

# BIEN VU!

La newsletter de  Clear Channel

Mars 2019

## Actualité : Clear Channel accompagne la Principauté de Monaco dans la digitalisation de ses rues



abri-voyageurs "smart" inauguré le 4 mars dernier



photomontage d'un abri-voyageurs print

Dans le cadre de **ses projets de « SmartCity »**, d'amélioration des services à destination des usagers des transports en commun et d'intégration des modes de consommation de l'information en extérieur, la Principauté de Monaco confie à Clear Channel le remplacement des traditionnels abri-voyageurs pour les substituer par des **structures connectées**.

Située entre Nice en Menton et assurant une **continuité urbaine de plus de 1 million d'habitants**, la Principauté de Monaco dispose du **2<sup>ème</sup> plus important PNB par habitant au monde et constitue un véritable écrin pour les marques**.

Au total, **57 abris-voyageurs** seront installés dans des lieux emblématiques de la Principauté dont **33 « smart » digitaux** et entièrement connectés (écrans digitaux, écrans tactiles, informations en temps réel, wi-fi, recharge de téléphone, etc...), avec **24 reportages Brut**. de 30 secondes et **24 abris-voyageurs standards en print**.

**Philippe Baudillon**, Président de Clear Channel France, Belgique et Pays-Bas, note : « *Chez Clear Channel, notre vocation est d'améliorer l'expérience des gens dans la rue. Nous sommes un acteur*

engagé de la smart city. Grâce à nos nouveaux formats de mobiliers urbains, nous souhaitons offrir des services supplémentaires aux citoyens et aux municipalités, comme un média d'information dans la rue, en partenariat avec Brut., ou des solutions pour améliorer le bien-être des passants et des voyageurs. Nous sommes très fiers de pouvoir participer à l'ambitieux projet de smart city de la Principauté ».

Un abri-voyageur « smart » pilote a été inauguré le 4 mars dernier en présence de personnalités de la Principauté et dévoilé à la presse. Revivez cette inauguration sur notre [moment dédié sur Twitter](#).

En savoir plus !

## Le chiffre du mois

La parution des chiffres du Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP) montre, qu'une fois de plus, **l'OOH est dynamique avec une croissance à +2,3%** et un **DOOH particulièrement performant sur le marché avec une croissance à + 22,3% sur l'année 2018 !**

Découvrez les chiffres clés annuels 2018  
du marché publicitaire

Pour la première année, l'IREP a mesuré les **recettes digitales de tous les médias**. Le **DOOH concentre, à lui seul, près du tiers des recettes digitales des marques médias TV/ Presse/ Radio/ OOH** avec 163 millions d'euros soit **trois fois plus que sa part de marché historique** au sein de ces mêmes médias !

Aujourd'hui, Clear Channel dispose plus de **2 000 totems full HD au cœur de 210 malls français** ainsi qu'une présence digitale de 115 écrans dans les **2 plus importants métros régionaux (Lyon et Lille) et dans près d'une dizaine de centres-villes de très grandes agglomérations** avec plus de 300 écrans digitaux (Rennes, Nîmes, Brest, Pau, Reims, Nice Métropole, et bientôt la Principauté de Monaco, Caen et Orléans).

Source BUMP 2018

En savoir plus sur les chiffres  
du BUMP 2018

+22,3%

# Innovation : Clear Channel soutient les entreprises en croissance avec Up Your Com et la BigAddress !



Les lauréats de Up Your Com avec Boutaina Araki, Directrice Générale Déléguée de Clear Channel France et l'équipe de la BigAddress

Le 14 mars dernier, le prix Up Your Com récompensait **la créativité et la pertinence des ambitions de communication** de start-ups, PME, ETI... Et notamment leurs meilleures idées d'utilisation du média OOH.

En soutenant ce prix, en partenariat avec LaBigAddress, nous réaffirmons notre conviction que **la Communication Extérieure est un levier essentiel de l'émergence et de la croissance des entreprises innovantes.**

Réunis au Hub BpiFrance, les membres du Jury ont récompensé **7 jeunes pousses** :

- FOODTECH : La Popote Compagnie
- RESSOURCES HUMAINES : Student Pop
- SANTÉ : Smoon Lingerie
- LOISIRS, SPORTS ET TOURISME : Birdie Memory
- HABITAT & NOUVEAUX ESPACES : Le Pavé
- ENVIRONNEMENT, ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE : Uzer

Et **le Grand Prix a été attribué à Pimpant**, une jeune start-up qui propose un kit pour fabriquer soi-même sa lessive à base d'actifs d'origine 100% naturelle.

