



médiaperformances
SHOPPER FIRST

**Planet
SCORE**

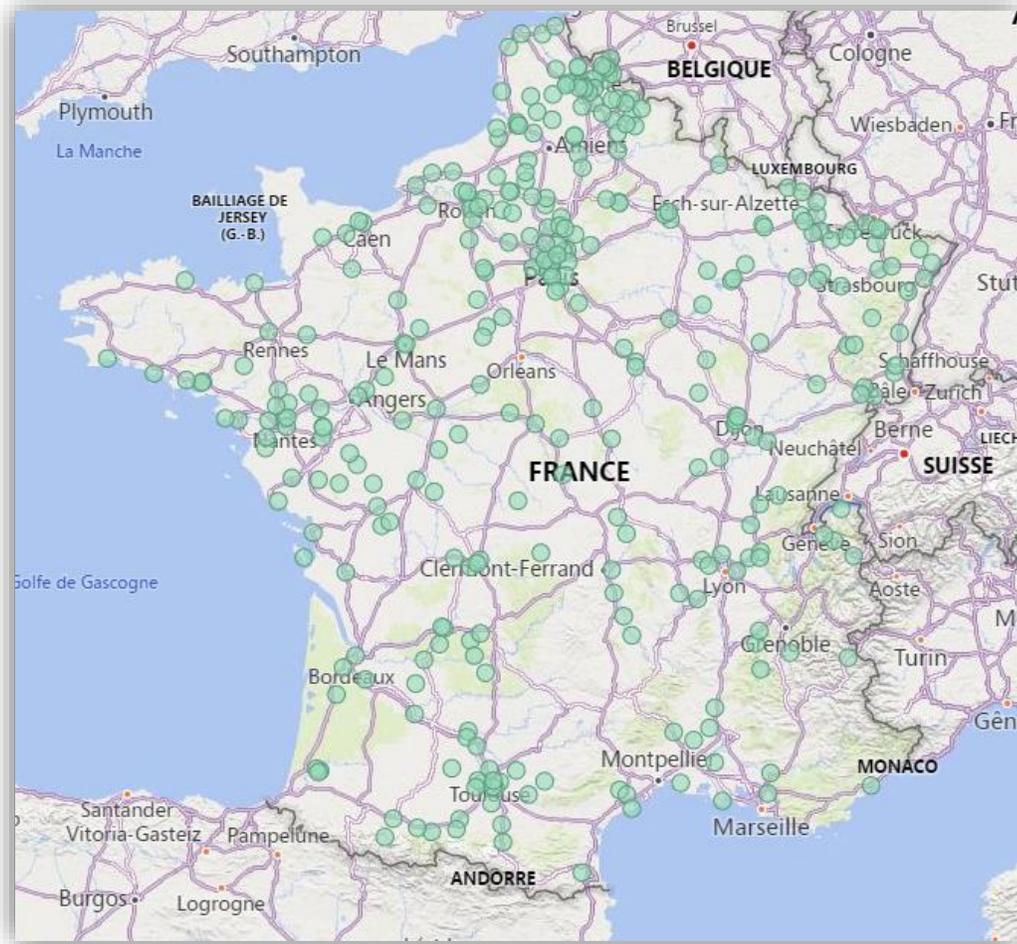
Retrouver
**le Planet-Score de
vos produits sur l'appli
Quel Produit par
UFC Que Choisir.**

