

“[D]OOH” “[A]Y”

Les Français et la Communication Extérieure

“*opinionway*”



ESOMAR²³
Corporate



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1007 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 25 octobre au 2 novembre 2023.**
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



**Un media puissant
Et engageant**

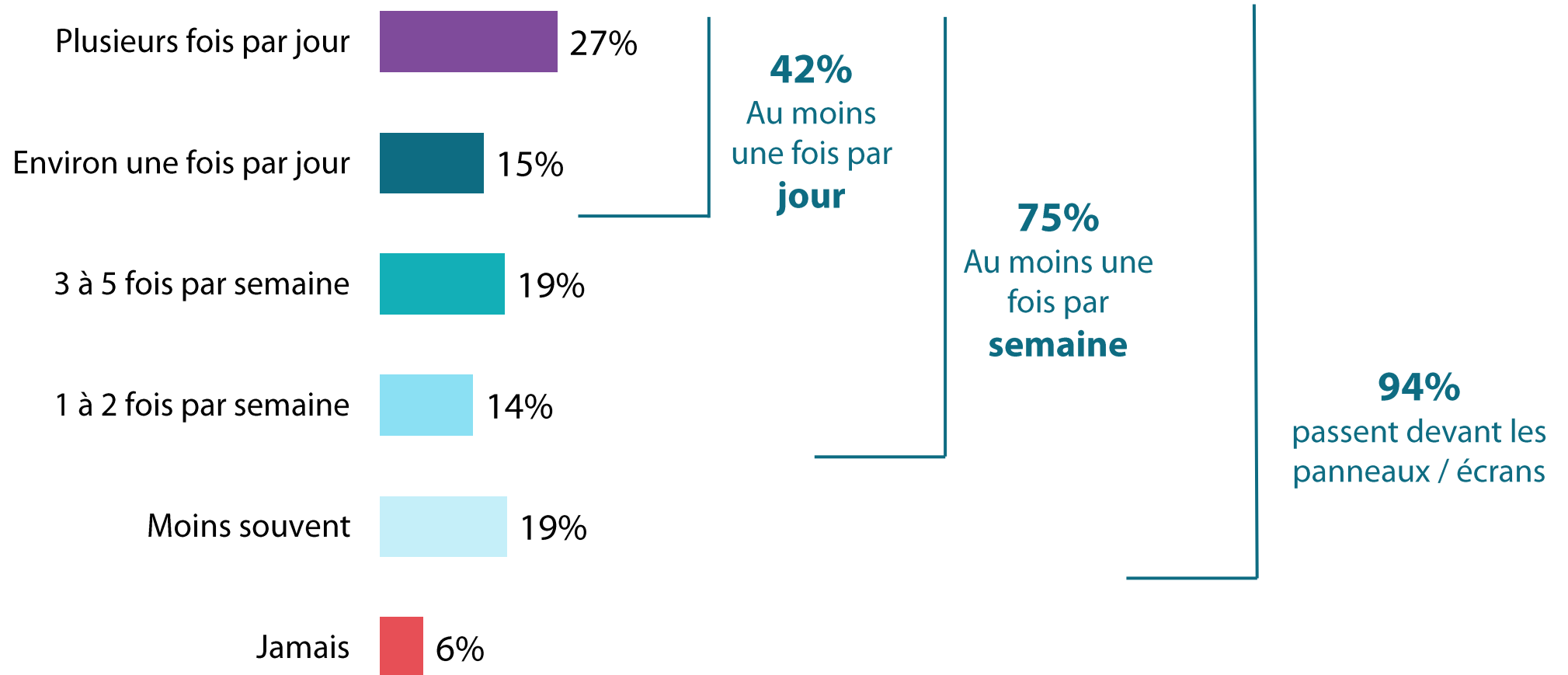




Une couverture jour / semaine très élevée



Q. En général, à quelle fréquence vous arrive-t-il de passer devant un panneau d'affichage, papier ou digital, tels que ceux que nous venons de vous montrer, que ce soit dans la rue, dans les transports, dans les commerces, dans les centres commerciaux ou ailleurs ?

