



# LES CERTIFICATIONS NUMÉRIQUES



**LE DOOH (DIGITAL OUT-OF-HOME)**



**ACPM**  
LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

# LE TIERS CERTIFICATEUR HISTORIQUE DES MÉDIAS

LABELLISER, CONTRÔLER, CERTIFIER, PUBLIER



L'ACPM, née de la fusion entre l'OJD (créé en 1923) et d'AudiPresse, est la seule organisation capable de fournir au marché des **données unifiées et certifiées sur la fréquentation exhaustive des contenus médias** (sites, applications, radios, podcasts et affichage digital)

L'ACPM définit en concertation avec le marché **les règles de contrôle** et harmonise les indicateurs de dénombrement de chaque média.

Toute certification se base sur **la labellisation préalable d'outils de mesure ou de diffusion** respectant un cahier des charges exigeant.

# FAIRE CERTIFIER LES DONNÉES DE VOS CAMPAGNES DOOH PAR L'ACPM VOUS PERMET DE :

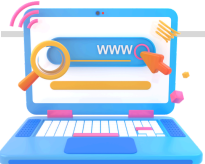
- **Valoriser vos campagnes DOOH**
- **Participer à la professionnalisation** du marché, en répondant aux attentes des annonceurs et des agences médias
- **Vous comparer** sans ambiguïté aux autres acteurs du marché
- **Gagner en visibilité** et en reconnaissance



# LES CERTIFICATIONS NUMÉRIQUES

**SITES WEB**  
Depuis 2001

600 Sites



**APPLICATIONS**  
Depuis 2011

100 Applications



**DOOH**  
Depuis 2018

150 campagnes  
contrôlées en  
moyenne par  
mois



13 régions  
adhérentes

1 500 Radios  
150 Marques Radios



**RADIOS**  
Depuis 2013

**PODCASTS**  
Depuis 2020

900 Podcasts  
70 Marques Podcasts



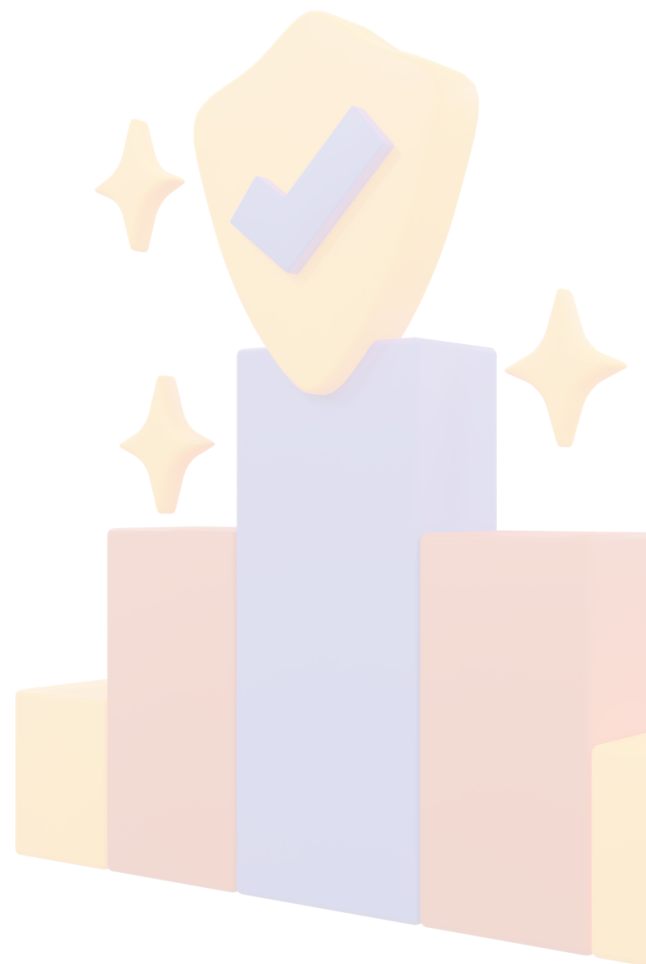
# ACPM N'EST PAS MESUREUR MAIS CERTIFICATEUR

L'ACPM est le seul certificateur à être basé sur les règles internationales (IAB, IFABC, ...) permettant ainsi de proposer aux éditeurs une mesure comparable et fiable des contenus numériques.



# LANCEMENT DU DOOH TRUST EN 2017

## FIABILITÉ ET TRANSPARENCE POUR L'ENSEMBLE DU MARCHÉ DOOH



- La signature du seul tiers de confiance référent du marché.
- Une certification en temps réel et permanente.
- Des bilans de campagne fiables pour les agences et annonceurs.
- Un label pour les régies qui s'engagent dans la transparence.
- Une publication trimestrielle des tendances du marché DOOH.

