

# ÉTUDE D'IMPACT PUBLICITÉ LUMINEUSE

Réalisée en Avril 2017 - En partenariat avec la société YouGov

DEFI

# CONTEXTE

Réalisation de cette étude par DEFI, en partenariat avec une marque ayant une publicité lumineuse de type logo, sur le périphérique parisien **au niveau de la Porte de Clichy en venant de la Porte Maillot.**



## CONTEXTE



 **175.000  
VÉHICULES JOURS**

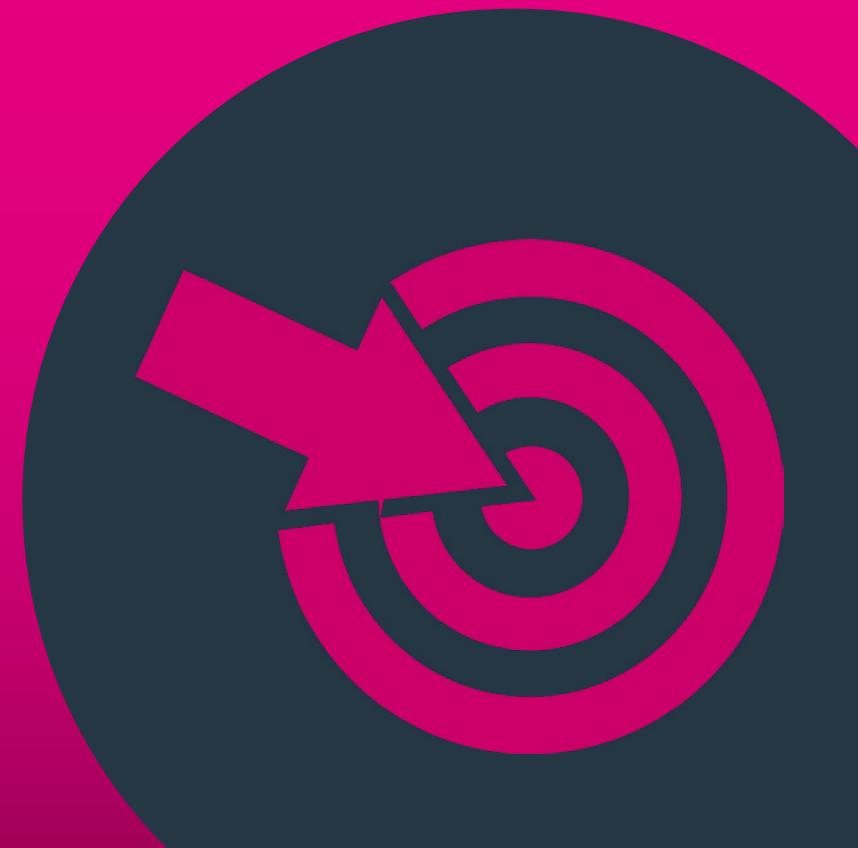
 **8 925 000  
CONTACTS MENSUELS**

Les trajets professionnels représentent **65%** du trafic

# OBJECTIFS

**Tester l'impact de l'enseigne lumineuse sur la notoriété de la marque** et l'ensemble de son tunnel marketing.

Les automobilistes réguliers vs. les occasionnels, vs. un groupe de contrôle qui n'y passe pas.



# MÉTHODOLOGIE

- Collecte des données en ligne via une étude auprès du panel propriétaire de **YouGov**
- Cible : Un échantillon de N= 2 000 personnes représentatives de la population française

## **cluster A : passagers réguliers\***

(toutes les semaines ou plus)

## **cluster B : passagers occasionnels\***

(tous les mois ou plus mais moins souvent que toutes les semaines)

\* Note : échantillons de 100 passagers minimum

- Tris Standards : Age, Genre, Région, CSP, Urbain Vs. Non Urbain, Statut Marital et Familial, Niveau d'éducation, Présence sur les réseaux sociaux + tris custom de fréquence de passage sur le trajet



# ENSEIGNEMENT N.1



Mémorisation plus forte

x 13

vs. un français qui passe **occasionnellement** sur le trajet

**1 français sur 2**

empruntant **souvent** le périphérique parisien de la Porte Maillot vers la Porte de Clichy, **se souvient avoir vu la publicité lumineuse**

# ENSEIGNEMENT N.2



Accroissement de la notoriété

**+30%**

vs. un français qui **ne passe pas** sur le périphérique

**1 français sur 3**

empruntant **souvent ou régulièrement** le périphérique parisien de la Porte Maillot vers la Porte de Clichy, **reconnait l'annonceur de la publicité lumineuse dans son marché**

# ENSEIGNEMENT N.3



Impact conséquent sur l'intention d'achat

x 4.5

vs. un français qui **ne passe pas** sur le périphérique

**1 français sur 10**

empruntant **souvent** le périphérique parisien de la Porte Maillot vers la Porte de Clichy, **a une intention d'achat chez l'annonceur**

# ENSEIGNEMENT N.4



## Influence positive sur l'opinion

**X 3** vs. un français qui **ne passe pas** sur le périphérique

**1 français sur 3**

empruntant **souvent** le périphérique parisien de la Porte Maillot vers la Porte de Clichy, **a une très bonne opinion de l'annonceur**



**DEFI GROUP S.A.S.**

21, rue Georges Boisseau  
92110 Clichy - France  
**T** + 33 1 41 40 42 00  
**F** + 33 1 41 40 42 04

[www.defi-group.com](http://www.defi-group.com)