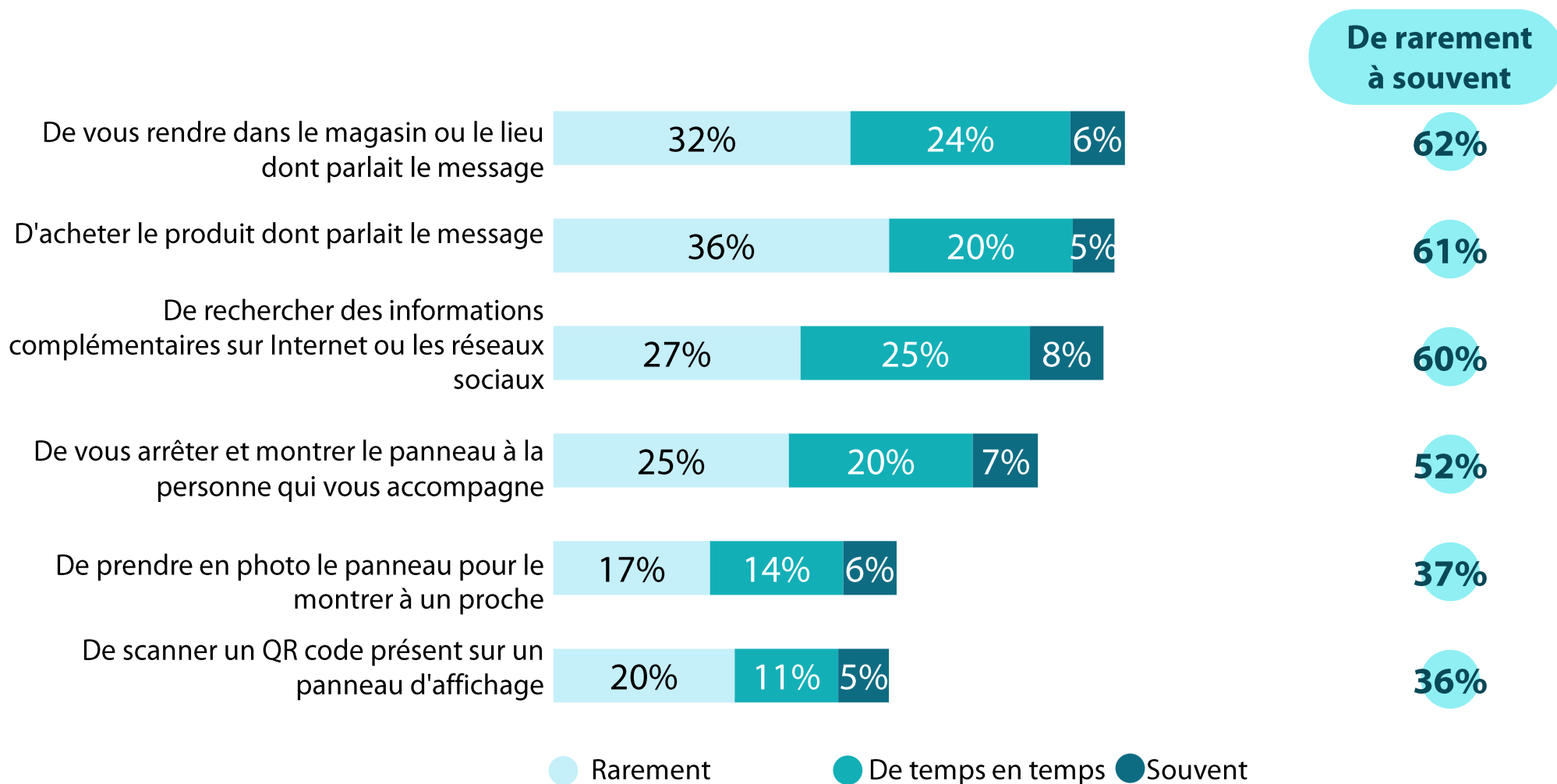




La communication extérieure est un tremplin



Q. Après avoir vu une publicité ou un message d'intérêt général sur un panneau d'affichage, papier ou digital, vous arrive-t-il :

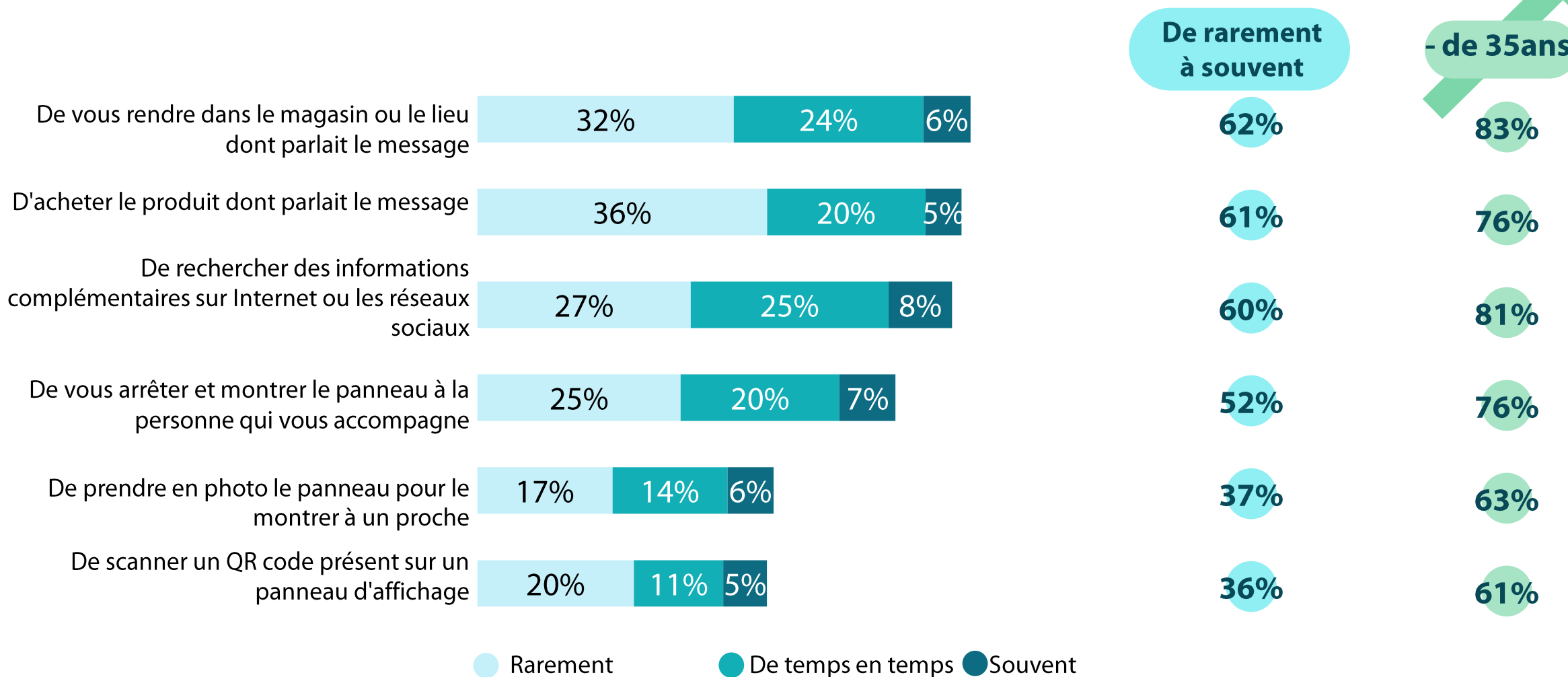




La communication extérieure est un tremplin



Q. Après avoir vu une publicité ou un message d'intérêt général sur un panneau d'affichage, papier ou digital, vous arrive-t-il :





