

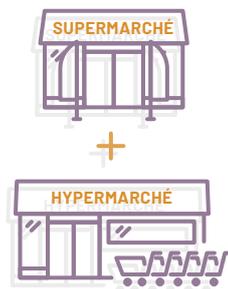
# RETAIL MEDIA : LE DOOH EN SUPERMARCHÉ, UN CANAL À INTÉGRER À SON MIX MARKETING

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

**73%**



**des Français** font leurs courses uniquement en magasin en moyenne <sup>(1)</sup>



Lieux d'achat favoris de

**62%**

**des Français** <sup>(2)</sup>



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



**+8,4%**

**de CA** sur le canal supermarché en France en 2021 <sup>(3)</sup>

**1/3**



**des achats alimentaires** en grande distribution réalisés en supermarchés <sup>(3)</sup>

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



**8/10**

**Français** se décident en point de vente <sup>(4)</sup>

**+30%**



**de performance** du plan média en moyenne <sup>(4)</sup>

# 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

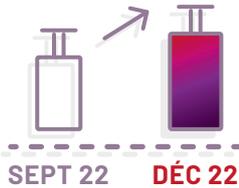
/ DES CAMPAGNES DOOH, FRUCTUEUSES POUR LES ANNONCEURS ET POUR LES MAGASINS

/ 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

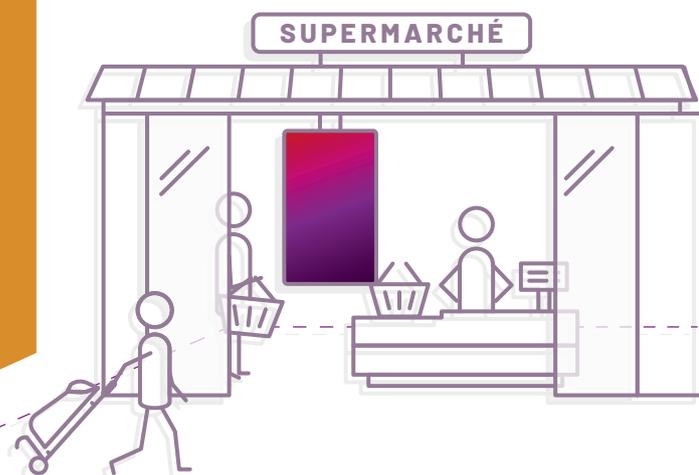
88%

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