

BIEN VU!

La newsletter de  Clear Channel

Janvier 2020

CHIFFRE DU MOIS

LES MALLS, POINTS DE CONTACT LES PLUS IMPACTANTS EN DOOH AUPRÈS DES 15-25 ANS

47%

des Français âgés de 15 à 25 ans affirment avoir vu récemment une publicité ou un contenu DOOH dans un centre commercial.

C'est l'un des enseignements de **l'étude menée par Clear Channel avec Jam**, le 1er média conversationnel 100% Messenger.

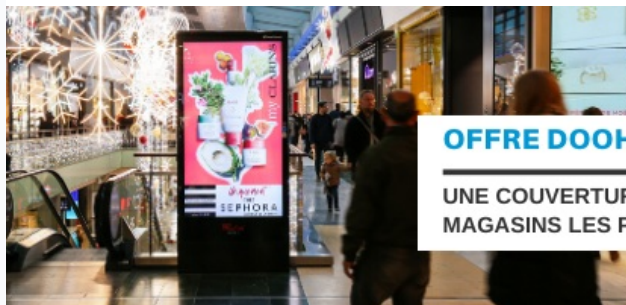
Une tendance qui se confirme à l'échelle de l'Île-de-France, puisque **31%** des Franciliens âgés de 15 à 25 ans déclarent avoir vu récemment un spot DOOH dans un centre commercial selon la même étude*.

Les malls s'affirment donc comme les **lieux de vie les plus impactants auprès des millenials, devant le métro, les gares et les aéroports.**

** Étude JAM pour Clear Channel sur un échantillon de 1 000 répondants âgés de 15 à 25 ans et représentatifs de la population française des 15-25 ans.*

[En savoir plus](#)

[Contact](#)



OFFRE DOOH MALLS

UNE COUVERTURE EFFICACE DES MAGASINS LES PLUS PERFORMANTS

La dernière étude *Panorama du marché de la distribution sélective* menée par l'institut NPD pour Clear Channel* révèle que **la croissance de la distribution sélective est portée par notre réseau DOOH malls** : au 1er semestre 2019, les parfumeries des centres commerciaux couverts par notre réseau affichent un chiffre d'affaires nettement positif, contrairement au total des malls France.

Par ailleurs, **notre offre DOOH malls couvre les parfumeries générant le plus de chiffre d'affaires en France.**

Aujourd'hui, **80% des plus grands malls de France placent leur confiance en notre expertise du retail media.** Notre offre DOOH malls

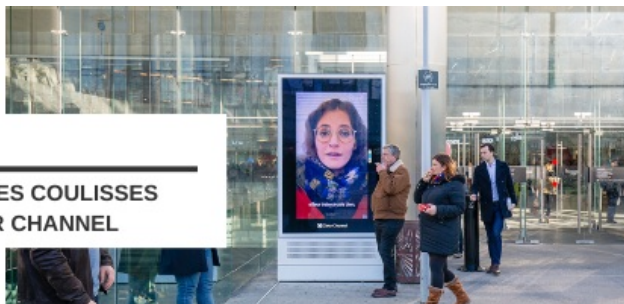
couvrir à ce jour **217 centres commerciaux** dans toute la France,

**Étude menée sur des données arrêtées à juin 2019*

Contact

HYPERSTORIES

LA SNCF PRÉSENTE SES COULISSES
AVEC BRUT. ET CLEAR CHANNEL



Relayer en temps réel et dans l'espace public des contenus citoyens d'actualité est l'une des nombreuses possibilités qu'offre le DOOH et une volonté affirmée de Clear Channel. En l'associant au très fort **potentiel d'engagement des réseaux sociaux**, nous proposons aux marques **une tribune privilégiée pour communiquer auprès du plus grand nombre**. C'est ce dispositif qu'a choisi la SNCF pour montrer l'« envers du décor » et les métiers qui contribuent à la prise en charge efficace de ses clients.

Pour la marque TGV INOUI, notre partenaire Brut. a produit une série de reportages sur les agents et leur métier ; des hommes et des femmes présents aux côtés des clients en situation normale comme en situation perturbée. Alors que la SNCF fait tout pour permettre à ses clients de se déplacer en temps de grève, **le 1er épisode de cette série a été diffusé sur les réseaux sociaux et en DOOH malls, métro et centre-ville** durant deux semaines, en décembre 2019 et janvier 2020.

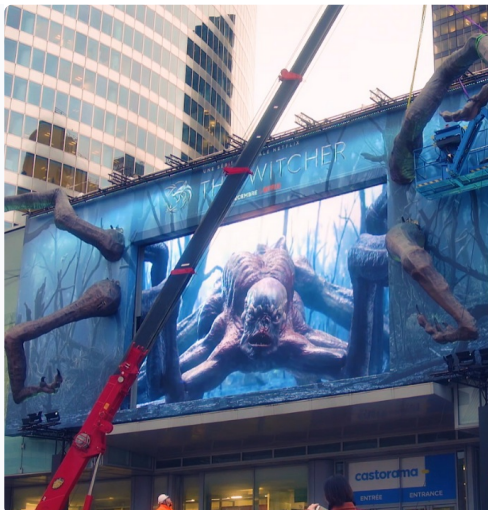


Il met à l'honneur Lorena, qui nous fait **découvrir la mission des Volontaires de l'Information**, connus sous le nom de Gilets Rouges. Ces collaborateurs de la SNCF se mobilisent en période de grands départs ou de situations perturbées pour orienter et aider les voyageurs.



C'était l'une de nos opérations phares de la fin d'année 2019 : le **spectaculaire dispositif créé pour la nouvelle série The Witcher**, diffusée sur Netflix. L'**écran géant** situé sur la façade du centre commercial **Westfield Les 4 Temps**, sur le Parvis de La Défense, a été pour l'occasion transformé en créature fantastique issu de l'univers de la série. Une installation hors-normes : **4 pattes géantes ont été disposées autour de l'écran** pour donner vie au monstre visible dans la bande annonce de la série.

Une opération qui n'a pas manqué de retenir l'attention des passants et de provoquer des sensations fortes ! **Découvrez le making-of en vidéo**



DOOH: The Witcher



SMART RETAIL

RENDEZ-VOUS AU HUBDAY FUTURE OF
RETAIL & E-COMMERCE



FUTURE OF
**RETAIL &
E-COMMERCE**

JEUDI 30 JANVIER 2020
MAISON DE LA MUTUALITÉ - PARIS

Nous serons présents le **30 janvier** prochain au **HUBDAY consacré au retail et e-commerce**. Une journée unique, organisée par le HUB Institute, pour identifier les leviers de performance retail et e-commerce.

Au programme : une **keynote de Jérôme Dumond**, notre Directeur du Marketing Stratégique et de la Transformation Digitale, pour évoquer les **synergies entre retail et DOOH, entre performance et expérience**.

Une intervention à suivre en live [sur notre compte Twitter](#), à partir de 16h25.



[En savoir plus](#)

**Suivez toute notre
actualité sur les
réseaux sociaux !**



Cet e-mail a été envoyé à {{ contact.EMAIL }}
Vous avez reçu cet email car vous vous êtes inscrit sur CLEAR CHANNEL.

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.

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