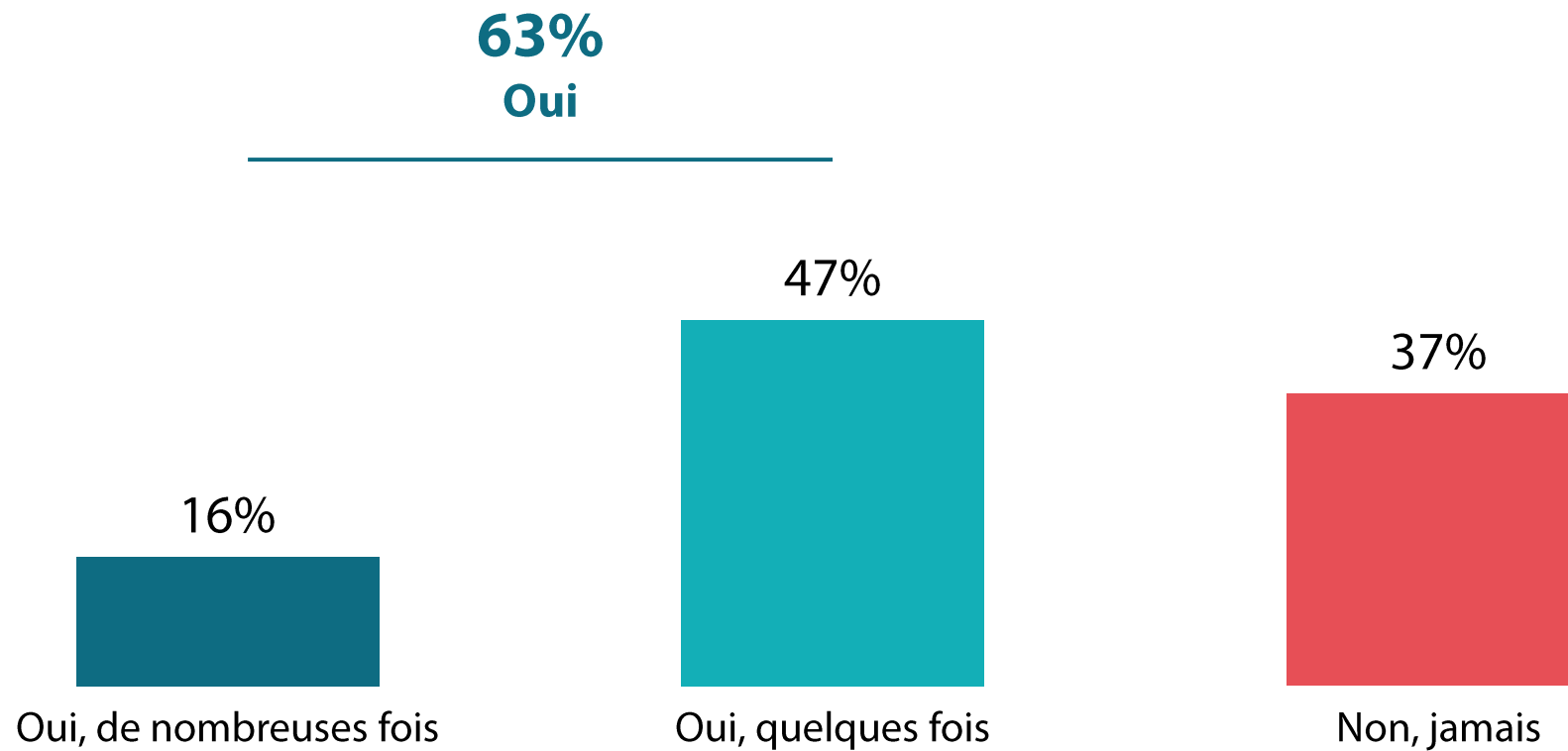
**Un media qui diffuse de la
publicité,
mais pas uniquement !**



