

LES TENDANCES DU DOOH TRUST AU S1 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. Aujourd'hui, **12 régions d'affichage digital** se voient tous les mois certifier leurs campagnes. Cela représente au global un **parc de 30 000 écrans**.

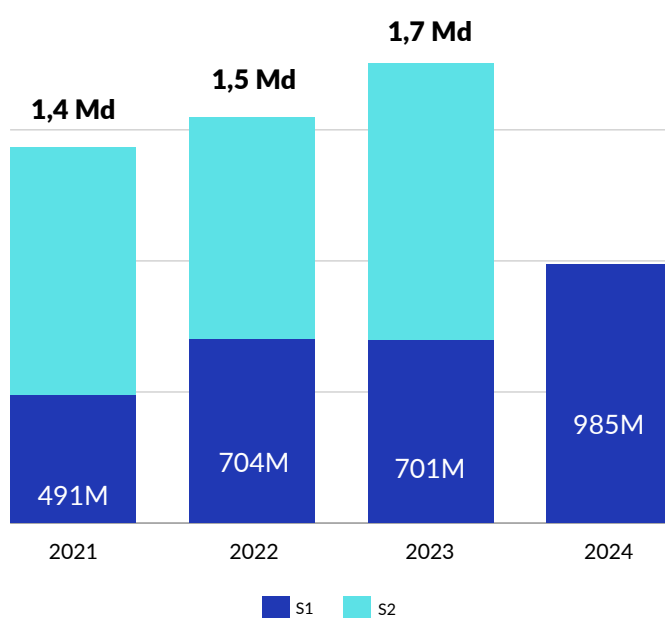
ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS

985 Millions

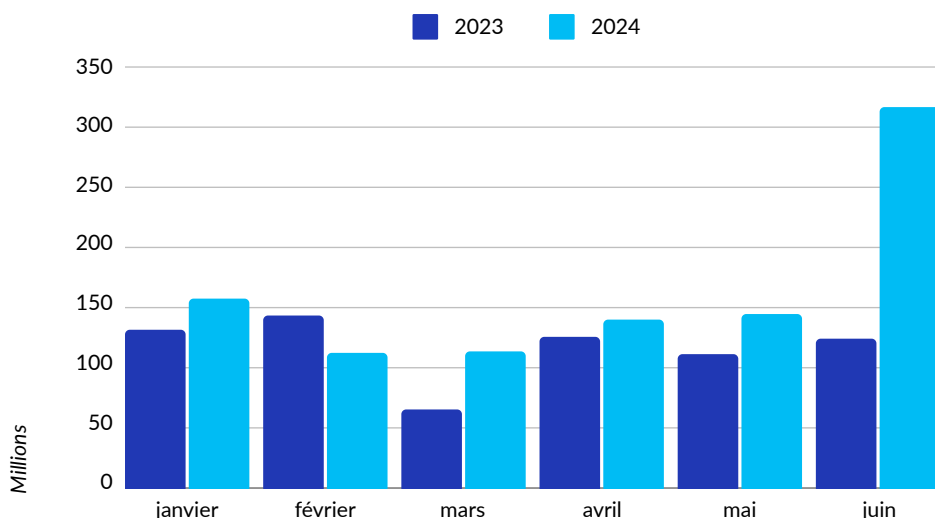
C'est le nombre de spots certifiés au 1er semestre 2024. Jamais l'ACPM n'avait certifié autant de spots sur un 1er semestre.

+40%

C'est l'évolution du nombre de spots certifiés au 1er semestre 2024 vs le 1er semestre 2023.



UN MOIS DE JUIN PARTICULIÈREMENT PERFORMANT



UEFA
EURO2024
GERMANY

EFFET EURO 2024

Winamax et la Française des Jeux représentent à eux seuls **34% des spots certifiés en juin 2024**.



LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



CENTRES
COMMERCIAUX



ENTREPRISES



LIEUX DE SANTÉ



TRANSPORTS

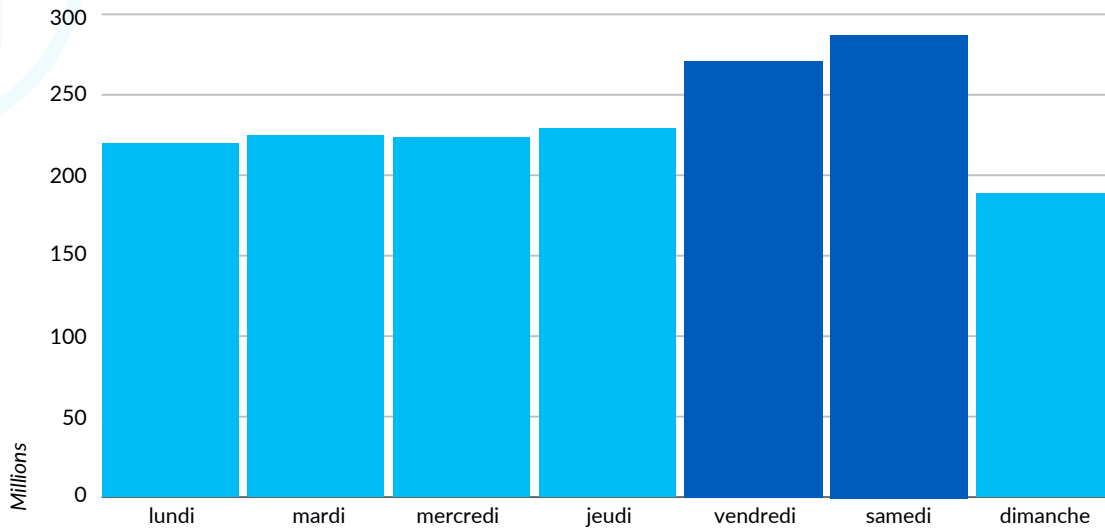


COMMERCES DE
PROXIMITÉ



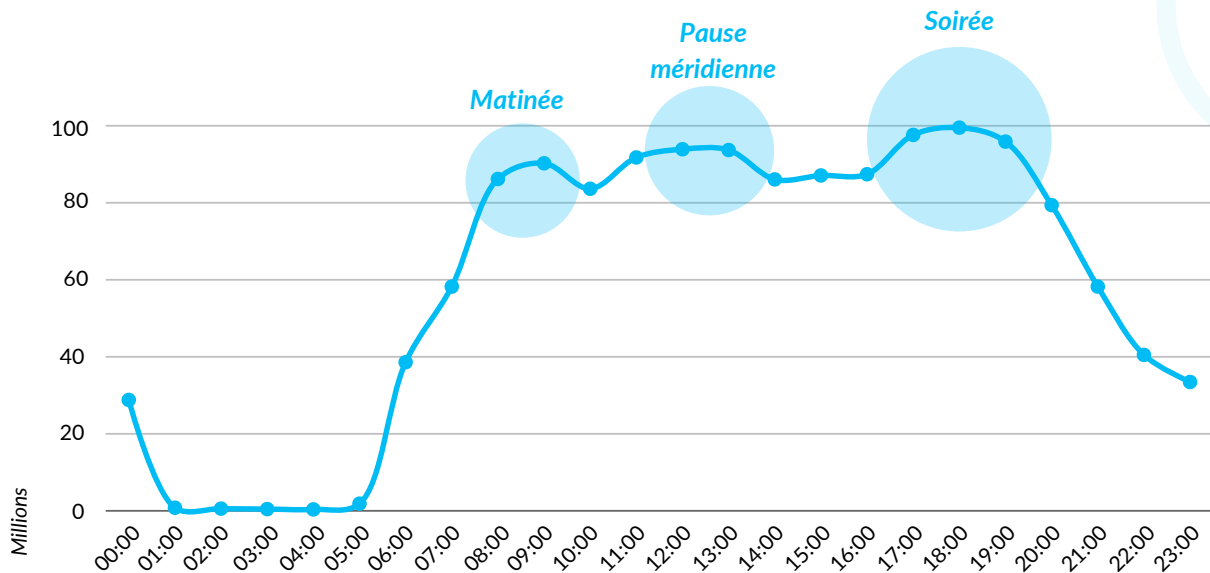
ESPACES PUBLICS

DIFFUSION PAR JOUR DE SEMAINE



En nombre de spots diffusés par jour au 1er semestre 2024

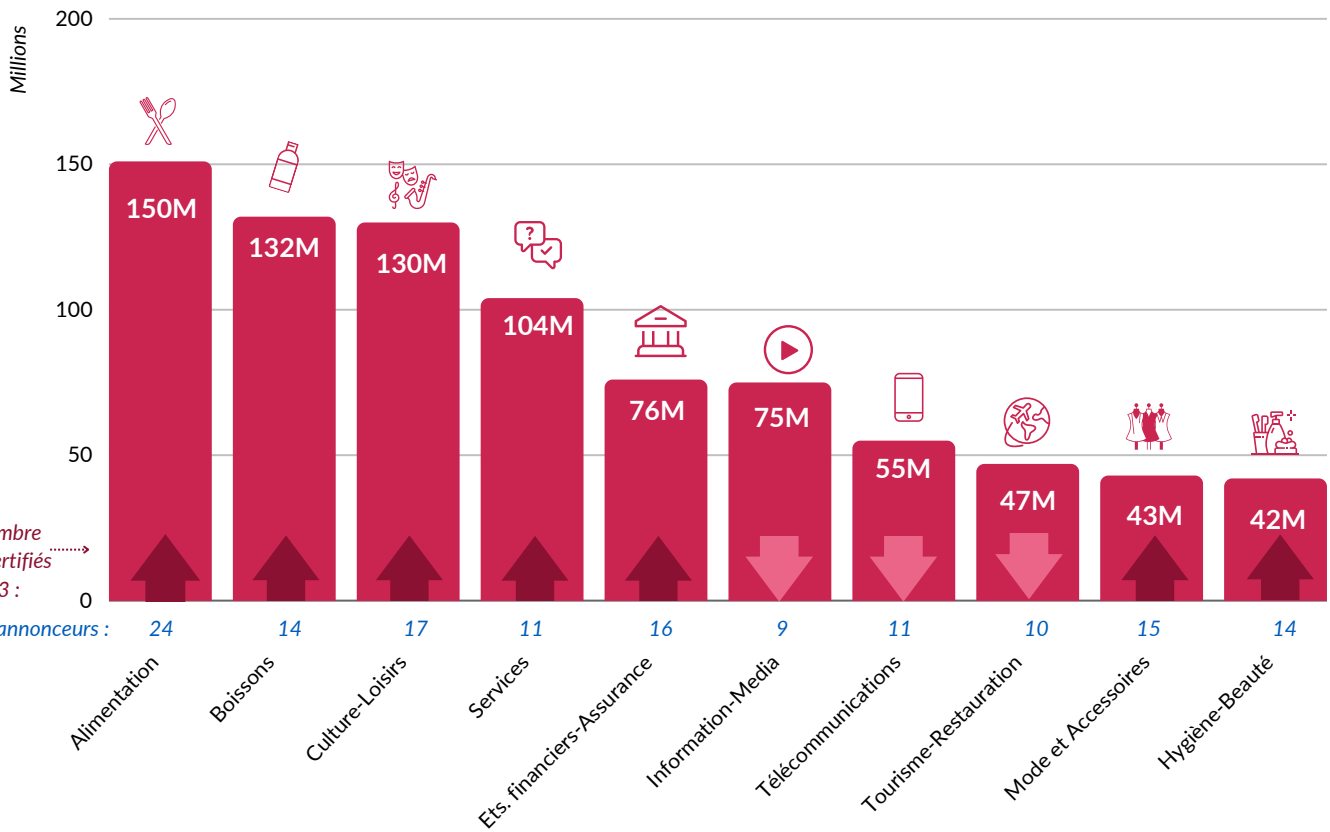
DIFFUSION PAR HEURE



En nombre de spots diffusés par heure au 1er semestre 2024

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions au 1er semestre 2024



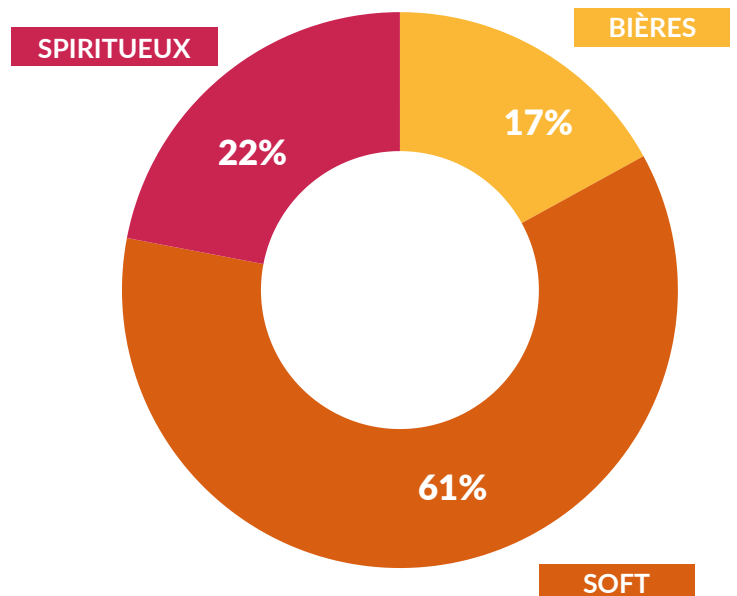
FOCUS SUR LE SECTEUR BOISSONS