Au total, ce sont **600 000€ de dotation** qui ont été répartis entre les 7 gagnants afin de leur offrir une visibilité en Communication Extérieure, comprenant notamment la **mise à disposition d'espaces média Clear Channel.**

Revivez la soirée de remise des prix grâce à notre [moment dédié sur Twitter](#).

[En savoir plus !](#)

## Création : une opération qui a eu du mordant aux 4 Temps



Place du dôme, Les 4 Temps

Du **4 au 10 mars**, les visiteurs des 4 Temps pouvaient participer à une Opération Spéciale pour le lancement de la nouvelle série **101, Rue des Dalmatiens**.

A l'occasion du lancement de la série **101, Rue des Dalmatiens** sur Disney Channel le 18 mars, en partenariat avec Canal, l'Opération Spéciale a été conçue par l'agence Premium Events, en collaboration avec le département CREATE de Clear Channel et Havas média. Elle a permis aux visiteurs du centre commercial les 4 Temps de s'immerger dans l'univers de la série **101, Rue des Dalmatiens** dans la continuité du film du Studio d'animation Disney sorti en salle en 1961. La série suit le quotidien d'une famille de 99 chiots et de leurs parents dans une grande maison de Londres. Une série pleine de fun et de bonne humeur qui ravira petits et grands.

Du 4 au 10 mars, les visiteurs du centre ont pu découvrir les 3 animations inspirées de l'univers de la série et de ses personnages sur la place du dôme :

- La première consistait à poser **un os dans une des 7 gamelles** des principaux dalmatiens, déclenchant ainsi les spots vidéo sur DIGITAL DREAM grâce à un système de connexion RFID ;
- Une **cabine téléphonique londonienne reproduite permettait également de se prendre en photo** et d'en faire un tirage-souvenir à emporter avec soi ;
- Enfin, les enfants pouvaient découvrir les **premières images de la série** dans un salon tv-cocoon.

Ces animations ont particulièrement séduit les enfants de 6 à 12 ans, et les familles durant la première semaine des vacances parisiennes.

[En savoir plus !](#)

---

# Le dossier du mois : le cinéma à l'affiche

---

Clear Channel **renforce son positionnement sur le secteur du cinéma** grâce à l'implantation de totems digitaux au sein du mall **Bercy Village**.

Grâce à ce mall parisien emblématique, Clear Channel propose dans son offre les **deux plus gros cinémas d'Europe** en terme d'entrées annuelles (Forum des Halles : 3,2M et Bercy Village 2,5M).

