



Paris, le 29 Avril 2026

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE BILAN DES TENDANCES DE L’AFFICHAGE DIGITAL AU PREMIER TRIMESTRE 2026

Depuis 2018, l’ACPM publie chaque trimestre les tendances du marché de l’affichage digital, fondées sur la certification des diffusions de campagnes via le DOOH Trust. Aujourd’hui, 13 régies d’affichage digital bénéficient d’une certification mensuelle, représentant un réseau de **50 000 écrans**.

**535**  
Millions

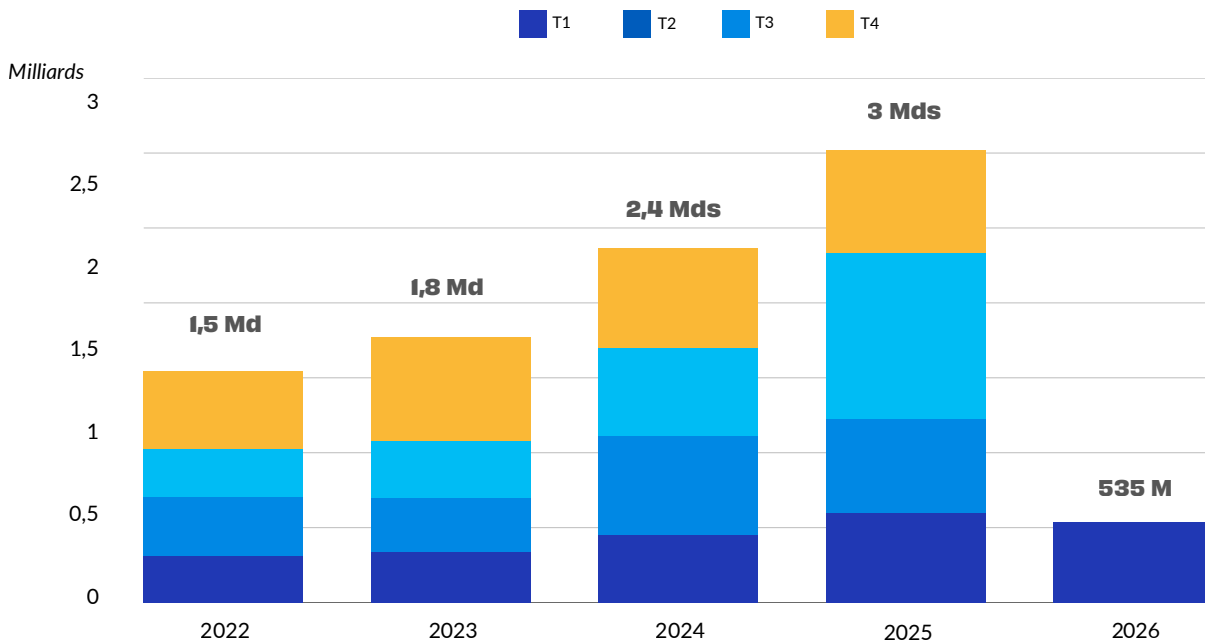
C’est le nombre de spots certifiés sur le premier trimestre 2026

**306**

C’est le nombre de campagnes certifiées sur le premier trimestre 2026

Soit **1,7 Million** de spots en moyenne par campagne.

## NOMBRE DE SPOTS CERTIFIÉS PAR L’ACPM PAR TRIMESTRE\*



## LES UNIVERS DE DIFFUSION DU DOOH



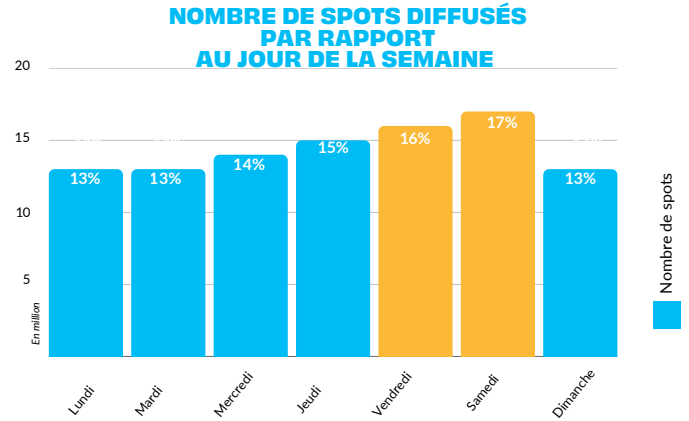
\*Données susceptibles d’évoluer en fonction des déclarations ou mises à jour des agences au cours du trimestre.

