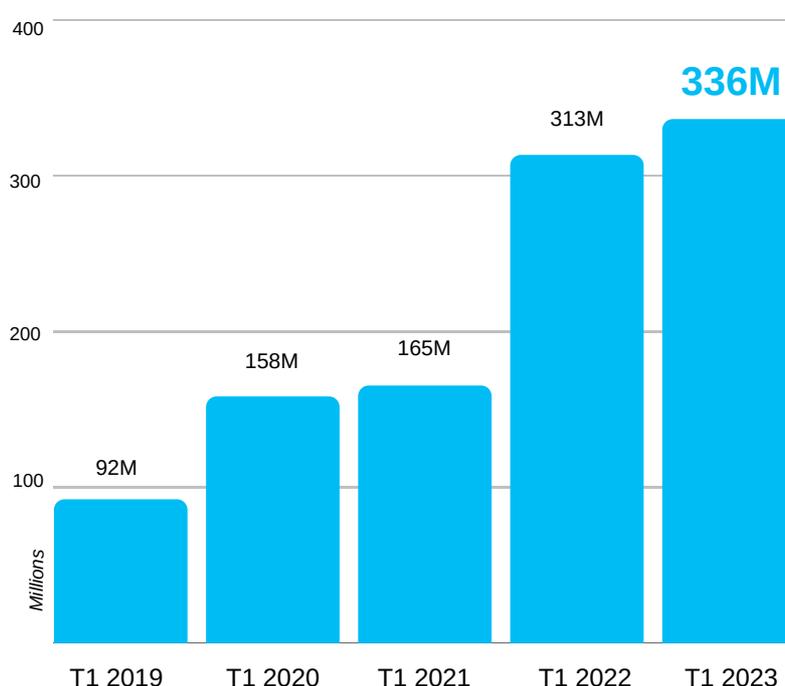


LES TENDANCES DU MARCHÉ DE L’AFFICHAGE DIGITAL AU 1ER TRIMESTRE 2023

Évolution du nombre de spots certifiés aux 1ers trimestres



Ce premier trimestre 2023 marque un nouveau record pour la certification DOOH Trust qui a été lancée en 2018.

De janvier à mars 2023, l'ACPM a certifié 336 Millions de spots sur un total de 323 campagnes, soit une progression en nombre de spots certifiés de 7% par rapport au 1er trimestre 2022, et respectivement de 104% et 107% versus 2021 et 2020.

UNE CAMPAGNE DOOH CERTIFIÉE PAR L'ACPM

Tous les mois, l'ACPM certifie les campagnes DOOH sur la confrontation des déclaratifs des agences médias et des logs de diffusion de spots des régies d'affichage.

Une campagne DOOH est certifiée par l'ACPM dès lors que la diffusion déclarée par les agences media a été atteinte par la régie d'affichage.

1

million de spots en moyenne par campagne.

188

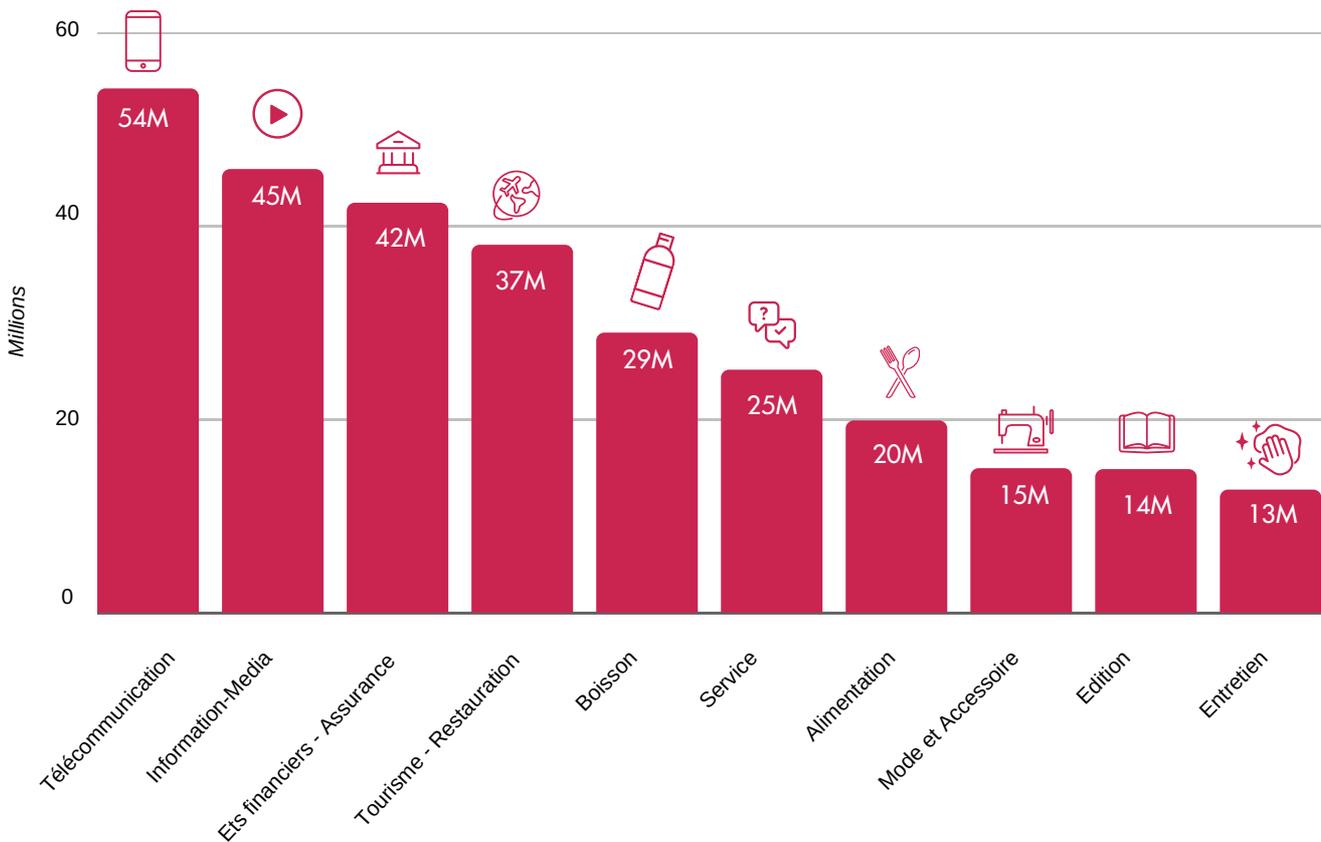
écrans, c'est le nombre moyen d'écrans sur lesquels une campagne est diffusée.

