

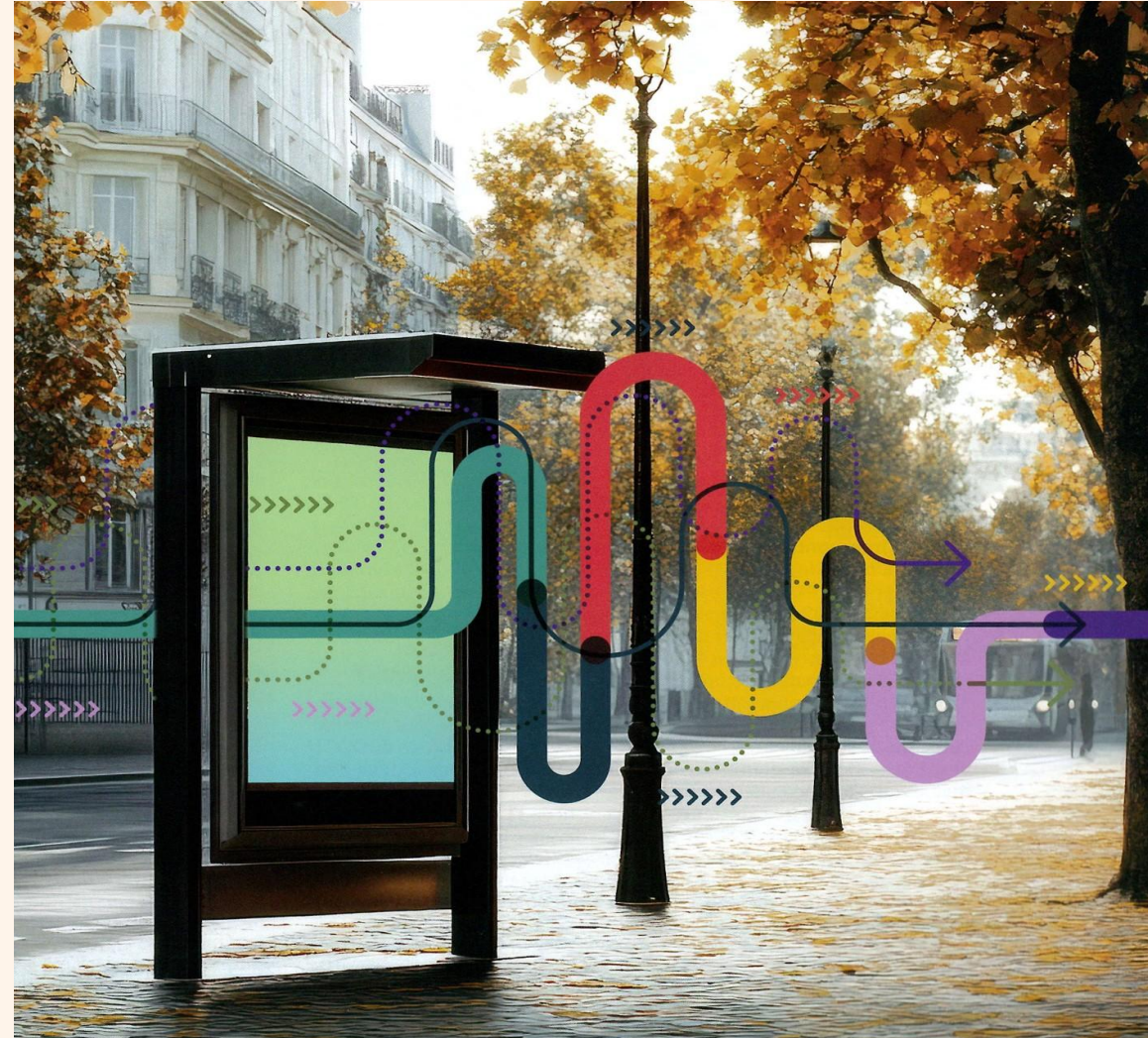
opinionway,

— POUR —

[DOOH]  
DAYS  
4<sup>ème</sup> ÉDITION

Les Français aiment la  
*communication extérieure*

9 décembre 2025



UN ÉVÈNEMENT :

cityz  
MEDIA

GIRAUDY

JCDecaux

M media  
transports

PHENIX  
GROUPE



opinionway

Crédits : dev-asongbam

# La méthodologie

[DOOH]  
DAYS  
4<sup>ème</sup> ÉDITION

# La méthodologie



Echantillon 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**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



