



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

À Boulogne-Billancourt, le 13 mai 2024

CITYZ MEDIA, EXPERT DE LA CITÉ ET DES CITOYENS, ANALYSE POUR LA 10ÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE LES TENDANCES DE L'ÉTÉ 2024



- **Mobilité Estivale, entre sports, loisirs et consommation : les tendances de déplacements des Français**
- **Quel rôle les Jeux Olympiques vont-ils jouer sur notre mobilité estivale ? Les malls* : le lieu incontournable qui rassemble shopping, divertissements et détente**

En partenariat avec l'institut d'études iligo, Cityz Media s'est intéressé pour la 10ème année consécutive aux projets de vacances, de consommation et de comportements des Français sur la période estivale. Cette année encore, la France reste la destination préférée des Français pour leurs vacances d'été.

«La rue est notre terrain de jeu et le territoire d'expression de nos clients. Cette étude, qui analyse les tendances de consommation et de mobilité des Français cet été, permet ainsi d'éclairer les choix médias des annonceurs et des agences en cette année exceptionnelle de Jeux Olympiques.» déclare Didier Quillot, Président de Cityz Media.

Été 2024 : la France destination privilégiée des Français et des touristes

Cette année, ce sont 59% des Français qui partiront en vacances sur la période de juillet/août. Et comme l'an dernier, la France reste en tête du classement sur la liste des destinations

préférées des Français. En effet, 71% d'entre eux privilégieront l'hexagone pour leur été, contre seulement 29% d'entre eux qui voyageront à l'étranger. En 2024, la région PACA séduira une fois de plus majoritairement les vacanciers Français, pour 21% d'entre eux. Les régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bretagne et Nouvelle-Aquitaine seront quant à elles, également très appréciées, puisqu'elles accueilleront à elles trois 32% des vacanciers.

Le littoral conserve sa place de destination coup de coeur des Français, avec 59% des sondés qui déclarent vouloir y passer leurs vacances estivales. La montagne quant à elle, continue de progresser, puisqu'elle gagne 12 points par rapport à l'an dernier et se place désormais en 2ème position, au même niveau que la campagne dans les régions privilégiées par les Français.

Dans la continuité de l'étude de 2023, le mix télétravail et vacances sera cette année encore au rendez-vous pour de nombreux salariés. 31% des CSP+ et des Franciliens ont le projet de télétravailler sur un lieu différent de leur résidence principale, avec 72% d'entre eux qui le feront depuis la France. La voiture demeure le mode de transport le plus favorisé pour les départs en vacances : 74% des vacanciers se déplaceront en voiture. On notera d'ailleurs que l'usage des services alternatifs de mobilité (car, covoiturage...) est en hausse de 4 points par rapport à l'année dernière.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, un temps d'attention et de mobilité unique

Dans quelques semaines, les Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 débiteront. Un événement qui, sans surprise, réunira des millions de Français et touristes venus pour l'occasion. Au total, plus de 15 millions de visiteurs sont attendus sur cette période. Ce sont 54% des répondants qui ont l'intention de suivre cette compétition, et plus particulièrement les jeunes, les CSP+ et les Franciliens. Toujours sur cette période, on notera une forte mobilité. Les Jeux 2024 généreront un réel intérêt puisque 24% des Français se rendront dans une ville organisatrice pour assister ou participer à l'événement. Les Jeux Olympiques favoriseront les départs en vacances puisque 83% des Franciliens prendront leurs congés à cette période, pour se rendre, pour 2/3 d'entre eux, majoritairement en France.

Les malls*, l'incontournable de l'été

Pour cet été 2024, on assiste à une hausse de la proportion du budget moyen, fixé à 1000€. La période estivale étant une véritable période de plaisir de consommation, 71% des répondants, ont prévu de dépenser autant voire plus que prévu durant l'été. On retrouve en tête des dépenses, des activités extérieures : les restaurants (50%), les courses alimentaires (39%) et les activités culturelles et ludiques (35%). Les malls profiteront d'ailleurs de cette tendance puisque 76% des personnes ayant déclaré fréquenter les centres commerciaux sur leurs lieux de vacances, passeront autant voire plus de temps dans les malls cet été. Un chiffre en hausse de 8 points par rapport à l'an dernier.

*Malls : centres commerciaux

Méthodologie

Etude Cityz Media/ iligo réalisée en février 2024 – 1 007 répondants à partir d'un panel représentatif de la population française de 18-69 ans.

Contact presse

Caroline Meriaux - caroline.meriaux@cityzmedia.fr - 06 85 80 53 72

Edith Maviel (Enderby) – ema@enderby.fr – 07 64 89 59 74

Aude Zerwetz (Enderby) – aze@enderby.fr – 06 46 75 00 03

À propos de Cityz Media

Cityz Media est un acteur français majeur de la communication extérieure.

Présent en France depuis plus de 100 ans, Cityz Media est le seul opérateur présent dans l'intégralité des lieux de vie, de consommation et de mobilité hors foyer, contribuant ainsi au rayonnement des villes et des marques en print comme en digital. Le groupe bénéficie d'une implantation dans plus de 50 agglomérations de plus de 100 000 habitants : au total, plus de 4 000 communes disposent ainsi d'au moins un mobilier publicitaire Cityz Media. Par ailleurs, Cityz Media est également le premier acteur des bus en régions, avec une présence dans plus de 45 agglomérations et 20 000 faces publicitaires « bus ».

Leader en digital dans les centres commerciaux avec une implantation au cœur de plus de 200 complexes commerciaux majeurs, Cityz Media possède au total près de 3 500 écrans digitaux dans les malls, la rue et les métros.

Chaque semaine, Cityz Media permet aux acteurs privés et publics de communiquer auprès de 35 millions de citoyens-consommateurs.

Conscient des enjeux sociaux et environnementaux, Cityz Media participe au quotidien à la dynamisation des régions avec plus de 90% de clients locaux, contribue à la transformation des territoires grâce l'éco-conception de ses mobiliers et œuvre à la diffusion de messages d'utilité collective pour bâtir la ville de demain, inclusive et durable.