

JCDecaux

les vitrines du monde

L'impact en affichage



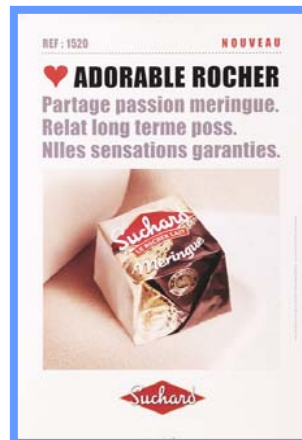
JCDecaux

les vitrines du monde

Score Ipsos:

Agrément: **83%** (standard 63%)

Attribution: **33%** (standard 24%)



Exemples de campagnes **impactantes**

➤ **ROCHER SUCHARD**

7 – 13 Février 2007

➤ Réseau JCDecaux: Atribus Major A Access

Interview de Sandra Hariri-Touboul, chef de produit chez Kraft Foods France:

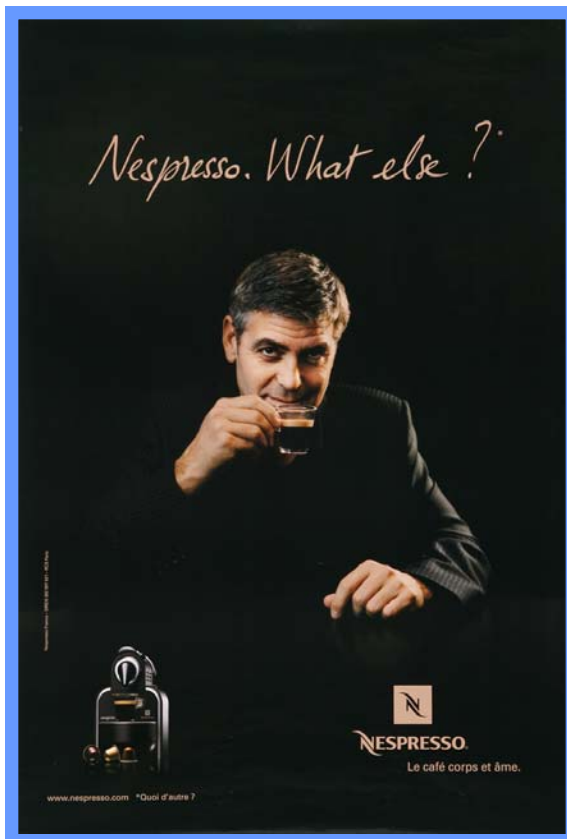
« **Le succès** de la campagne, **c'est aussi le support**. **L'affichage** sur les abribus est **un média historique** pour Rocher Suchard, très **propice aux lancements** . »

« Cette campagne nous a permis d'obtenir des **résultats de vente à la hausse** de manière très **significative**. »

Score Ipsos:

Reconnaissance: **66%** (standard 31%)

Agrément: **85%** (standard 56%)



Exemples de campagnes **impactantes**

➤ **NESPRESSO**

26 – 31 Décembre 2006

➤ Réseau JCDecaux: Atribus Diva

Interview d'Olivier Quillet, directeur du marketing international de Nespresso:

« La campagne a **bien fonctionné** à tous les niveaux, **en termes de notoriété** pure comme en matière **d'enrichissement de la marque** sur son territoire. »

« Nespresso a **enregistré** en 2006 les **meilleurs résultats de son histoire**, avec une croissance de **42%...** La filiale a été citée comme la **meilleure unité** du groupe Nestlé en **termes de progression.** »

JCDecaux

les vitrines du monde

Score Ipsos:

Agrément: **89%** (standard 53%)

Attribution: **58%** (standard 26%)



Exemples de campagnes **impactantes**

➤ **CANAL +**

11 – 17 Avril 2007

➤ Réseau JCDecaux: Senior Major Access

Interview de Laurent de Camas, directeur marketing communication de Canal+ distribution:

« **C'est un record.** Le score d'agrément atteint 92% chez les moins de 35 ans.... L'affiche nous a d'ailleurs été demandée par des ministères, des chaînes de TV et s'est même vendue sur Ebay... »

« Le site a enregistré en avril une **hausse de 85% de visiteurs uniques.** Quant à l'**émission électorale** du dimanche 6 mai, elle a réalisé **11% de part d'audience** pour 2.9 millions de téléspectateurs... »

JCDecaux

les vitrines du monde

Score Ipsos:

Reconnaissance: **70%** (standard 47%)

Attribution: **60%** (standard 27%)

Le 1^{er} mars, il sera trop tard
pour les 2 mois gratuits !