Le secteur boissons a obtenu **132 millions de spots certifiés au 1er semestre 2024**, contre 87 millions au 1er semestre 2023. La représentativité d'annonceurs de bières vs le 1er semestre 2023 augmente significativement.

TOP 10 DES ANNONCEURS DU SECTEUR BOISSONS AU S1 2024

Rang	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE*
1	EVIAN	31 001 712
2	COCA-COLA	24 002 655
3	MOËT HENNESSY	16 729 842
4	HEINEKEN	13 723 051
5	PEPSICO	12 855 077
6	NESTLÉ WATERS	11 118 246
7	WILLIAM GRANT	10 502 310
8	AB INBEV	8 234 840
9	RED BULL	1 345 500
10	PERNOD RICARD	1 021 811

RÉPARTITION PAR TYPOLOGIE DE BOISSONS



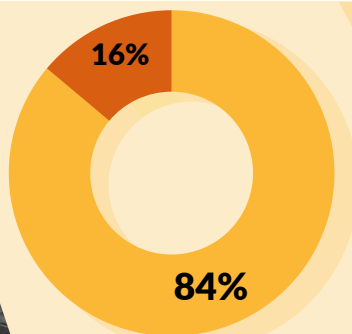
*En nombre de spots certifiés

LE TOP 10 DES ANNONCEURS AU 1ER SEMESTRE 2024

TOP

			ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE*
1			WINAMAX	103 607 776
2			SANTÉ PUBLIQUE	38 203 948
3			EVIAN	31 001 712
4			DANONE	29 784 116
5			NETFLIX	27 558 382
6			COCA-COLA	24 002 655
7			BARILLA	23 603 894
8			MINISTÈRE DES ARMÉES	19 011 860
9			NIKE	18 411 108
10			MOËT HENNESSY	16 729 842

*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 1er semestre 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

Sébastien Manaches, Caroline Jottras, Brittany Belle, David Coat

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | frequentation@acpm.fr

89 rue de Monceau 75008 Paris