# CHIFFRES CLÉS DE LA CERTIFICATION DOOH TRUST

Au global, toutes régies confondues, depuis le lancement du DOOH Trust :

- Plus de **10000** campagnes certifiées.
- Soit **12 Milliards** de spots certifiés.



4 DOOH Trends envoyés par an

Tous les trimestres, l'ACPM publie une étude sur le marché du DOOH à l'attention du marché.

[Retrouvez les études](#)



- **13 régies** adhérentes labellisées.
- **5 groupes** de communication partenaires.



# LE FONCTIONNEMENT DU CONTRÔLE DOOH TRUST

## DÉCLARATIF DU PRÉVISIONNEL

AGENCE



Chaque agence adresse à l'ACPM un fichier contenant le prévisionnel de diffusion de la campagne.



## CONTRÔLE

ACPM



Les données sont analysées, agrégées par l'outil de contrôle de l'ACPM.



## COLLECTE DES LOGS

RÉGIE



Chaque régie dépose quotidiennement sur les serveurs de l'ACPM les fichiers journaux / logs enregistrés par les écrans digitaux.



## CERTIFICATION

ACPM

Certification des données de diffusions des campagnes pour les agences.



ACPM

# DE NOMBREUX ACTEURS...

## LES 13 RÉGIES ADHÉRENTES

ADgency  
ORISHA

cityz  
MEDIA

DOOHYOU LIKE

ECN

fill up  
media  
Faites le plein d'audience

GIRAUDY

JCDecaux

in-Store Media

IMEDIA  
CENTER

ids  
media

media  
transports

PHENIX  
DIGITAL STREET

PHENIX  
DIGITAL MALLS

## LES AGENCES MÉDIAS

HAVAS  
Media Network

SCREENBASE

IPG MEDIABRANDS

PUBLICIS  
GROUPE

OMG  
OmnicomMediaGroup

WPP Media

dentsu



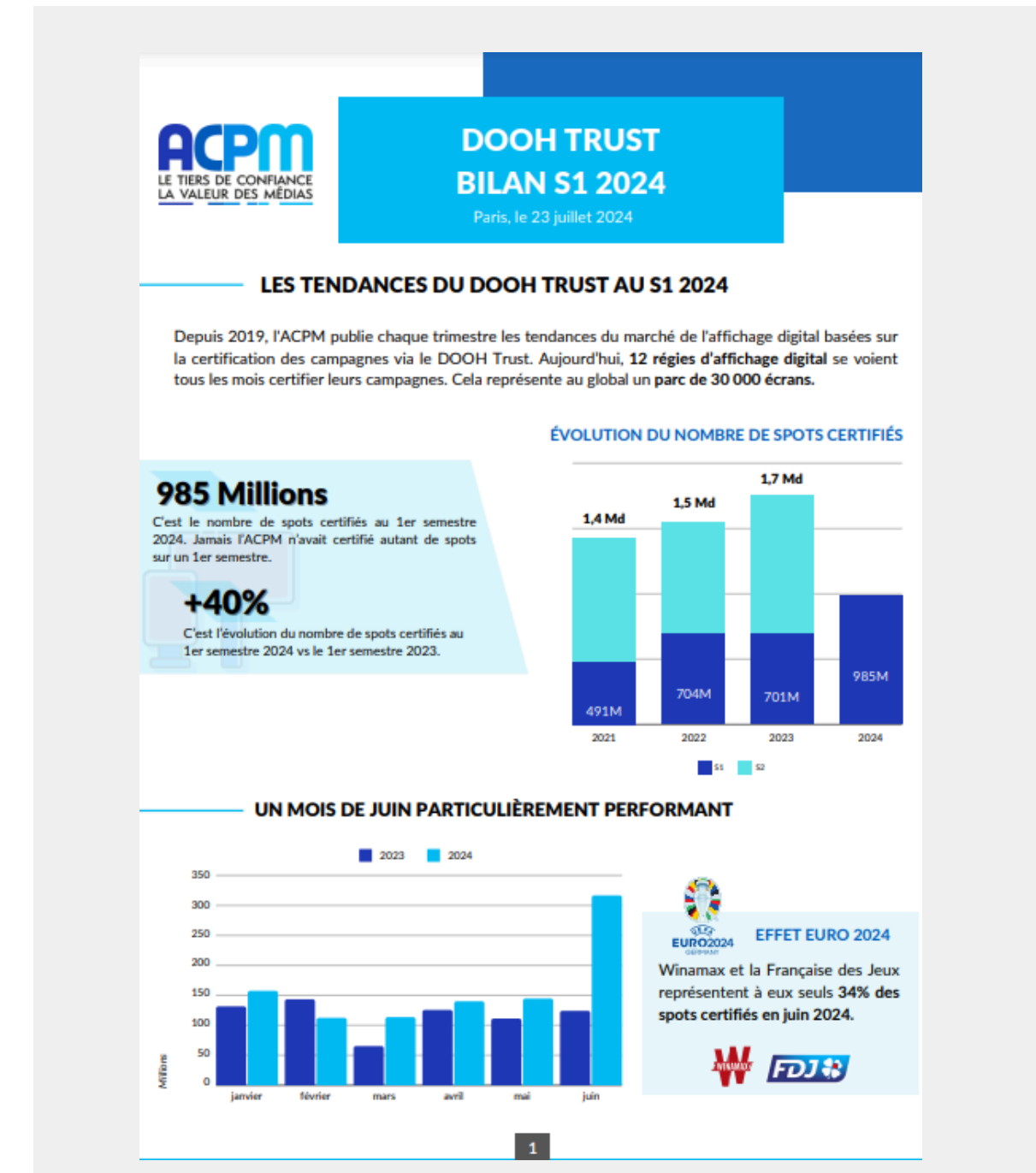
# L'OBJECTIF DU DOOH TRUST EST TRIPLE

2/3

