

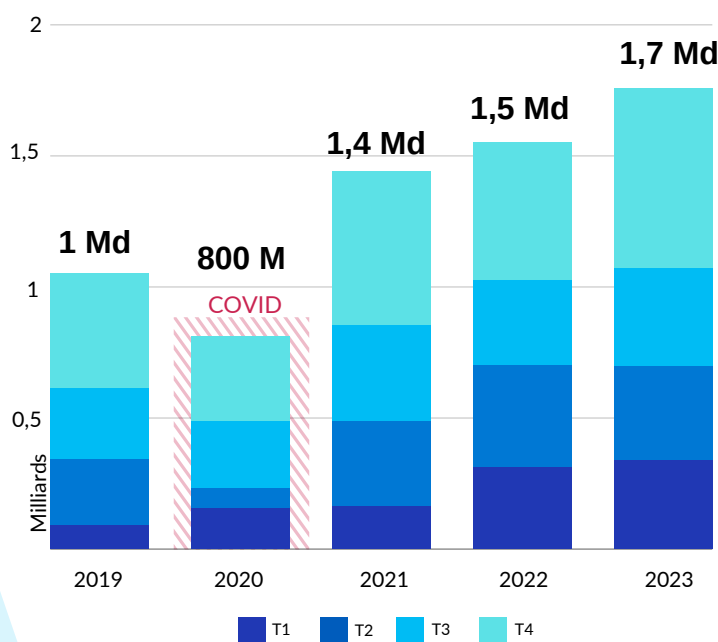
LES TENDANCES DU DOOH TRUST EN 2023

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. Aujourd'hui **12 régies d'affichage digital** se voient tous les mois certifier leurs campagnes. Cela représente au global un parc de **30 000 écrans**.

Le nombre de spots certifiés par l'ACPM en 2023 est en progression de **13% vs 2022**.

On enregistre **1,7 Milliard** de spots certifiés pour **1 600 campagnes** sur l'ensemble de l'année 2023.

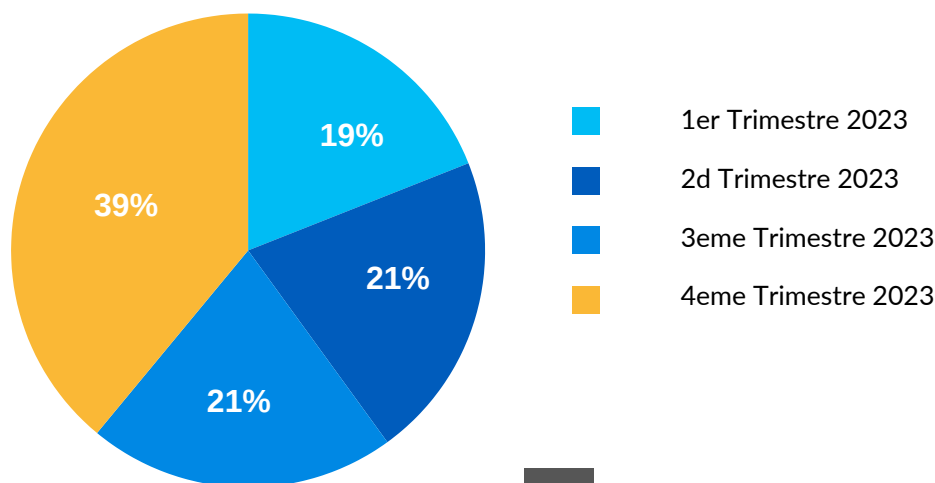
ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS



1,1 million
de spots en moyenne par campagne.

237
c'est le nombre d'écrans sur lesquels une campagne DOOH est diffusée en 2023.