“ La communication extérieure non-publicitaire est visible



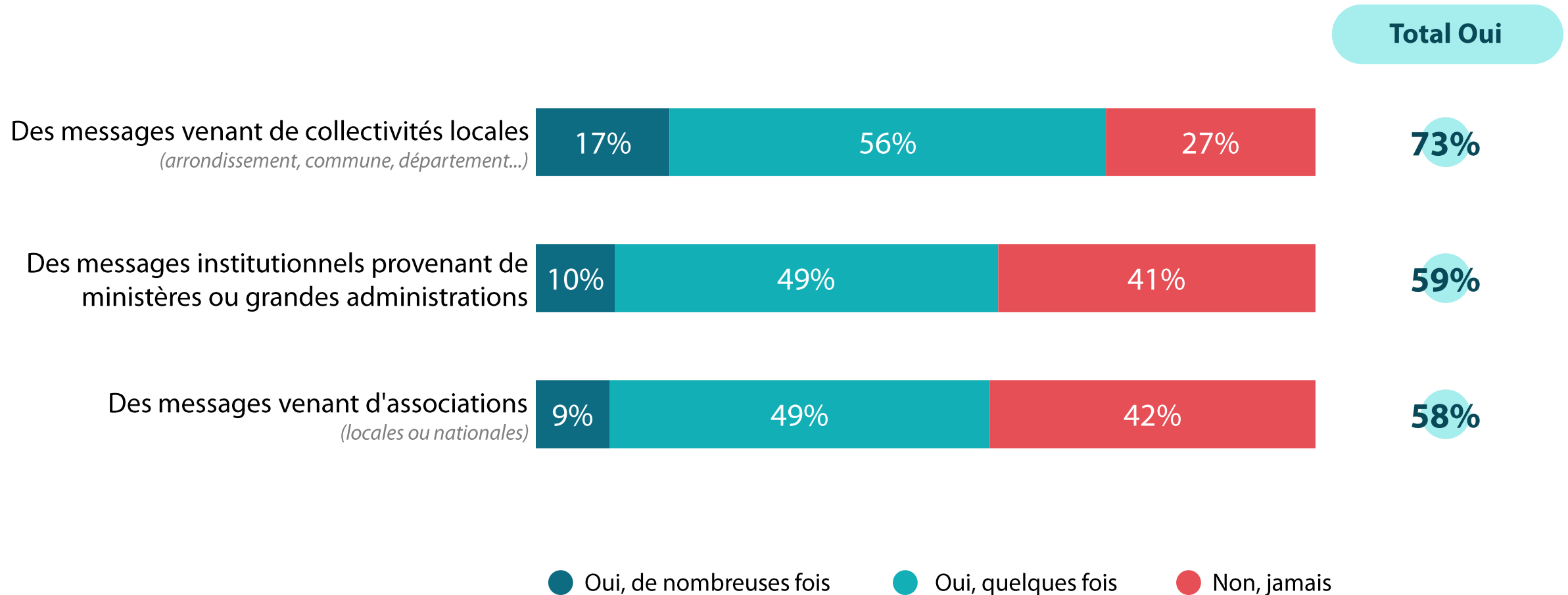
Q. Avez-vous déjà remarqué un panneau d'affichage papier ou digital dans la rue, dans les transports, dans les commerces, dans les centres commerciaux ou ailleurs, qui diffuse un message qui n'est pas un message publicitaire ?



“ Les messages des collectivités émergent fortement



Q. En dehors de la publicité, les panneaux d'affichage papier ou digitaux diffusent parfois les types de messages suivants. En avez-vous déjà vu ?