1

Les atouts de la  
communication extérieure

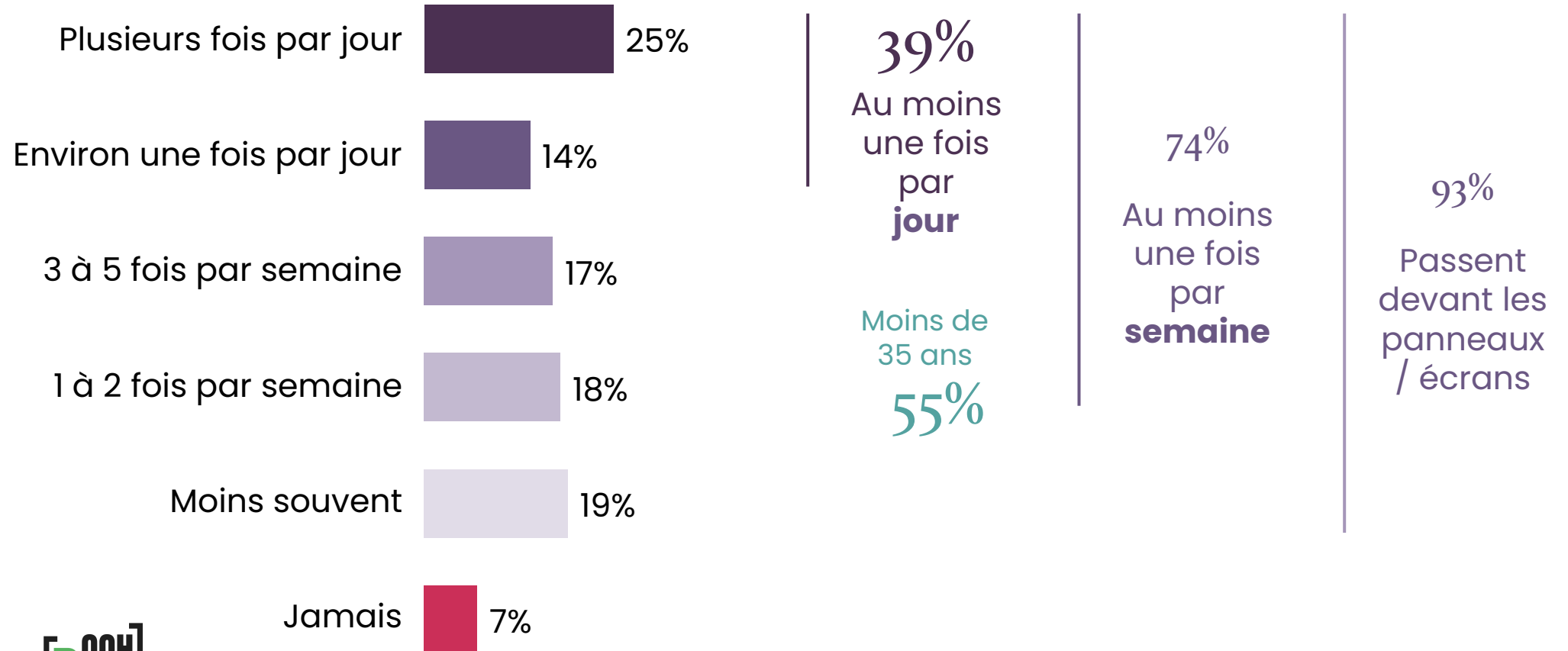


## La communication extérieure : un niveau de couverture très élevé



1002  
personnes

En général, à quelle fréquence vous arrive-t-il de passer devant un panneau d'affichage, papier ou digital, tels que ceux que nous venons de vous montrer, que ce soit dans la rue, dans les transports, dans les commerces, dans les centres commerciaux ou ailleurs ?