## PUBLICATION DES DOOH TRENDS TOUS LES TRIMESTRES

Tous les trimestres, l'ACPM publie un communiqué sur l'état du marché DOOH en se basant sur l'ensemble des chiffres des régies adhérentes.

[Retrouvez les études DOOH Trust](#)



# L'OBJECTIF DU DOOH TRUST EST TRIPLE

3 / 3

## LA LABELLISATION DES RÉGIES

Décerner un label DOOH Trust aux régies qui s'engagent dans la transparence et la certification.

Une régie est labellisée **DOOH Trust** après six mois d'activité de campagnes certifiées, si au moins 80 % des campagnes déposées par les agences sont certifiées chaque mois.

13 régies ont déjà obtenu le label DOOH Trust.



# LES UNIVERS DE DIFFUSION

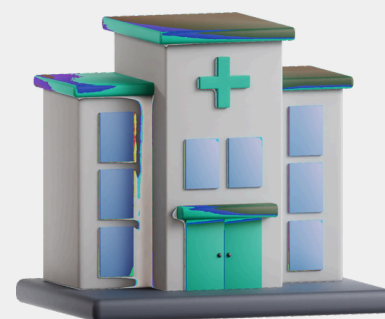
## INDOOR / OUTDOOR



CENTRES  
COMMERCIAUX



ENTREPRISES



LIEUX DE SANTÉ



STATIONS SERVICES



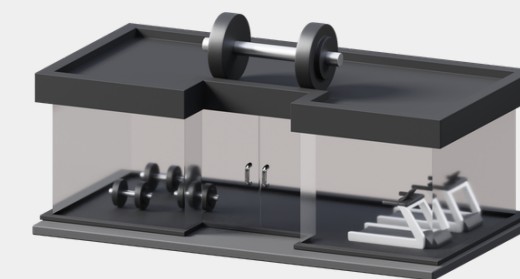
TRANSPORTS



COMMERCE DE  
PROXIMITÉ



ESPACES PUBLICS



SALLES DE SPORT

# INTÉRÊT POUR UNE AGENCE DE PARTICIPER AU DOOH TRUST



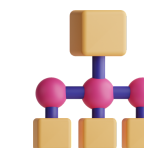
Avoir la certitude que les campagnes DOOH achetées ont bien été diffusées.



Bénéficier des indicateurs enrichis sur la diffusion des campagnes.



Cette certification n'engendre aucun frais supplémentaire pour les agences déjà adhérentes à l'ACPM.



Participer à l'industrialisation du marché du DOOH.



Faire connaître le DOOH auprès du marché publicitaire à travers les publications des DOOH Trends.



# PROCÉDURE D'ADHÉSION DE LA RÉGIE AU DOOH TRUST

La régie demande à adhérer à l'ACPM.



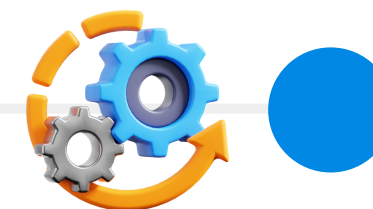
L'ACPM envoie un bulletin d'adhésion avec une facture des frais de set-up et des droits fixes.