**UFC
QUE
CHOISIR**
Fonds de
dotation

Bilan de diffusions Label PLANET SCORE

du 05/06/23 au 11/06/23
et du 19/06/23 au 25/06/23

Campagne DOOH - Label Planet Score

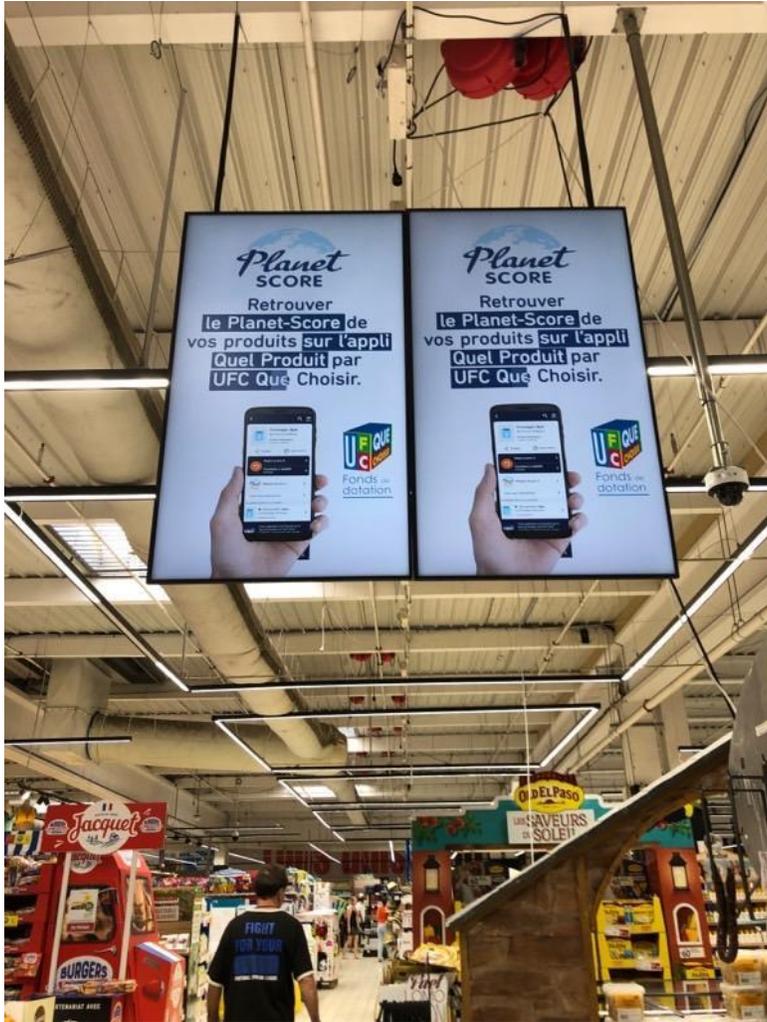


Cartographie des magasins animés

- ❑ 320 magasins activés
- ❑ 1580 faces animées
- ❑ Du 05/06/23 au 11/06/23
- ❑ Indicateurs de performances media :