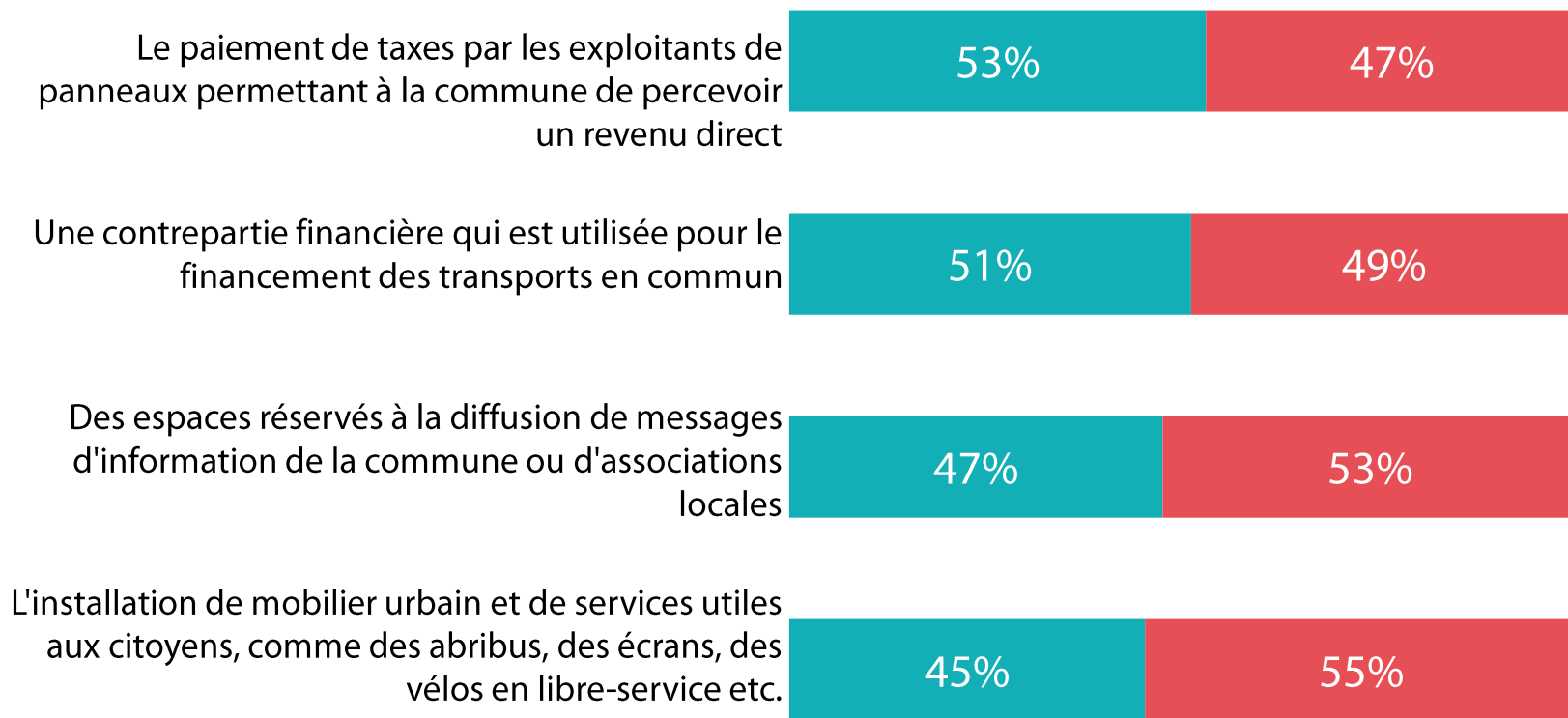


Les contreparties économiques gagneraient à être mieux connues



Q. Lorsqu'une commune accepte l'installation de panneaux d'affichage sur son territoire, certains services ou contreparties sont mis en place : ces services et contreparties sont entièrement financés par la publicité sans peser sur le budget des collectivités ni sur le pouvoir d'achat des citoyens.

Q. Lorsqu'un opérateur de transport en commun accepte l'installation de panneaux d'affichage dans ses environnements (gare, couloirs...), l'exploitant du panneau verse une contrepartie financière qui est utilisée pour le financement des transports en commun ?



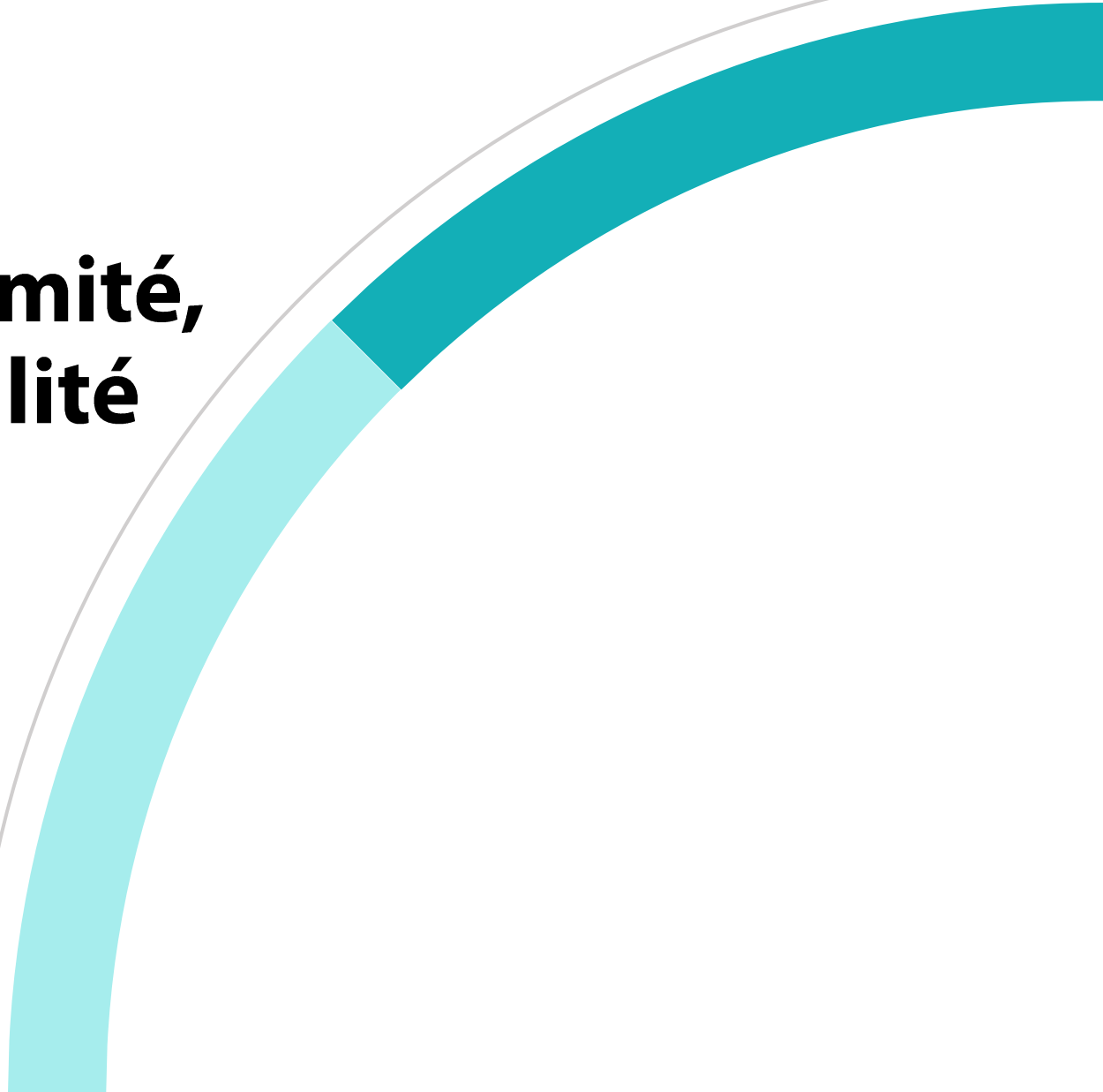
« Connaître ces contreparties me donne une meilleure image de l'affichage en ville ou dans les transports en commun »



30%



**Universalité, proximité,
instantanéité et utilité**





Un media universel



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? Les publicités pour les marques ou les messages d'intérêt général (communes, associations, gouvernement...), que l'on peut voir sur les panneaux et écrans :

