

Communiqué de presse
4 mai 2020

JCDecaux Impact Drive-to-Store : une solution inédite de mesure de l'efficacité publicitaire OOH pour les marques-enseignes, conçue en partenariat avec Vectaury.

Dans la perspective du déconfinement, les annonceurs auront plus que jamais besoin de recréer du trafic vers les magasins et de mettre en place des dispositifs médias performants. JCDecaux, en partenariat avec Vectaury, acteur spécialisé dans la donnée mobile géolocalisée, a mis au point une solution, JCDecaux Impact Drive-to-Store, afin d'isoler et de mesurer la contribution d'une campagne de communication extérieure OOH et/ou DOOH au trafic en magasin, et cela quel que soit l'envergure du dispositif activé à Paris, dans la région capitale et en régions. Cette solution s'appuie sur les données collectées par Vectaury auprès d'un panel significatif et représentatif de mobinautes en France.

Cette nouvelle méthodologie répond à un besoin récurrent des annonceurs qui auront ainsi accès à des données de mesure pendant et après leurs campagnes, selon le niveau d'exposition des publics et avec des indicateurs affinés sur le Top 8 des métropoles couvertes. Ce protocole innovant permet une évaluation pour tous les types de campagnes urbaines JCDecaux d'envergure nationale.

La complexité de la mesure tient dans la capacité à identifier, avant l'exposition à la campagne de communication extérieure, des individus qui résident dans des environnements similaires et qui ont des niveaux de fréquentation des magasins équivalents sans pour autant avoir le même niveau d'exposition à la campagne, alors qu'ils sont, pour l'essentiel d'entre eux mobiles

En combinant ces données de mobilité, les emplacements précis des points de vente et celles des mobiliers JCDecaux activés pour une campagne, Vectaury constitue deux groupes de consommateurs similaires en termes de profil et de fréquentation avant campagne. Le premier regroupe ceux exposés ou très exposés à la campagne, le second dit « témoin » les peu ou pas exposés.

Sur ces bases, Vectaury calcule le taux de visite incrémentale généré en comparant le taux de trafic en magasin de ces deux groupes, avant, pendant et après la campagne.

La robustesse de cette méthodologie a déjà été éprouvée pour plus d'une dizaine de campagnes plurisectorielles (distribution alimentaire, restauration, téléphonie) diffusées sur les mobiliers JCDecaux. Les premiers résultats confirment l'efficacité des campagnes urbaines JCDecaux avec un taux situé au-delà des 80% (9 cas sur 11).

Ces premiers résultats font écho au baromètre BVA Drive-To-Store mis en place par JCDecaux depuis 2017, qui avait déjà permis de mettre en évidence la capacité de notre média à générer du trafic en magasin. Parmi les enseignements à retenir de ce baromètre, la mémorisation d'une campagne JCDecaux multiplie par 3 le taux de visite en magasin.

Cette nouvelle mesure d'efficacité unique, opérée avec Vectaury, est désormais intégrée dans le programme d'accompagnement sur l'efficacité publicitaire proposé par JCDecaux à ses clients annonceurs et agences média.

Isabelle Schlumberger, Directrice Commerce, Marketing et Développement de JCDecaux France, a déclaré : « *JCDecaux a été le premier acteur OOH à s'engager en France pour évaluer son influence dans les décisions des consommateurs, avec une mesure du trafic tant vers les points de vente des marques-enseignes que vers leurs sites en ligne. Ce partenariat avec Vectaury constitue une réelle avancée en matière de mesure de l'efficacité publicitaire des campagnes urbaines d'envergure nationale sur le média JCDecaux, avec une méthodologie éprouvée depuis plusieurs mois et des résultats qui confirment notre contribution significative dans les derniers moments avant l'achat.* »

Mokrane Mimouni, Chief Product Officer & co-founder de Vectaury, précise : « *La transparence dans la mesure de la performance a toujours été ancrée dans les valeurs et les solutions de Vectaury. Notre expertise dans l'étude des déplacements confirme le rôle de la communication extérieure comme générateur indéniable de performance business. Nous sommes ravis de ce partenariat avec JCDecaux après plusieurs mois de collaboration. C'est une très belle opportunité pour Vectaury d'apporter son expertise au numéro un mondial de la communication extérieure.* »

A propos de JCDecaux France

Présent en France dans plus de 150 agglomérations, 26 aéroports et dans l'univers du Retail premium, JCDecaux est le média de la ville, totalement intégré dans le quotidien des citoyens et des consommateurs.

Média d'une mobilité croissante, JCDecaux offre aux marques une présence à toutes les échelles : internationale, nationale, régionale et hyper-locale.

Avec le développement de la digitalisation, JCDecaux enrichit ses solutions en matière de personnalisation et de contextualisation des campagnes.

À propos de VECTAURY

Vectaury accompagne les retailers et les marques pour agir à chaque étape du parcours client et générer du trafic qualifié en points de vente, tout en respectant la vie privée des mobinautes. Basée sur les données de géolocalisation, la technologie propriétaire de Vectaury permet aux retailers et aux marques d'activer leurs clients et prospects, d'analyser l'activité autour de leurs points de vente et de mesurer l'impact de leurs dispositifs plurimédia. Société française créée en 2014, Vectaury accompagne plus de 100 marques et agences, avec la capacité de toucher des millions de profils qualifiés en France. www.vectaury.io

Pour plus d'information : jcdecaux.fr. Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#).

Contact presse JCDecaux :

Estelle Ardouin - Tél. : 07 60 80 43 72 - estelle.ardouin@jcdecaux.com