

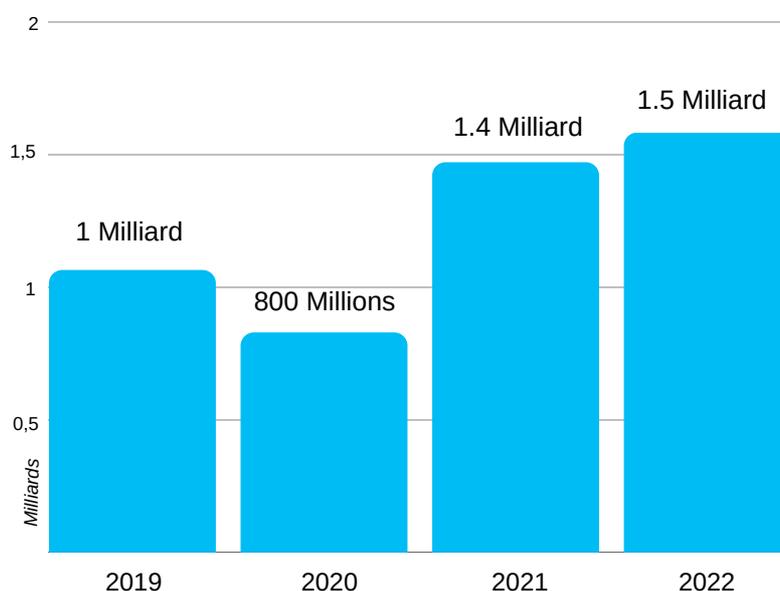
## LES TENDANCES DU MARCHÉ DE L’AFFICHAGE DIGITAL EN 2022

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.

L'affichage digital en 2022 est en **progression de 7%** en nombre de spots certifiés et de **11% en nombre de campagnes**.

On enregistre **1,5 Milliard de spots** certifiés pour 1294 campagnes sur l'ensemble de l'année 2022.

### Évolution du nombre de spots certifiés par an



## LES CHIFFRES CLÉS DE L'ANNÉE 2022



**1294** campagnes certifiées

+ 11% vs. 2021



**1.5** milliard de spots certifiés

+ 7% vs. 2021

**1.2**

million de spots en moyenne par campagne.

**10**

secondes, c'est la durée moyenne d'un spot.

**271**

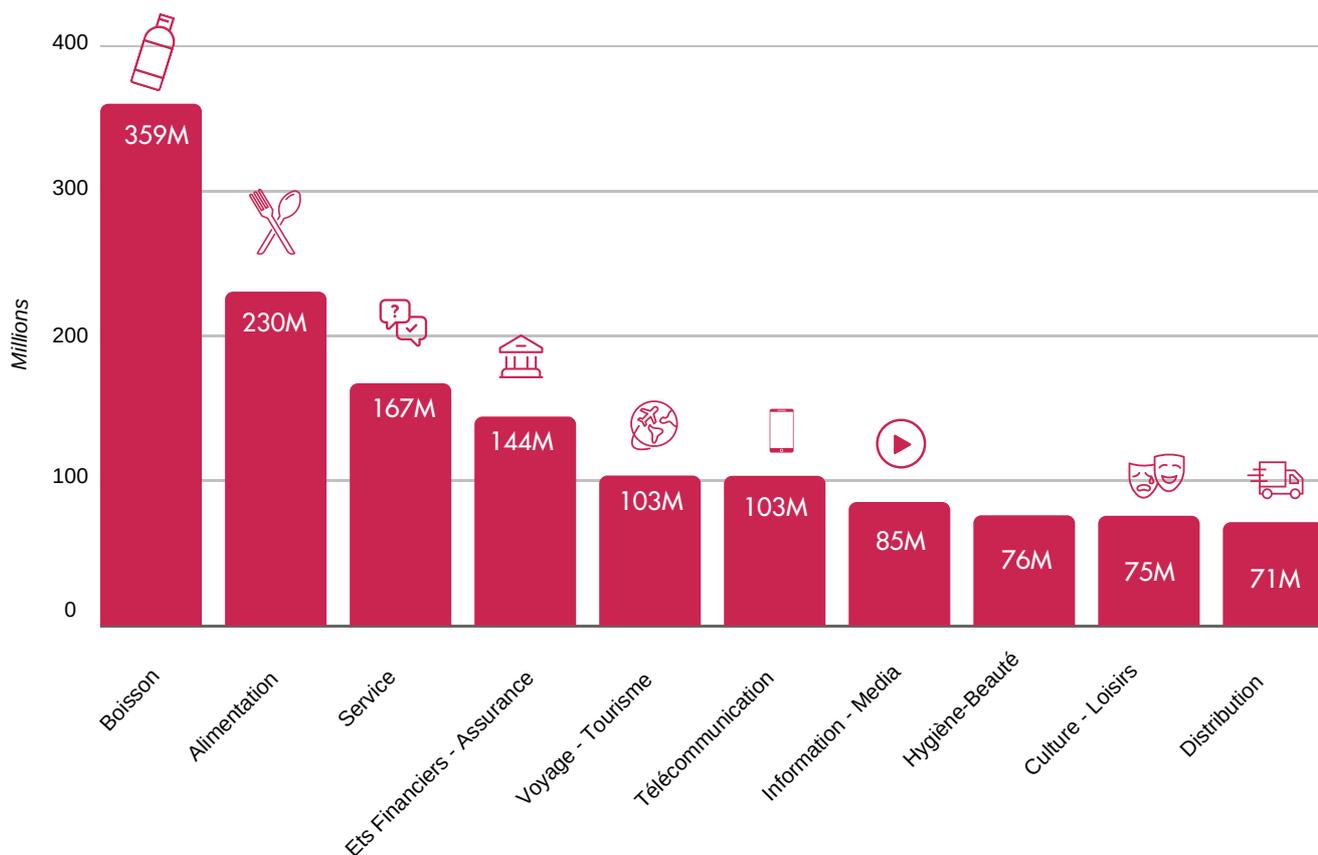
écrans, c'est le nombre moyen d'écrans sur lesquels une campagne est diffusée.

