

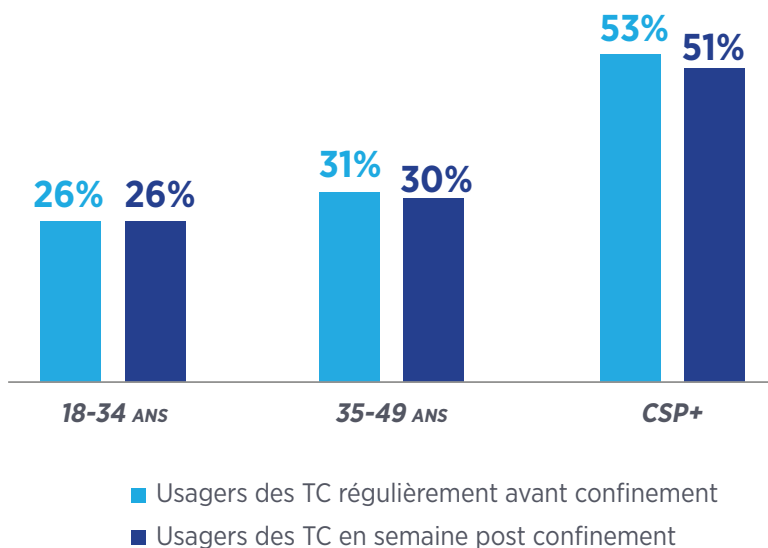
TOUJOURS EN MOUVEMENT

[#TJM12]



Les chiffres de la semaine

UN PROFIL D'AUDIENCE TOUJOURS DE QUALITÉ - Périmètre commuters*



La comparaison d'une période post confinement avec les données d'une période avant Covid atteste d'une **stabilité du profil d'audience** des transports en commun en termes d'âge et de CSP.

Les **actifs** (80%) et les **moins de 49 ans** (plus de 56%) demeurent **majoritaires** et **surreprésentés** dans nos univers.

*usagers du métro/RER/Transilien, étude Iligo S38 - septembre 2020



LE SAVIEZ-VOUS ?

Le vendredi 4 décembre, **1,8 millions de billets de train** avaient déjà été **vendus** pour la période des vacances scolaires de fin d'année.

Fréquentation des transports en commun

La fréquentation des transports en commun a **fortement augmenté** avec l'**assouplissement du confinement** et la **réouverture des commerces**. D'après les données de géolocalisation de Google, la fréquentation des transports en commun (gares, métro et bus) a progressé de **8 points** par rapport à la 1^{re} semaine du 2^e confinement.

MEDIATRANSPORTS mesure la fréquentation en temps réel dans les espaces de transport avec la technologie Retency.

- Part de fréquentation vs semaine de référence 2-8 mars 2020 -

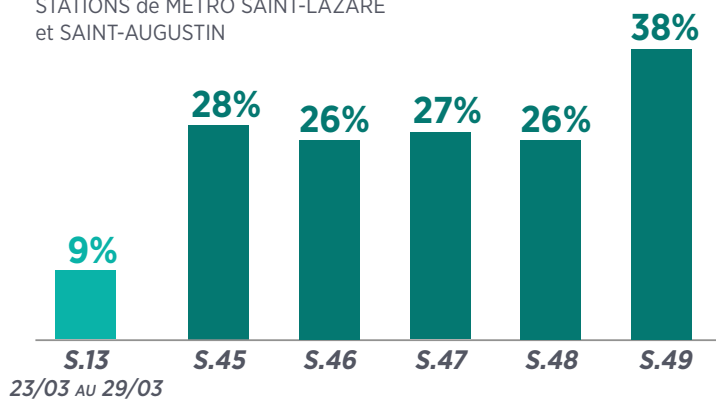


PARIS

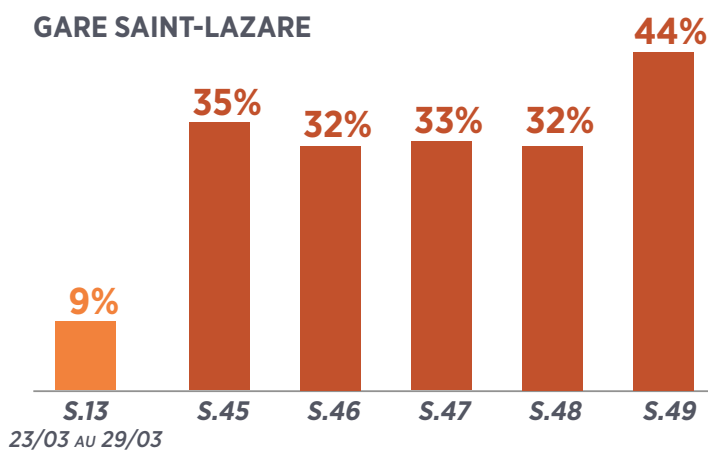
La fréquentation du pôle Saint-Lazare continue d'augmenter fortement le week-end avec **+126% de visites ce week-end** (05/06 décembre) par rapport au week-end dernier (28/29 novembre), 1^{er} week-end de réouverture des commerces.

MÉTRO PÔLE SAINT-LAZARE

STATIONS de MÉTRO SAINT-LAZARE et SAINT-AUGUSTIN



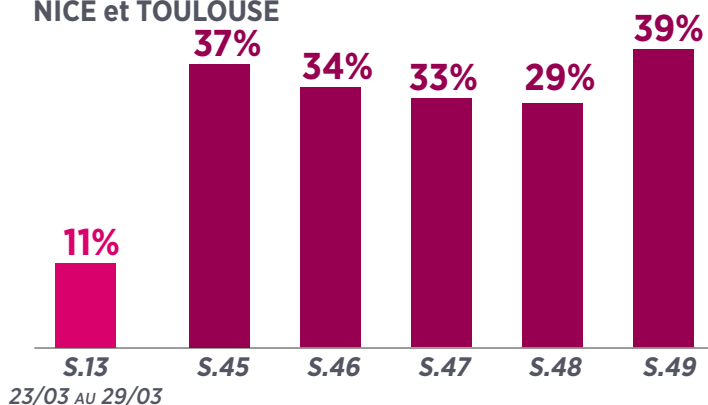
GARE SAINT-LAZARE



RÉGIONS

En région, la fréquentation des gares progresse également fortement avec une **hausse de 10 points** en une semaine.

GARES de CANNES, MONACO, NICE et TOULOUSE



MÉTHODOLOGIE MEDIATRANSPORTS RETENCY

MEDIATRANSPORTS avec cette méthodologie, est la première société à mettre en œuvre un traitement de données à caractère personnel permettant la mesure d'audience et de fréquentation de dispositifs publicitaires au sein de l'espace public.

Détection des adresses MAC des mobiles des voyageurs.

Anonymisation des données qui rend impossible la reconstitution de parcours individuels et l'identification d'un individu.

Une méthodologie soumise à la CNIL qui garantit une anonymisation totale et une haute protection des données collectées.

Conforme à la réglementation en vigueur relative à la protection des données (RGPD).