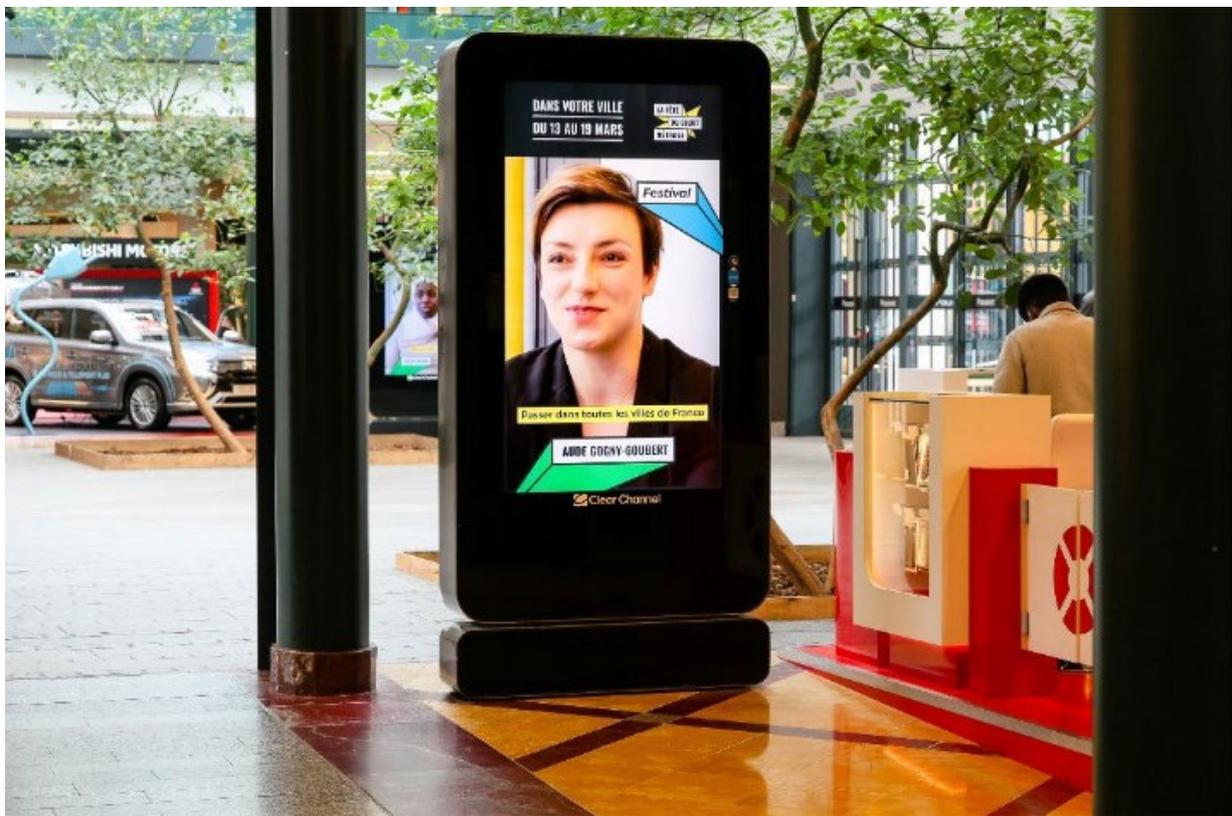
Au global de son offre, Clear Channel couvre **60% des entrées hebdomadaires** des 80 plus gros cinémas de France (source : *Le Film Français*).



Nouveaux Totems Digitaux à Bercy Village

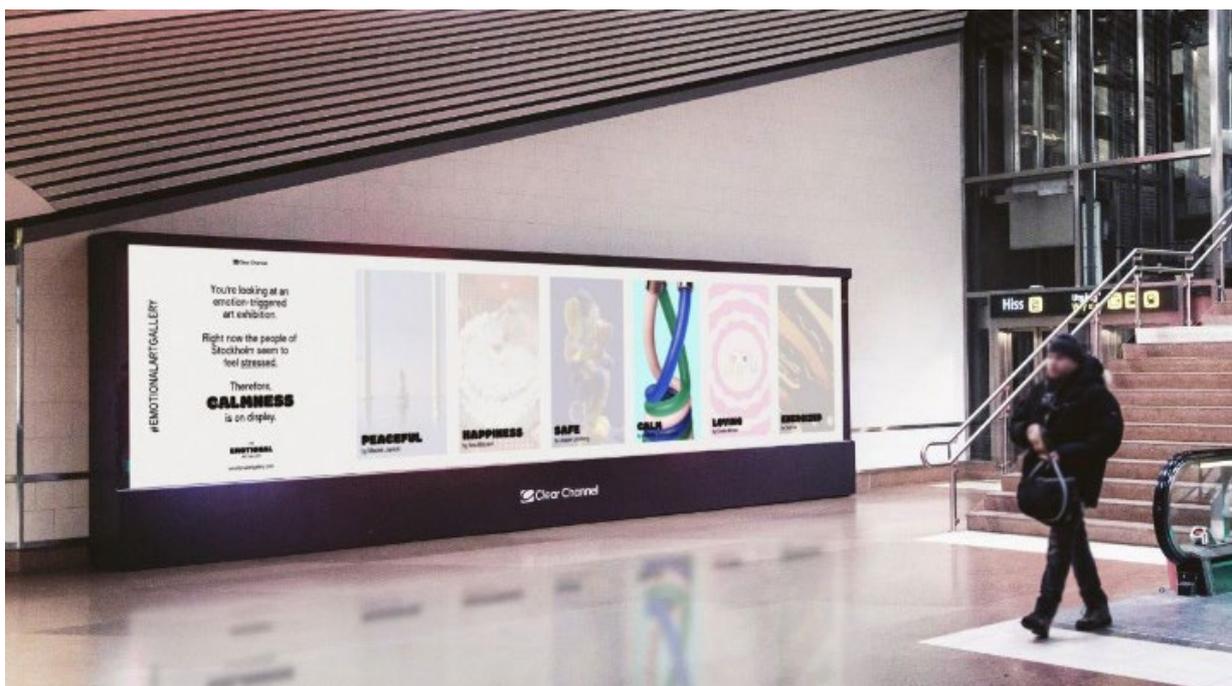
Ce positionnement incontournable permet aux annonceurs de prendre la parole de façon puissante et impactante, parfois même sous format événementiel, comme le fait Disney pour la promotion de sa série **101, Rue des Dalmatiens**.