# HABITUDES DE CONSOMMATION

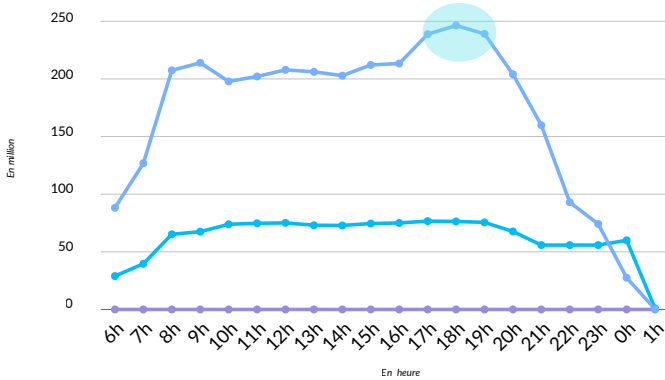


## DIFFUSION PAR JOUR

On observe une concentration de la diffusion en fin de semaine : **le vendredi et le samedi totalisent à eux deux 33 %** de la diffusion hebdomadaire, tandis que le dimanche constitue le jour le plus faible avec seulement 13 %. Les jours de semaine affichent une diffusion croissante au fil des jours, progressant graduellement du lundi au vendredi, pour atteindre un pic de diffusion le samedi.



### NOMBRE DE SPOTS PAR RAPPORT À LA DIFFUSION HORAIRE



## DIFFUSION PAR HEURE

La diffusion des spots suit une courbe quotidienne structurée, elle **atteint son pic de forte audience entre 17h et 19 h**, puis diminue fortement.

Cette répartition montre que les campagnes se concentrent sur les plages de visibilité maximales **tout en respectant les préconisations du Grenelle de l'environnement sur la diffusion nocturne.**

## CHIFFRES CLÉS



11

### Secondes

C'est la durée moyenne d'un spot.



307

C'est le nombre d'écrans moyen par campagne.

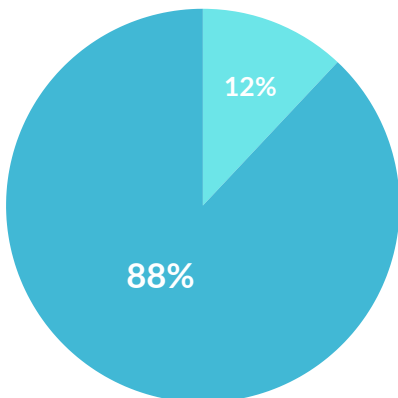


99%

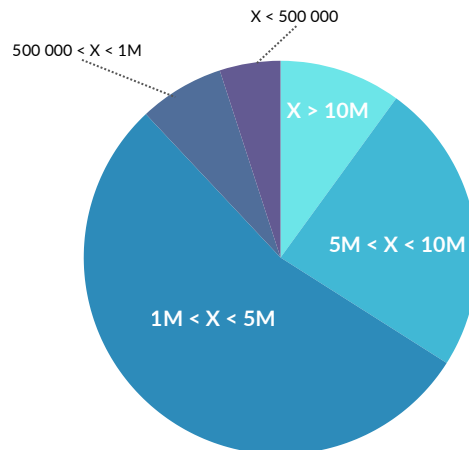
C'est le taux de certification de la diffusion des campagnes.

