

France
Mai | Juin 2015
Executive Summary

DBCI

The pulse of the Digital Signage
and DooH industry

OVAB Digital Signage & DooH
Business Climate Index

Cooperation Partner France

**Club du
Digital
Media**

invidis research
2015 FR 300


invidis
CONSULTING

 Un sentiment favorable de l'activité en léger retrait au second trimestre 2015.

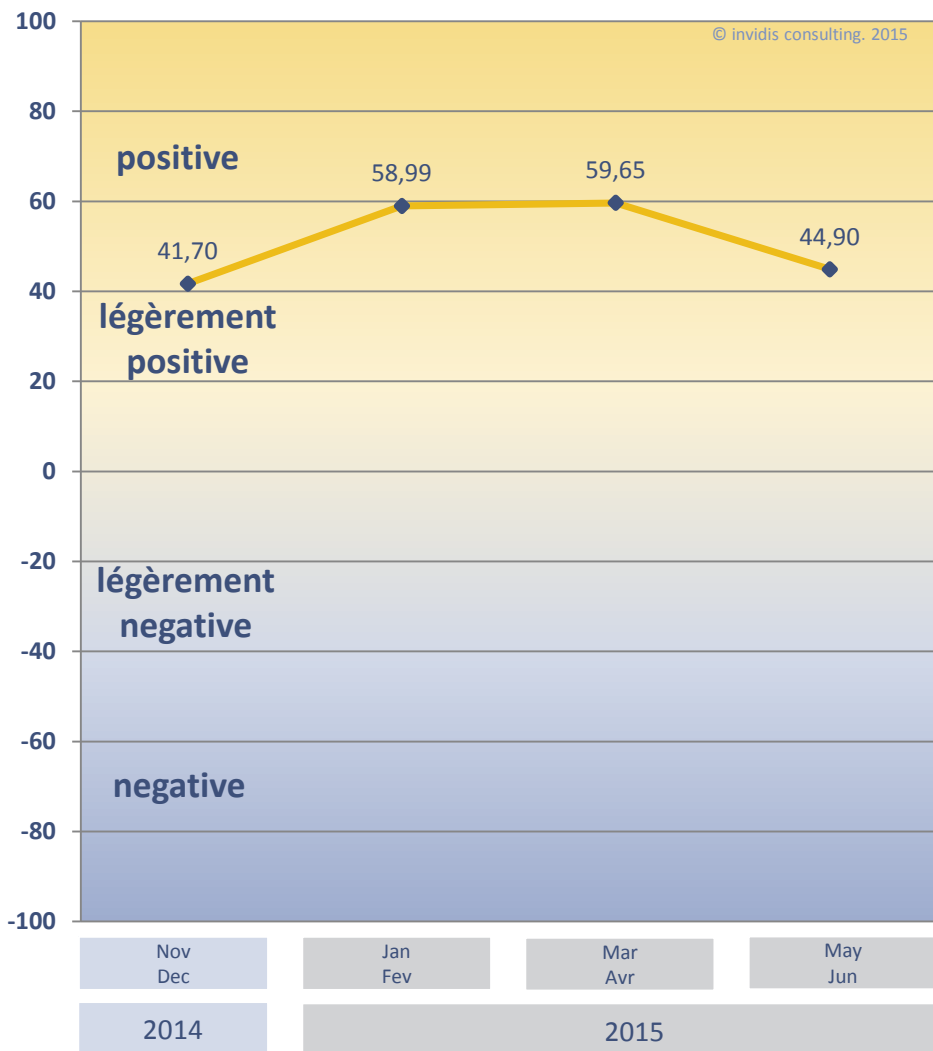


Fig. 1: DBCI France Mai | Juin 2015, n=39

- Pour son quatrième volet, Le Digital Signage Business Climate Index France a perdu 14,75 points, passant de 59,65 à 44,90 points au premier trimestre.
- Le DBCI reflète toutefois un sentiment positif du marché du Digital Signage.
- Plus de 90% des entreprises interrogées se disent satisfaites ou jugent leur activité comme bonne. Moins de 10% jugent leur situation comme difficile.
- A noter toutefois une baisse des réponses favorables sur les conditions de l'activité à 6 mois (56% contre 70% au trimestre précédent)
- Les entreprises interrogées sont plus nombreuses qu'au premier trimestre à prévoir peu ou pas de changement jusqu'à la fin de l'année.