# La communication extérieure : un media qui mobilise l'attention

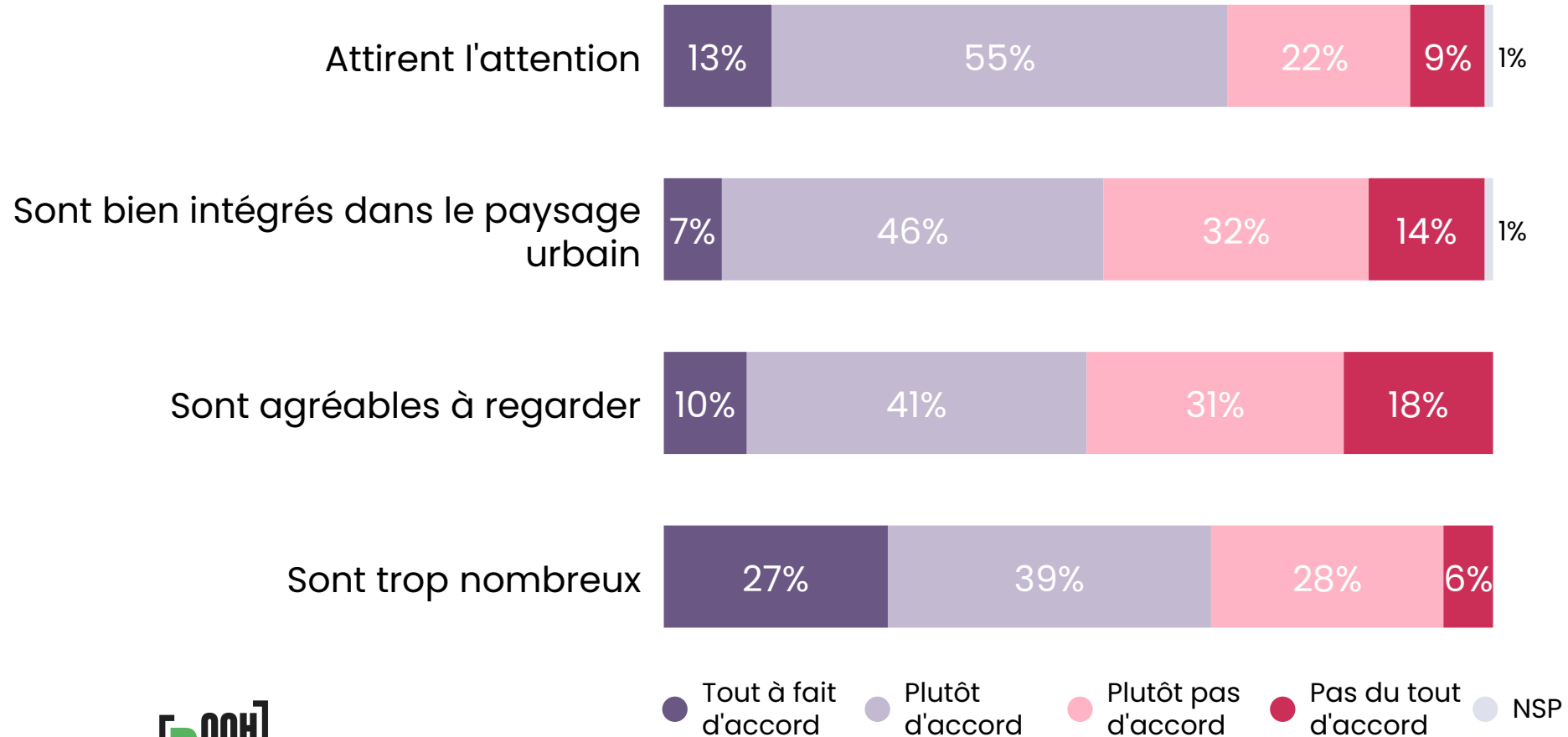
Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?



1002  
personnes

En général, les panneaux d'affichage papier ou digitaux...

