

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.

DEFI



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**

DEFI

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

DEFI

FLYING COLOURS

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