RÉPARTITION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS PAR TRIMESTRE EN 2023



LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



CENTRES COMMERCIAUX



ENTREPRISES



LIEUX DE SANTÉ



TRANSPORTS



COMMERCE DE PROXIMITÉ



ESPACES PUBLICS

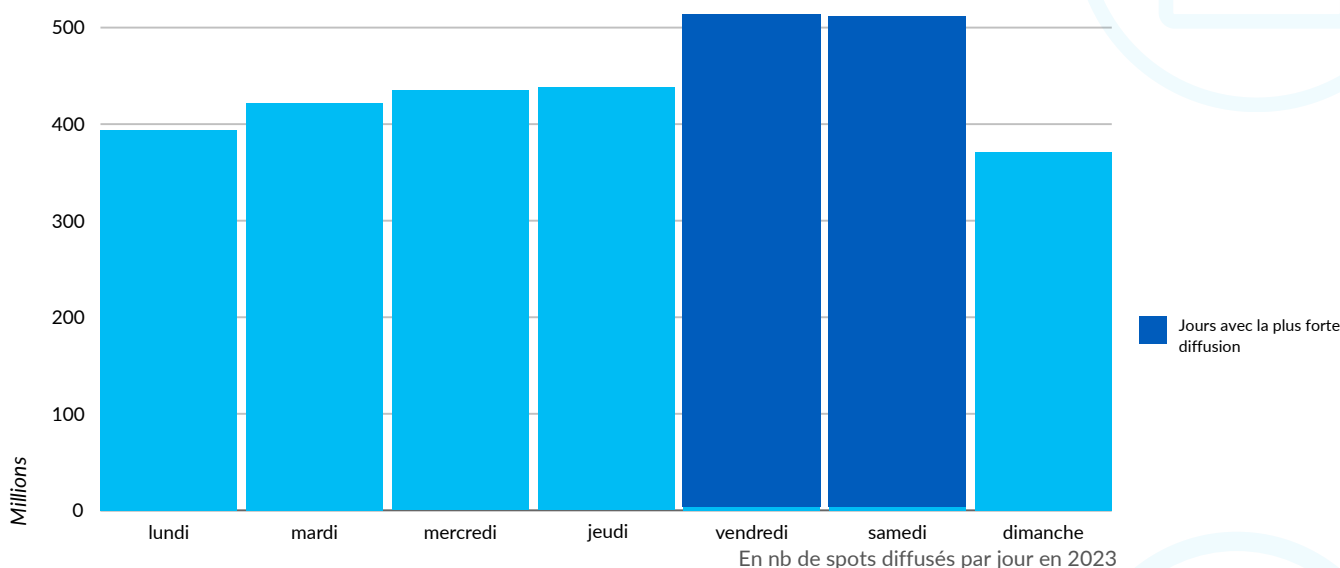
NOUVEAUTÉS 2023



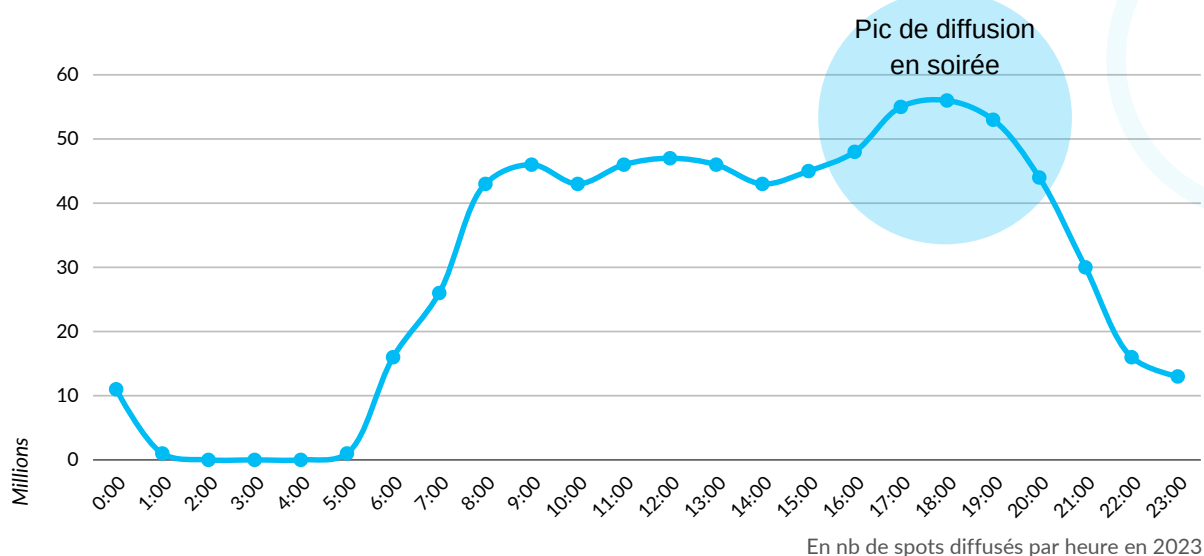
En 2023, l'ACPM a lancé la mise à disposition **des tranches horaires pour chacune des campagnes DOOH certifiées**. Ainsi l'ensemble des régies peuvent consulter la diffusion par tranches horaires de leurs campagnes et partager cet indicateur auprès des agences médias.