D'accord  
Moins de  
35 ans



▼ -6



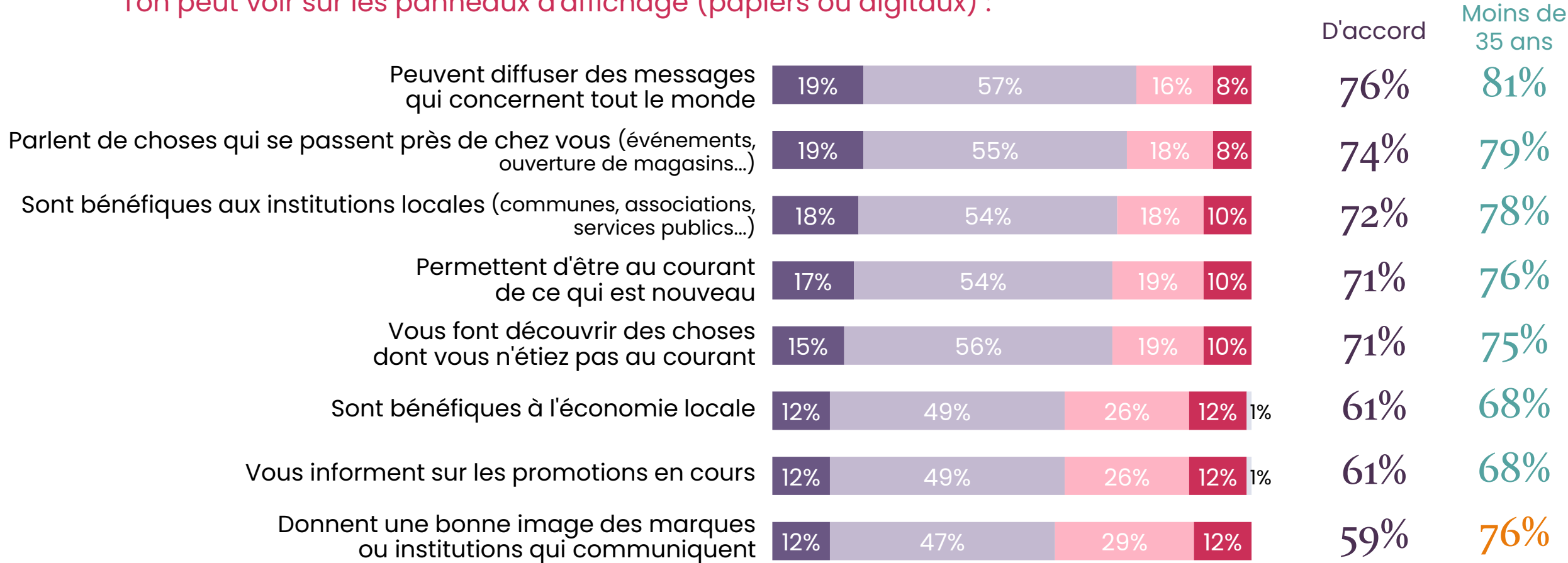


# La communication extérieure : un media universel et utile



1002  
personnes

Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? Les publicités pour les marques ou les messages d'intérêt général (communes, associations, gouvernement...), que l'on peut voir sur les panneaux d'affichage (papiers ou digitaux) :



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP



# La communication extérieure : un media qui sur-performe sur les moins de 35 ans



1002  
personnes

Après avoir vu une publicité ou un message d'intérêt général sur un panneau d'affichage (papier ou digital), vous arrive-t-il :

		ST/OUI	Moins de 35 ans
De vous rendre dans le magasin ou le lieu dont parlait le message	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>7%22%32%</div>	61%	71%
D'acheter le produit dont parlait le message	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>6%20%35%</div>	61%	74%
De rechercher des informations complémentaires sur Internet ou les réseaux sociaux	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>8%26%25%</div>	59%	79%
De vous arrêter et montrer le panneau à la personne qui vous accompagne	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>7%20%26%</div>	53%	76%
De prendre en photo le panneau pour le montrer à un proche	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>7%14%18%</div>	39%	62%
De scanner un QR code présent sur un panneau d'affichage	<div><div></div><div></div><div></div></div> <div>7%13%19%</div>	39%	69%

