

JCDecaux lance ses offres urbaines Été 2025 pour capter le flux massif des audiences estivales.



Dans un contexte touristique inédit, fort d'un rayonnement international pendant la période des JOP 2024 et porté par la ré-ouverture de Notre-Dame de Paris, la France reste en 2025 un territoire d'attractivité inégalé :

- 15 millions de visiteurs sont désormais attendus par an à Notre-Dame de Paris, soit 3 millions de plus qu'avant la restauration,
- 2 à 3 millions de festivaliers (musique, films, arts) sont prévus entre les mois de mai et août 2025 dans toute la France (1,1 million pour Paris),
- 66 % des départs se feront vers les bords de mer en 2025.

En effet, l'été 2025 ne fera pas exception à l'attractivité de la France auprès des vacanciers français et des touristes étrangers. 3 Français sur 4 envisagent de rester dans l'hexagone en juillet et août 2025¹ et on note une hausse de 10 % des réservations aériennes internationales vers Paris au cours du seul premier trimestre 2025².

Pour capter ce flux massif d'audiences estivales, JCDecaux propose trois nouvelles offres Été 2025, de la semaine 29 à la semaine 33 (du 14 juillet au 17 août). Autant de solutions puissantes, contextuelles et impactantes qui suivent les mouvements des vacanciers et permettent aux marques d'être vues.

- ➔ **[OFFRES NATIONALES DESTINATION FRANCE]** : parce que les Français partent moins longtemps mais plus souvent (+15 % de courts séjours³), il reste pertinent d'émerger tout au long de l'été dans les grandes agglomérations. Les Offres Nationales Destination France regroupent des dispositifs nationaux de puissance et de performance (jusqu'à 10 500 faces dans 108 agglomérations en multi-vagues et en formats mobilier urbain 2m² et Grand Format 8m²).

- ➔ **[OFFRES CÔTES & PLAGES DE FRANCE]** : parce que 66 %⁴ des Français choisissent le bord de mer, les Offres Côtes & Plages de France regroupent des dispositifs de proximité (plus de 30 agglomérations), sur les zones ensoleillées de prédilection des touristes comme les bords de mer, les centres-villes, les sites touristiques et les zones de shopping (jusqu'à 2 490 faces et 200 écrans DOOH générant près de 197 millions de contacts).
- ➔ **[OFFRES PARIS DISCOVERY]** : parce que Paris sera LA destination de l'été pour les touristes français ou internationaux, les Offres Paris Discovery agrègent des solutions médias OOH et DOOH parisiennes inédites pour capitaliser sur l'attractivité incontournable de la capitale (jusqu'à 480 faces - Kiosques et Abribus - et 100 écrans DOOH), couvrant 92 %⁵ de la population Paris Intra-Muros.

Situé sur des carrefours d'audience locaux (centres-villes, bords de mer, centres-commerciaux) et ancré dans les parcours de mobilité, le média JCDecaux propose des dispositifs incontournables pour les marques et leurs agences, en quête d'attention et d'efficacité sur les axes de déplacement et les lieux de villégiature des touristes, durant cette période estivale. La récente étude d'oculométrie, que nous avons menée avec IPSOS, réaffirme le dynamisme de notre média et l'attention naturelle portée par les citoyens sur nos différents mobiliers urbains. Une attention garantie pour chaque passant et une visibilité pérenne pour les marques, d'autant plus précieuse pendant cette période estivale.

Ainsi, l'implantation de nos actifs, dans plus de 1 000 collectivités, permet de consolider des dispositifs médias nationaux puissants et d'entrer en contact chaque semaine avec près de 36 millions de personnes. Fort de cette couverture sans égal (numéro 1 en GRP sur le MU 2m²), le média JCDecaux a la capacité de générer de l'impact pour les marques sur l'ensemble du tunnel de conversion : notoriété, considération, incitation, vente, trafic, fidélisation. Ainsi, 73% des campagnes OOH JCDecaux sont efficaces sur les ventes⁶.

Jusqu'au 9 mai 2025, les agences médias et annonceurs peuvent ainsi réserver leurs « offres spéciales Été 2025 » auprès de leurs experts JCDecaux habituels.

Isabelle Schlumberger, Directrice Générale Commerce, Développement et Marketing JCDecaux France, Belgique, Luxembourg et Israël, a déclaré : « *Pour ces vacances d'été 2025, qu'elles aient lieu à Paris ou en régions, nous proposons, grâce à une utilisation maîtrisée de notre data, des offres médias puissantes, pertinentes et adaptées en fonction de la mobilité des audiences estivales. Ces offres tirent pleinement parti de l'espace public, terrain de jeu du vivre-ensemble et des interactions, multipliées pendant cette période estivale. Elles ont été pensées pour garantir aux marques une attention de qualité et leur permettre de s'exprimer en combinant proximité et impact.* »

¹En comparaison avec 2023 ²Etude RFI ³Les Echos Etude 2024 ⁴protourisme.com 2024 ⁵Mobimétrics 2025, périmètre Paris Intra-Muros

⁶BDD Kantar- Etudes menées entre 2017 et 2022 sur 83 campagnes. Une campagne est jugée comme efficace dès lors qu'elle a un impact d'au moins 5 % sur les ventes.

À propos de JCDecaux

JCDecaux est le N°1 mondial de la communication extérieure, présent dans plus de 80 pays et 3 894 villes de plus de 10 000 habitants, et en développe toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format. Depuis plus de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'innovation, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. A l'heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l'un des acteurs majeurs et participe d'ores et déjà à l'émergence d'une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. JCDecaux pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l'exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2030, JCDecaux a formalisé une Stratégie Climat ambitieuse alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris en vue d'atteindre le Net Zéro Carbone en 2050. Cette politique découle de la volonté de JCDecaux de participer à l'atténuation du changement climatique à l'échelle mondiale tout en répondant aux ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l'ONU. La trajectoire de réduction carbone Groupe de JCDecaux a été validée par le SBTi et l'entreprise a rejoint l'indice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°. JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (Liste A), MSCI (AAA), Sustainalytics (13,1) et classé Or par EcoVadis.

Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com - Retrouvez-nous sur [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)