

Communiqué de presse

Au travers d'une étude menée en partenariat avec l'institut iligo, Clear Channel analyse le comportement estival des Français et lance des offres responsables et sur mesure pour l'été 2021

23 avril 2021

Pour répondre aux enjeux liés à la reprise économique attendue sur l'été 2021 et mieux comprendre les évolutions de la consommation estivale, Clear Channel, en partenariat avec l'institut iligo, a interrogé 1000 urbains afin de décrypter la manière dont les Français se projettent sur cette période et de pouvoir mieux les accompagner sur leurs lieux de résidence et de vacances.



De manière générale, près de **7 Français sur 10 ont l'intention de partir en vacances** sur l'été 2021, versus un peu plus d'1 Français sur 2 lors de la mesure de 2018. Parmi ces vacanciers, **83% souhaitent partir en vacances en France**. Les régions PACA, Occitanie, Bretagne, Nouvelle Aquitaine, et Auvergne Rhône-Alpes concentrent à elles seules 70% des intentions de destinations pour l'été 2021. Un chiffre qui pourrait grimper jusqu'à 94% en cas de fermeture des frontières liée à la situation sanitaire. La crise Covid a considérablement dynamisé les intentions de départs en vacances en France, qui se chiffraient seulement à 70% lors de la dernière édition de cette étude en 2018 (+13 points).

Un niveau de mobilité en métropole qui devrait donc être au rendez-vous sur la période estivale, avec **86% des Français qui envisagent d'utiliser la voiture comme mode de transport principal** (+8 points versus 2018), au détriment de l'avion qui perd 10 points d'utilisation versus 2018. **86% des Français indiquent effectuer des déplacements à l'extérieur pendant l'été** (55% davantage et 31% autant que pendant le reste de l'année). A l'inverse, la télévision serait moins consommée par 55% des Français. Ce temps fort d'hypermobilité estivale se révèle par ailleurs **propice pour la communication des marques sur les**

médias OOH et DOOH, notamment auprès des 18-34 ans, qui sont 45% à se déclarer plus réceptifs à la publicité lors de leurs déplacements estivaux.

Enfin, si 17% des Français annoncent qu'ils ne prévoient pas de partir en vacances cet été, une majorité d'entre eux se projettent sur **des activités Outdoor en ville** (50% pour aller au restaurant, 45% pour revisiter sa région...), et 21% envisagent même de télétravailler depuis des destinations touristiques. Une audience qui devrait donc être au rendez-vous cet été !

Dans ce contexte, Clear Channel propose aux marques d'accompagner la mobilité estivale sur les lieux de résidence et de vacances, grâce à des réseaux spécifiques – digitaux et print – hyper géolocalisés et adaptés à tous les moments de vie et de consommation.

La prise en compte des différents scénarii testés lors de l'étude nous permet de proposer des offres variées et adaptées à la nouvelle mobilité estivale des Français, et se décline à travers 3 dimensions :

- **Destinations loisirs** : des produits ciblant les Français, quel que soit leur choix de destination (mer, campagne ou montagne)
- **Tourisme urbain** : des produits destinés à cibler les touristes et fréquentants des grandes agglomérations métropolitaines
- **Summer Time** : des produits assurant une visibilité maximale au plus près des lieux d'achats et de consommation, pour couvrir les temps forts de l'été et la rentrée

Dans la continuité de notre démarche environnementale, la majorité de ces **solutions seront éligibles à l'Offre Verte** (avec du papier 100% recyclé et de l'encre végétale).

[Lien vers la présentation de l'Offre Verte Clear Channel](#)

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. 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).

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, 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 : [www.twitter.com/ClearChannelFr](https://twitter.com/ClearChannelFr)
LinkedIn : www.linkedin.com/company/clearchannelfrance
Facebook : www.facebook.com/Clear.Channel.France/
Instagram : www.instagram.com/clearchannelfrance/

A propos d'iligo

iligo est une agence d'études dédiée à la compréhension des comportements de consommation et à la mesure des leviers marketing.

- Agence, car l'**apport en conseil**, notamment d'un point de vue stratégique, est une composante des missions d'iligo.
- Etudes, car il s'agit de produire des **recommandations opérationnelles** en s'appuyant sur des données fiables, des observations quantitatives, qualitatives, passives ou hybrides. Mais la donnée n'est qu'un moyen pas une fin en soi.
iligo est particulièrement reconnue dans le domaine de l'**innovation**.
- Seule agence d'études présente dans le classement des **500 premières entreprises de la Tech française** (source : Frenchweb édition 2019)
- Agence d'étude **primée** lors des Trophées Etudes & Innovations 2016, 2017, 2018 et 2019 notamment pour des protocoles avec Google, Twitter, Publicis, etc... (source : Offre Media/Syntec Etudes)
- Elle figure dans le palmarès publié par le quotidien LES ECHOS des 500 Champions Français de la croissance en 2019.

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Jean Philippe Denys
01 84 16 84 59
jp.denys@iligo.fr



@iligo_research



@iligo



@iligo.fr



@iligo_research