● Souvent ● De temps en temps ● Rarement



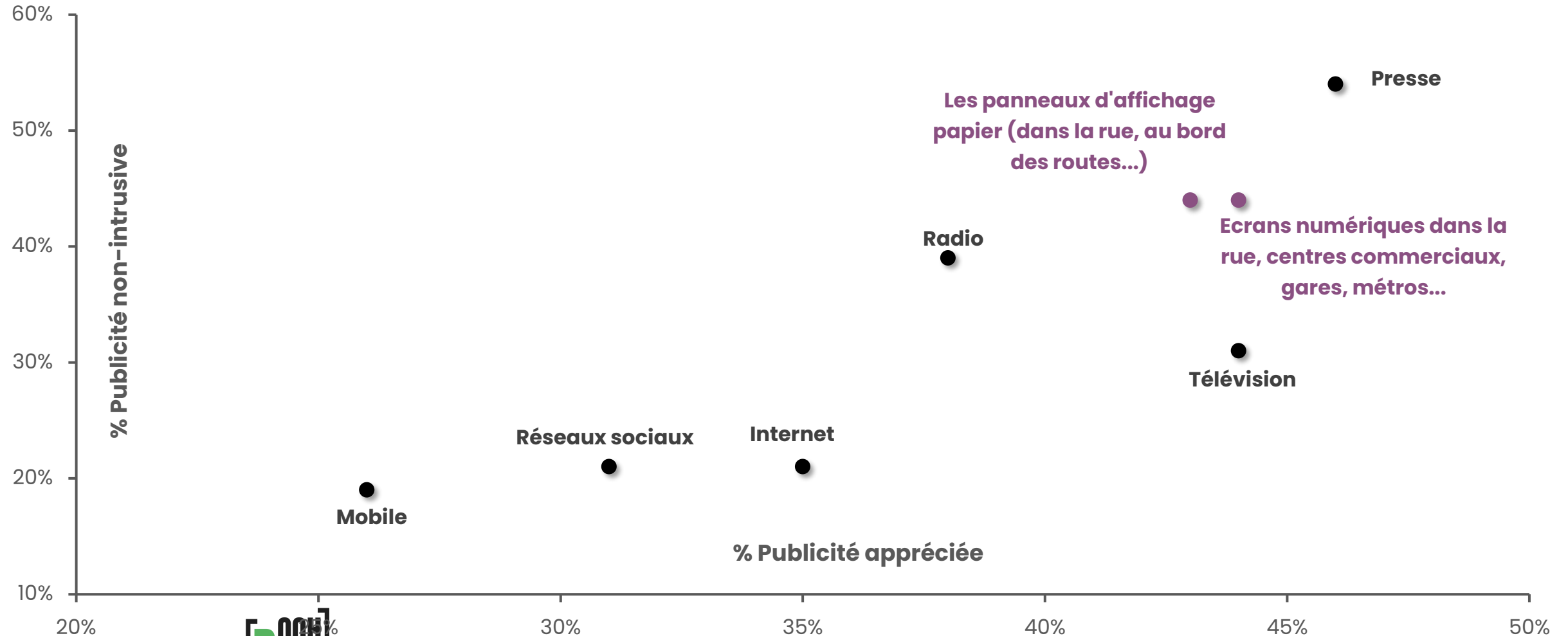


# La communication extérieure : un media non-intrusif - des messages appréciés

Personnellement, appréciez-vous la publicité diffusée sur les médias suivants :  
Et diriez-vous que la publicité diffusée sur les médias suivants est intrusive :



