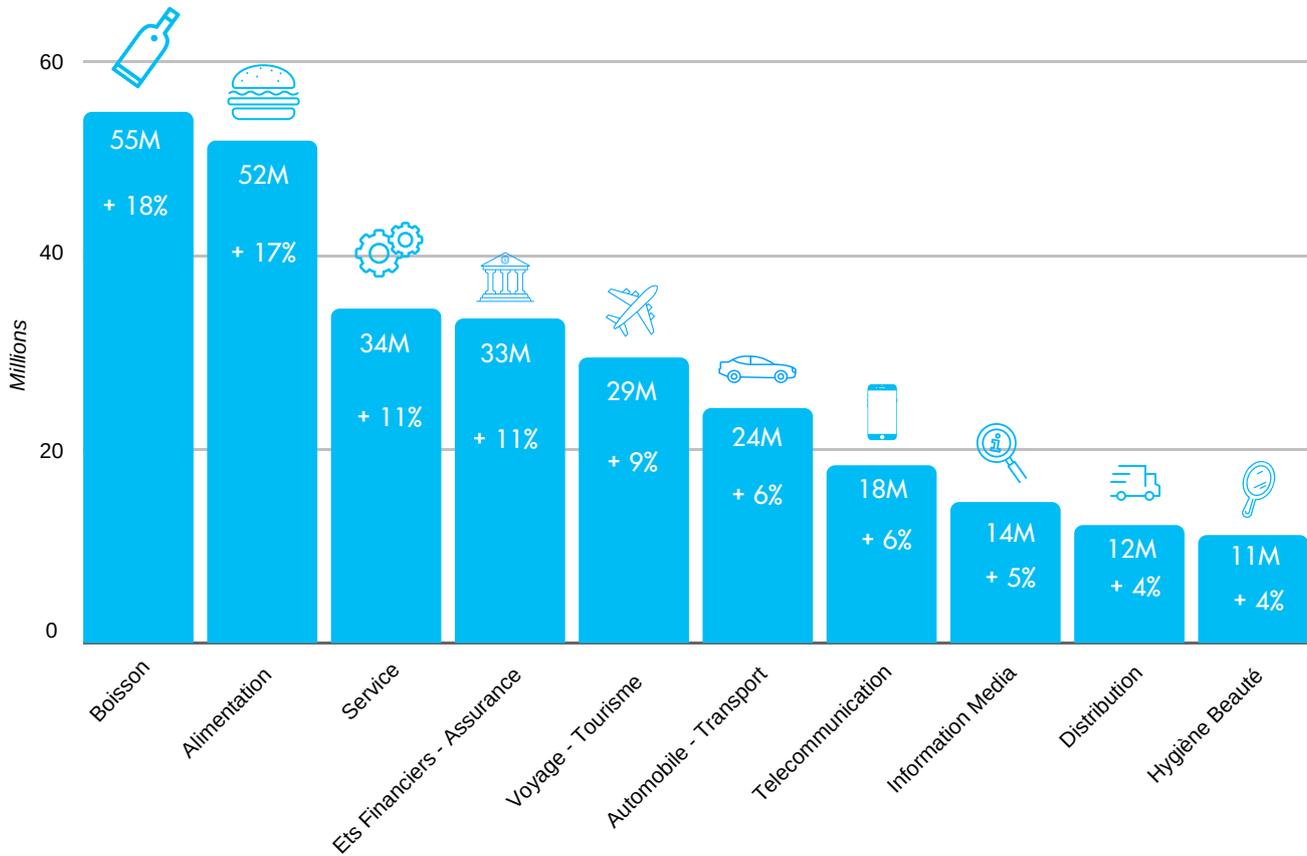
le nombre moyen d’écrans utilisés pour une campagne.