A travers un **partenariat avec la Fête du Court Métrage**, Clear Channel a donné la parole aux futurs talents via des capsules vidéos diffusées sur près de 800 totems répartis sur tout le territoire, avec pour objectif de booster la notoriété de l'événement et de générer du trafic en salle.



La fête du Court Métrage - Les Passages - Boulogne-Billancourt

## International : la plus grande galerie d'art numérique du monde



"The emotional Art Gallery" dans le métro de Stockholm

Du 7 au 24 mars, le métro de Stockholm prend des allures de galerie d'art numérique...

Plus de **250 panneaux d'affichage numériques** dans le métro de Stockholm ont remplacé le contenu publicitaire par l'art numérique. L'initiative vise à aider à **combattre l'anxiété des voyageurs** en présentant des œuvres d'art créées spécialement pour remédier aux sentiments négatifs tels que la fatigue, la peur et le stress.

Pendant la période d'exposition, les habitants de Stockholm – qui, selon une récente étude, sont les plus stressés de Suède – **feront l'expérience de l'art tout en l'influençant**, car l'œuvre d'art apparaît en temps réel en fonction des émotions des voyageurs. L'initiative s'appelle "**The Emotional Art Gallery**" et se compose de **six œuvres d'art originales** créées par six artistes internationaux chargés d'exprimer un sentiment positif particulier : **le bonheur, la paix, l'énergie, le calme, l'amour et la sécurité**. Chacun d'entre eux est la contrepartie d'un sentiment négatif, qui sera capté parmi les voyageurs par un nouvel algorithme sur mesure qui utilise des données publiques pour analyser l'humeur actuelle de la ville et déterminer les œuvres d'art à afficher en temps réel.

Le métro de Stockholm est connu internationalement comme la plus longue galerie d'art du monde, avec des peintures, des sculptures et des mosaïques dans les **100 stations du réseau, réparties sur une superficie de plus de 110 kilomètres**. Grâce à cette initiative, Clear Channel Suède a transformé son réseau de totems digitaux en une exposition d'art numérique massive – sans doute la plus longue du monde.

[En savoir plus !](#)



[www.clearchannel.fr](http://www.clearchannel.fr)

Copyright © 2018 Clear Channel France, All rights reserved.

Conformément aux lois et règlements en vigueur applicables en matière de protection des données personnelles, vous disposez d'un droit d'accès, un droit de rectification, un droit de suppression ou d'effacement, un droit d'opposition, un droit à la limitation du traitement, un droit à la portabilité, un droit de ne pas faire l'objet d'une décision individuelle automatisée (y compris le profilage) sur les données personnelles vous concernant, utilisées par Clear Channel France et ses prestataires.

Si vous souhaitez exercer ces droits, vous pouvez adresser un courrier électronique à l'attention de Clear Channel France - Délégué à la protection des données personnelles à l'adresse suivante : [mydata@clearchannel.com](mailto:mydata@clearchannel.com).

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter notre Politique de confidentialité en cliquant [ici](#)

Si vous ne souhaitez plus recevoir de newsletter, vous pouvez vous désabonner en cliquant [ici](#).