



Un nouveau sentiment de liberté et de bonheur

JCDecaux fait une enquête sur ce que signifie être à nouveau libre de sortir

Quel que soit notre degré de numérisation, les dernières semaines ont montré plus que jamais **à quel point nous avons besoin du monde extérieur physique**. Il suffit de penser aux actes héroïques accomplis pendant le confinement par les personnes qui s'aventurent à l'extérieur pour notre santé, pour subvenir à nos besoins fondamentaux ou pour assurer notre sécurité.

Mais la meilleure preuve est **notre désir irrésistible d'aller où nous voulons**, de rencontrer des gens dans la vie réelle, et surtout, de **nous éloigner de temps en temps de tous les écrans qui rendent notre monde tellement plus petit**.

Maintenant que la sortie progressive a commencé, JCDecaux voulait savoir précisément ce que les gens ressentent, ce à quoi ils aspirent et comment ils voient l'avenir. Un **questionnaire en ligne** a été soumis et **400 personnes représentatives de la population adulte Belux** y ont participé.

Les réponses ont été obtenues **entre le 17 et le 26 avril**, alors que nous étions déjà en quarantaine depuis un mois.

Voici les premiers résultats :

We'll meet again!

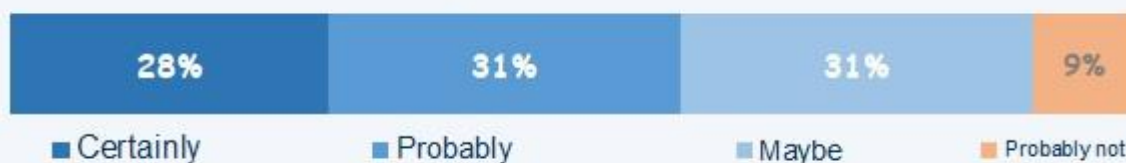
72% des répondants ont associé la réduction des mesures de confinement à des **sentiments de liberté, d'ouverture et de bonheur**. Ces résultats sont **plus prononcés** pour les **groupes d'âges plus jeunes et plus actifs**. **77 %** se réjouissent à l'idée de **rendre visite à leur famille et à leurs amis**, l'**activité numéro 1** par excellence.



L'**état d'esprit positif** qui accompagne le retour progressif de nos déplacements est **un atout formidable pour les campagnes d'affichage**. Des études antérieures ont déjà montré que cet état d'esprit offre plus d'ouverture aux messages publicitaires. En outre, l'Out of Home est un excellent média pour **confirmer la confiance dans votre marque**.

Cependant, une étude menée par l'AQRate en avril a montré que les gens ont certaines attentes vis-à-vis des marques. Ils attendent d'elles qu'elles soient **plus proches d'eux**, qu'elles **agissent de manière responsable et transparente**. Les consommateurs seront donc sensibles à la **production locale**, aux **aspects sanitaires** et à la manière dont les marques se comportent de manière **socialement responsable**. Cela explique pourquoi **presque 60%** de nos répondants disent qu'ils sont certainement ou vraisemblablement susceptibles **d'acheter plus de produits locaux**. Seuls 10 % d'entre eux disent qu'ils ne le feront pas à l'avenir. **Une opportunité pour les marques locales !**

Buy more local brands



Le **confinement** n'a pas seulement permis aux gens de faire des achats en ligne. Ils ont également **redécouvert les magasins de proximité**. Notre étude montre que **3 consommateurs sur 4 envisagent de poursuivre** cette nouvelle habitude. **Ce résultat est d'autant plus frappant pour les familles sans enfants.**; vraisemblablement poussés par le désir de rencontrer des gens. En Belgique, les **cadres Insert** offrent une **opportunité** unique de **communiquer à proximité** du lieu de résidence du consommateur.

75% plans eventually to shop more in the neighbourhood stores after the lockdown



Summer vibes, good vibes !

Et n'oubliez pas ! **C'est le printemps, l'été n'est plus loin**. Les recherches de "Psychologytoday" montrent **qu'à l'extérieur, la mémoire donc l'absorption de nouvelles informations s'améliore**. Les chercheurs ont démontré que les personnes qui sont dehors pendant au moins 30 minutes par temps agréable affichent une meilleure humeur et sont **plus ouverts aux nouvelles idées**.

C'est pourquoi, dans notre prochain courrier sur les résultats de notre enquête, nous approfondirons les projets que les gens prévoient de faire cet été. Et nous vous dirons aussi ce qu'ils veulent faire dès que possible. Visiter ses amis et sa famille, bien sûr. Mais également faire du shopping, des courses, se rendre au bistrot ou recevoir des soins de beauté.

Gardez un œil sur notre prochain courrier concernant la "Freedom survey" !

Vous voulez en savoir plus ? Alors demandez notre dossier complet.

Vous êtes convaincu que l'Out of Home est le bon canal de communication particulièrement de nos jours ? **Alors, contactez rapidement notre équipe commerciale.**

Des propositions intéressantes vous attendent.

info@jcdecaux.be ou info@jcdecaux.lu

JCDecaux

JCDecaux Belgium-Luxembourg
jcdecaux-belux.com