Nombre de diffusions réelles 7 220 929

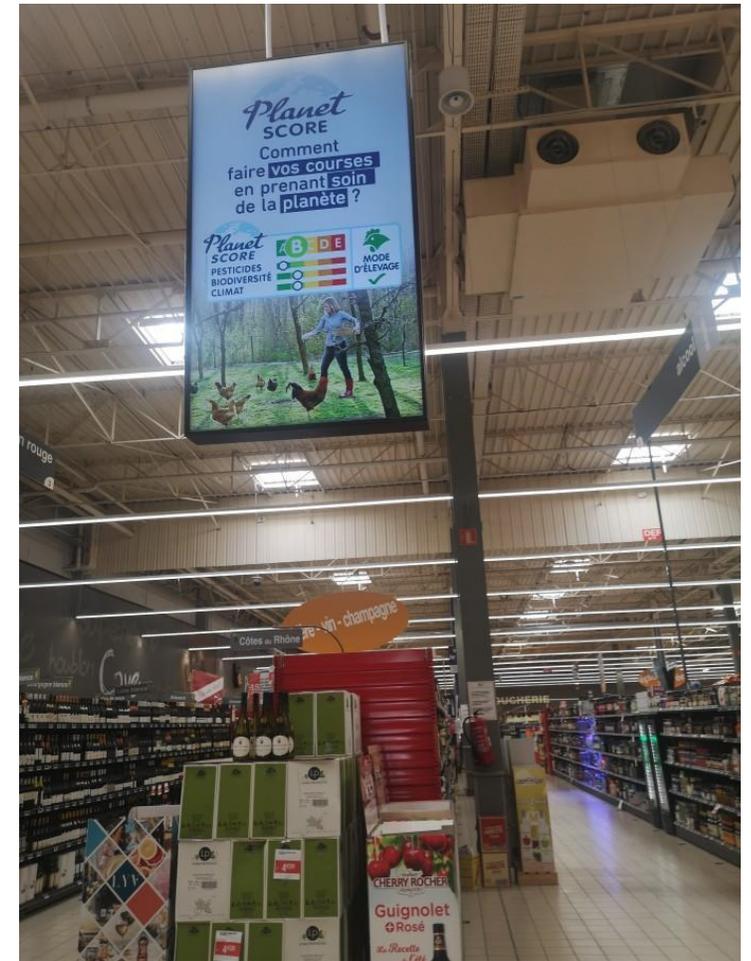
Votre film en quelques photos



Photos prises par des shoppers à l'aide de leur smartphone



Votre film en quelques photos



Photos prises par des shoppers à l'aide de leur smartphone



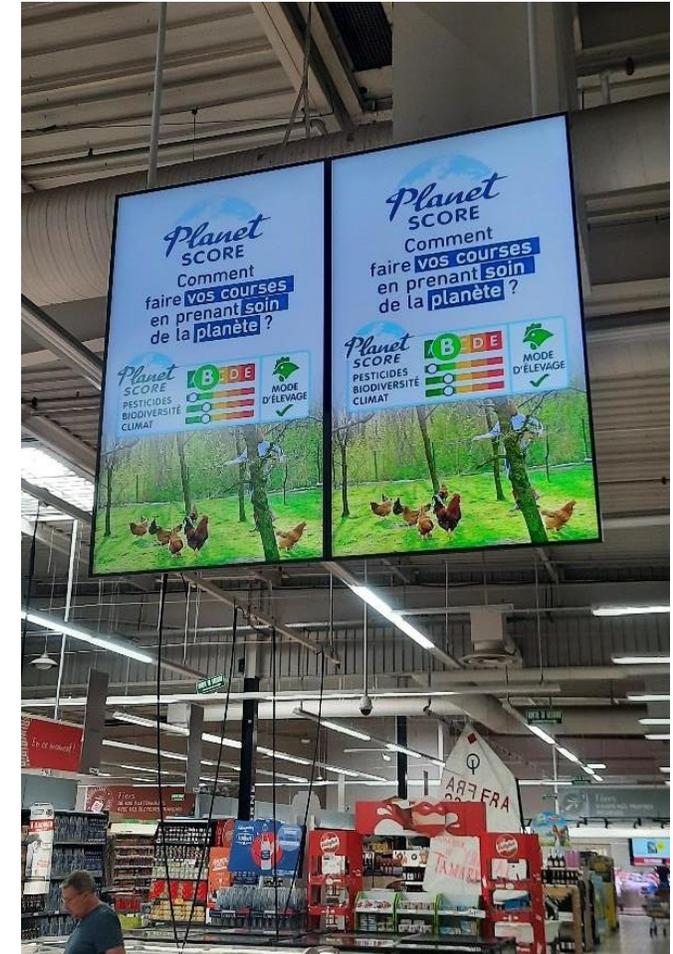
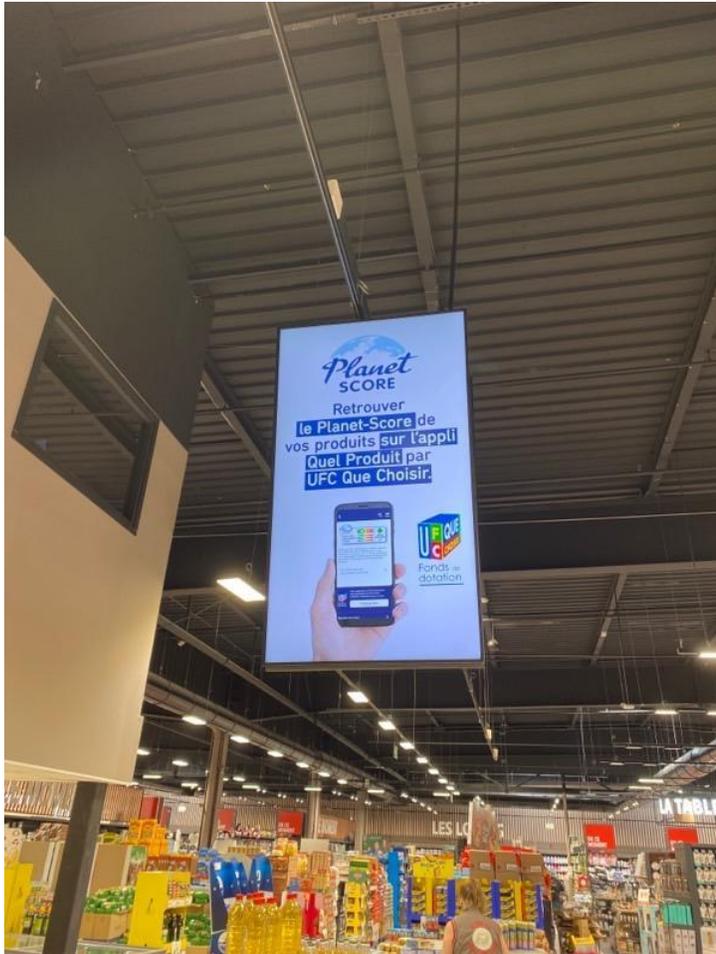
Votre film en quelques photos