Évolution du nombre de spots certifiés par mois



Les secteurs d'activités

Nombre de spots certifiés en millions sur le T1 2022
% d'évolution vs. T1 2021



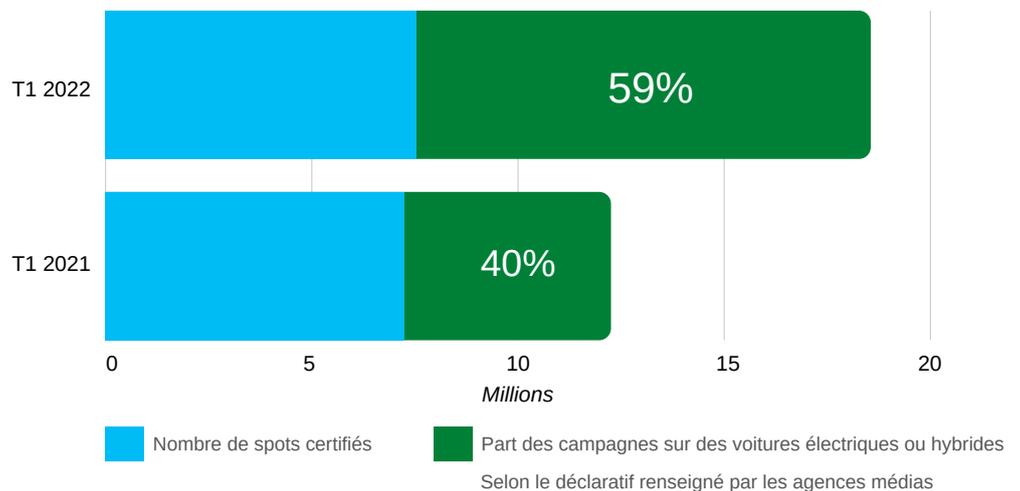
Focus sur le secteur de l'Automobile

19 campagnes certifiées concernent le secteur de l'automobile pour 24 Millions de spots.

Pour la première fois, la part des campagnes pour des véhicules hybrides ou électriques représente plus de 50% des campagnes du secteur de l'automobile.

Automobile : Évolution du nombre de campagnes certifiées T1 2021-T1 2022

Les annonceurs auto du T1 2022



Les annonceurs

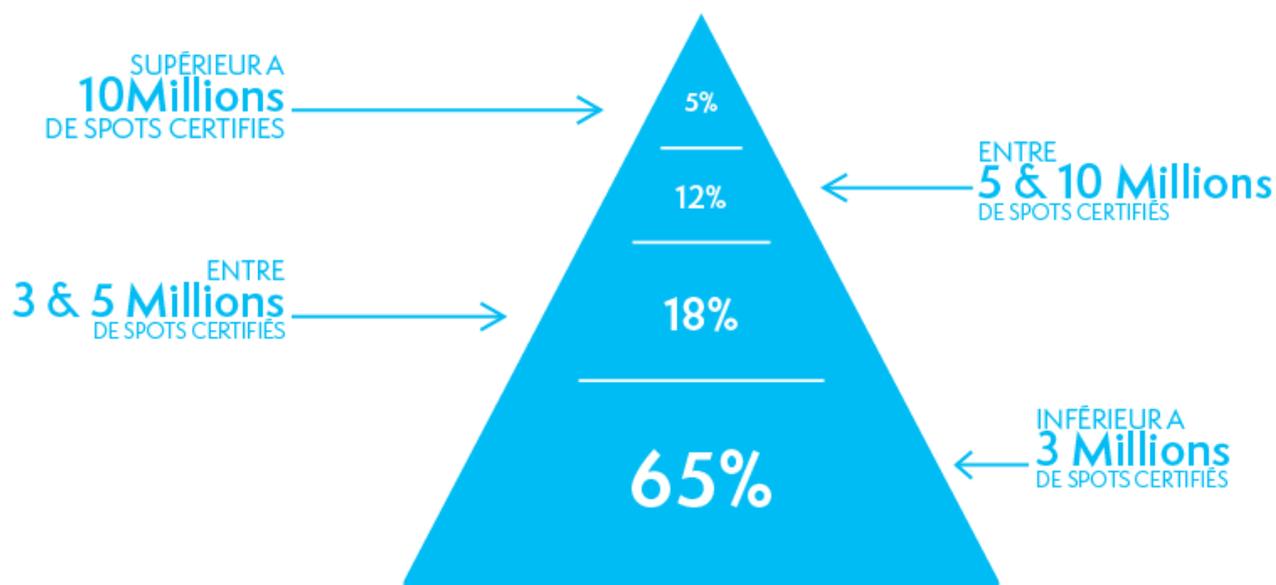
96 annonceurs au premier trimestre 2022.

- **16** nouveaux annonceurs au T1 2022.
- **80** annonceurs renouvelés sur les dernières années.

TOP 10 ANNONCEURS SUR LE T1 2022

	ANNONCEUR	DIFFUSION CERTIFIEE	EVOL VS. T1 2021
1	ARMEE	33 518 123	+ 159%
2	COCA COLA	22 967 888	+ 626%
3	FERRERO	21 077 811	+ 65%
4	MOET HENNESY	12 240 988	+ 156%
5	ARKEA DIRECT BANK	10 858 908	N/C
6	DISNEY	9 802 170	+ 1380%
7	DELIVEROO	8 945 800	N/C
8	PERNOD RICARD	8 717 760	+ 1105%
9	RENAULT	7 528 350	+ 276%
10	PEPSICO	6 987 086	N/C

Répartition des annonceurs par nombre de spots certifiés



PARMI LES NOUVEAUX ANNONCEURS

MONOPRIX



Boursorama
Banque



LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE



LES REGIES ADHERENTES



Clear Channel

DOOHYOU LIKE



JCDecaux



IMEDIA
CENTER



Smartmedia

LES GROUPES DE COMMUNICATION PARTENAIRES



SCREENBASE

IPG MEDIABRANDS



group^m

dentsu

ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE LA VALEUR DES 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 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.



CONTACT ACPM FREQUENTATION :

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