### NOMBRE DE NOUVEAUX ANNONCEURS AU T1 2026

Nouveaux annonceurs  
Annonces qui ont déjà des campagnes certifiées



### RÉPARTITION DES CAMPAGNES PAR NOMBRE DE SPOTS



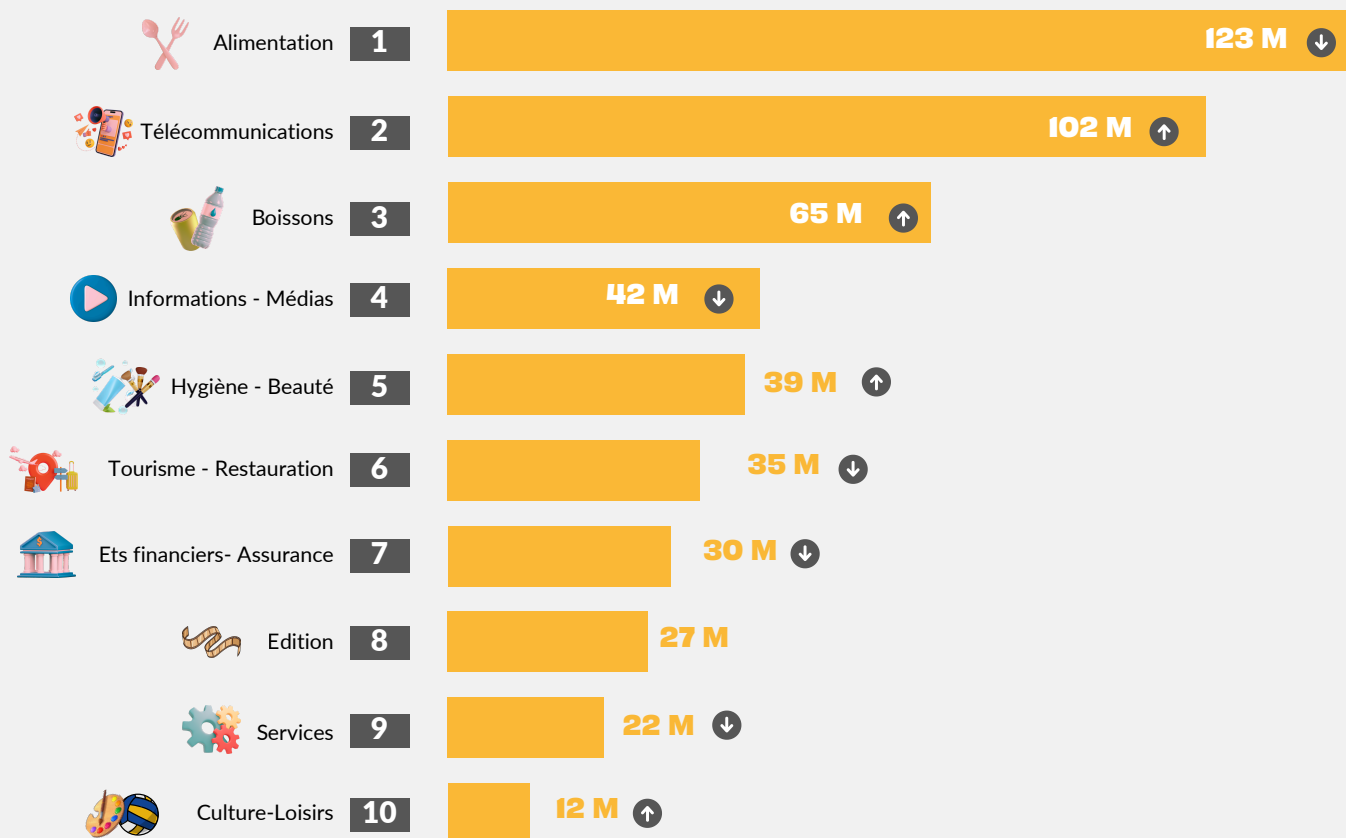
La répartition en nombre de spots des campagnes reste stable avec une augmentation uniquement sur la tranche des spots entre 1 et 5 Millions de spots. Celle-ci augmente **de 5% par rapport au premier trimestre 2025.**



# LE TOP 10 DES SECTEURS D'ACTIVITÉS DU DOOH TRUST AU PREMIER TRIMESTRE 2026

Nombre de spots certifiés en millions sur le premier trimestre 2026 par l'ACPM

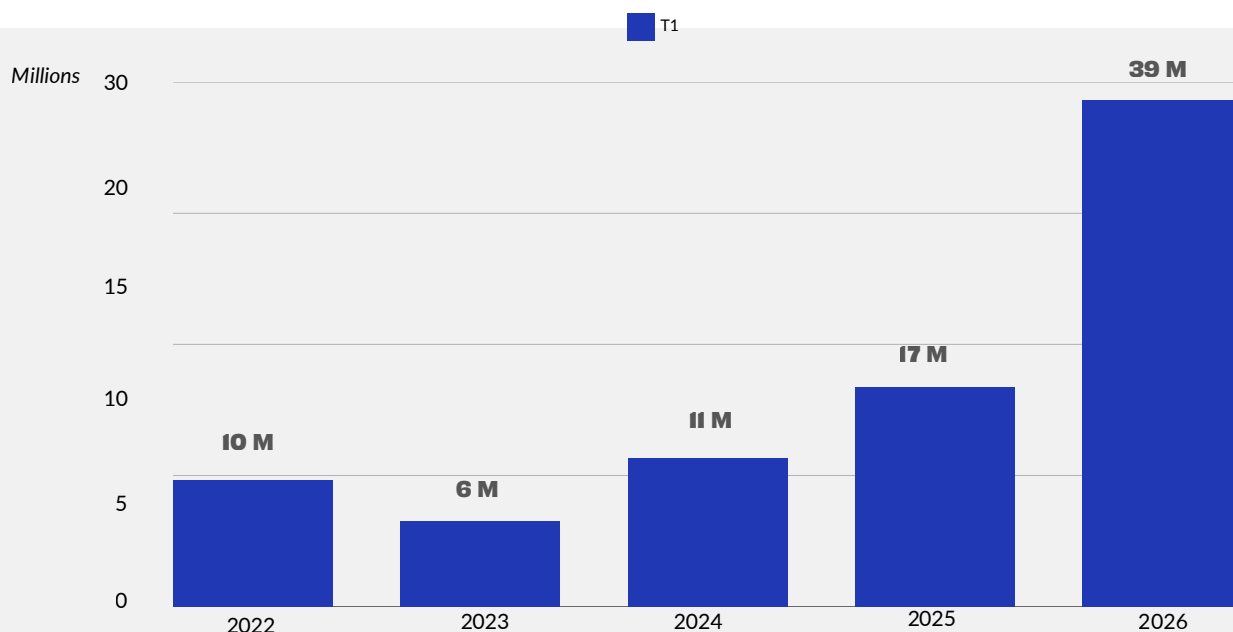
↑ ↓ évolution du nombre de spots versus le premier trimestre 2025



