

Communiqué de presse

Les Parkings de centre-ville jugés « indispensables » par 92% des urbains

29 mars 2016

Clear Channel dévoile sa nouvelle étude sur les parkings, réalisée auprès de 1005 urbains en partenariat avec l'institut iligo.

Objectif : analyser les usages et la perception qu'ils en ont et comprendre leurs attentes en termes de publicité dans ces lieux incontournables au cœur des villes.

Les Parkings de centre-ville, un espace accessible et premium à proximité des commerces

Fréquentés par **65% des urbains** (68% des 35-49 ans et 72% des CSP+), les Parkings de centre-ville apparaissent comme un lieu incontournable : 92% des urbains les considèrent d'ailleurs « **indispensables** » et favorisent cet univers **dans le cadre de leurs parcours d'achat et/ou de leurs sorties** (91% des fréquentants parkings considèrent que les parkings permettent un accès rapide à tous les commerces du centre-ville).

Les Parkings sont également jugés comme « **agréables** », avec 73% des fréquentants parkings¹ qui se déclarent **en confiance** lorsqu'ils y garent leur véhicule avec une **offre de services enrichie et jugée toujours plus premium**.

Les Parkings de centre-ville, un média impactant et efficace

Les Parkings, confortent leur position de **lieu d'expression idéal pour les annonceurs**. De fait, l'étude met en lumière des enseignements-clefs :

- **74% des urbains** ont une **bonne appréciation** des communications dans cet univers, qui permettent d'égayer les parkings, de les rendre plus agréables et lumineux,
- Près des **2/3 des fréquentants parkings** estiment que les publicités dans les parkings **rendent la marque plus proche du consommateur** et **65%** estiment qu'elles délivrent **la bonne information au bon moment**
- Plus d'**1 fréquentant parking sur 2** estime que **les campagnes drive-to-store incitent à se rendre dans les magasins** qui font le choix de communiquer dans les parkings.
- **66% des Responsables Des Achats (RDA)** stationnent leurs véhicules dans les Parkings couverts de la ville

Et les opportunités de communication ne s'arrêtent pas là, puisque les fréquentants parkings déclarent être intéressés, pour ce support, par davantage de publicités pour les secteurs du cinéma (83%), des loisirs-spectacles (80%), de la restauration (65%), du tourisme (64%) et de l'habillement (63%).

¹ Personnes déclarant stationner dans les parkings couverts

À propos de Clear Channel France

Clear Channel France est une filiale de Clear Channel Outdoor, acteur majeur mondial de la Communication Extérieure avec 650 000 dispositifs publicitaires dans 35 pays à travers 4 continents, 7 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 3 milliards de dollars. Clear Channel France est le deuxième marché du Groupe après les Etats-Unis, avec 110 000 faces publicitaires. L'entreprise réalise un CA de près de 245 millions d'euros et emploie plus de 1 000 collaborateurs.

- **Les Vitrines 2 et 8 m²**

Clear Channel est un acteur incontournable du Mobilier Urbain en France, avec près de 75 000 vitrines 8 et 2 m² rétroéclairées, quel que soit leur territoire d'implantation : la rue, les parkings des centres commerciaux et des magasins de proximité, le métro, le tramway ou encore les parkings d'hyper centre-ville.

Clear Channel est présent dans plus de **380 parkings** en France dans les agglomérations de + de 200 000 habitants avec des concédants tels qu'INDIGO, LPA , INTERPARKING FRANCE, SAEMES, SPIE AUTOCITE , URBIS PARK et Q PARK

- **Le Bus**

Clear Channel détient la régie publicitaire des bus dans 38 agglomérations majeures, dont Lyon, Lille, Bordeaux, Toulon, Grenoble, Rouen, Valenciennes, Nancy, Montpellier, Tours, Orléans et Angers sont parmi les plus importantes. Au total, ce sont près de 16 000 faces publicitaires sur 5 600 bus.

- **Le Digital**

Avec sa marque Play, Clear Channel France dispose de 1 400 totems full HD au cœur de 120 grands complexes commerciaux français (1 700 totems dans 180 complexes d'ici fin 2016). C'est le premier réseau digital européen 100% Malls, 100% shopper, 100% efficace, véritable télévision des derniers mètres avant l'acte d'achat. Depuis mi-2015, Clear Channel investit également la rue en Digital Outdoor et disposera de près de 100 totems digitaux d'ici fin 2016.

- **Le Grand Format « Classic »**

Clear Channel propose des formats 12 et 4 m² traditionnels, soit un peu plus de 16 500 faces « Classic », adaptés à chaque environnement, de Paris jusqu'aux localités de plus de 10 000 habitants, en passant par les plus grandes agglomérations, des centres-villes aux quartiers périphériques et extra-urbains.

Contact presse :

Véronique Ferrantin, Responsable Communication

LD +33 (0) 1 41 86 44 95 – M + 33 (0) 6 85 82 54 27

Clear Channel France – 4, place des Ailes – 92100 Boulogne Billancourt – www.clearchannel.fr

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Facebook : www.facebook.com/Clear.Channel.France/

Twitter : www.twitter.com/ClearChannelFr

LinkedIn : www.linkedin.com/company/clearchannelfrance

Instagram : www.instagram.com/clearchannelfrance/

Pinterest : www.fr.pinterest.com/clearchannelfra/

* Là où les marques rencontrent leurs clients