

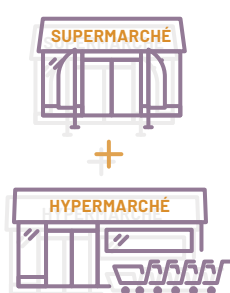
RETAIL MEDIA : LE DOOH EN SUPERMARCHÉ, UN CANAL À INTÉGRER À SON MIX MARKETING

LE POINT DE VENTE RETAIL PHYSIQUE : LA PRÉFÉRENCE DES FRANÇAIS AU QUOTIDIEN

73%



des Français font leurs courses uniquement en magasin en moyenne ⁽¹⁾



Lieux d'achat favoris de

62%

des Français ⁽²⁾



LE SUPERMARCHÉ : DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS AU CŒUR DE LA PROXIMITÉ ALIMENTAIRE



+8,4%

de CA sur le canal supermarché en France en 2021 ⁽³⁾

1/3



des achats alimentaires en grande distribution réalisés en supermarchés ⁽³⁾

LE DOOH : LE MÉDIA DÉCISIF AU PLUS PROCHE DE L'ACTE D'ACHAT



8/10

Français se décident en point de vente ⁽⁴⁾

+30%



de performance du plan média en moyenne ⁽⁴⁾

LE DOOH EN SUPERMARCHÉ AUCHAN : UN FORT TRAFIC ASSOCIÉ À UN CIBLAGE SPÉCIFIQUE



/ UNE OFFRE DOOH SUR UN RÉSEAU PUISSANT, NATIONAL ET CITADIN

120



supermarchés Auchan équipés fin 2023 sur 18 agglomérations

25%



du trafic total Auchan

1,5M



de contacts qualifiés chaque semaine

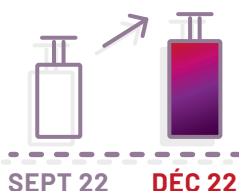
/ DES CAMPAGNES DOOH, FRUCTUEUSES POUR LES ANNONCEURS ET POUR LES MAGASINS

/ UN PROFIL DE CONSOMMATEUR URBAIN SPÉCIFIQUE



+34%

de volume et CA moyen sur les produits promus via DOOH pendant vs avant la campagne



+22%

de CA en moyenne dans les supermarchés Auchan animés par écrans DOOH



68%

de 18-44 ans



48%

de familles



54%

de CSP+



/ L'OFFRE DOOH IMEDIACENTER : UNE COMPLÉMENTARITÉ ET UNE PUISSANCE ÉVIDENTE

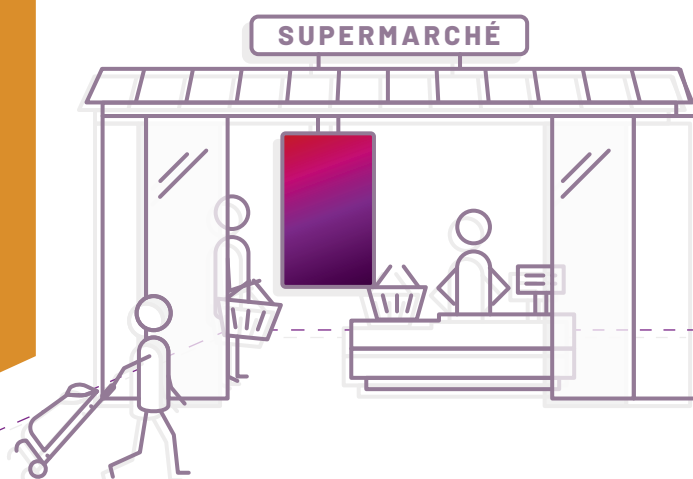
88%

du trafic total Auchan touché

qui couvre

29%

des Français



(1) Shopper trends 2021 - Imediacycenter Publicis Media Epsilon France
(2) Ifop / Le regard des Français sur le commerce et la grande distribution mars 2022
(3) LSA expert - étude alimentaire 2022, LSA expert dossier GD 2021
(4) Etude Displayce 2021 auprès de 60 agences plurimédias / Kantar World Panel