

Communiqué de presse

Clear Channel lance sa campagne publicitaire « BIEN VU » et réaffirme la puissance du média Out-Of-Home

19 Septembre 2018

A l'heure de la digitalisation massive de la Communication Extérieure, la nouvelle campagne « BIEN VU » de Clear Channel prend volontairement le contrepied en utilisant l'affichage traditionnel pour communiquer, avec une série de messages décalés et humoristiques destinés à interpeller la profession et le grand public. A l'heure où les Millennials se détournent des médias publicitaires traditionnels, Clear Channel réaffirme la force de frappe du média de la rue, véritable dernier mass média auprès du grand public, des jeunes adultes et des *digital natives*¹.

Une campagne nationale auprès de plus de 20 millions de Français

Avec une diffusion nationale dès le 19 septembre, la campagne « BIEN VU » est affichée pendant une semaine sur 5 000 mobiliers 8m2 et 2m2 en Île-de-France et dans les 50 grandes métropoles françaises générant plus de **400 millions contacts publicitaires auprès de 47% de la population française.**



En utilisant des créations percutantes comme « Regardez-moi BIEN pendant au moins 5 secondes », « Vous m'avez BIEN VU et vous me reverrez » ou encore « Evitez moi du regard ... trop tard », la campagne, réalisée par le studio de création de Clear Channel, interpelle à travers des messages courts et simples qui permettent **d'attirer l'attention et de générer de l'émotion collective.**

« En tant qu'amoureux de la typographie et de la direction artistique, j'ai toujours considéré l'affiche comme le medium le plus pur et riche en terme de création publicitaire. Elle doit faire son boulot le temps d'un regard, elle exige le meilleur des créatifs et quand une campagne est réussie, elle peut avoir un impact considérable sur le public et la marque. Cette campagne nous ramène à la noblesse de cet exercice publicitaire souvent négligé de nos jours. Une campagne belle, intelligente... et bien vue ! » Tashi Bharucha – Directeur de la Création Clear Channel France

Une campagne adossée à un dispositif digital, via les réseaux sociaux et les influenceurs

« BIEN VU » est adossée à un dispositif digital, permettant de **maximiser la visibilité de la campagne sur les réseaux sociaux avec une sélection de micro-influenceurs spécifiquement sélectionnés.** Cette

campagne proclame la **force de frappe de l'affichage et relie le monde physique et digital**, démontrant ainsi que la Communication Out-of-Home est véritablement le **premier média social « du réel » auprès du grand public**.

Avec le lancement des HYPERSTORIES, Clear Channel propose depuis avril dernier une plateforme de contenus capable de proposer un rebond entre la communication dans la rue et les réseaux sociaux et de générer une nouvelle forme d'engagement dans tous les lieux de vie, de mobilité et de consommation Out-Of-Home, aussi bien dans les métros, dans les centres villes ou dans les centres commerciaux.

Nouveau canal de diffusion digitale, la rue devient un nouveau lieu de consommation de contenu des marques et des villes auprès du grand public, et particulièrement des jeunes adultes.

1

Audience : 25.2 millions soit 47 % des Français
Contacts : 434 millions de contacts
Surpression CSP+ : indice GRP : 135
Surpression Millénials : indice GRP : 116

Performances CAST vs périmètre Agglos +100 000 hab
Gros consommateurs TV (+ 4h) : indice 106
Connexion **Instagram** plusieurs heures / jour : indice 157
Connexion **Snapshat** plusieurs heures / jour : indice 186

A propos de Clear Channel France

Clear Channel France est un acteur de la ville et un média dans la rue.

Avec une offre couvrant tous les univers outdoor et indoor, et tous les territoires urbains et extra-urbains de France, Clear Channel touche 32 millions de consommateurs chaque semaine et génère plus de 5 milliards de contacts utiles pour communiquer instantanément dans un centre commercial, un quartier, une ville, une région ou la France entière, en print ou en digital.

- **Le Digital**

Clear Channel dispose de 2 000 totems full HD au cœur de **200 grands complexes commerciaux** français et investit également la **rue et le métro en Digital**.

Suite aux derniers déploiements dans les métros de Lyon et Lille et en plein cœur de Rennes, Clear Channel a aujourd'hui une présence digitale dans les **centres-villes de très grandes agglomérations avec plus de 250 écrans digitaux** dans des villes telles que Lyon, Lille, Rennes, Nîmes, Brest, Pau, ou Reims, en complément de son leadership dans les Malls en France avec plus de 2 000 totems.

- **Les Vitrines 2 et 8 m²**

Clear Channel est un acteur incontournable du Mobilier Urbain en France, avec près de 72 000 vitrines 8 et 2 m² rétroéclairées, quel que soit leur territoire d'implantation : la rue, le tramway, le métro ou les parkings d'hyper centre-ville ou de centres commerciaux.

- **Le Bus**

Clear Channel détient la régie publicitaire des bus dans 44 agglomérations majeures, dont Lyon, Lille, Bordeaux, Toulon, Grenoble, Rouen, Nantes, Valenciennes, Nancy, Clermont-Ferrand et Montpellier sont parmi les plus importantes. Au total, ce sont près de 18 000 faces publicitaires sur 6 500 bus

- **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.

www.clearchannel.fr

Contacts presse :

Véronique Ferrantin, Responsable Communication
LD +33 (0) 1 41 86 44 95 – M + 33 (0) 6 85 82 54 27

Nicolas Ruscher
M + 33 (0) 6 63 05 72 73

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Twitter : www.twitter.com/ClearChannelFr

Facebook : www.facebook.com/Clear_Channel.France/

LinkedIn : www.linkedin.com/company/clearchannelfrance

Instagram : www.instagram.com/clearchannelfrance/

* Là où les marques rencontrent leurs clients