13

jours, c'est le nombre moyen de jours de diffusion d'une campagne.

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions au 1er trimestre 2023



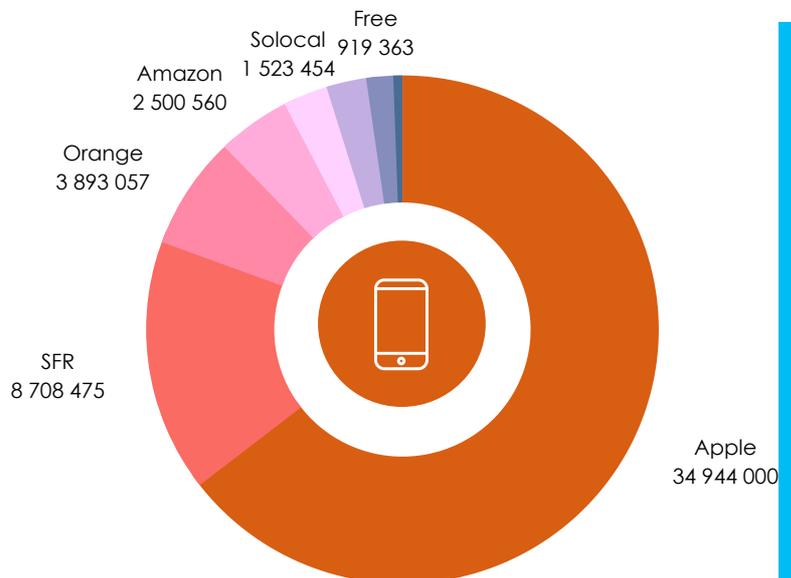
FOCUS SUR LE SECTEUR TÉLÉCOMMUNICATION

Le secteur des télécommunications concerne 16% du nombre de spots certifiés au 1er trimestre 2023 (vs. 5% en 2022 et 11% en 2021 sur la même période.)

8 annonceurs sont représentés dans ce secteur d'activité, dont le fournisseur d'accès à Internet, Free qui voit pour la première fois ses campagnes DOOH certifiées par l'ACPM.

TOP 10 DES ANNONCEURS DANS LE SECTEUR TÉLÉCOMMUNICATION AU T1 2023

ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE
1 APPLE	34 944 000
2 SFR	8 708 475
3 ORANGE	3 893 057
4 AMAZON	2 500 560
5 SOLOCAL	1 523 453
6 BOUYGUES TELECOM	1 368 191
7 FREE NEW	919 363
8 AMAZON MUSIC	308 620



LES ANNONCEURS AU 1ER TRIMESTRE 2023

	ANNONCEUR	DIFFUSION CERTIFIÉE	SECTEURS D'ACTIVITÉS
1	APPLE	34 944 000	Télécommunication
2	EVIAN	21 776 832	Boisson
3	ARMEE	19 392 915	Service
4	NETFLIX	14 772 217	Information - Media
5	UBER EATS	11 387 012	Tourisme - Restauration
6	CANAL +	10 837 012	Information - Media
7	ZERO ZONE NEW	9 234 763	Entretien
8	MAEVA	8 708 475	Tourisme - Restauration
9	MTV NETWORKS	8 228 977	Information - Media
10	NIKE	7 974 851	Mode & Accessoire
11	SFR	8 708 475	Télécommunication
12	LA BANQUE POSTALE	8 228 977	Ets Financiers - Assurance
13	PFIZER NEW	7 974 851	Santé
14	AMAZON PRIME	7 791 548	Information - Media
15	SONY PICTURES	7 593 594	Edition

PARMI LES NOUVEAUX ANNONCEURS

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











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 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 media en plein développement.

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 via un Communiqué de Presse

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