**12**

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

## LES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nombre de spots certifiés en millions en 2022

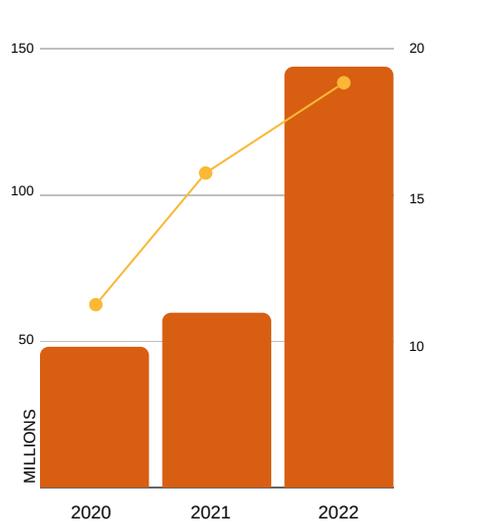


## FOCUS SUR LE SECTEUR FINANCE

Le secteur de la finance est celui qui a le plus augmenté en 2022 en nombre de spots certifiés, soit 84 Millions de spots certifiés en plus par rapport à 2021.

On note également une augmentation du nombre d'annonceurs provenant de ce secteur qui ont vu leurs campagnes DOOH certifiées, passant de 46 en 2021 à 76 campagnes en 2022.

### NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS ET NOMBRE D'ANNONCEURS DU SECTEUR FINANCE EN 2022



■ Nombre de spots certifiés — Nombre d'annonceurs

### TOP 10 DES ANNONCEURS FINANCES SUR 2022

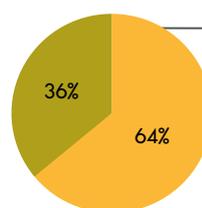
RANG	ANNONCEURS	DIFFUSION CERTIFIÉE	EVOL VS. 2021
1	AXA	40 400 260	+ 234%
2	VISA/MASTERCARD	22 224 166	+ 473%
3	AMERICAN EXPRESS	20 071 820	+ 174%
4	ARKEA	11 422 719	+ 1098%
5	LA POSTE	9 796 942	- 6%
6	BOURSORAMA	8 225 413	NEW!
7	LA BANQUE POSTALE	7 934 865	+ 133%
8	SOCIETE GENERALE	5 560 726	+ 16%
9	KLARNA	3 952 709	+ 350%
10	AMUNDI	3 817 732	NEW!

## LES ANNONCEURS EN 2022

	ANNONCEUR	DIFFUSION CERTIFIÉE*	NOMBRE DE CAMPAGNES
1	ARMÉE	131 888 679	93
2	MOET HENNESSY	100 167 896	54
3	PERNOD RICARD	70 499 448	22
4	COCA COLA	70 293 379	25
5	FERRERO	51 970 851	12
6	HENKEL	47 888 208	11
7	AXA	40 400 260	10
8	MONDELEZ	35 831 934	12
9	WINAMAX	35 341 368	5
10	NORVEGIAN FOOD	32 915 520	6

\*En nombre de spots certifiés.

 **241** annonceurs



Répartition des annonceurs

 Renouvellement

 Nouveaux annonceurs

## PARMI LES 88 NOUVEAUX ANNONCEURS



## 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