

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
À Paris, le 22 octobre 2024

Lancement d'une offre **DRIVE TO STORE 360**,
refonte de l'offre DOOH et offres inédites
à l'occasion du **BLACK FRIDAY** :
Cityz Media dévoile ses innovations commerciales



- Seul acteur présent dans tous les lieux de vie hors foyer, Cityz Media dévoile ses innovations commerciales & marketing, au terme d'une année de forte reconquête et dans le prolongement de son plan de transformation FOCUS PERFORMANCE.
- A cette occasion, Cityz Media lance 2 offres de fin d'année en DOOH dans tous les lieux de vie hors-foyer (malls, rue, métro) pour répondre au mieux aux attentes des annonceurs et leur permettre de dynamiser leur activité de fin d'année.
- Pour 2025, Cityz Media articule sa stratégie commerciale et marketing autour de deux axes majeurs : la DATA, avec le lancement d'une mesure **DRIVE TO STORE 360** inédite et exclusive dans les Malls et dans la rue, et la refonte de son offre DOOH en termes de tarification et de boucles de diffusion.

"L'année 2025 marquera une nouvelle étape décisive dans la transformation de Cityz Media. Après une année de forte reconquête, nous sommes plus que jamais déterminés à poursuivre notre ascension et à renforcer notre rôle d'acteur majeur de la communication extérieure, présent dans tous les lieux de vie hors foyer, tout en innovant et en répondant aux attentes d'efficacité de nos clients, annonceurs et collectivités", souligne Didier Quillot, Président exécutif de Cityz Media.

L'expertise data au service de la transparence, de l'efficacité et de l'optimisation des campagnes en 2025

L'année 2025 sera l'occasion pour Cityz Media d'aller plus loin dans la mesure de l'efficacité du média, avec la sortie d'une nouvelle offre de mesure **DRIVE TO STORE 360**, couvrant à la fois l'**INDOOR** et l'**OUTDOOR**. Des technologies innovantes et complémentaires permettront ainsi de proposer une approche inédite et exclusive en Communication Extérieure pour mesurer **l'intégralité de l'efficacité des médias OOH et DOOH dans les différents univers et les différents formats que Cityz Media propose**.

En complément, Cityz Media poursuivra le développement de ses offres **AUDIENCE GARANTIE** et **NEW CAST**, lancées en 2023. Grâce à la première, Cityz Media garantit un volume d'audience dans les centres commerciaux, où ses 2 500 écrans permettent de couvrir, au plus près de l'acte d'achat, plus de 17 millions de Français chaque semaine. La seconde permet d'analyser les flux sur la France entière et de qualifier les comportements de l'audience de ses 100 000 points de contacts sur le territoire.

Des offres DOOH repensées en matière de tarification et de flexibilité pour optimiser la visibilité et diminuer le CPM des campagnes digitales

L'offre DOOH a ainsi été intégralement repensée en 2025 avec de **nouvelles durées de boucles et une nouvelle tarification** qui optimisent la fréquence de diffusion des spots DOOH et diminuent le CPM* de 20% pour la campagne DOOH.

En 2025, le groupe étendra également son offre innovante « **DUOOH** », concept qui associe les écrans digitaux aux mobiliers urbains 2m² dans les cœurs de ville. L'objectif est de permettre ainsi aux marques d'accompagner les consommateurs tout au long de leur parcours quotidien, du centre-ville aux centres commerciaux en passant par les parkings et les transports en jouant sur la complémentarité créative du DOOH avec le print.

Par ailleurs, Cityz Media investit également chaque année davantage le champ de la publicité programmatique. Le groupe a lancé son offre **pDOOH** (programmatique DOOH) en janvier 2022 et adresse aujourd'hui l'intégralité des plateformes d'optimisation d'achat publicitaire en France. Cityz Media est le seul acteur de la communication extérieure à proposer l'entièreté de son inventaire en programmatique, y compris l'inventaire premium et les écrans géants DOOH ICONIC. Au premier semestre 2024, le pDOOH a connu une croissance de +40% par rapport au premier semestre 2023, soit quasiment la moitié du CA de l'année passée. Le groupe compte poursuivre cette dynamique en 2025.

Dès 2024, Cityz Media lance deux offres inédites en DOOH à l'occasion du Black Friday et des fêtes de fin d'année, afin de soutenir l'activité économique.

Dans un marché plurimédia particulièrement inflationniste, Cityz Media met en place, à partir de fin novembre, une stratégie permettant aux annonceurs de **dynamiser leurs ventes pendant ces périodes commerciales cruciales** : le Black Friday, Noël et les soldes, tant dans les **centres-villes que dans les centres commerciaux**.

Pour profiter de l'augmentation significative de la fréquentation** durant cette période, Cityz Media propose deux offres attractives sur ses **3 000 écrans DOOH**, présents dans la rue, le métro et les malls :

- **Offre Spéciale Black Friday** : « Payez 7 jours, diffusez 10 jours ! »
- **Offre Double Temps Forts « Fin d'année / Soldes d'Hiver »** : « pour toute campagne DOOH achetée et diffusée entre fin novembre et fin décembre, bénéficiez d'une semaine supplémentaire offerte en janvier 2025. »

Ces initiatives visent à maximiser l'impact des campagnes publicitaires DOOH tout en offrant une visibilité accrue aux annonceurs.

Contact presse

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

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

Jade Monsiaud (Enderby) - jmo@enderby.fr - 06 98 14 62 91

*CPM : Coût Pour Mille contacts

** plus de 26 millions de fréquentation dans les malls en décembre versus 17 millions une semaine classique

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 3 000 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.