Pour aller plus loin

- Le marché des écrans LED semble prometteur. Les entreprises interrogées prévoient un fort développement des écrans LED par rapport aux écrans LCD dans les 2 prochaines années.

Participants: n=39; Region: FR; Survey Period: 2015 calendar weeks 18-19

 Bon niveau de satisfaction sur l'activité actuelle.

Question: Comment jugez-vous la situation actuelle de votre activité pour les produits/services relatifs au Digital Signage?

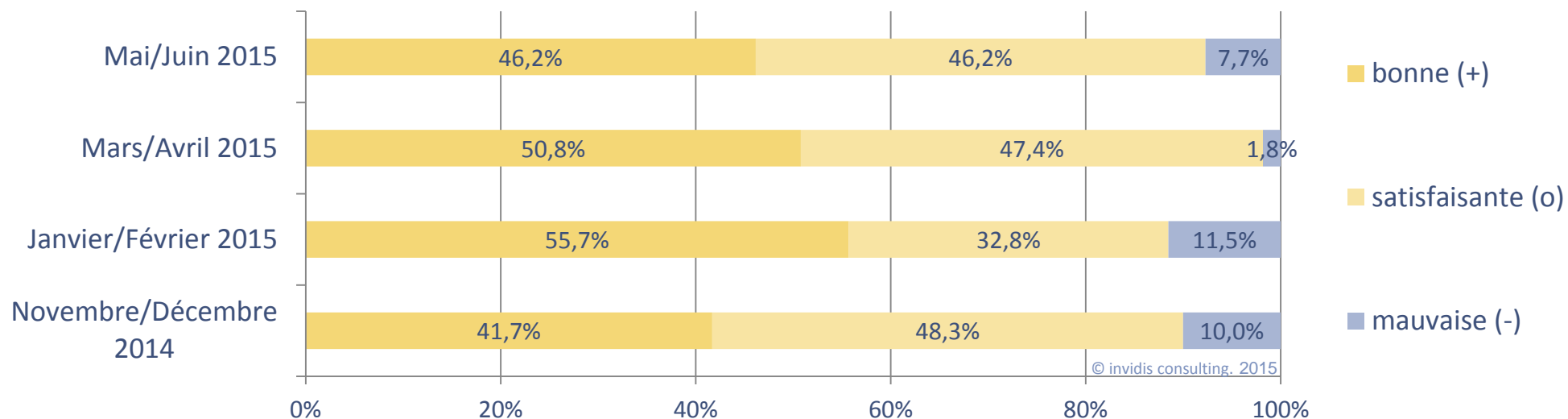


Fig. 2: DBCI France Mai | Juin 2015 "situation actuelle", n=39

 Des prévisions qui restent optimistes sur le marché du Digital Signage pour les 6 prochains mois

Question: Comment voyez-vous la situation dans les 6 prochains mois ?