Peuvent diffuser des messages qui concernent tout le monde



Total D'accord

78%



75%



70%



69%



68%



57%



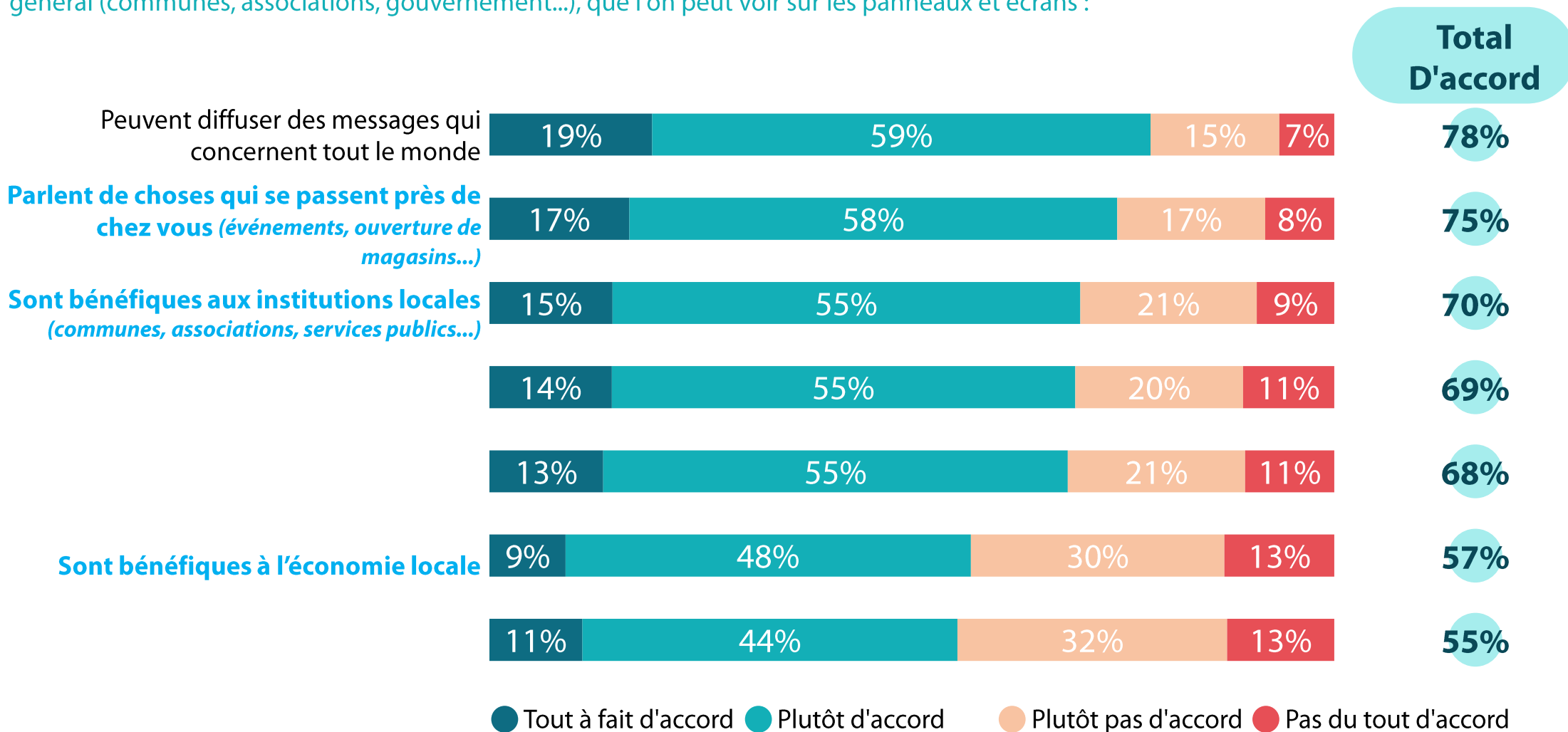
55%

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord

“ Un ancrage local bénéfique à tous les acteurs locaux



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? Les publicités pour les marques ou les messages d'intérêt général (communes, associations, gouvernement...), que l'on peut voir sur les panneaux et écrans :