Cela a, entre autres, permis de mettre en exergue, le respect par les régies DOOH Trust de la non diffusion des spots la nuit.

DIFFUSION PAR JOUR DE SEMAINE

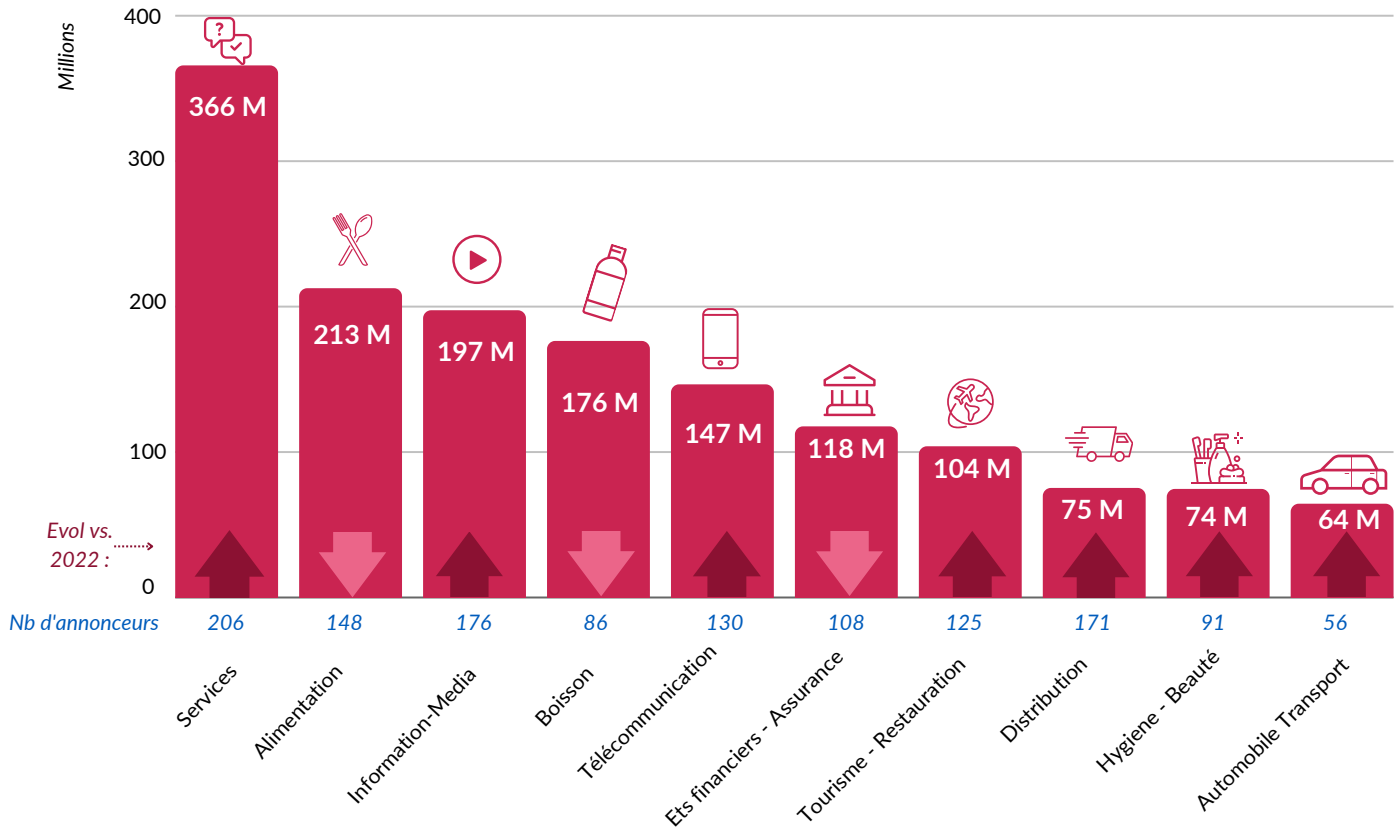


DIFFUSION PAR HEURE



LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions en 2023



FOCUS SUR LE SECTEUR HYGIÈNE - BEAUTÉ

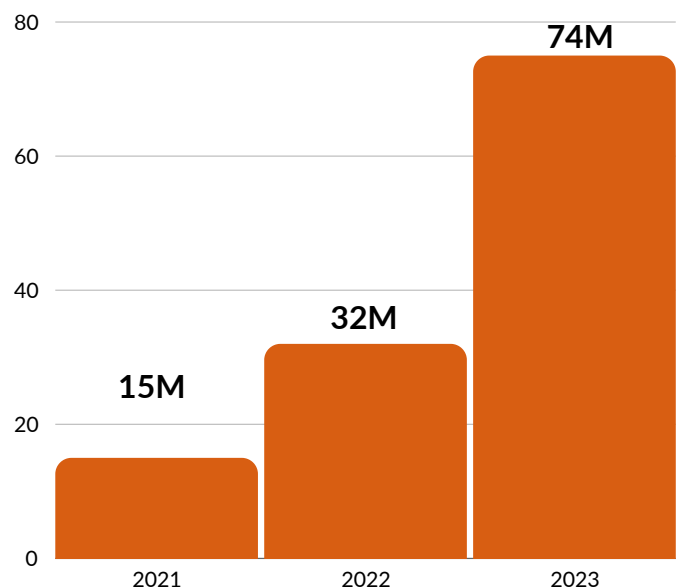
Le secteur de l'hygiène-beauté est, après l'Information-Media, le secteur qui a eu la plus forte progression en 2023.

74 Millions de campagnes Hygiène Beauté ont été certifiées en 2023, contre 32 Millions en 2022, soit une progression de 129% représentant 91 campagnes DOOH sur l'année pour 19 annonceurs.

TOP 10 DES ANNONCEURS DU SECTEUR HYGIÈNE - BEAUTÉ EN 2023











ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE	NB DE CAMPAGNES	PART
1 UNILEVER	35 876 428	11	48%
2 L'OREAL	15 865 852	28	22%
3 AVENE	7 755 290	6	10%
4 CHANEL	2 541 078	9	3%
