



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Fill Up Média de nouveau plébiscité à 2 reprises lors de la cérémonie des Cas d'Or DOOH 2025

- Cas d'Or dans la catégorie « Lancement de produit contextuel »
- Cas d'Or dans la catégorie « Analyse & Datavisualisation »

Lyon, le 3 juillet 2025, à 9h00 - Fill Up Média, leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FR001400AEM6 – mnémonique : ALFUM), a été récompensé à deux reprises lors de l'édition 2025 des Cas d'Or DOOH obtenant le premier prix pour deux de ses campagnes publicitaires dans les catégories « Lancement de produit contextuel » et « Analyse & Datavisualisation ».

Depuis 2019, les Cas d'Or distinguent les professionnels de la publicité, du marketing, du e-commerce et de la transformation digitale récompensant les succès opérationnels de ces secteurs. Depuis 2024, les acteurs du DOOH les plus performants sont également mis à l'honneur.

Au cours de la cérémonie qui s'est tenue le 2 juillet à Paris, le jury, composé de professionnels du DOOH, a décerné à Fill Up Média deux Cas d'or (premier prix) au titre des campagnes suivantes :

#### Cas d'Or « Lancement de produit contextuel » pour le cas Peugeot avec Publicis Media

Dans le cadre du lancement du SUV E-3008 100% électrique de Peugeot, l'agence Publicis Media et la régie Fill Up Média ont activé une campagne innovante et inédite avec la première offre E-DOOH en France, une extension naturelle du savoir-faire de Fill Up Média. Exploitant 400 écrans digitaux présents dans 200 stations de recharge du réseau TotalEnergies, essentiellement sur les axes autoroutiers et en zones urbaines, la marque a ainsi communiqué dans un univers affinitaire pour créer un maximum d'engagement. Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2025, l'annonceur a pu mettre en avant les atouts de son nouveau véhicule et bénéficier d'une forte visibilité à travers la diffusion de 58 millions de spots. Avec le déploiement de cette campagne disruptive, Fill Up Média, leader du DOOH en stations-service, se positionne comme un acteur incontournable du DOOH, et ce pour toutes les énergies.



## Cas d'Or « Analyse & Datavisualisation » pour le cas HappyVore avec Mediaplus et Unlimitail

La campagne menée par HappyVore, premier fabricant d'alternative digitale en France, pour accroître sa notoriété et dynamiser ses ventes a également été saluée lors de la cérémonie 2025. Intégrée dans un dispositif 360, la solution Fill Up Média a permis de maximiser la visibilité de l'opération promotionnelle grâce à la diffusion de ses spots sur les écrans en stations-service, idéalement positionnés au plus près de l'acte d'achat. La campagne s'est ainsi tenue pendant 17 jours au sein de 168 stations-service du réseau Carrefour sur près de 1 800 écrans. L'efficacité du dispositif a été confirmée par Unlimitail, régie exclusive de Carrefour et expert de la data retail puisque l'opération a permis de générer +46,9% de Chiffre d'Affaires, soit plus de 3 pts par rapport aux magasins non exposés à la campagne. L'effet s'est confirmé sur l'ensemble de la période avec un impact significatif sur la découverte produit : +19% de CA sur les produits non promotionnés au sein des magasins exposés et +22% en volume de produits écoulés.

**Elodie Acerbis, Directrice Marketing & Communication de Fill Up Média,** déclare : « *Après avoir obtenu trois prix en 2024, nous sommes particulièrement fiers d'être de nouveau récompensés lors de l'édition 2025 des Cas d'Or DOOH. Ces nouvelles distinctions, décernées par un panel de professionnels reconnus du secteur, confirment le savoir-faire, l'efficacité et la valeur ajoutée des dispositifs publicitaires déployés par Fill Up Média.* ».



*Prix « Lancement de produit contextuel » - Damien DUMORTIER (à gauche), Directeur des ventes nationales Fill Up Média - Manuel BERLAND (à droite), Président Directeur Général Fill Up Média*



*Prix « Analyse & Datavisualisation » - Vincent PLUMOT Directeur des ventes régionales Fill Up Média, Zina FONTAINE Head of Insights & Measurement Unlimitail, Stéphanie PEREIRA FERNANDES Partner Manager Unlimitail, Manuel BERLAND Président Directeur Général Fill Up Média*

## 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](http://www.fillupmedia.fr)

## CONTACTS

### FILL UP MÉDIA

Relations investisseurs  
[investisseurs@fillupmedia.fr](mailto:investisseurs@fillupmedia.fr)

### NEWCAP

Thomas Grojean  
Relations investisseurs  
[fillupmedia@newcap.eu](mailto:fillupmedia@newcap.eu)  
01 44 71 94 94

### NEWCAP

Nicolas Merigeau  
Elisa Play  
Relations Médias  
[fillupmedia@newcap.eu](mailto:fillupmedia@newcap.eu)  
01 44 71 94 98