

Communiqué de Presse
Boulogne-Billancourt, le 10 janvier 2022

Saint-Valentin 2022 : une édition qui profitera autant aux centres commerciaux qu'aux ventes en ligne



A plus d'un mois de la Saint-Valentin, que souhaitent offrir les Français et surtout où comptent-ils se rendre pour réaliser leurs achats ? iligo et Clear Channel ont sondé en décembre dernier plus de 500 urbains pour y répondre.

L'un des principaux enseignements de cette étude : l'édition 2022 de la Saint-Valentin **beneficiera surtout aux centres commerciaux et à la toile pour les achats de cadeaux. Ils seront en effet 57% à privilégier autant les centres commerciaux que le web (au coude à coude) pour y réaliser leurs achats.**

Les centres commerciaux et internet continueront de s'imposer en tête des lieux d'achat pour cette journée spéciale, avec plus de 8 Français sur 10 qui assurent vouloir réaliser leurs achats à la fois en magasin physique et en ligne (86% d'entre eux) contre 14% sur le canal online exclusivement.

Dans le détail, ces achats pour célébrer ce temps fort seront, et sans surprise, orientés vers la **beauté et les soins** (49% d'intention d'achat), suivi des **bijoux et des articles de mode** (habillement, chaussures...), pour lesquels le tiers des sondés accordera un budget moyen de plus de 100 €.



A propos de Clear Channel France

Clear Channel est un acteur de la ville et un média du réel ancré dans la rue qui permet aux marques et aux concédants de communiquer de façon inclusive, démocratique et responsable auprès de plus de 33 millions de citoyens-consommateurs de façon disruptive et innovante.

Grâce à notre maillage territorial pour communiquer instantanément en print ou digital dans un centre commercial, un métro, un quartier, une ville, une région ou la France entière, nous innovons dans les modes d'interaction et d'engagement du citoyen-consommateur. Nous sommes un acteur à part entière de la « Smart society », animé de valeurs fortes de proximité, créativité et équité, qui révolutionne la communication extérieure grâce à des contenus éditorialisés avec Brut., Beaux-Arts Magazine et Jam ainsi que de nouveaux services citoyens.

Notre objectif est de fournir à la fois une Plateforme pour les Marques et une Plateforme pour l'Utilité Collective et atteindre les objectifs médias des annonceurs tout en ayant un impact positif sur le monde qui nous entoure.

Clear Channel France est une filiale de Clear Channel Europe (CCE), présente dans 17 marchés avec 16 000 écrans digitaux et 400 000 mobiliers print. Clear Channel Europe est une division de Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (NYSE : CCO), <http://www.clearchannel.fr>

A propos de Clear Channel Outdoor Holdings, Inc.

Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (NYSE : CCO) est l'un des acteurs majeurs de la communication extérieure dans le monde avec un portefeuille diversifié de 500 000 mobiliers print et digitaux dans 22 pays d'Amérique du Nord, d'Europe, d'Amérique latine et d'Asie, touchant des millions de personnes chaque mois.

Composée de deux divisions commerciales : Clear Channel Outdoor Americas (CCOA), la division commerciale des États-Unis et des Caraïbes, et Clear Channel Europe (CCE). Clear Channel Outdoor Holdings (CCOH) emploie environ 4 800 personnes dans le monde entier.

Pour plus d'informations, consultez : www.investor.clearchannel.com, <http://www.clearchannelinternational.com> et www.clearchanneloutdoor.com

Contact presse :

Caroline Mériaux,
Directrice Marketing et Communication
LD +33 (0) 1 41 86 43 52 – M + 33 (0) 6 85 80 53 72

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Twitter : <http://www.twitter.com/ClearChannelFr>

LinkedIn : <http://www.linkedin.com/company/clearchannelfrance>

Facebook : <http://www.facebook.com/Clear.Channel.France/>

Instagram : www.instagram.com/clearchannelfrance