5 CHRISTIAN DIOR	2 050 913	4	3%
6 KLORANE NEW	1 768 446	2	2%
7 KENZO PARFUMS	1 616 079	3	2%
8 BEIERSDORF	1 176 480	1	2%
9 GUERLAIN	1 043 796	3	1%
10 KIKO	781 727	4	1%

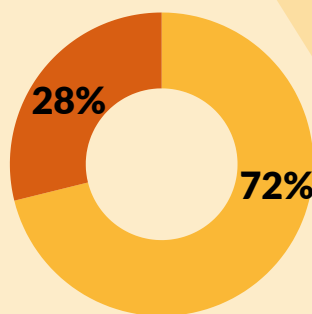
ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS DEPUIS 2021



LE TOP 10 DES ANNONCEURS EN 2023

TOP

	ANNONCEURS		DIFFUSION CERTIFIÉE
1		SANTÉ PUBLIQUE FRANCE	125 524 886
2		NESTLÉ	62 120 304
3		MINISTÈRE DU TRAVAIL	59 008 719
4		DISNEY +	51 934 250
5		MTV NETWORKS	45 229 057
6		BACARDI	42 134 249
7		NETFLIX	37 385 838
8		UNILEVER	36 576 268
9		APPLE	34 944 000
10		SNCF	32 379 920

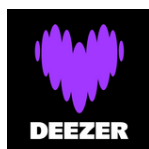


Répartition des annonceurs

- Renouvellement
- Nouveaux annonceurs

PARMI LES NOUVEAUX ANNONCEURS

qui ont vu leurs campagnes DOOH certifiées pour la 1ère fois par l'ACPM en 2023.



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

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