



BLACK FRIDAY

NOËL



**2 TEMPS FORTS,
1 OPPORTUNITÉ EN OR
SUR LE DOOH**

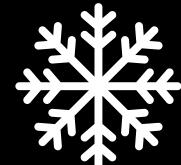


Les Français prêts à consommer... et à être influencés

Les fêtes approchent et les Français comptent bien en profiter. Entre **bonnes affaires** et **cadeaux** à prévoir, le **DOOH** s'impose comme un **levier clé** pour capter l'attention, au plus près des lieux d'achat.

Avec notre partenaire Iligo, nous vous livrons les insights inédits pour 2025.

Des Français plus réceptifs que jamais



- 55% des Français prévoient de profiter du **Black Friday** (dont 76% des 18-34 ans)



- 86% achèteront leurs **cadeaux de Noël** avant mi-décembre (dont 89% des 25-49 ans)



- 77% des consommateurs déclarent pouvoir être influencés par la publicité en dernière minute - une opportunité directe pour le **DOOH**, média de réactivité par excellence



- 93% des urbains prévoient de réaliser leurs achats au sein de **magasins physiques**

Ce que les Français achètent vraiment

BLACK FRIDAY

246€ de budget moyen

MODE
(HABILLEMENT/CHAUSSURES)

PRODUITS HIGH-TECH

BEAUTÉ ET SOIN



ALIMENTAIRE ET BOISSONS

MODE
(HABILLEMENT/CHAUSSURES)

BIENS CULTURELS

Mode, tech, beauté, jouets : les arbitrages varient, mais la logique reste la même, visibilité et timing sont déterminants.



NEW CAST : le ciblage programmatique à puissance 1200

Notre plateforme de diffusion s'enrichit : plus de 1200 critères pour ajuster les campagnes à chaque audience, chaque moment, chaque point de contact.

- **Ciblage comportemental** : intentionnistes, activités, comportements...
- **Ciblage contextuel** : centres commerciaux, outdoor, transports
- **Ciblage temporel** : pics de fréquentation Black Friday, week-ends de décembre

Exemples d'activations possibles

Pour le Black Friday :

Campagne sortie jeux vidéo, promotion avant lancement.
Ciblage sur l'activité « jeux vidéo : pratiqué régulièrement ».

Pour Noël :

Campagne “inspiration cadeaux” dans les centres les week-ends avant Noël.
Ciblage sur « profite des promotions du secteur jeux / jouets »

