

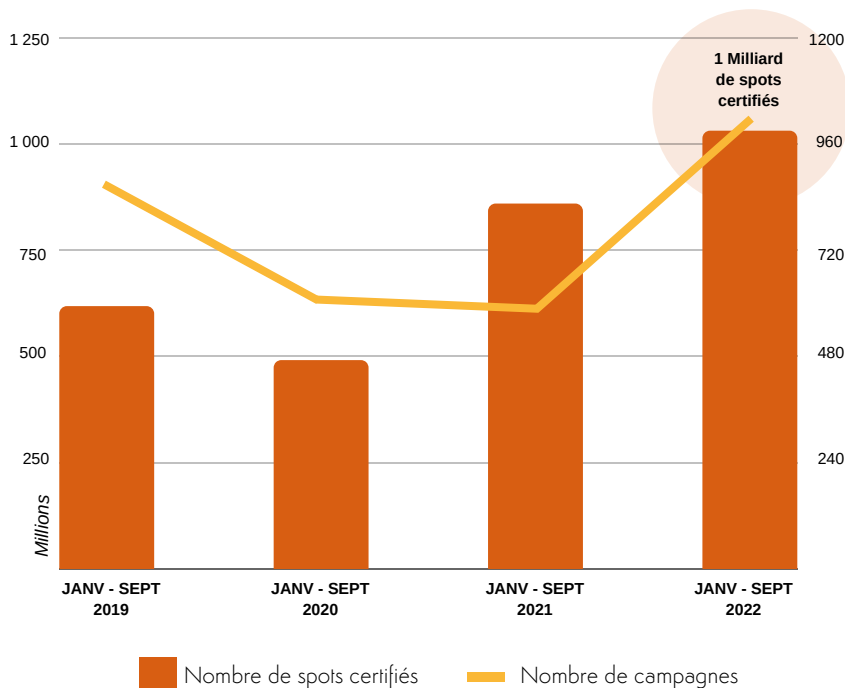
DOOH TRUST

Les tendances du marché de l'affichage digital de janvier à septembre 2022

L'affichage digital enregistre un record sur la période de janvier à septembre 2022 avec un niveau encore jamais atteint : plus d'1 milliard de spots ont été certifiés pour 976 campagnes.

Le tendance se confirme, l'augmentation du nombre de spots certifiés de + 20% par rapport à la même période de 2021 et une croissance de + 45% de campagnes certifiées.

Évolution du nombre de spots certifiés



UNE CAMPAGNE DOOH C'EST ...

208 écrans en moyenne par campagne

8 jours de diffusion en moyenne par campagne

1 million de spots certifiés en moyenne par campagne

5 univers sont représentés :



