

L'indicateur « JCDecaux Mobility Tracker » évalue la reprise des audiences et des mobilités urbaines à un niveau de 87% au 7 juin

Acteur de la ville et des mobilités, JCDecaux suit avec précision l'évolution des audiences et des mobilités depuis le déconfinement. Dès le 11 mai, une reprise soutenue des déplacements a pu être observée dans les principales métropoles en France, qui traduit un retour significatif des audiences. Afin d'analyser ces évolutions de façon fine et très réactive, sur une base hebdomadaire, les équipes Data de JCDecaux ont mis au point « JCDecaux Mobility Tracker », indicateur composite de la reprise de la mobilité, à partir de différents types de données ouvertes et accessibles grâce aux initiatives des villes, ou privées grâce aux partenariats du Groupe.

Reprise des mobilités urbaines et nouvelles modalités de déplacement

Depuis le 11 mai, date du déconfinement, les déplacements des citoyens ont repris et croissent semaine après semaine. Selon les données AdSquare au 7 juin, plusieurs villes enregistrent des déplacements supérieurs à la période précédant le confinement, comme Marseille : +27% ou Lille : +8%. D'autres retrouvent des niveaux proches de la normale comme Lyon (plus de 91%), Nantes (plus de 81%) et Strasbourg (plus de 87%). A Paris, où le télétravail est encore largement pratiqué, les déplacements reprennent plus progressivement : 70% vs normale. Le reste de l'Île-de-France est au-dessus de 75%, dont les Hauts-de-Seine à 88%.

En moyenne, les villes françaises retrouvent un indice de mobilité qui approche une valeur de 87¹, vs une base 100 pour des jours comparables sur la période précédant le confinement. Des niveaux très significatifs avant même la réouverture totale des bars, cafés et restaurants et des lieux culturels.

A Paris, le vélo est devenu une alternative forte aux transports en commun : indice 150 dès le 11 mai, vs la moyenne des flux mesurés entre le 24/02 et le 13/03/2020, indice 300 au 31 mai². Un phénomène équivalent est constaté dans les autres villes analysées sur la base d'un échantillon de systèmes de vélo en libre-service gérés par JCDecaux (Amiens, Mulhouse, Nancy, Nantes, Rouen et Toulouse).

Comme montré par le récent indicateur Mob.index par Mobimétrie, Ipsos et Here Technologies, les déplacements en voiture retrouvent également des niveaux élevés dans toutes les villes. La circulation à Paris pour la semaine du 1^{er} au 7 juin a progressé de plus de 10% versus la semaine précédente et a plus que doublé (+145%) par rapport à la dernière semaine de confinement (du 4 au 10 mai). Les déplacements ont également progressé de +121% à Lyon, +110% à Marseille, +103% à Lille au cours de la même période.

Retour significatif des audiences et redémarrage confirmé du commerce

Cette reprise rapide et soutenue des déplacements urbains s'accompagne d'un redémarrage accéléré du commerce et d'un retour significatif des audiences en communication extérieure. Depuis le 11 mai, la rue et l'espace public sont redevenus des lieux de vie et de convivialité. Dans sa mise à jour du 4 juin, le baromètre Mytraffic montre une fréquentation des magasins en progression de 52 points entre le 9 et le 30 mai, avec une tendance nationale revenue à -26% fin mai (par rapport à l'indice de référence : moyenne du 1^{er} janvier au 15 mars 2020).

Les supermarchés ne sont plus les seuls lieux fréquentés par les Français, comme le prouve leur retour à un indice 100, indice qui avait atteint un pic à 121 la semaine précédant les annonces de confinement³.

Media du déconfinement, de la renaissance de la vie urbaine et de la relance économique, JCDecaux a pu mesurer l'attachement des marques à la communication extérieure. Depuis le 11 mai, la plupart des secteurs d'activité, à l'image des télécoms, de la distribution, de l'automobile, de l'alimentaire, des boissons, du prêt-à-porter, des accessoires de mode, de la beauté ou encore des services ont repris la parole au niveau national grâce aux réseaux JCDecaux. Il en est de même de centaines d'annonceurs locaux, qui représentent la diversité du tissu économique en régions.

Isabelle Schlumberger, Directrice Générale Commerce, Marketing et Développement de JCDecaux France, Belgique, Luxembourg et Israël, déclare : « *La ville reprend vie et la rue retrouve ses publics. Même si le déconfinement est progressif, les indicateurs consolidés dans le JCDecaux Mobility Tracker sont très significatifs et montrent que l'espace public enregistre désormais des niveaux de fréquentation élevés. Chacun se déplace à nouveau pour se rendre au travail, faire ses courses, voir des amis, pratiquer ses loisirs. Le commerce redémarre, les marques ont plus que jamais besoin de renouer avec leurs audiences. Media du déconfinement, de la proximité et de la confiance, JCDecaux est au rendez-vous pour accompagner la relance économique* ».

En savoir plus sur [le retour des audiences](#)

Les données de déplacements et d'audiences seront actualisées chaque semaine.

¹ Source : AdSquare. Indice 100 = moyenne des flux AdSquare sur 5000 POI urbains JCDecaux en France entre le 24/02/2020 et le 13/03/2020 – jours comparables

² Source : OpenData Paris capteurs vélos. Indice 100 : moyenne des flux mesurés par les capteurs vélos entre le 24/02/2020 et le 13/03/2020 (Moyenne 7 derniers jours)

³ Source : étude MyTraffic – Mai 2020

A propos de JCDecaux France

Présent en France dans plus de 150 agglomérations, 26 aéroports et dans l'univers du Retail premium, JCDecaux est le média de la ville, totalement intégré dans le quotidien des citoyens et des consommateurs.

Média d'une mobilité croissante, JCDecaux offre aux marques une présence à toutes les échelles : internationale, nationale, régionale et hyper-locale.

Avec le développement de la digitalisation, JCDecaux enrichit ses solutions en matière de personnalisation et de contextualisation des campagnes.

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

Contact presse JCDecaux :

Estelle Ardouin - Tél. : 07 60 80 43 72 - estelle.ardouin@jcdecaux.com