

## Les Français plébiscitent la communication extérieure

Résultats de l'étude OpinionWay pour Cityz Media, JCDecaux, Giraudy, Mediatransports, Phenix Groupe, présentés lors de l'évènement OOH Days 2025.

À l'occasion de la quatrième édition des OOH Days, **OpinionWay dévoile les enseignements d'une étude exclusive consacrée au rapport qu'entretiennent les Français avec la communication extérieure.**

*Un média incontournable... et particulièrement affinitaires avec les moins de 35 ans*

L'étude révèle une exposition extrêmement élevée : **93% des Français passent devant un support (D)OOH au moins une fois par semaine, et 39% chaque jour.** Parmi les moins de 35 ans, cette proportion grimpe à 55%.

*Un média utile, proche des citoyens et ancré dans la vie locale*

**Pour les Français, la communication extérieure est également perçue comme un service** et une source pertinente d'information :

- Elle met en avant ce qui se passe **près de chez eux** (74% d'accord)
- Elle permet de savoir ce qui est **nouveau** (71% d'accord)

*Un média apprécié parce que non-intrusif*

En comparaison avec d'autres médias, **la communication extérieure bénéficie d'une image positive** :

- Elle ne « coupe » pas l'expérience de l'utilisateur
- Les messages y sont globalement plus appréciés que sur des médias on line ou le mobile.

*« Les Français aiment la communication extérieure, c'est nous qui l'écrivons, mais ce sont eux qui le disent. »*

**Jean-Baptiste Leroux,**  
Directeur du département Médias d'OpinionWay

## Un média contributif

La communication extérieure est également perçue comme un média **contributif** dont une partie des Français découvrent avec intérêt l'impact positif sur leur sphère de proximité :

- Les dispositifs (D)OOH **financent** des services, du mobilier urbain, des équipements au bénéfice des collectivités et des opérateurs de transport.
- Ils sont **reconnus comme le média générant le moins d'émissions de CO<sup>2</sup>** à audience égale (source KPMG), une information qui améliore l'image du média pour près de 40% des répondants.

A l'heure où de nombreux médias sont confrontés à une crise de confiance ou à la fragmentation de leurs canaux et audience, **la communication extérieure se distingue par sa capacité à informer, orienter et accompagner les citoyens-consommateurs sans les interrompre dans leur parcours.**

**Tous les résultats de cette étude sont accessibles [ici](#).**

**Méthodologie** : Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées **du 22 au 24 octobre 2025**.

## A propos du Groupe OpinionWay

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des **études marketing et d'opinion**.

Reflète notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis 2025 "**Entreprise à mission**" avec pour ambition de "*Conjuguer l'humain et l'innovation pour accompagner marques et organisations dans leurs prises de décisions vers un futur souhaitable*". Une mission qui se traduit par trois objectifs statutaires essentiels : éclairer nos clients sur les enjeux de développement durable et sociétaux, cultiver les liens, l'agilité et l'enthousiasme au sein de notre entreprise, et questionner en continu la pertinence de nos approches.

Nous intervenons sur les cinq continents depuis nos implantations en **France** (Paris, Bordeaux), en **Afrique** (Casablanca, Abidjan), en **Europe de l'Est** (Varsovie), en **Chine** (Shanghai) et en **Europe** avec notre filiale pan-européenne **Polling Europe** (Bruxelles).

Membre actif d'**Esomar**, nous sommes certifiés ISO 20252 depuis 2009 par l'AFNOR.

### Contacts Presse

Olivia AUGIS – Responsable Communication – [oaugis@opinion-way.com](mailto:oaugis@opinion-way.com) – 06 28 12 10 37

### Restons connectés !



[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre *newsletter* !

JE M'ABONNE !