

[INFOGRAPHIE 2/3] LE DOOH EN FRANCE, UN MARCHÉ EN PLEINE ACCÉLÉRATION !

Communiqué de presse - Bordeaux, le 28 mars 2018 - DISPLAYCE, plateforme programmatique dédiée à l'affichage digital (DOOH), dévoile le second volet de ses infographies sur « Le DOOH en France ». Basé sur une enquête menée auprès d'un panel d'utilisateurs actifs de la plateforme*, ainsi que de statistiques diffusées par l'Irep et Pwc, ce focus vise à livrer quelques données et chiffres clés sur ce média en pleine croissance !



Le média en plus forte croissance

Avec une augmentation de 16,1% de part de recettes publicitaires nettes sur l'année 2017, le DOOH se positionne en tête des autres médias, devant Internet (+12%) et la TV (+1%) pourtant en hausse. Radio, OOH (Publicité extérieure hors digital) et presse affichent une baisse allant jusqu'à -7,4% selon les chiffres annoncés par l'Irep, France Pub et Kantar Média.

Une perspective de revenus en forte hausse

Avec un revenu généré de 125 millions d'euros en 2017 et une prévision à 223 millions d'euros en 2019, l'étude d'Entertainment & Media Outlook France de Pwc confirme la tendance à la hausse des investissements prévus dans le DOOH.

Le DOOH séduit !

Selon une récente enquête menée par DISPLAYCE, 68% des annonceurs précisent que le DOOH permet d'augmenter leur notoriété, 64% qu'il sert à accroître la génération de trafic en point de vente et 40% qu'il permet de les démarquer de leurs concurrents. Des atouts clés pour ce média innovant, dont la part doublera dans les plans médias en 2018.

Pour découvrir l'infographie dans son intégralité : [CLIQUEZ ICI](#)

*Données statistiques issues d'une enquête menée par Displayce du 16 octobre au 15 novembre 2017 auprès de 200 utilisateurs actifs de la plateforme. Enquête menée via un formulaire interactif envoyé par email portant sur « Le marché du DOOH en France ».

À propos de DISPLAYCE

Fondé en 2014 par Laure Malergue, Displayce est le 1er DSP dédié à l'affichage digital (DOOH). Dotée d'un large réseau de + de 34 000 panneaux digitaux, soit 85% du parc digital français, la plateforme d'achat programmatique permet aux agences et annonceurs d'acheter de manière automatisée et ciblée des espaces publicitaires sur les écrans digitaux situés en extérieur (dans les rues, stations essence, autoroutes...) et en intérieur (dans les centres commerciaux, salles d'attente, salles de fitness...).
Pour plus d'information : www.displayce.com | Twitter : @displayce_media

Contact presse

Agence Madame de la Com'
Aurore Vinzerich - aurore@madamedelacom.com - 06.61.45.51.83