Photos prises par des shoppers à l'aide de leur smartphone



Votre film en quelques photos



Photos prises par des shoppers à l'aide de leur smartphone



Bilan campagne DOOH

Du 5 au 11 juin 2023
Planet Score





Sommaire

Campagne Planet Score Du 5 au 11 juin 2023 (1 semaine)

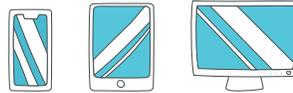
- **Méthodologie**
- **Résultats**  **happydemics**
The hangout for marketing heroes
- **Synthèse**

METHODOLOGIE

Brandlift basé sur la mémorisation



Méthodologie appliquée pour ce post test



Mémorisation

Une méthodologie qui repose sur la mémorisation de la campagne DOOH grâce à une double validation :

- 1/ Une question de géolocalisation du répondant :
« Vous êtes-vous rendu/e dans un hypermarché sur les 7 derniers jours ? »
- 2/ Une question de souvenir publicitaire :
« Vous souvenez-vous avoir vu cette publicité? ».

Mémorisation

Basée sur la comparaison des populations “mémorisées vs non-mémorisées”:

1 échantillon garanti de 150 répondants minimum ayant mémorisé la campagne digitale.

1 groupe de contrôle n’ayant pas mémorisé la campagne collecté en miroir du groupe de « mémos » pour comparer les réponses.

VUE D'ENSEMBLE

CONTEXTE ET CLES DE LECTURE

PROBLEMATIQUE

Contexte

Médiaperformances a mis en place une campagne DOOH dans 322 HM pour Planet Score et souhaite en apprécier l'efficacité et la performance.

Dates de la campagne : 5 au 11 juin 2023.

Objectif

Mesurer l'impact de la campagne Médiaperformances pour Planet Score.

SOLUTION

Le questionnaire

Brand Lift survey

8 questions

Réponses collectées du 6 au 13 juin 2023.

Zone(s) de diffusion(s): France

Critères appliqués à l'échantillon

Répondants français de plus de 18 ans. La population non exposée est similaire en genre et en âge à la population exposée.

LECTURE DES SOUS-CIBLES

Mémos : 150 répondants ayant mémorisé la campagne publicitaire.

