

P U B L I C I T É   D Y N A M I Q U E   E N   G R A N D E   D I S T R I B U T I O N



**CALLIAN**

PAYS DE FAYENCE

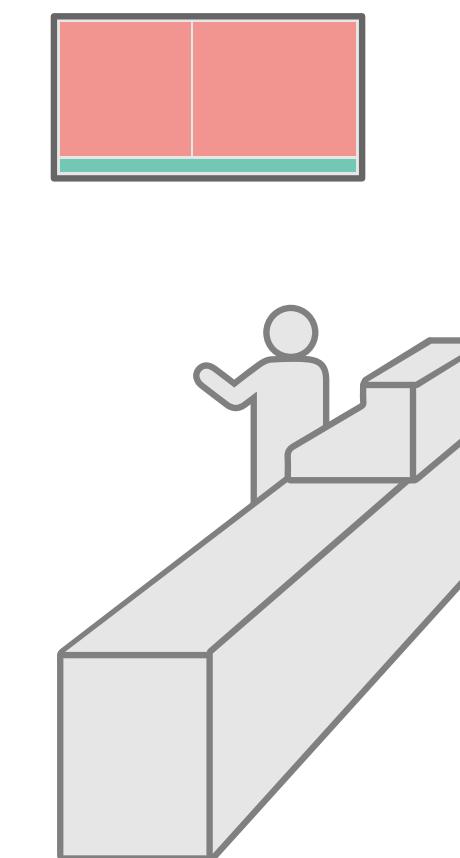
K I T   M É D I A   2 0 2 1



CRÉAMANIA PROPOSE  
2 NOUVEAUX MÉDIAS  
EN GRANDE DISTRIBUTION :