29,95€
/mois

ADSL, Téléphone
et Télévision

Au 10 33 ou sur aliceadsl.fr

Offre promotionnelle réservée aux abonnés Alice ADSL. L'offre est valable jusqu'au 31/03/2006. Pour en bénéficier, il faut souscrire une offre Alice ADSL avant le 28/02/2006. Les conditions d'application de l'offre sont indiquées sur le site aliceadsl.fr. © 2006 Alice. Tous droits réservés.

Exemples de campagnes **impactantes**

➤ **ALICE**

22 – 28 Février 2006

➤ Réseaux JCDecaux: Atribus Selecto et Diva

Interview de Laurence Bordy, directrice de la communication d'Alice:

« Nos **objectifs ont été pleinement atteints**: de 300 000 abonnés en septembre dernier, nous avons aujourd'hui 500 000 clients . »

« Alice est le 4^{ème} opérateur ADSL en France... nous ne comptons pas relâcher notre effort pour progresser, notamment... en **investissant...en marketing et communication sur trois ans**, de 2005 à 2007. »

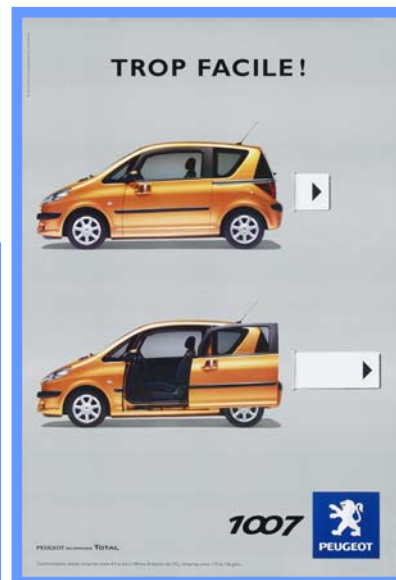
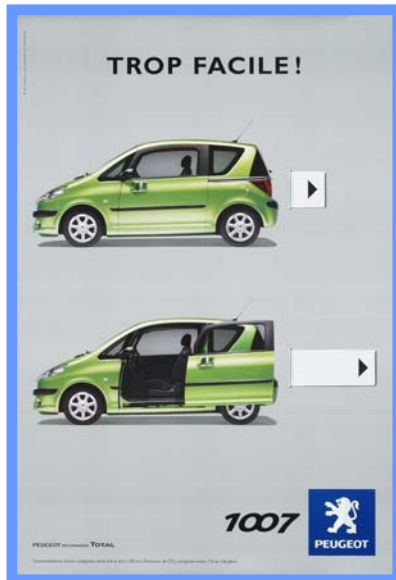
JCDecaux

les vitrines du monde

Score Ipsos:

Reconnaissance: **77%** (standard 42%)

Attribution: **62%** (standard 27%)



Exemples de campagnes **impactantes**

➤ **PEUGEOT**

27 Avril – 3 Mai 2005

➤ Réseaux JCDecaux:
Atribus Access et Diva

➤ Réseaux Avenir:
Ravir + Empir + Cerclo

Interview d'Olivier Marquet, responsable produits et communication au marketing France de Peugeot:

« La 1007 est le produit le plus innovant que Peugeot ait jamais lancé. Cette innovation apporte de la facilité, d'où la signature *trop facile*, mise en majesté dans la **campagne d'affichage avec un impact maximum...** »

« Fin mai, nous en étions à 6500 commandes. **Nous sommes en ligne avec nos objectifs de 130 000 ventes en Europe et 45 000 en France...** »