



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
À Boulogne-Billancourt, le 18 mars 2025

## **Cityz Media et la maison créative Justement révèlent le lauréat du Futur Prix du DOOH présidé par Constance GODARD de BUZZMAN autour du thème « Sortez de chez vous »**

- Cette année le Futur Prix met en lumière la créativité autour de l'actualité et du DOOH, avec le défi percutant du thème « Sortez de chez vous », exhortant les Français à sortir de chez eux.
- Avec sa campagne primée, le duo de lauréats illustre l'importance de sortir de chez soi en imaginant des figures historiques manquant des moments décisifs. Leur message incite à oser et à comprendre que les plus grands accomplissements naissent souvent en sortant de chez soi.

*“Le potentiel créatif du DOOH est aujourd'hui sous exploité alors que ce media permet d'essentialiser une idée à travers un spot vidéo court et impactant. Le Futur Prix du DOOH montre que l'on peut être créatif en DOOH. Et il y a encore beaucoup à explorer et à imaginer !”* explique Constance Godard, Présidente du Futur Prix du DOOH et Copywriter senior chez Buzzman.

### **La créativité en DOOH au cœur de la rue**

Lancé en **2022** par **Cityz Media** (ex Clear Channel France) en partenariat avec **la maison créative Justement**, le Futur Prix vise à stimuler la **réflexion des créatifs sur des sujets d'actualité**, tout en mettant en avant, et cette année particulièrement, le potentiel du **Digital Out Of Home (DOOH)**. À travers ce concours, **Cityz Media et la maison créative Justement** cherchent à révéler des créations innovantes qui s'appuient sur l'espace public comme un véritable terrain d'expression.



Pour sa **troisième édition**, qui s'est tenue du 12 novembre 2024 au 22 janvier 2025, le concours a choisi un thème à la fois pertinent et stimulant : "**Sortez de chez vous**". Ce thème, véritable appel à l'ouverture sur le monde extérieur, a constitué le cœur du défi créatif. L'enjeu était d'imaginer la manière la plus originale et percutante de traiter ce sujet, tout en poussant les créatifs à repousser les frontières du DOOH. Un défi qui correspond parfaitement à l'esprit de Cityz Media, acteur incontournable de la communication extérieure, et à ses campagnes centrées sur les instants de vie dans la rue.

Les délibérations du jury, présidé par Constance Godard (Buzzman) et composé de Tashi Bharucha (Cityz Media), Tanguy Demange (La Correspondance de la Publicité), Patrice Dumas (DDB), Myriam Fatent Sfar (École Gobelins Paris), Pascal Grégoire (Maison créative Justement), Mélanie Pennec (Romance), Nicolas Richard (BETC) et Ibrahim Seck (Monks) se sont tenues le 30 janvier 2025. Le duo lauréat s'est ensuite vu remettre sa dotation de 3000 euros par Didier Quillot, président exécutif de Cityz Media, lors d'une remise de prix qui s'est déroulée le 18 mars au siège de Cityz Media en présence de la maison créative Justement à Boulogne-Billancourt.

La campagne sera diffusée durant une semaine à la fin du mois de mars sur les 3 000 écrans du réseau DOOH de Cityz Media à travers toute la France auprès de 20 millions de Français, dont certains **emplacements historiques** comme le **Carrousel du Louvre**.

### Un hommage à l'histoire et à l'action

Et si, en restant chez vous, vous passiez à côté de **moments essentiels**, de rendez-vous qui pourraient marquer votre histoire, voire **l'Histoire** elle-même ?

C'est le message porté par **Bartholomé Hubert et Thibaud Bernet-Becuwe**, étudiants à **l'école Le Quatre**, à travers leur **campagne primée** lors de la troisième édition du Futur Prix.

Avec une approche élégante, sobre et pleine d'humour, la campagne met en lumière des **moments historiques clés**, en imaginant des scénarios où des figures emblématiques comme **Charles de Gaulle** ou **Mona Lisa** auraient choisi de ne pas sortir de chez elles. Et si De Gaulle n'était pas allé lancer l'appel du 18 juin ? Si Mona Lisa n'était pas allée poser pour Léonard de Vinci ? Loin d'être un simple **rappel historique**, cette campagne fait le lien entre

l'action de sortir et l'impact que cela peut avoir sur le futur. Elle nous incite à sortir, à oser, à comprendre que nos plus grands accomplissements naissent souvent à **l'extérieur**, dans des moments où l'on choisit de moins en moins de sortir de sa zone de confort.

**L'originalité** de cette campagne, sa **réalisation** et son respect de la contrainte essentielle du **DOOH** ont séduit le jury. En effet, le duo a su exploiter pleinement le potentiel du format DOOH en combinant une **communication percutante** et une **dynamique visuelle** adaptée aux écrans publics. Chaque message, parfaitement adapté au format extérieur, incite à une véritable réflexion tout en restant **accessible et engageant**. Ainsi, le duo a réussi à allier **créativité, pertinence et efficacité**, ce qui en fait une œuvre marquante et en phase avec les enjeux du DOOH.

### Contact presse

Caroline Meriaux - [caroline.meriaux@cityzmedia.fr](mailto:caroline.meriaux@cityzmedia.fr) - 06 85 80 53 72

#### **A 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.*

#### **A propos de Justement**

*Justement. est une maison créative lancée en 2021 sous l'impulsion de Pascal Grégoire et de Nathalie Cortial. Ce nouveau format d'agence repose sur l'accompagnement, la reconnaissance et la juste rémunération des talents indépendants. Cette structure agile propose à chaque annonceur une équipe sur mesure en fonction de son projet et de son budget, sourcée, animée et coordonnée par ses cofondateurs. Le réseau de la maison créative rassemble aujourd'hui plus d'une centaine de talents indépendants.*

*Parmi les clients qu'elle accompagne : ParionsSport en ligne, Cityz Media, 20 minutes, MedTech in France, La Maison de la Bio, Synabio, Oxfam France, Péchalou, Les éditions Auzou, Flammarion, la plateforme Edith&Nous, April Santé et Prévoyance, les boissons Necense, les épiceries solidaires Andès...*