**INFOS CAISSES**  
DISPONIBLE  
ÉTÉ 2021

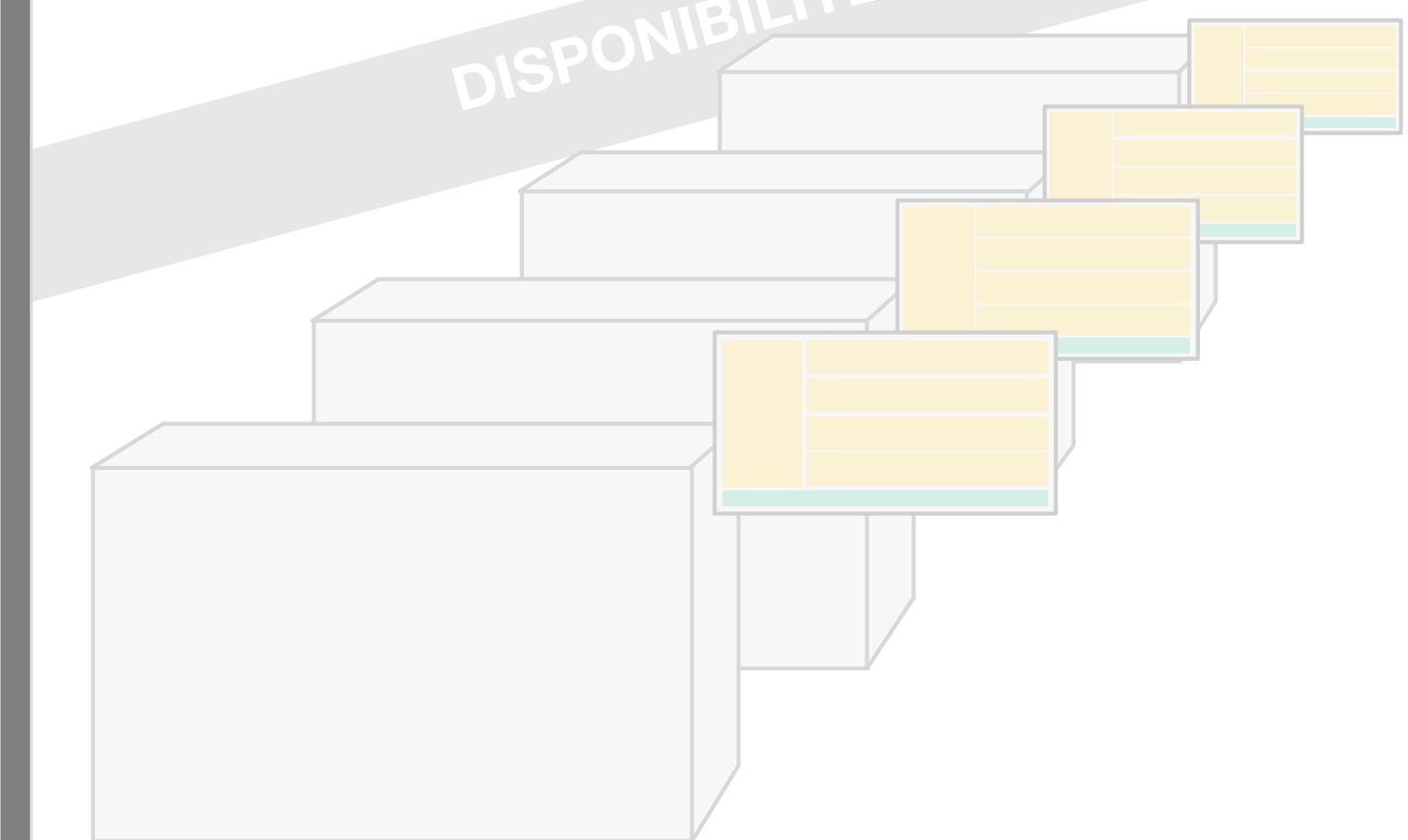
## INFOS CAISSES



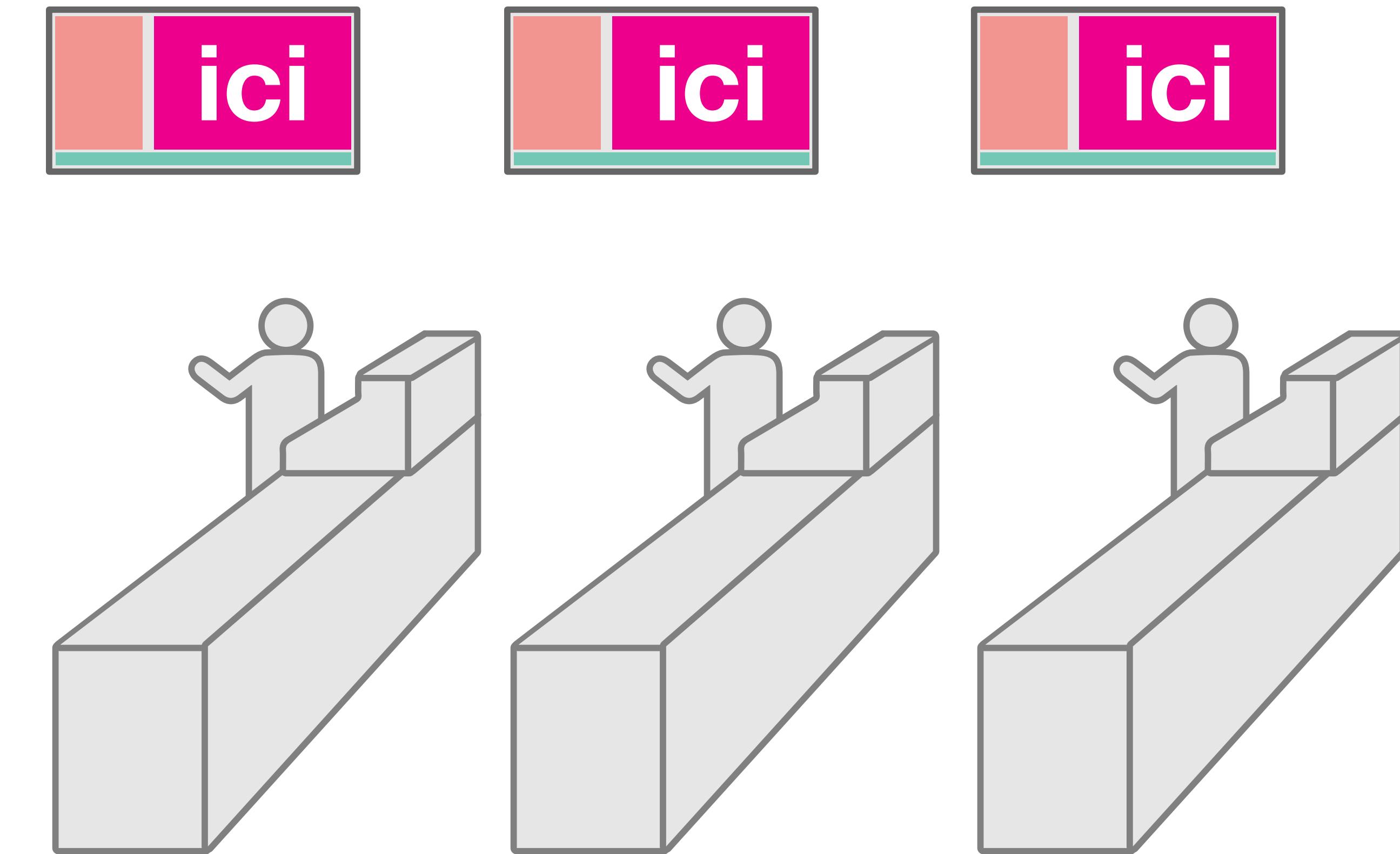
DISPONIBILITÉ ÉTÉ 2021

## PARCOURS RAYONNAGES

DISPONIBILITÉ Q4 2021



# INFO CAISSES



# INFOS CAISSES

## LE CONCEPT

L'affichage infocaisse, c'est la mise en place d'un écran au dessus de chaque caisse.

Il est divisé en 2 parties.

