



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
À Boulogne-Billancourt, le 9 avril 2025

Cityz Media et NRJ GLOBAL s'allient pour lancer

DRIVETWO

DOOH-OOH & RADIO-AUDIO

une offre combinant la puissance, l'efficacité et
la complémentarité de la communication extérieure et
de la radio-audio à destination des marques FMCG⁽¹⁾

- Cityz Media et NRJ GLOBAL annoncent un partenariat commercial et stratégique entre un groupe radio-audio et un groupe de communication extérieure et lancent « *DRIVE TWO* », une offre innovante et unique combinant DOOH⁽²⁾ et RADIO-AUDIO pour renforcer la visibilité et l'efficacité des campagnes tout au long du parcours d'achat hors domicile.
- Le dispositif propose une couverture massive sur une semaine avec plus de 76 millions de contacts publicitaires hebdomadaires grâce à 931 écrans DOOH dans près de 180 centres commerciaux stratégiques⁽³⁾, ainsi que plus de 150 spots diffusés sur les radios du groupe NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM) et son Hub Audio⁽⁴⁾.
- « *DRIVE TWO* » se distingue par une offre servicielle clé en main qui inclut un accompagnement stratégique avec un accès planning prioritaire, un pré-test créatif de la campagne DOOH en situation réelle, la réalisation d'une maquette et du spot audio, ainsi qu'une mesure d'impact complète pour favoriser l'efficacité des campagnes dans ces deux médias.
- Ce partenariat s'inscrit dans une démarche responsable, en favorisant la relocalisation des investissements publicitaires au profit des médias traditionnels, tout en réunissant deux acteurs reconnus pour leur faible impact environnemental et leur proximité avec leurs audiences.

« Ensemble, avec cette combinaison de l'audio et du visuel, nous unissons nos forces pour offrir une solution média "DRIVE TWO" puissante et efficace, mesurable, simple à orchestrer et adaptable aux problématiques des annonceurs qui souhaitent un impact fort sur le trafic et les ventes. » déclare Sylvie Dugard – Directrice commerciale France de Cityz Media

« Je suis ravie de cette collaboration entre nos deux groupes media, deux groupes français indépendants aux valeurs fortes. Avec « DRIVE TWO », nous proposons aux annonceurs FMCG une alternative ou un complément à la télévision avec une offre simple et clé en main, puissante et à l'efficacité mesurée. » déclare Cécile Chambaudrie – Présidente de NRJ Global

« DRIVE TWO », une solution innovante combinant les atouts de la radio et de la communication extérieure

Les habitudes de consommation sont en perpétuelle évolution. Les marques doivent donc anticiper les tendances et s'adapter aux exigences des consommateurs. Afin de **maximiser la visibilité des annonceurs et stimuler l'acte d'achat**, Cityz Media et NRJ Global s'allient pour offrir aux annonceurs une solution de communication inédite, associant la puissance et l'efficacité de **deux médias français extrêmement complémentaires**.

Cette offre inédite, « DRIVE TWO », permet de **capter l'attention du consommateur tout au long de son parcours d'achat, grâce à une complémentarité unique entre l'image et le son**. Alors que 100 % de la consommation de l'OOH et du DOOH se fait hors domicile, la radio accompagne également le public, avec 50 % de son audience réalisée hors du foyer (et jusqu'à 75 % pour les stations du Groupe NRJ)⁽⁶⁾. Cette synergie offre une visibilité maximale et favorise l'engagement des consommateurs en facilitant leur passage à l'acte d'achat.

L'efficacité de ce dispositif repose également sur la **capacité des médias de proximité à générer du trafic vers les points de vente et les plateformes en ligne** : en effet, 74 % des citoyens visitent le site d'un annonceur après avoir vu une campagne OOH/DOOH⁽⁶⁾, et la publicité radio augmente en moyenne de 43 % le trafic en ligne⁽⁷⁾.

« DRIVE TWO » repose sur **trois piliers** :

- **Une offre conseil clé en main**, avec un accompagnement stratégique et créatif assuré par les équipes de NRJ Global et Cityz Media. Les annonceurs bénéficient de la réalisation d'une maquette et du spot audio, d'un pré-test en situation virtuelle (Cityz Tour) ainsi que d'une mesure d'impact complète (image ou ventes). Par ailleurs, l'achat est simplifié grâce à un accès prioritaire aux plannings et un interlocuteur commercial unique.
- **Un dispositif DOOH puissant**, conçu pour capter l'attention des audiences en contexte d'achat, « DRIVE TWO » assure une diffusion massive avec 931 écrans déployés dans 176 centres commerciaux, soit plus de 2,3 millions de spots diffusés et ciblant 38 millions de contacts. ⁽³⁾
- **Un dispositif radio-audio ciblé**, permettant de toucher efficacement les consommateurs lors des pics de déplacement, à travers un mix entre les stations majeures du Groupe NRJ (NRJ, Chérie FM, Nostalgie) et l'offre digitale du groupe :

radios digitales, flux live et podcasts. Avec 151 spots diffusés et une couverture optimisée, « *DRIVE TWO* » assure un impact maximal en ciblant plus de 38 millions de personnes. ⁽⁴⁾

Cette offre est adaptable en fonction de la problématique et du budget de l'annonceur.

