

CrossSolution OoH amène les pendulaires TP droit au but

Une publicité extérieure à 360° pour « Migros / Welle7 »

Client

La coopérative Migros Aare, la plus grande coopérative Migros de Suisse, a mis en place, avec le centre commercial « Welle7 » à la gare de Berne PostParc, un nouveau centre conceptuel. Elle élargit ainsi la palette d'offres dans l'un des nœuds de mobilité au cœur de la Suisse et offre sur environ 10 000 mètres carrés un mix varié de boutiques, restaurants, offres de formation, services et business.

Défi

Dans le cadre de l'ouverture du nouveau centre, la campagne doit toucher aussi bien la population sur tout le site de Berne que les près de 250 000 pendulaires quotidiens dans le centre de la capitale. C'est en particulier sur le site de la gare de Berne et autour de celui-ci qu'il convient d'attirer l'attention des flux de pendulaires sur les nouvelles offres de « Migros / Welle7 » et les mener directement au nouveau POS.

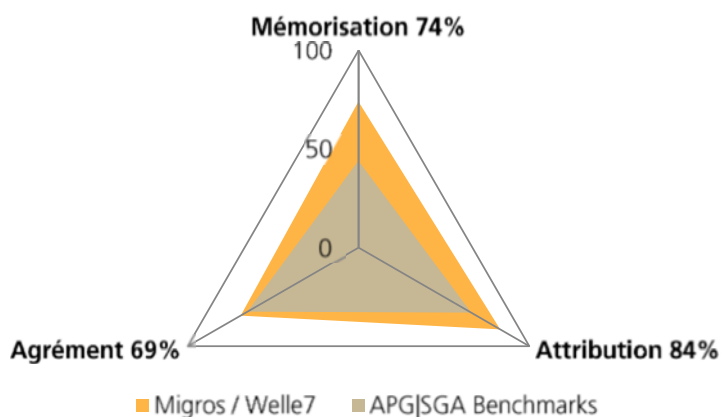
Mise en œuvre

- Mix média : monostratégie Out of Home
- Campagne : CrossSolution OoH avec Station FullBranding en gare de Berne
- Formats de publicité extérieure : occupation de tous les formats et surfaces de publicité extérieure analogiques et digitaux, réalisations spéciales, publicité TP à l'intérieur et à l'extérieur ainsi que Promotion (Sampling)
- Conception : mise en œuvre ludique de l'outil de géopositionnement au moyen d'épingles
- Mesure de l'impact publicitaire : mémorisation, reconnaissance et formats de publicité



Résultat

- **Perception élevée de la campagne** : 74% des personnes interrogées se sont souvenues avoir vu récemment la campagne. Parmi elles, 84% ont pu l'attribuer à la bonne marque, à savoir « Migros / Welle7 » et 69% des personnes interrogées ont trouvé cette campagne « bonne à très bonne ». Toutes les valeurs se situent clairement au-dessus des benchmarks d'APG|SGA.



Conception claire

- + campagne OoH à 360° avec pression publicitaire élevée
- + placement ciblé
- = présence publicitaire extérieure forte

- C'est la tranche d'âge des 15-29 ans qui s'est le mieux souvenue de la campagne CrossSolution OoH (83%) ; parmi les usagers des TP de la région de Berne, 77% se sont souvenus de la campagne.

Étude de l'effet OoH CrossSolution

Présence à fort impact

« Nous avons opté pour l'Out of Home parce que les pendulaires se laissent guider dans la gare, par les affiches, eBoards ou ePanels. »

Barbara Trachsel, CEO/Managing Partner Republica AG
(Agence de publicité de la Coopérative Migros Aare)

Objet et but de l'étude

- Impact CrossSolution de la publicité extérieure dans le cadre de l'ouverture du centre commercial « Welle7 » pour Migros à Berne

Détails du test

- Région sondée : région pendulaire Ouest du Plateau (ZL 34)
- Échantillon représentatif : n=320
- Âge: 15-59 ans
- Sujets : personnes qui, au cours des 7 derniers jours, étaient en déplacement au moins 3 jours dans la ville de Berne
- Procédure : sondage personnel en ligne
- Durée : 15 minutes maximum
- Réalisation : du 24 au 31 août 2016 / Innofact AG (Zurich)

Questions/thèmes

- Démographie sociale du groupe cible (âge, sexe, pyramide des âges, situation professionnelle, classe de pouvoir d'achat)
- Séjour dans la région de Berne (fréquence)
- Passage dans la gare de Berne (fréquence)
- Utilisation TP (fréquence)
- Perception de la campagne publicitaire (avec aide) d'après les supports de publicité extérieure : mémorisation, attribution à la marque, agrément et effet de la campagne
- Message de la campagne



La Station FullBranding en gare de Berne ne passait pas inaperçue.



Le voyage dans les TP offre aux pendulaires suffisamment de temps pour la publicité.



Code QR pour la vidéo sur YouTube



Informations complémentaires

www.apgsga.ch

APG|SGA

Société Générale d'Affichage SA

Christof Hotz

Responsable Étude de marché

Giesshübelstrasse 4

Case postale, 8027 Zurich

T +41 58 220 78 45