1002  
personnes



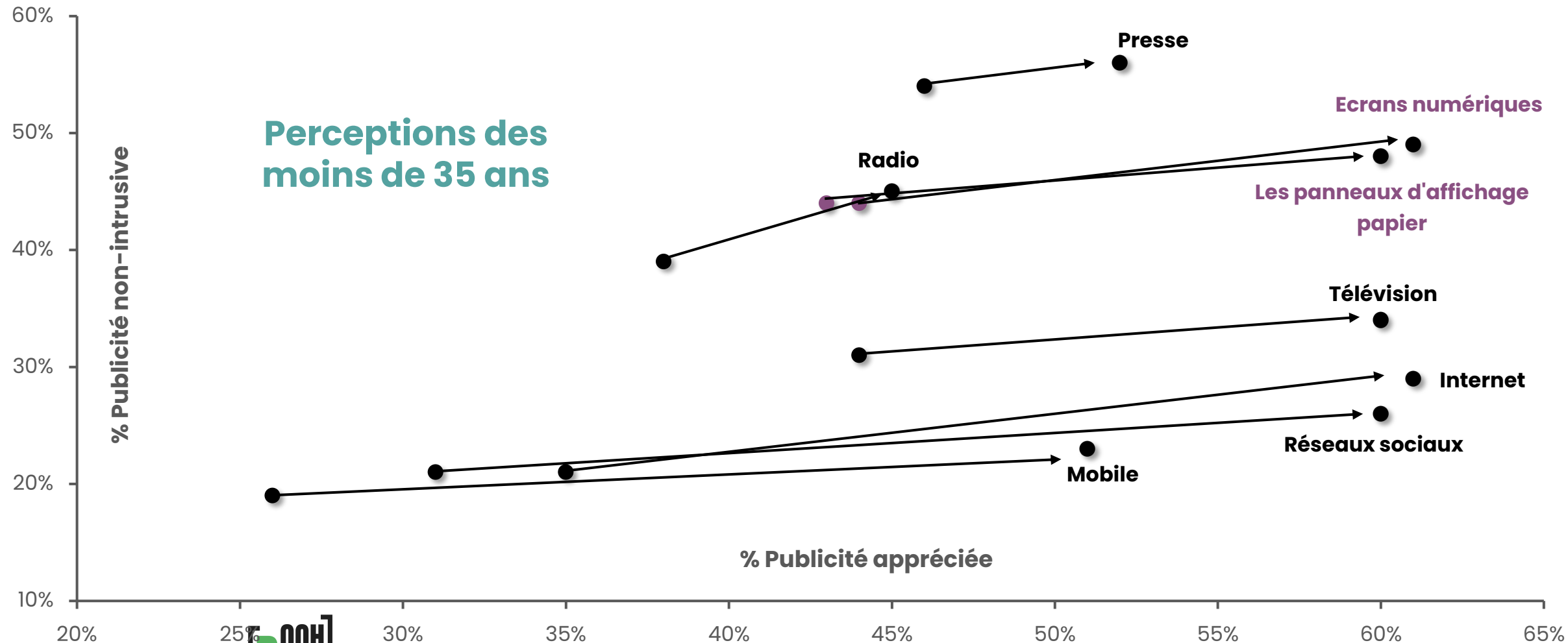


# La communication extérieure : un media non-intrusif - des messages appréciés



1002  
personnes

Personnellement, appréciez-vous la publicité diffusée sur les médias suivants :  
Et diriez-vous que la publicité diffusée sur les médias suivants est intrusive :