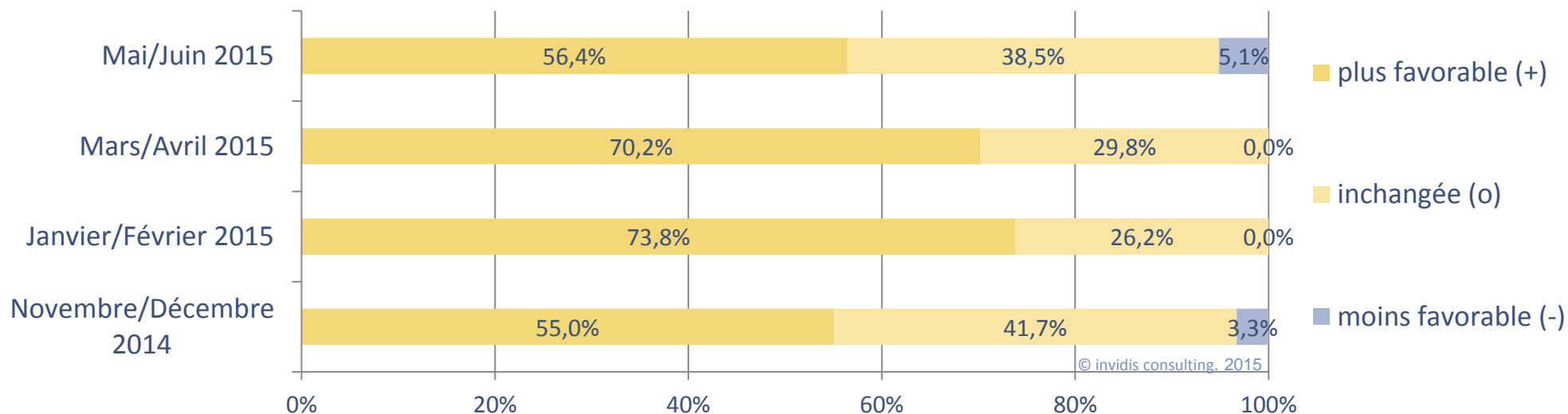


Fig. 3: DBCI France Mai | Juin 2015 "prévisions de l'activité", n=39

De grandes attentes pour les écrans LED

Question supplémentaire: Les écrans LED se sont fortement développés ces dernières années, grâce notamment à une meilleure qualité, une pitch plus petit et des prix plus accessibles. Comment jugez-vous le potentiel des écrans LED par rapport aux écrans LCD dans les 24 prochains mois?

- Les entreprises du Digital Signage et Digital-out-of-Home qui ont répondu à l'étude voient un grand potentiel dans les écrans LED par rapport aux écrans LCD dans les 24 prochains mois.
- Ces dernières années, les progrès techniques ont permis aux écrans LED d'offrir un pitch plus petit. Ceci, couplé à une concurrence croissante et donc à une baisse des prix, devrait permettre au marché des écrans LED de continuer à se développer dans les prochaines années. Des acteurs majeurs comme Samsung et LG ont notamment repéré cette tendance et cherchent à s'imposer sur ce marché.
- L'étude montre un potentiel accru des écrans LED sur les installations en outdoor. Quant aux installations indoor, elles restent encore très coûteuses du fait de la nécessité d'avoir un pitch très petit à cause de la faible distance entre les écrans et le public.

Ecrans LED : Perspectives 2016

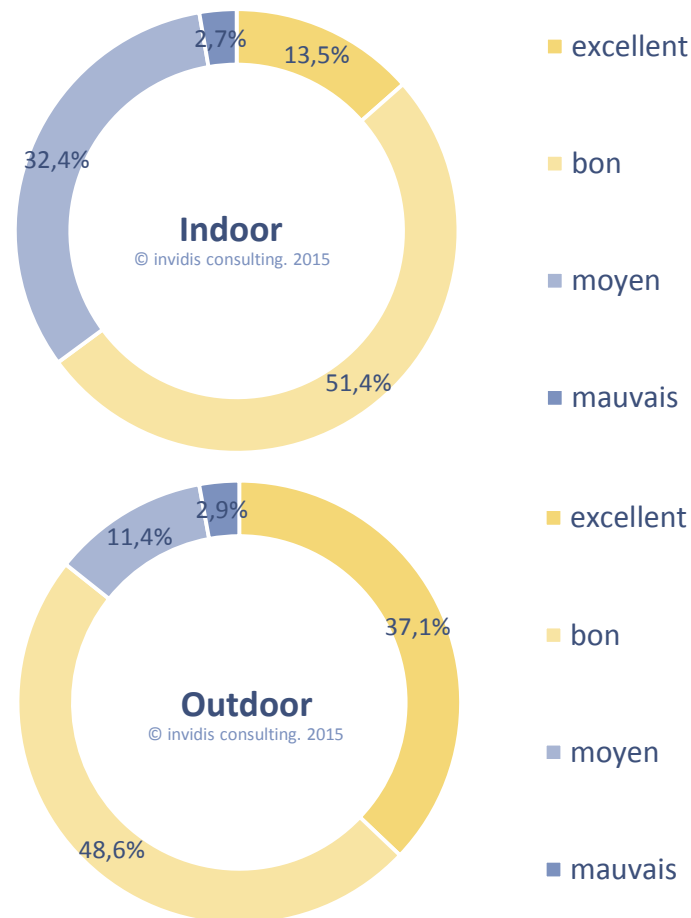


Fig. 4: DBCI France Mai | Juin 2015 "Ecrans LED : Perspectives 2016", n=35

 Road Map & Contact

2015
Janvier
Février
Mars
Avril
Mai
Juin
Juillet
Août
Septembre
Octobre
Novembre
Décembre

Jul./Aug. | 2015/07/22

Sept./Oct. | 2015/09/15

Nov./Dec. | 2015/11/18



Daniel Russell | Research Analyst

invidis consulting GmbH
 Rosenheimer Str. 145e
 DE-81671 Munich
 Daniel.Russell@invidis.com
 Phone: +49 89 2000416-21
 Mobile: +49 151 62438503