## FOCUS SUR LE SECTEUR HYGIÈNE - BEAUTÉ

Le secteur Hygiène - Beauté a comptabilisé au premier trimestre 2026, **39 millions de spots certifiés**, répartis sur **26 campagnes portées par 11 annonceurs**. Contre 17 millions sur la même période en 2025. Il s'agit d'une des plus fortes augmentations parmi tous les secteurs sur cette période.

### SOMME DES DIFFUSIONS DU SECTEUR T1 PAR ANNÉE



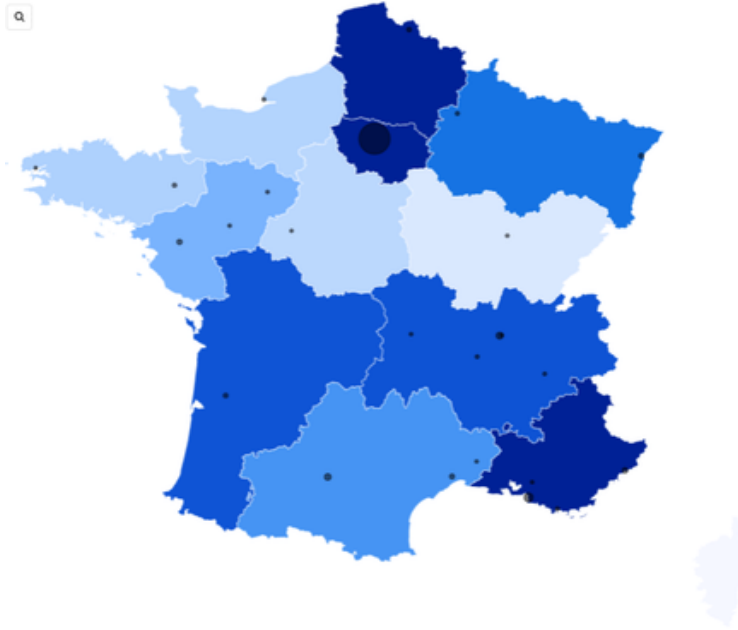


# BILAN GÉOLOCALISATION

L'ACPM met à disposition depuis plusieurs mois un dispositif de géolocalisation des spots DOOH. Dans ce cadre, ce bilan trimestriel propose une visualisation géographique des campagnes diffusées sur le premier trimestre 2026.