2



## Les messages non-publicitaires en communication extérieure

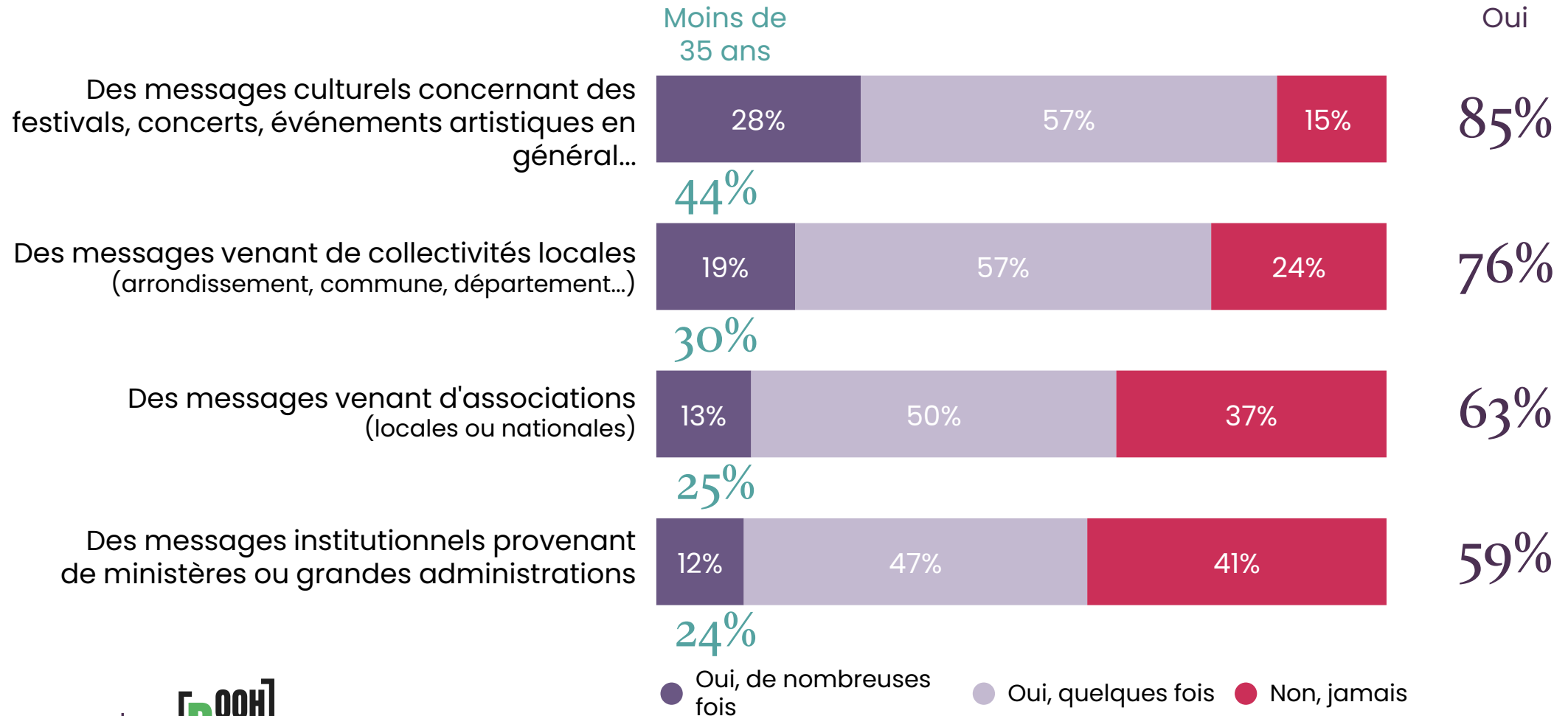


# La communication extérieure : un media au service du citoyen

En dehors de la publicité, les panneaux d'affichage papier ou digitaux diffusent parfois les types de messages suivants. En avez-vous déjà vu ?



1002  
personnes





# La communication extérieure : un media de proximité



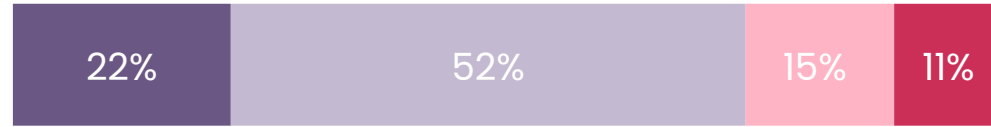
1002  
personnes

Diriez-vous qu'il est très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utile de diffuser un message en fonction ... ?

Moins de  
35 ans

Utile

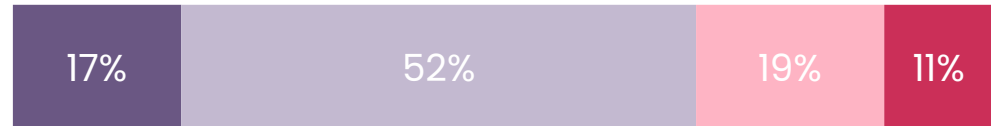
Des conditions du moment :  
météo, pollution de l'air, température etc.



74%

23%

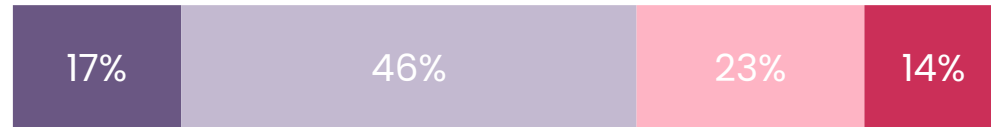
Du lieu où vous vous situez :  
lieu de vos activités/loisirs, agglomération de résidence,  
etc.



69%

32%

D'un évènement/une actualité du moment et du  
lieu où vous êtes : affichage de scores sportifs, compte  
à rebours de l'évènement, etc.



63%

29%

Du moment où vous l'avez vu :  
jour de la semaine, l'heure de la journée, matin/soir etc.



55%

26%

● Très utile ● Plutôt utile ● Plutôt pas utile ● Pas du tout utile ● NSP

3



## L'impact contributif de la communication extérieure





## La communication extérieure :

### Un media contributif aux finances des communes et opérateurs des transports

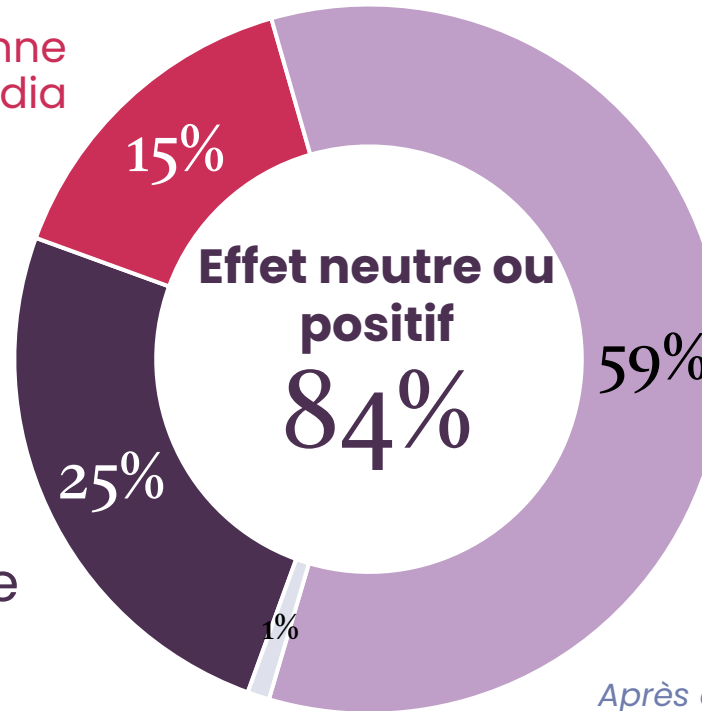
Le fait de connaître le mode de fonctionnement de ces entreprises change-t-il votre perception de la publicité en ville ou dans les transports en commun ?