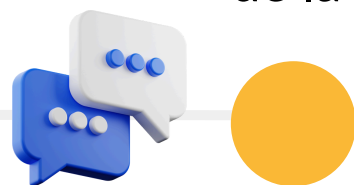
Lorsque les tests en pré-prod sont concluants, migration de la réception des logs régie en production.



Mise en place des tests de réception des logs de la régie sur le FTP et la pré-prod.



L'ACPM prévient les agences média partenaires de déposer les campagnes de la nouvelle régie.



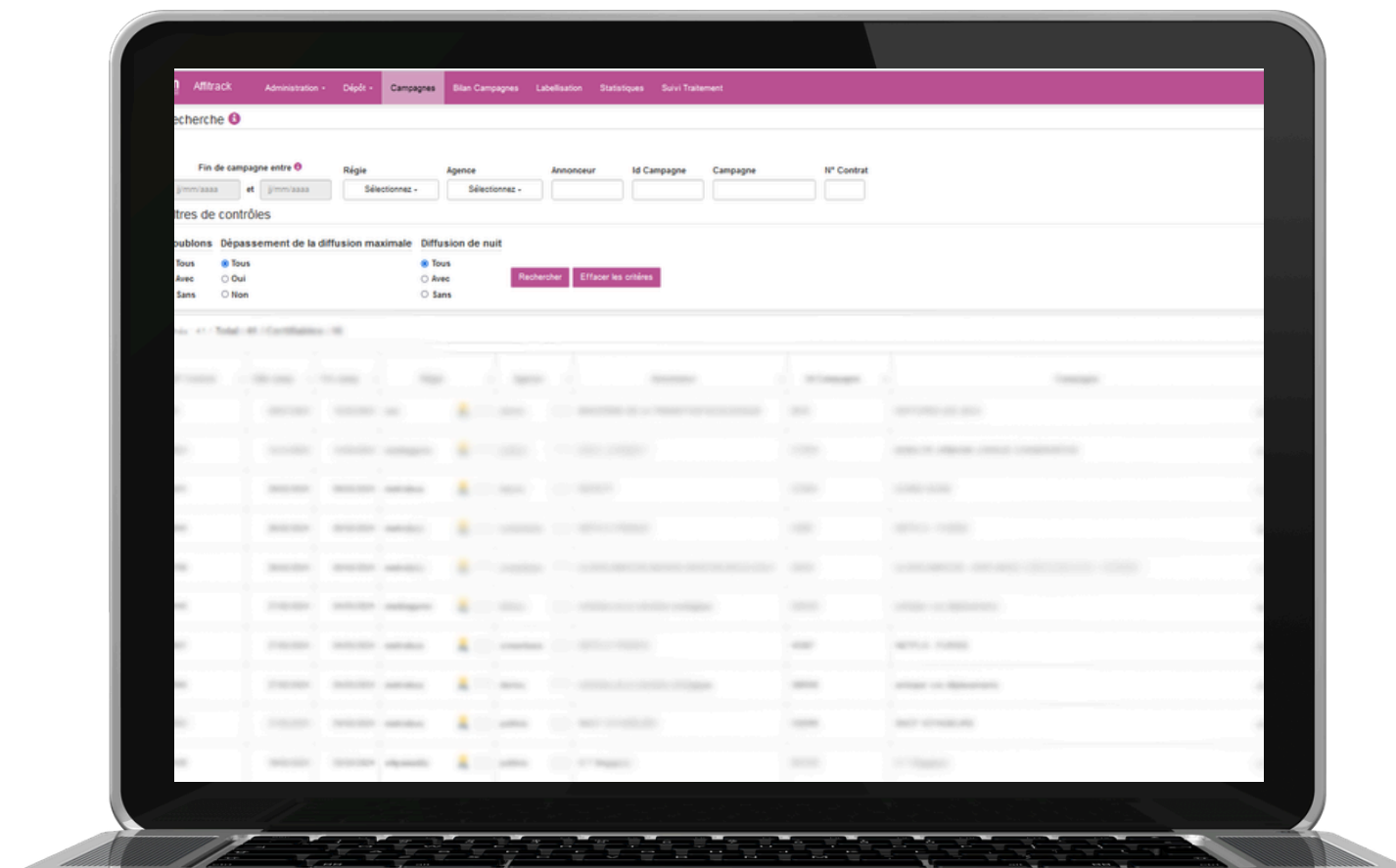
Au bout de 6 mois, à partir de la date de la 1ère campagne certifiée, la régie peut prétendre à être certifiée.



Les 1ères campagnes de la régie sont certifiées.