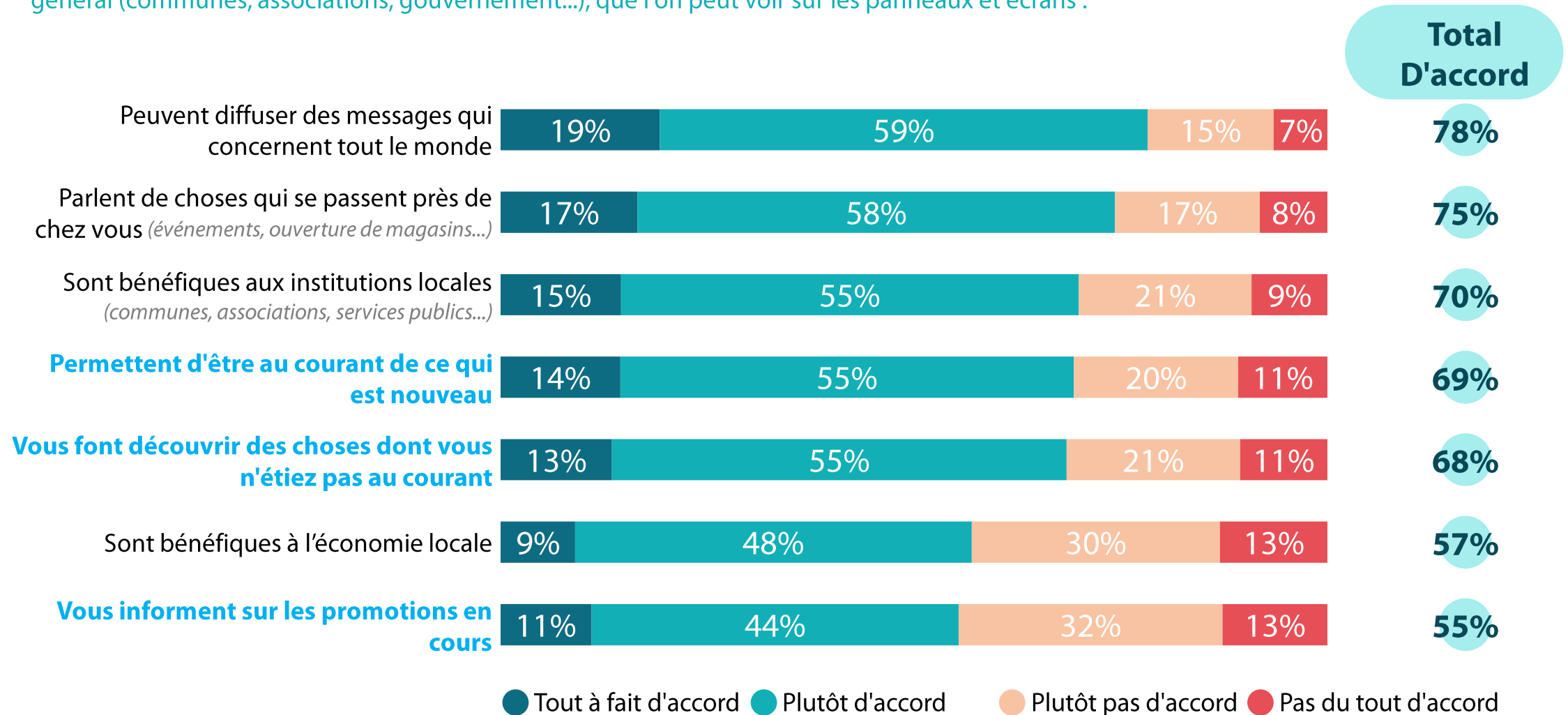


Un media connecté à la nouveauté



1007 personnes

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? Les publicités pour les marques ou les messages d'intérêt général (communes, associations, gouvernement...), que l'on peut voir sur les panneaux et écrans :