Un partenariat responsable et engagé pour une communication locale, performante et à faible impact environnemental

Ce partenariat incarne pleinement les valeurs communes de Cityz Media et NRJ Global, deux acteurs profondément engagés dans la préservation et la valorisation des médias locaux. Membres de l'association Les Relocalisateurs, Cityz Media et NRJ Global œuvrent activement pour la relocalisation des investissements publicitaires en faveur des médias traditionnels, contribuant ainsi au dynamisme de l'écosystème local.

Par ailleurs, cette alliance s'inscrit dans une démarche responsable, en réunissant deux médias reconnus pour leur faible impact environnemental. Les deux médias proposent le calcul de l'empreinte carbone si l'annonceur le souhaite. CITYZ MEDIA propose un **calculateur d'empreinte carbone** et NRJ GLOBAL intègre l'**empreinte carbone** dans les bilans de campagnes RADIO et AUDIO.

A travers l'offre « *DRIVE TWO* », **Cityz Media et NRJ Global réaffirment leur engagement en faveur d'une communication innovante, efficace et responsable.** En combinant leurs expertises, ces deux acteurs majeurs du paysage médiatique français offrent une solution inédite, pensée pour aider les marques à renforcer leur proximité avec leur audience tout au long de leur parcours hors foyer.

(1) Biens de grande consommation

(2) Digital Out of Home

(3) Source : Simaris

(4) Performances radio : PopRadio, Médiamétrie EAR > National, ND 2024, Cible 13 ans et + ; dispositif sur la base d'un tarif platine et d'un format 30"

(5) EAR Localisation ND 2024, L-V. 5h-24h. Contribution en %. Cible 13+

(6) Source : Etude « Drive to » Cityz Media / Illigo (505 répondants)

(7) Etude TVTY x BDR 2022. Benchmark de 65 campagnes, 6 secteurs étudiés

Contacts presse

Caroline Mériaux - caroline.meriaux@cityzmedia.fr - 06 85 80 53 72

Adrien Verseau - averseau@nrjglobal.fr – 06 25 84 48 00

Edith Maviel (Enderby) – ema@enderby.fr – 07 64 89 59 74

Jade Monsiaud (Enderby) – jmo@enderby.fr – 06 98 14 62 91

A propos de Cityz Media

Cityz Media est un acteur français majeur de la communication extérieure. Présent en France depuis plus de 100 ans, Cityz Media est le seul opérateur présent dans l'intégralité des lieux de vie, de consommation et de mobilité hors foyer, contribuant ainsi au rayonnement des villes et des marques en print comme en digital. Le groupe bénéficie d'une implantation dans plus de 50 agglomérations de plus de 100 000 habitants : au total, plus de 4 000 communes disposent ainsi d'au moins un mobilier publicitaire Cityz Media. Par ailleurs, Cityz Media est également le premier acteur des bus en régions, avec une présence dans plus de 45 agglomérations et 20 000 faces publicitaires « bus ».

Leader en digital dans les centres commerciaux avec une implantation au cœur de plus de 200 complexes commerciaux majeurs, Cityz Media possède au total près de 3 000 écrans digitaux dans les centres commerciaux, la rue et les métros. Chaque semaine, Cityz Media permet aux acteurs privés et publics de communiquer auprès de 35 millions de citoyens-consommateurs.

Conscient des enjeux sociaux et environnementaux, Cityz Media participe au quotidien à la dynamisation des régions avec plus de 90% de clients locaux, contribue à la transformation des territoires grâce à l'éco-conception de ses mobiliers et œuvre à la diffusion de messages d'utilité collective pour bâtir la ville de demain, inclusive et durable.

A propos de NRJ

NRJ GLOBAL est la régie publicitaire des stations et chaînes du Groupe NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire & Chansons, Chérie25 et NRJ Hits). Ses marques médias mettent tout en œuvre pour divertir ses publics avec des valeurs positives associant des stars, du rêve, de l'évasion, de l'humour, de la proximité, de la musique, du partage mais aussi de la solidarité et de l'engagement. Plus de 40 millions de Français se divertissent chaque mois avec nos marques médias (1). NRJ GLOBAL est la 1ère offre radio commerciale sur les 25-49 ans et les 25-59 ans (2). L'offre radio NRJ GLOBAL regroupe plus de 9,5 millions d'auditeurs chaque jour (3) et près de 28 millions de téléspectateurs regardent nos chaînes chaque mois (4). NRJ Global est le 1er groupe privé de radios digitales (5). Son Hub Audio, intégrant radios digitales, podcasts replay et podcasts natifs, totalise près de 53 millions de téléchargements/écoutes par mois(6), proposant une offre audio puissante et contextuelle, grâce aux marques médias du Groupe NRJ (NRJ, Chérie, Nostalgie et Rire & Chansons) et ses partenaires (Konbini, Binge Audio, Engle, Sunday Night Productions et Audiomeans).

Sources : (1) Étude Cross Médias 2024.1 – Reproduction interdite, tous droits réservés par Mobicimétrie, ACPM et Médiamétrie. Couverture, cible 15 ans et +. (2) Médiamétrie EAR > National, ND24, L-V, 5h-24h. QHM. (3) AC 13+ (4) Médiamétrie Médiamat Thématik V48 (Septembre 2024 - Février 2025), LâD, 3h27h, Couverture moyenne 4 semaines. Individus 4+, CH25 + NRJ Hits. (5) ACPM, moyenne mensuelle Janvier-Février 2025, données Monde : diffusion globale des radios digitales, écoutes +30*/ diffusion globale des podcasts, nb de téléchargements, norme IAB Tech Lab. Réseau NRJ Global + Groupe Nouvelles Ecoutes.