# OUTIL AFFITRACK

L'ACPM a développé un outil propriétaire permettant aux régies et aux agences de suivre leurs campagnes certifiées. Cet outil offre notamment un accès à leurs bilans de diffusion ainsi qu'à divers KPI, tels que la diffusion par tranche horaire.



## NOUVEAUX KPI

TRANCHES HORAIRES

JOURS DE DIFFUSION

GEOLOCALISATION

En rendant cette donnée accessible via un tiers de confiance, l'ACPM offre aux acteurs du marché un cadre sécurisé, standardisé et transparent.

**La diffusion de l'indicateur de géolocalisation répond à des enjeux à la fois commerciaux et stratégiques : elle facilite les arbitrages d'achat, renforce la comparabilité des offres, sécurise les investissements publicitaires et contribue à la valorisation des inventaires DOOH.**

Cette démarche s'inscrit pleinement dans la mission de l'ACPM visant à structurer le marché et à renforcer la confiance entre régies, agences et annonceurs.

# TRANCHES HORAIRES

# GÉOLOCALISATION

JOURS DE DIFFUSION

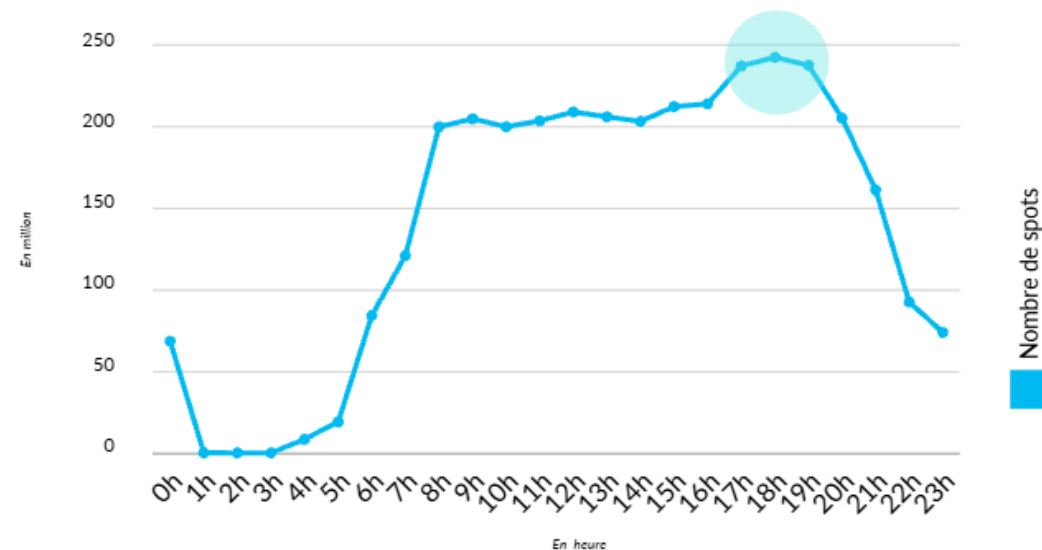


TRANCHES HORAIRES

GÉOLOCALISATION



NOMBRE DE SPOTS PAR RAPPORT A LA DIFFUSION HORAIRE



Les tranches horaires et les jours de diffusion constituent des indicateurs déterminants dans l'achat de campagnes DOOH. Le fait que ces informations soient désormais accessibles via un tiers de confiance renforce la transparence sur les campagnes effectivement achetées, notamment en termes de répartition par jours et par plages horaires.

La géolocalisation apporte une visibilité précise sur les zones de diffusion d'une ou de plusieurs campagnes DOOH. Cet indicateur constitue un enjeu majeur, tant pour les régies que pour les agences, dans la mesure où il permet de qualifier les dispositifs activés et d'analyser finement la couverture géographique des campagnes.

# LES TARIFS 2026 - DOOH

- **Frais de set-up et développements** : 25 000 € HT (une seule fois, à l'adhésion).
- **Droits fixes** : 750€ HT (annuel).
- **Frais de contrôles (annuel en HT)** .

NB DE SPOTS RÉALISÉS Moyenne mensuelle	TARIFICATION ANNUELLE EN € HT
Jusqu'à 5 millions	6 000 €
De 5 000 001 à 10 millions	12 000 €
10 000 001 à 20 millions	20 000 €
20 000 001 à 40 millions	26 500 €
40 000 001 à 100 millions	36 500 €
Plus de 100 millions	50 000 €

# ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

 89 Rue de Monceau, 75008 Paris



CONTACT : [frequentation@acpm.fr](mailto:frequentation@acpm.fr)



[www.acpm.fr](http://www.acpm.fr)