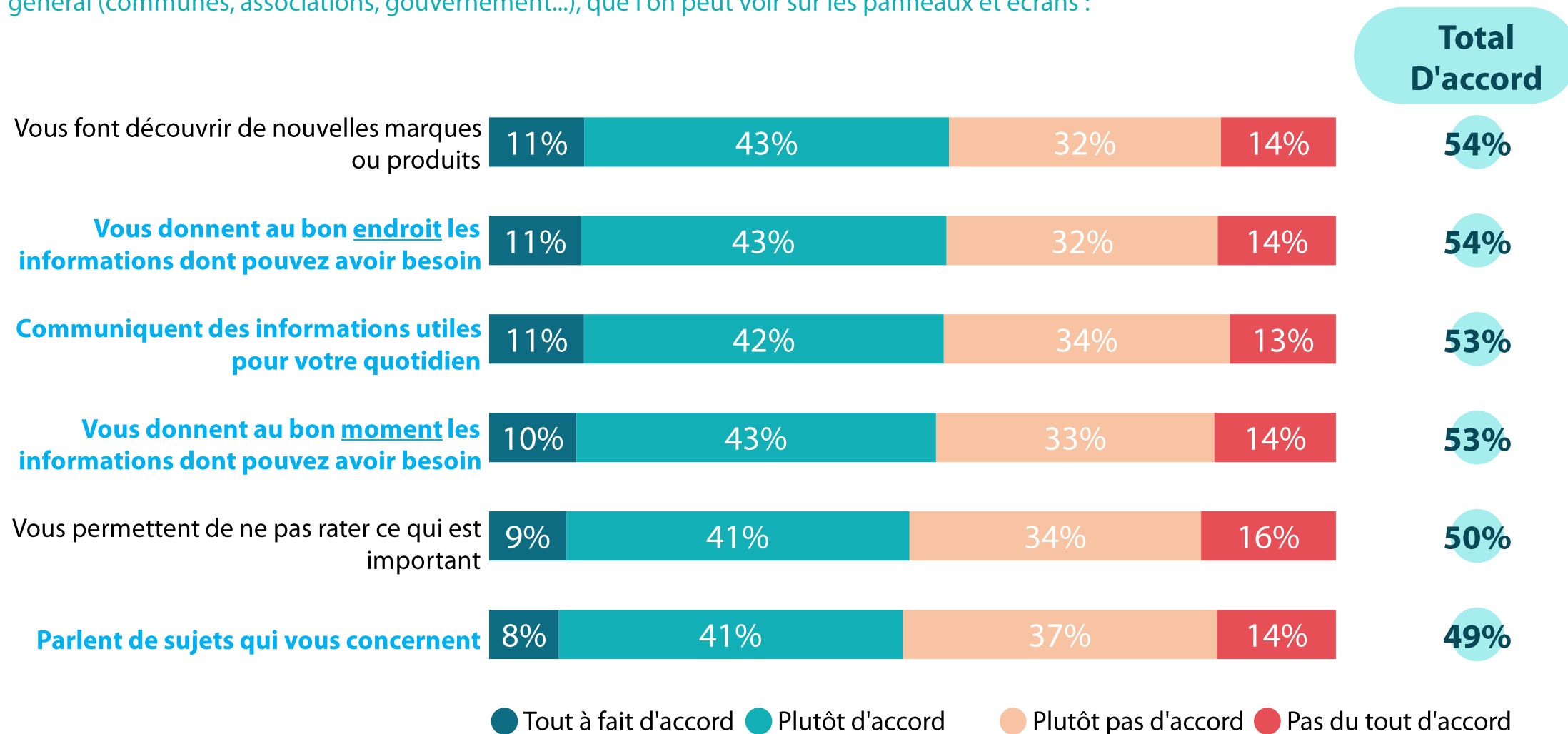




Les bons messages, au bon endroit et au bon moment



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? Les publicités pour les marques ou les messages d'intérêt général (communes, associations, gouvernement...), que l'on peut voir sur les panneaux et écrans :





**La communication
contextualisée :
une réalité**



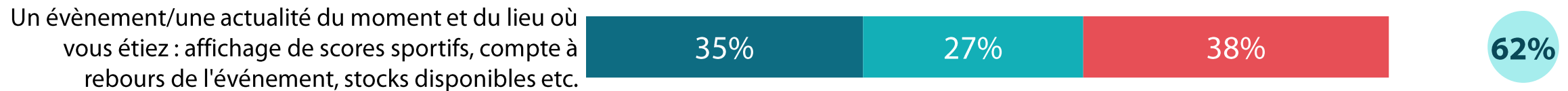
“ Le digital et la géolocalisation amplifient l’ancrage local



Q. Avez-vous déjà vu sur un panneau d'affichage digital dans la rue, dans les transports, dans les commerces, dans les centres commerciaux ou ailleurs, un message en lien avec :

Au moins un oui : 67%

Total Connait



● Oui, j'en ai déjà vu

● Non, mais je sais que ça existe

● Non

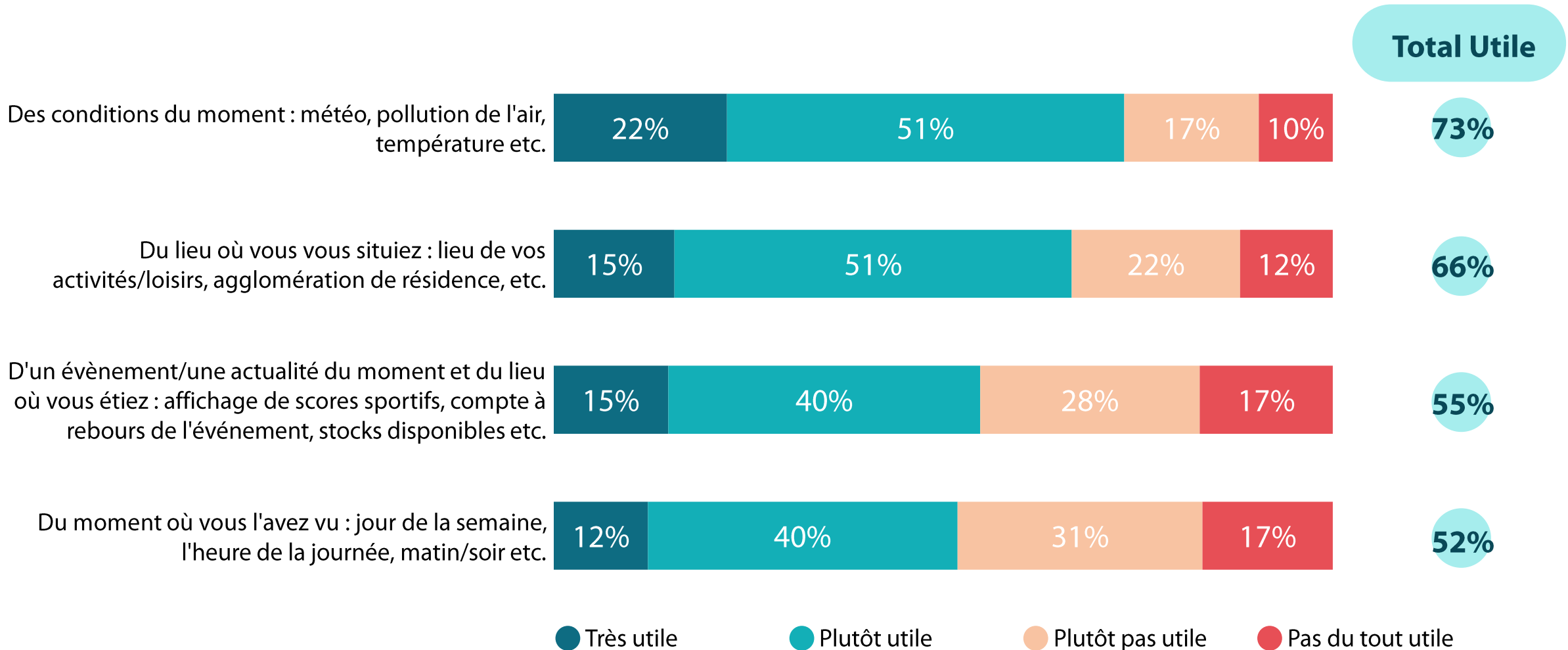


Contextualiser, c'est rendre un service



1007 personnes

Q. Diriez-vous qu'il est très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utile de diffuser un message en fonction ... ?





“[D]OOH” “AY”



“*opinionway*”

Jean-Baptiste Leroux

Directeur du Département Médias

Tel. +33 (0)6 13 43 04 00

jbleroux@opinion-way.com

