



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Fill Up Média déploie une campagne géolocalisée pour booster le trafic du centre Paris-Giverny de l'enseigne McArthurGlen



Lyon, le 11 mars 2025, 07h30 - Fill Up Média (la « Société »), leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FRO01400AEM6 — mnémorique : ALFUM), détaille les résultats d'une campagne réalisée du 18 novembre au 15 décembre 2024 pour le compte de l'enseigne McArthurGlen.

A l'occasion du Black Friday et des fêtes de fin d'année, McArthurGlen a décidé de mettre en place une campagne géolocalisée d'envergure, exploitant les écrans DOOH¹ du réseau Fill Up Média situés en majorité à proximité des grands axes routiers de l'autoroute A13 et de l'ouest parisien. En partenariat avec les agences Wavemaker et Quartier M, Fill Up Média a accompagné l'enseigne pour cibler et activer les écrans les plus susceptibles de créer de l'engagement. 222 écrans du réseau Fill Up Média répartis dans 26 stations ont ainsi diffusé 2 campagnes pendant 28 jours visant à attirer de nouveaux clients au sein du centre McArthurGlen Paris-Giverny.

¹ DOOH : Digital Out Of Home

Avec le support d'oKube, spécialiste de la mesure de l'efficacité des campagnes publicitaires, Fill Up Média a réalisé une étude pour déterminer l'impact réel de ce dispositif « Drive-to-store » et les retombées pour la marque. La méthodologie de l'étude se traduit par :

- le **recueil des coordonnées GPS** du village et des stations-service qui ont diffusé la campagne ;
- l'**identification des individus exposés** à cette campagne et des visiteurs du centre grâce à la collecte des ID ;
- la réconciliation entre les **expositions et les visites** par le croisement de l'ensemble des ID collectés.

Les résultats de cette analyse s'avèrent très concluants puisque l'on observe un uplift de 151% sur les visites au sein du centre McArthurGlen Paris-Giverny entre les personnes exposées et non exposées à la campagne, soit 2,5 fois plus de visiteurs.

Elodie Acerbis, Directrice Marketing & Communication de Fill Up Média, déclare : « *Les résultats très satisfaisants obtenus au cours de cette campagne au profit de McArthurGlen démontrent tout l'attrait de nos solutions pour les marques cherchant à renforcer leur notoriété et à chercher du résultat avec l'augmentation du trafic en point de vente. Nos écrans DOOH s'inscrivent pleinement dans des stratégies de retail media.* »

À PROPOS DE FILL UP MÉDIA

Média de référence dans la publicité extérieure, Fill Up Média compte désormais 6 000 écrans implantés sur les distributeurs de carburant de 850 stations-service sur l'ensemble de l'Hexagone.

La Société a choisi ce moment d'attente pour proposer une communication innovante sur un support DOOH sonore unique, afin de capter l'attention et maximiser l'engagement des automobilistes. Avec une audience 100% mobile, la régie offre la possibilité aux marques de toucher plus de 6 millions de conducteurs chaque semaine lors de leurs déplacements et à l'intérieur d'un parcours de consommation (shopping, loisirs, travail, vacances...).

En 2024, Fill Up Média a réalisé un chiffre d'affaires de 9,7 M€ et comptait 62 collaborateurs. En savoir plus sur www.fillupmedia.fr

CONTACTS

FILL UP MÉDIA

Relations investisseurs
investisseurs@fillupmedia.fr

NEWCAP

Thomas Grojean
Nicolas Fossiez
Relations investisseurs
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 94

NEWCAP

Nicolas Merigeau
Elisa Play
Relations Médias
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 98