La première a vocation à fidéliser la clientèle du supermarché en donnant des infos de notoriété, ou de futurs évènements et promotions.

La grande surface pilote cette partie.

Pour elle, c'est l'outil idéal pour communiquer avec sa clientèle : au bon moment !

Il s'agit de mettre à profit le temps d'attente en caisses, pour communiquer sur des aspects positifs du Market.



# INFOS CAISSES

## POURQUOI ?

Permettre à la grande surface d'utiliser une partie de l'écran augmente perception positive de votre marque.

En effet, le contenu varie régulièrement, et les changements attirent le regard et l'attention des clients dans la file d'attente.

Ils reçoivent des informations positives de la part du supermarché et associent ainsi votre marque à cette démarche positive.

Il s'agit typiquement de waitmarketing, le message occupe l'usager le temps d'attente en caisse et ce dernier ne voit pas votre publicité comme étant intrusive.





- + Un **ciblage géographique** chirurgical !
- + **Changez de visuel** à votre guise...
- + Votre **Publicité** au plus prêt de vos **chalands** !
- + Mise à jour **instantanée**, story telling, **Annonces...**
- + **spots** de 10 secondes défilant toutes les minutes
- + Média **volontairement consulté**
- + Ecran **toujours disposé** au dessus d'une caisse

Choisissez les **Carrefour market**  dans lesquels  
votre publicité sera affichée  
**& le nombre** de caisses.

		Nombre de passages en caisse par jour	Nombre de passages en caisse par mois	Nombre de caisses affichant votre publicité	Prix H.T. /ÉCRAN/MOIS	Temps d'affichage par minute	CPC	CPM
Disponible	<b>Market Callian</b>	570	17 150	1	200 €	0.012€	11.76€	
Disponible	<b>Market Callian</b>	570	17 150	5	900 €	0.011€	10.59€	
08/21	<b>Market Le Tignet</b>	930	28 000	1	250 €	0.009€	8.93€	
08/21	<b>Market Le Tignet</b>	930	28 000	9	2 000 €	0.008€	7.93€	

Clip vidéo ou image fourni par vos soins,  
nous pouvons créer pour vous sur devis.



**75%**

**Des achats en grande distribution  
se décident sur le lieu de vente.**

**53%**

des français déclarent que la présence d'innovations digitales les incite à fréquenter une enseigne plutôt qu'une autre.\*

**66%**

de taux de visibilité pour les écrans. Ils arrivent en tête de tout l'univers PLV.'

**62%**

des consommateurs passent à l'action après avoir vu une publicité sur des réseaux d'écrans\*\*\*

**65%**

des répondants déclarent avoir de l'intérêt pour les publicités numériques qui proposent une interaction telle qu'une récompense ou des bons de réductions\*\*\*

**65%** des français ayant acheté des produits dans des enseignes proposant des innovations digitales affirment qu'elles ont facilité leur parcours d'achat.\*

**67%\*\*** des répondants pensent que les réseaux d'affichage numérique permettent d'atteindre une audience de qualité

**59%\*\*** des répondants trouvent que les réseaux d'affichage numérique offrent des opportunités de publicité innovante et créative

Les consommateurs considèrent les réseaux d'affichage numérique comme étant le media le plus fiable après la TV, mais devant la presse et le WEB

**34%\*\*\*** des consommateurs pensent que les publicités DOOH sont les plus facilement mémorisables , vs **46%** pour la TV et **7%** pour la presse et **4%** pour le online

**66%** des panélistes trouvent qu'ils captent le regard et informent, et **57%** les qualifient également de divertissants\*\*\*\*

**55%** souhaitent en outre voir plus de spots publicitaires diffusés sur les totems digitaux (un taux qui grimpe à **58%** chez les CSP+ et **62%** pour les habitants d'Île-de-France) avec une « appétence marquée pour les loisirs »\*\*\*\*

\*Etude réalisée dans le but de mieux cerner le regard et les attentes des Français sur l'évolution de leurs points de vente. (IFOP à la demande de l'Atelier BNP Paribas) – Echantillon de 1011 personnes représentatif de la population française, âgé de 18 ans et plus. \*\* Etude de MyersBizNet, menée auprès de 250 annonceurs et directeurs d'agences sur les réseaux d'affichage numérique (« Digital place-based » media). \*\*\* Etude mondiale de FEPE International auprès de 1000 personnes;\*\*\*\*Selon une étude de Clear Channel, réalisée en partenariat avec l'institut Iligo, auprès de 357 panélistes, fréquentant les 70 malls où Clear Channel est implanté en France - '(Etude NIELSEN)

P U B L I C I T É   D Y N A M I Q U E   E N   G R A N D E   D I S T R I B U T I O N

# CREAMANIA

COMMUNICATION

M E R C I   D E   V O T R E   A T T E N T I O N



Votre contact :  
Tél. 04 94 85 71 39  
[devis@crea-mania.com](mailto:devis@crea-mania.com)