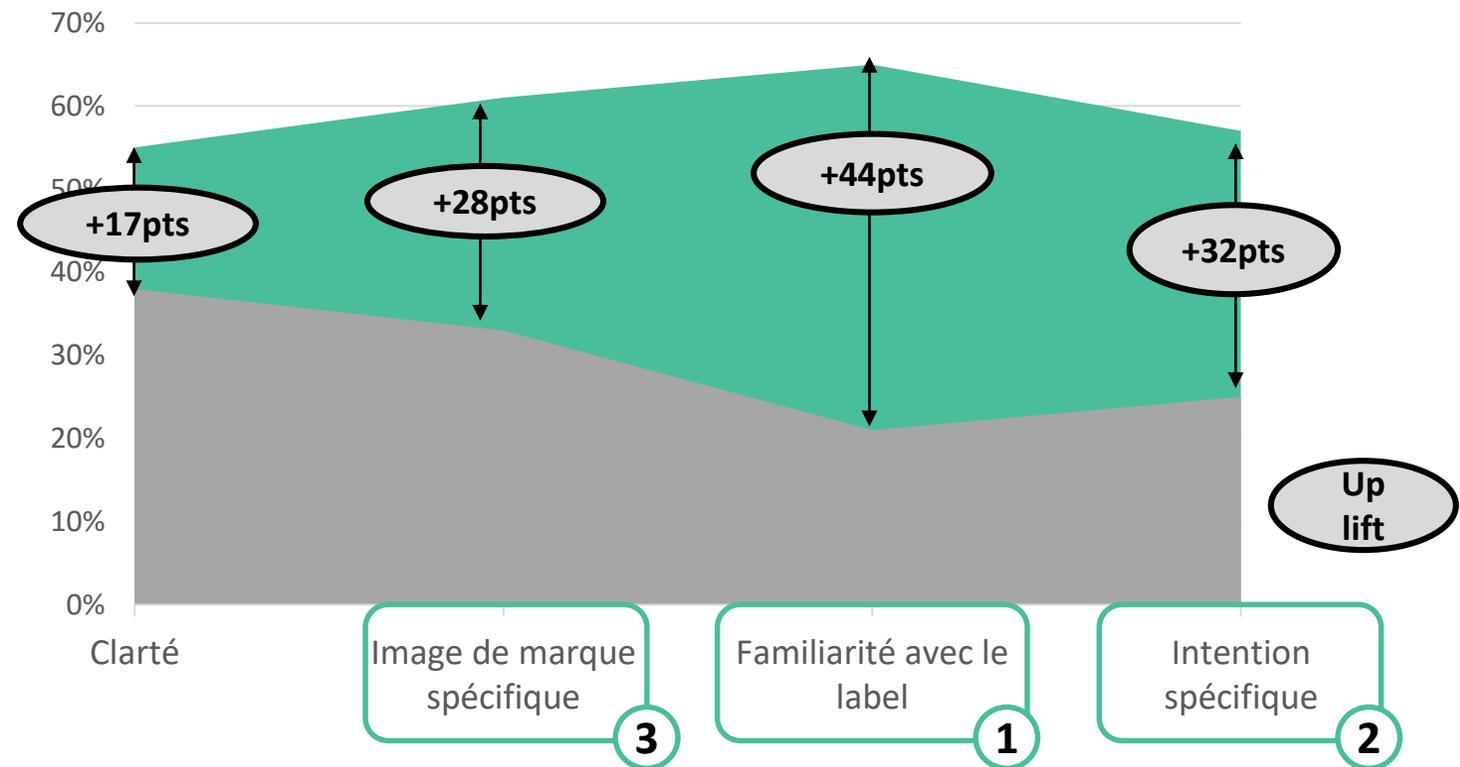
Non mémos : 150 répondants n'ayant pas mémorisé la campagne publicitaire.

**Campagne Planet Score
Du 5 au 11 juin 2023
(1 semaine)**

SYNTHESE

CONCLUSION

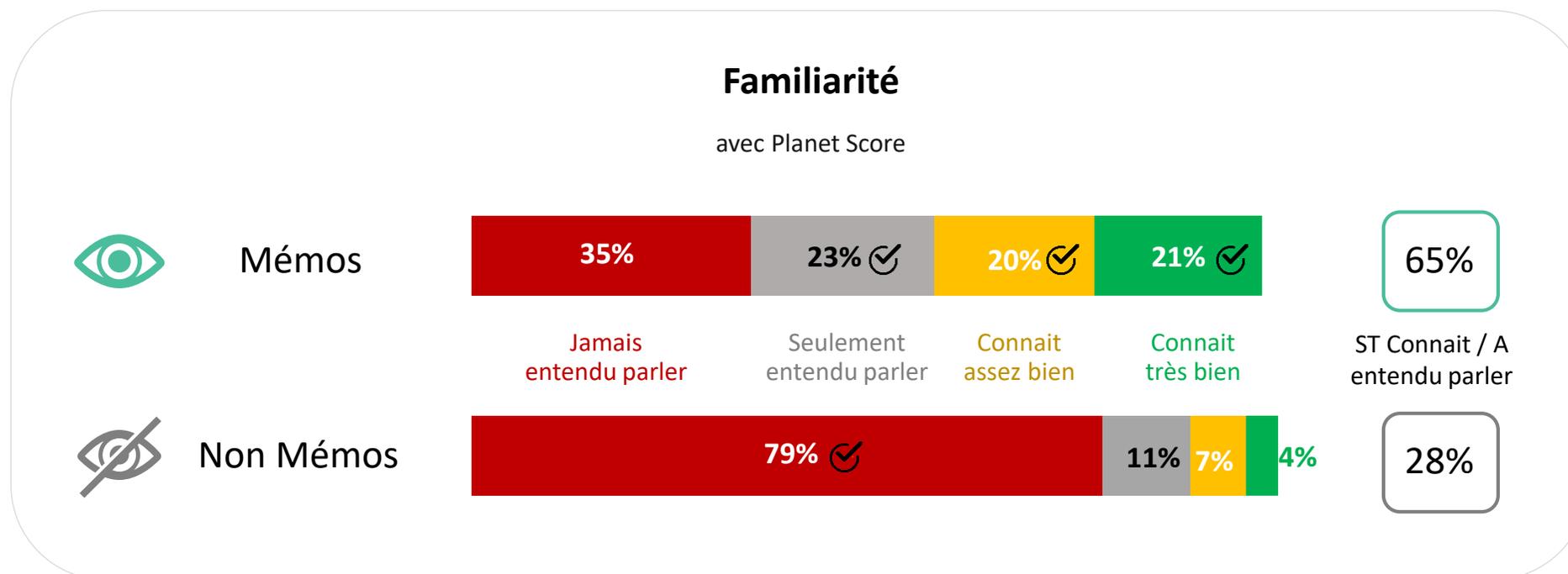
Une campagne pour Planet Score qui performe sur l'ensemble des indicateurs !