COMMERCE



TRANSPORT



MOBILIER URBAIN



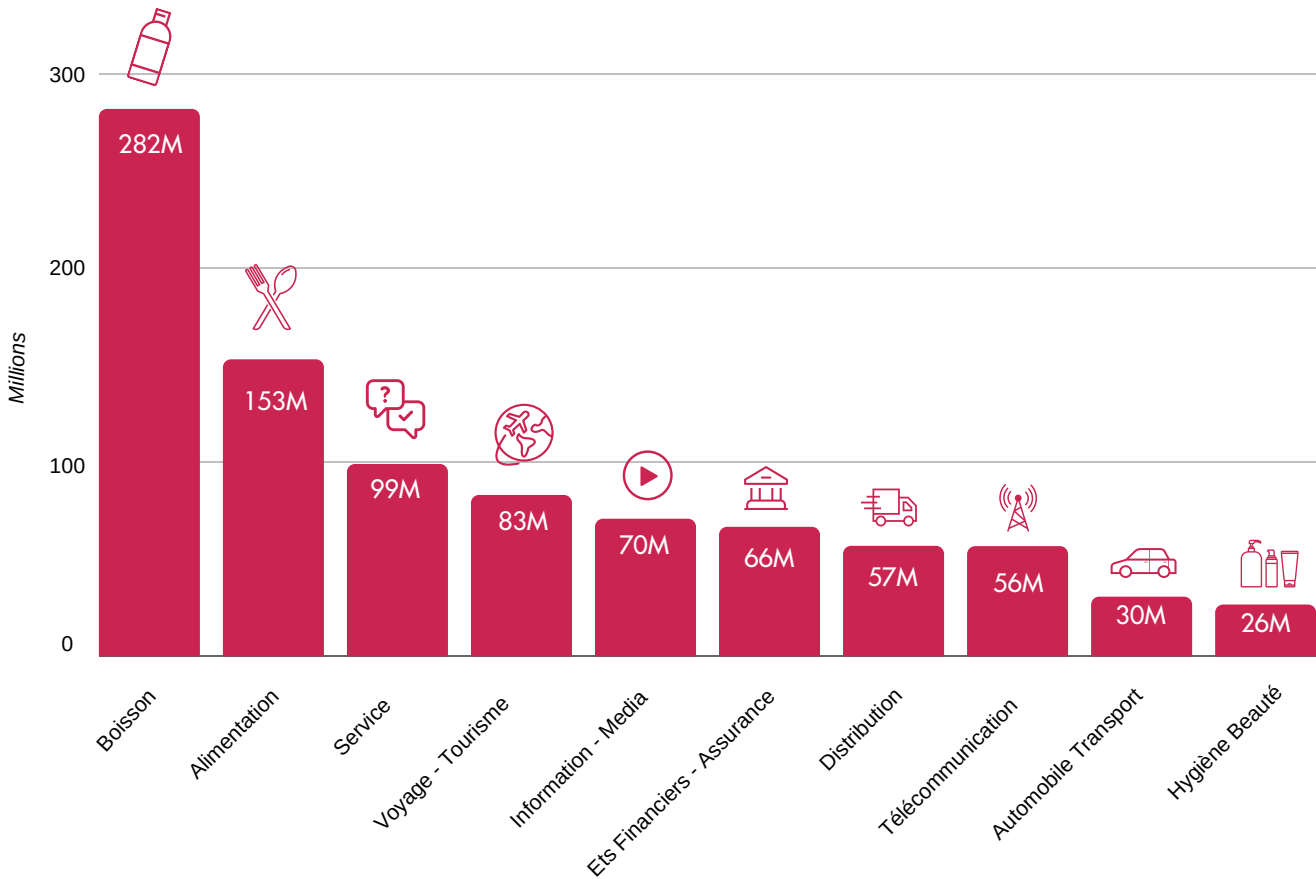
LIEU DE SANTE



B2B

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions aux 3T 2022



FOCUS SUR LE SECTEUR DES SERVICES

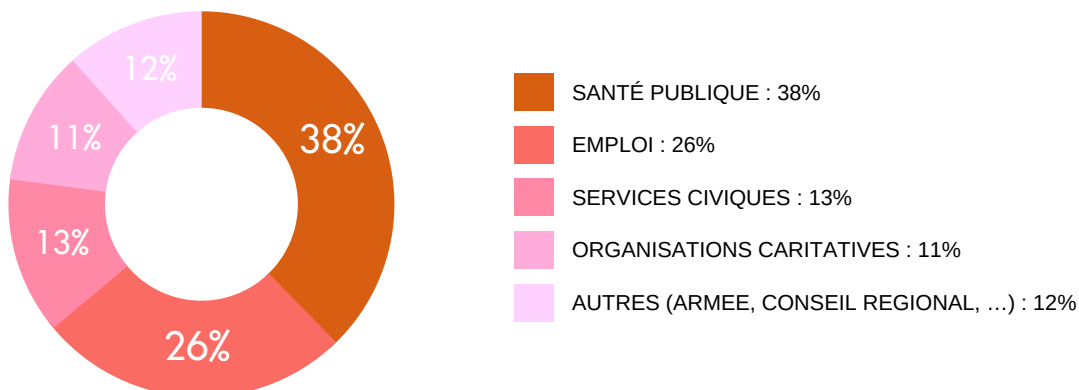
Le DOOH, en tant que media de proximité, a eu un rôle dans la diffusion de messages d'information à caractère public et social.

Les messages de santé publique ont une part importante dans les spots diffusés.

Sur les 9 premiers mois de 2022, à eux seuls ils représentent 38% du secteur des services (en nombre de spots certifiés).

Le Gouvernement (Santé Publique, Service Civique, Emploi, Armée) est l'annonceur principal dans le domaine des services.

Répartition des annonceurs dans le secteur des Services



LES ANNONCEURS AUX 3T 2022

	ANNONCEUR	DIFFUSION CERTIFIÉE*	NOMBRE DE CAMPAGNES
1	ÉTAT FRANCAIS	79 704 960	63
2	PERNOD RICARD	70 499 448	19
3	COCA COLA	69 632 679	17
4	MOËT HENNESSY	61 507 179	21
5	FERRERO	34 759 971	5
6	MONDELEZ	27 975 949	9
7	AMAZON PRIME	26 929 898	24
8	APPLE	24 416 640	2
9	NETFLIX	18 267 011	6
10	ZESPRI	18 218 016	2

*En nombre de spots certifiés.



201 annonceurs



27 nouveaux annonceurs

PARMI LES 27 NOUVEAUX ANNONCEURS

MAC



Cityscoot

Van Cleef & Arpels



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

new balance

Compagnie des Alpes

M
O Musée
d'Orsay

swile

France
Assos
Santé
La voix des usagers

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 |
89 rue de Monceau 75008 Paris