

# DOOH TRUST

## BILAN 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 régies d'affichage digital** bénéficient d'une certification mensuelle de leurs campagnes, couvrant un réseau de **40 000 écrans à travers le territoire.**

## 2,3 Milliards

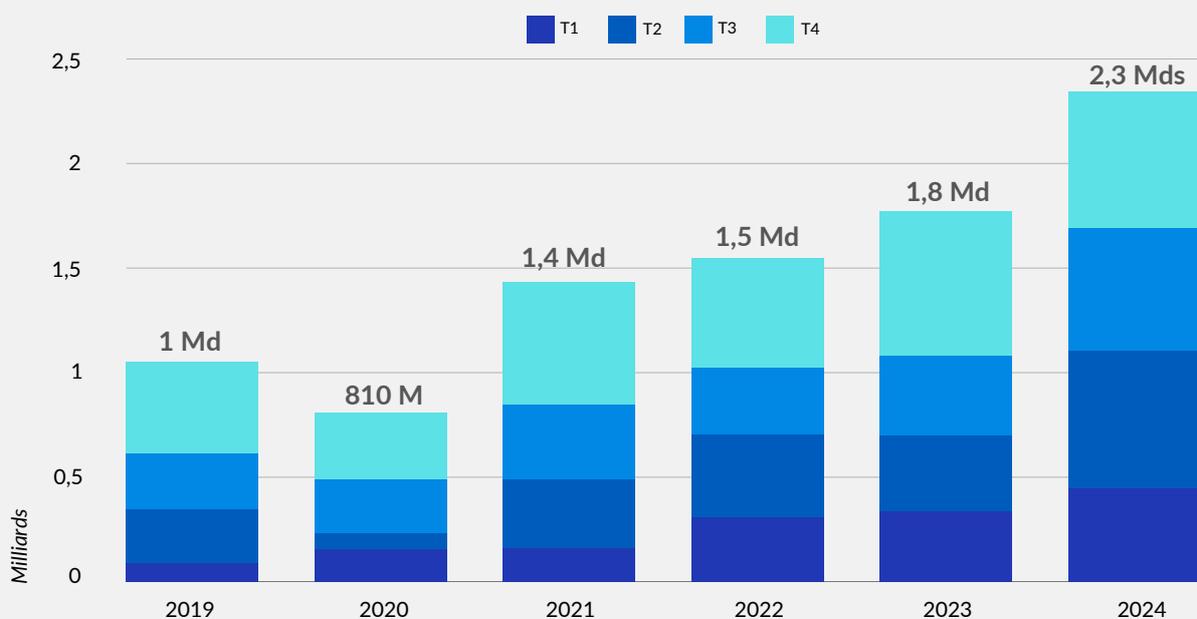
C'est le nombre de spots certifiés en 2024.

## +33%

C'est l'évolution du nombre de spots certifiés en 2024 vs 2023.



### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS



### ATTITUDE DE CONSOMMATION



#### Vendredi & Samedi

Ce sont les deux jours où la diffusion est la plus forte, avec respectivement 619 millions et 645 millions de spots, représentant à eux seuls 30 % de la diffusion hebdomadaire.



#### Entre 17h et 20h

C'est le créneau horaire privilégié, avec un pic d'affluence entre 18h et 19h.

### LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



CENTRES  
COMMERCIAUX



ENTREPRISES



LIEUX DE SANTÉ



STATIONS SERVICES



TRANSPORTS



COMMERCES  
DE PROXIMITÉ



ESPACES PUBLICS

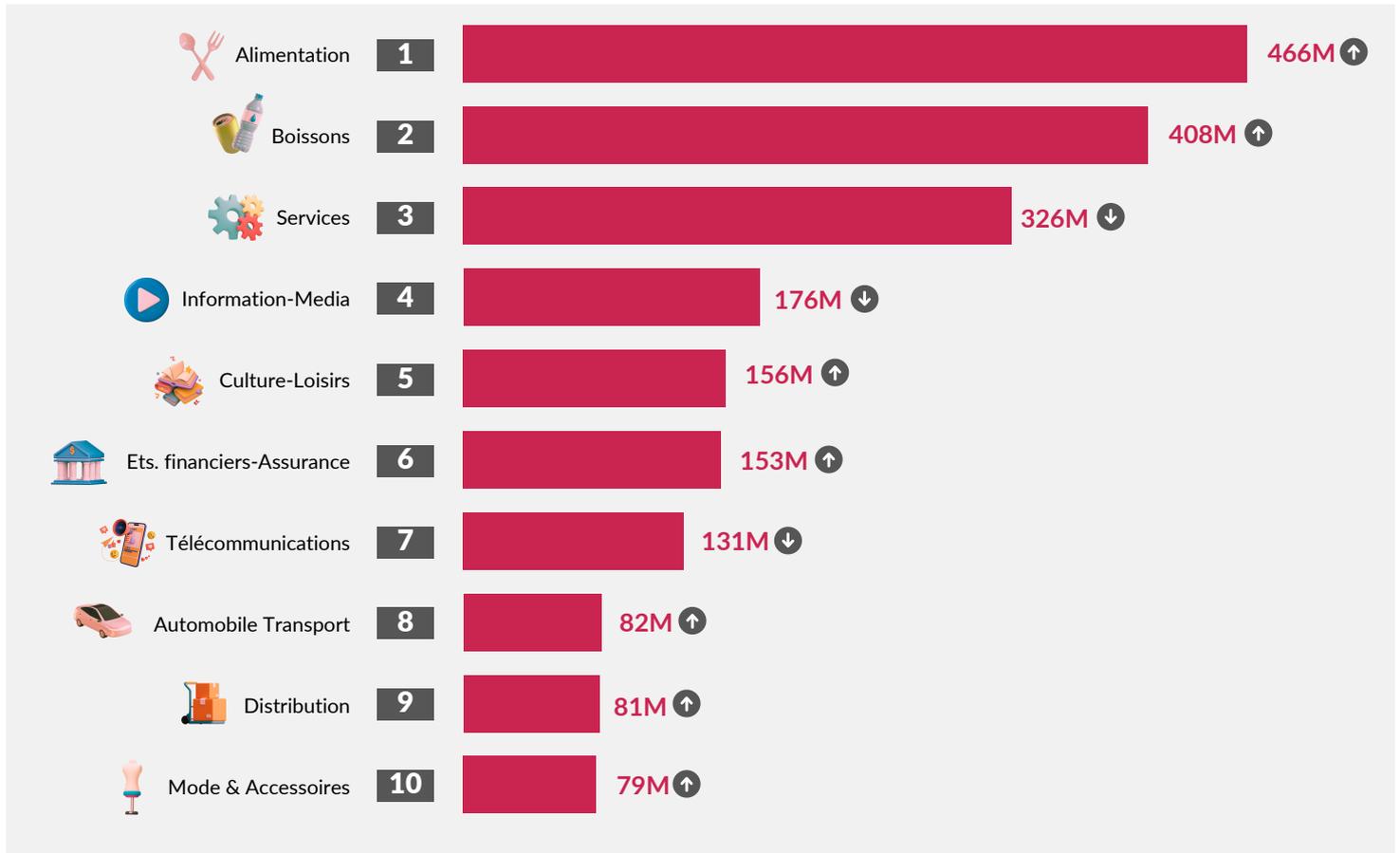


SALLES DE SPORT

# LE TOP 10 DES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions en 2024

↑ ↓ évolution du nombre de spots versus 2023



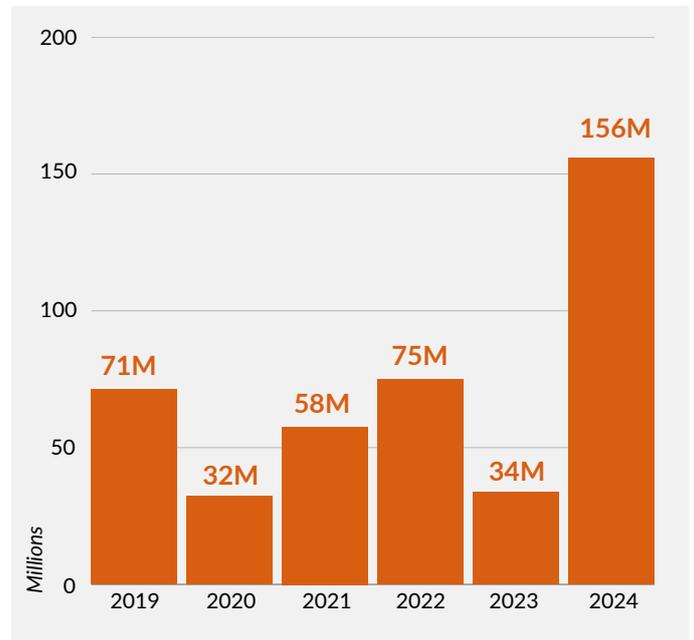
## FOCUS SUR LE SECTEUR CULTURE-LOISIRS

Le secteur Culture-Loisirs a enregistré à lui seul **156 millions de spots certifiés** en 2024, contre 34 millions sur la même période en 2023.

### TOP 10 DES ANNONCEURS DU SECTEUR EN 2024

Rang	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE*
1	WINAMAX	105 423 776
2	LA FDJ	11 436 125
3	DISNEYLAND PARIS	7 946 578
4	NINTENDO	6 701 249
5	HASBRO	6 255 864
6	LEGO	3 896 920
7	TAKE TWO INTERACTIVE	2 682 310
8	COMPAGNIE DES ALPES	1 717 112
9	OPÉRA NATIONAL DE PARIS	1 406 340
10	OPÉRA COMIQUE	1 381 090

### SOMME DES DIFFUSIONS CERTIFIÉES PAR AN

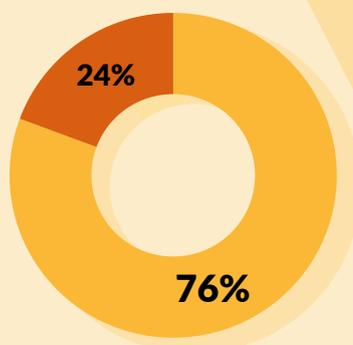


\*En nombre de spots certifiés

# LE TOP 10 DES ANNONCEURS EN 2024

	ANNONCEURS		DIFFUSION CERTIFIÉE*
1		Santé publique France	SANTÉ PUBLIQUE 107 272 902
2		WINAMAX	WINAMAX 105 423 776
3		COCA-COLA	COCA-COLA 94 781 988
4		BARILLA	BARILLA 89 596 378
5		DANONE	DANONE 85 574 937
6		BACARDI	BACARDI 75 106 484
7		LA CNAM	LA CNAM 73 569 010
8		NESTLÉ	NESTLÉ 68 807 170
9		NETFLIX	NETFLIX 68 234 351
10		EVIAN	EVIAN 56 590 216

\*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 4ème trimestre 2024.



# 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

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | frequentation@acpm.fr  
89 rue de Monceau 75008 Paris