RÉSULTATS – IMPACT DU SOUVENIR PUBLICITAIRE

FAMILIARITÉ AVEC LE LABEL

Une campagne qui permet aux consommateurs d'affiner leur connaissance de Planet Score

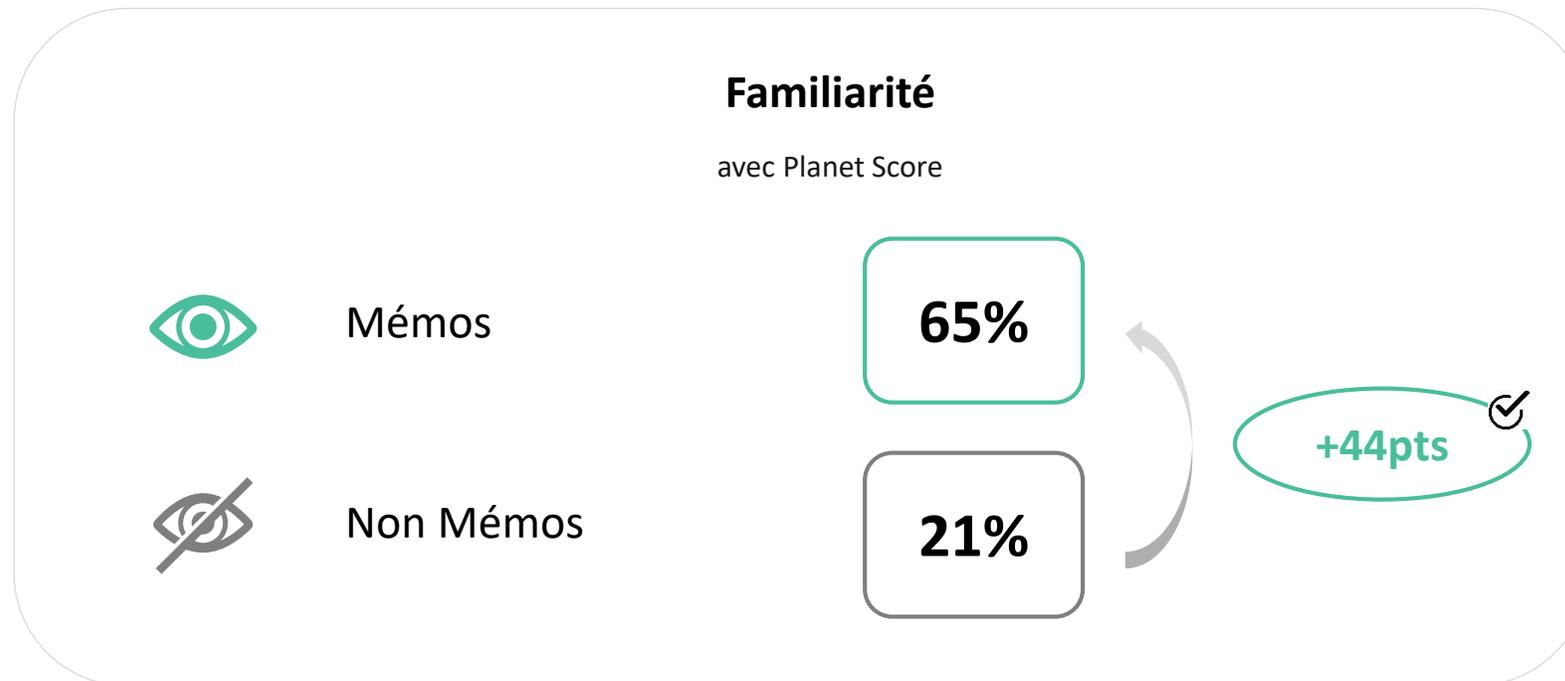


✓ écart significatif

RÉSULTATS – IMPACT DU SOUVENIR PUBLICITAIRE

FAMILIARITÉ AVEC LE LABEL