1002  
personnes

Oui, cela me donne  
une **moins** bonne image de ce média

Oui, cela me donne  
une **meilleure** image  
de ce média



Non, cela ne change pas  
l'image que j'en ai

*Après explication du système de contreparties pour les communes ou les opérateurs de transport à l'installation de panneaux ou d'écrans par les opérateurs : taxes – espaces réservés – mobiliers urbain – services.*



## La communication extérieure : un media contributif à la réduction des émissions

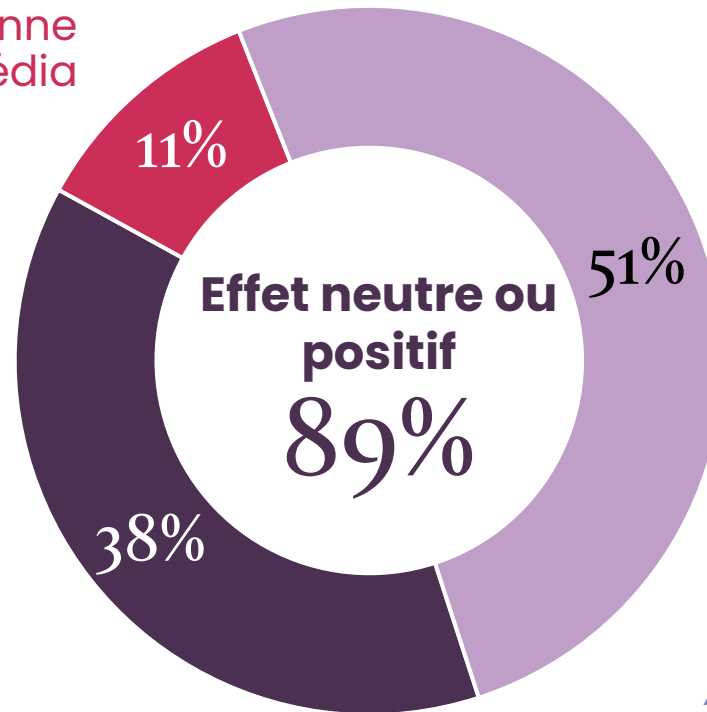


911  
personnes

Le média qui émet le moins de CO2 est : **La communication extérieure** (les panneaux d'affichage papier ou digital). Le fait de connaître cette information change-t-il votre perception de la communication extérieure (les panneaux d'affichage papier ou digital):

Oui, cela me donne  
une **moins** bonne image de ce média

Oui, cela me donne  
une **meilleure** image  
de ce média



Non, cela ne change pas  
l'image que j'ai de ce média

*Après explication que la communication extérieure est le média qui émet le moins d'eqCO2 à audience équivalente selon une étude réalisée par le cabinet indépendant KPMG pour le compte de l'UPE, publiée en novembre 2025.*



## A RETENIR

*La communication extérieure :*

*un média puissant, qui mobilise l'attention  
et s'intègre à son environnement*

*qui sur-performe chez les moins de 35 ans*

*une utilité réelle au sein l'écosystème du quotidien*

# opinionway

PARIS • BORDEAUX • BRUXELLES • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

**Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.**

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

**C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.**

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

## Restons *connectés* !



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

*Je m'abonne*

Votre contact OpinionWay

**Jean-Baptiste Leroux**

Directeur du Département médias

Tel. : +33 6 13 43 04 00

jbleroux@opinion-way.com

**ESOMAR**<sup>25</sup>  
Corporate