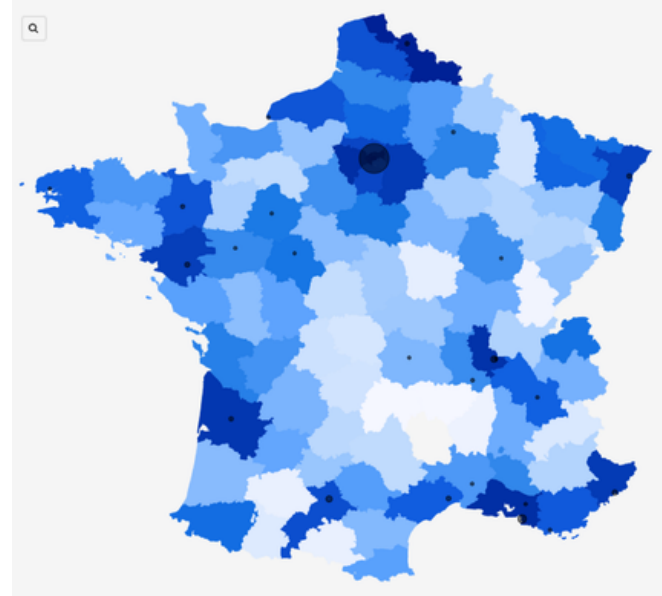
## PAR RÉGION

de 14 Millions à 450 Millions\*

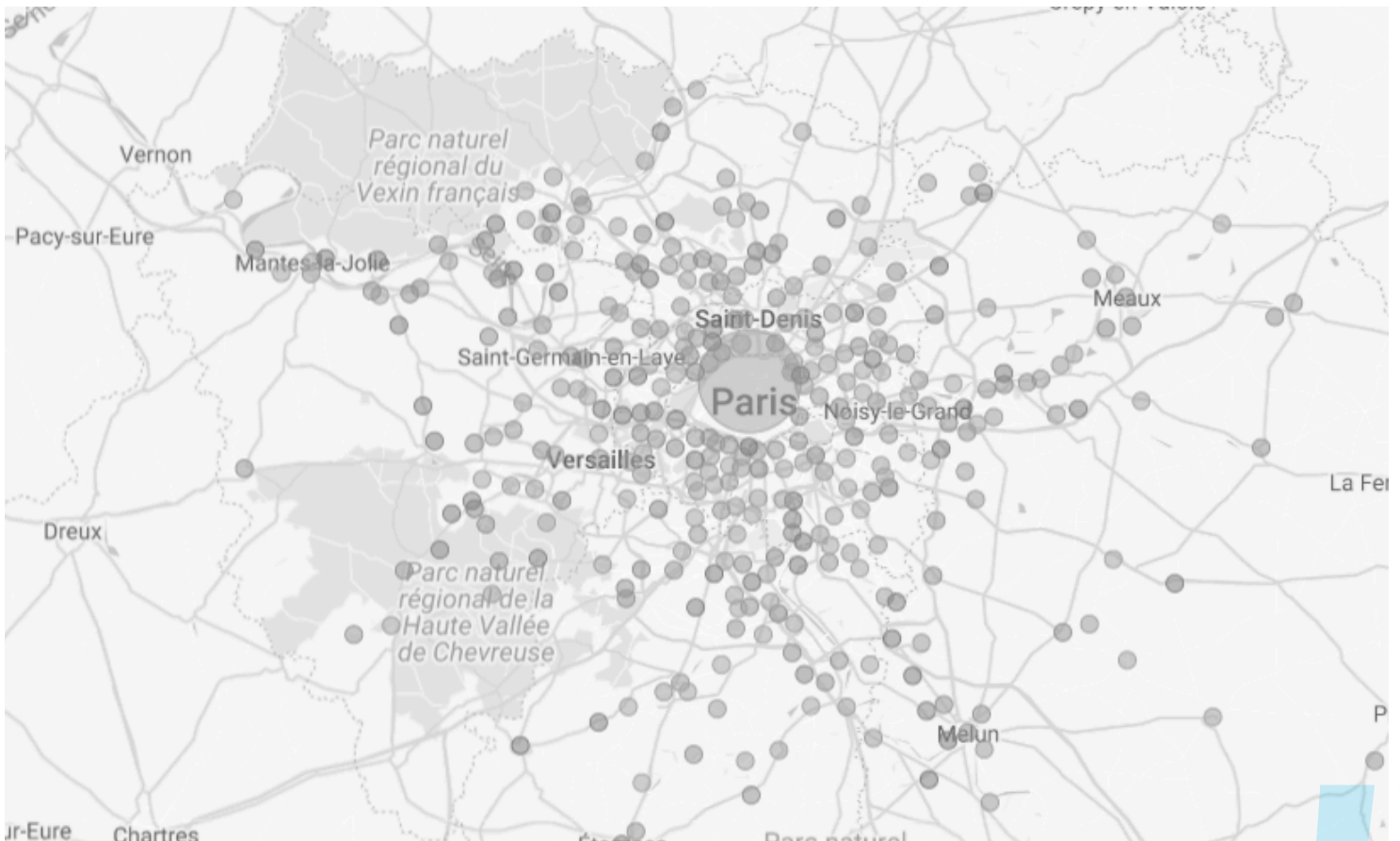


## PAR DÉPARTEMENT

de 100 000 à 297 Millions\*



## FOCUS ÎLE-DE-FRANCE PAR COMMUNE



\*Calculée à partir des données géographiques fournies issues des campagnes certifiées.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE/ BILAN DOOH TRUST T1 2026



## 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 et leur intérêt à se comparer aux autres.