Une exposition qui permet de mieux connaître Planet Score



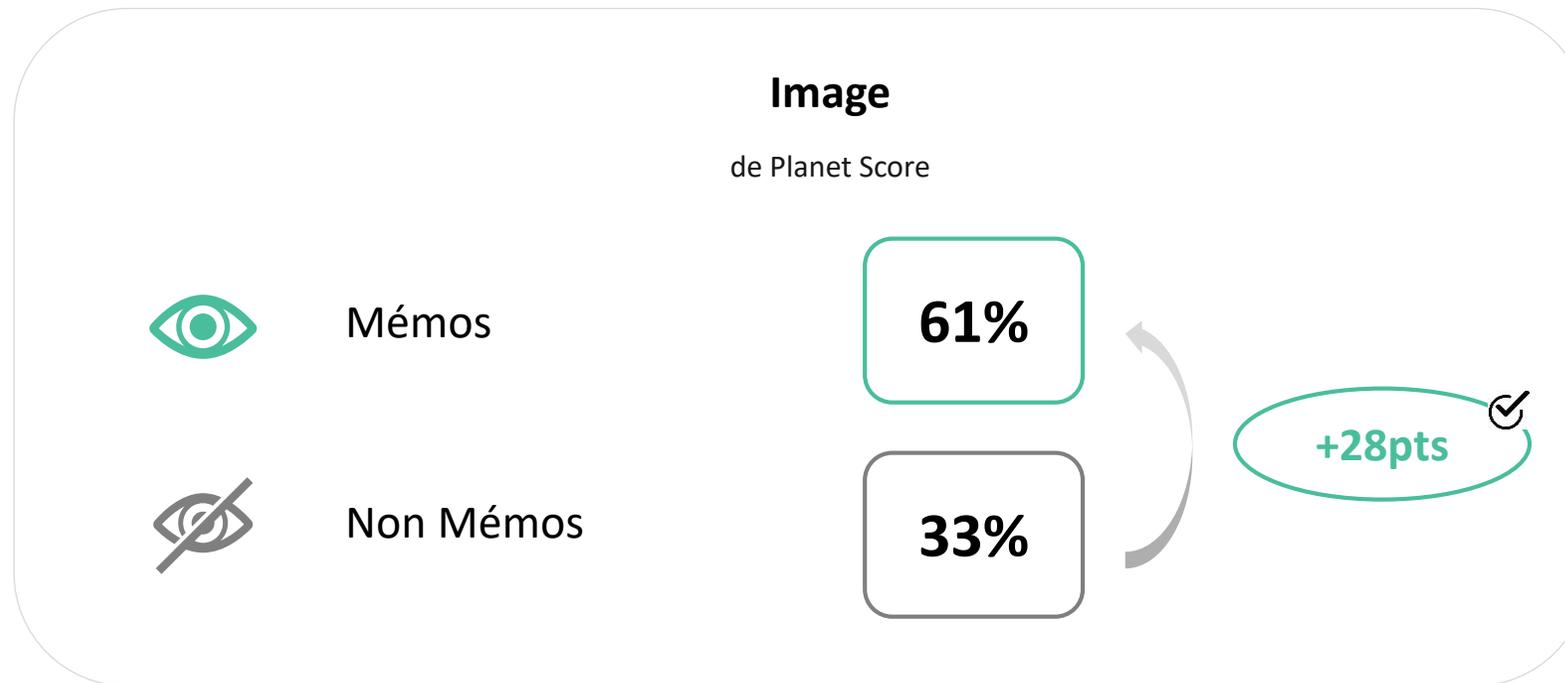
N.B : % Sous-Total Connait/A entendu parler

✓ écart significatif

RÉSULTATS – IMPACT DU SOUVENIR PUBLICITAIRE

IMAGE DU LABEL

Une bonne image du label grâce à la campagne



N.B : % d'au moins une réponse positive sur l'image

✓ écart significatif