

Publicité extérieure au bon moment, au bon endroit

McDonald's «Grand Big Mac»

Client

McDonald's Suisse surprend le marché régulièrement avec des affiches publicitaires frappantes. L'année dernière, la plus grande chaîne de restauration de Suisse a une nouvelle fois mis sur la publicité extérieure classique pour l'extension temporaire du légendaire «Big Mac», mettant en scène la différence de taille avec humour.

Défi

Il s'agissait, grâce à une édition limitée, de rendre le burger préféré des Suisses attrayant pour une nouvelle génération de clients, sans faire de l'ombre à l'original. Une impulsion sans équivoque devait être donnée clairement, sans fioriture et avec une pointe d'humour.

Mise en œuvre

- Mix média: publicité extérieure, télévision & presse, accent mis sur la pub extérieure
- Formats de publicité extérieure: format large F12, format City F200L, grand format F24
- Présence publicitaire Out of Home le long des axes pendulaires et à proximité des filiales commerciales à travers la Suisse
- Mise en scène percutante et message parfaitement réalisé
- Mesure de l'impact publicitaire par le post-test PPI d'APG|SGA

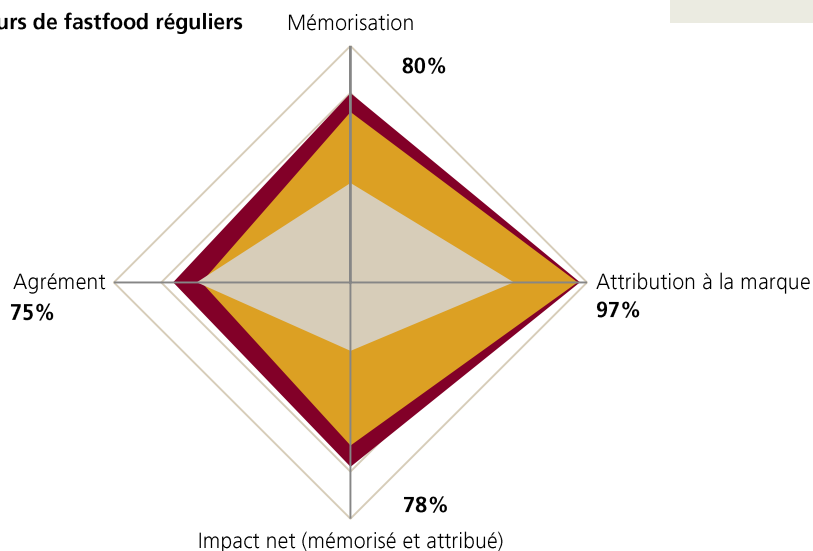


Résultat

En mettant l'accent sur la sensation de faim, la campagne d'affichage a généré un taux de perception élevé – reflété par les valeurs très élevées du PPI en matière de mémorisation et d'attribution à la marque. Le contraste net et le food appeal du design de l'affiche ont aussi contribué à ce large impact. Les valeurs encore meilleures obtenues auprès des consommateurs de fastfood interrogés traduisent également le ciblage réussi du public visé.

**Avantage produit clair
+ conception
percutante
+ food appeal élevé
= affichage publicitaire
plus efficace**

- Grand BigMac - Consommateurs de fastfood réguliers
- Grand BigMac - Tous
- Moyenne PPI aliments (2014)



Post-test PPI – outil pour la pratique

Contrôle et benchmarking

Objet et but de l'étude

Le Poster Performance Index PPI mesure l'efficacité publicitaire des affiches publicitaires selon les critères suivants:

- mémorisation/reconnaissance
- attribution à la marque
- agrément de la campagne

Le PPI est un outil au service des clients APG|SGA. Il constitue, pour le mandant d'une campagne d'affichage, un instrument de contrôle et de benchmarking très pratique qui lui offre la possibilité de calculer non seulement les valeurs de performance quantitatives habituelles que sont la pénétration, les chances de contact OTS, la pression publicitaire GRP et le prix pour mille contacts PMC¹, mais d'examiner également l'efficacité qualitative de sa communication par affiches. Les études PPI s'appuient sur des vagues d'enquête périodiques dont les résultats sont saisis systématiquement dans une banque de données différenciée par branche économique. Cette base de données toujours plus étoffée permet à l'annonceur d'accroître continuellement l'efficacité de ses campagnes d'affichage.

¹ La valeur individuelle de contact par affiche SPR+ constitue pour APG|SGA le facteur déterminant pour fixer les prix des surfaces Rues et Gares. Informations sur SPR+ Swiss Poster Research Plus: www.spr-plus.ch

Plan de recherche

- Lieux d'enquête: agglomérations de Genève, Lausanne, Bâle, Berne et Zurich
- Échantillon: 500 personnes, soit 100 personnes par agglomération
- Âge: 15-59 ans
- Personnes interrogées: personnes mobiles et résidents des agglomérations considérées
- Procédure: interviews personnelles en ligne réalisées immédiatement après la clôture de la campagne d'affichage. Durée: maximum 15 minutes. Réalisation: Innofact AG (Zurich)

Questions et thèmes évalués

- Combien de personnes sont en mesure de se souvenir d'une campagne par affiches?²
- L'attribution à la marque est-elle correcte?³
- Quel est le degré d'acceptation?
- Existe-t-il des différences entre les groupes cibles sociodémographiques?
- Comment se présentent les résultats par rapport à l'environnement concurrentiel?

² Mémorisation assistée

³ Émetteur de la marque effacé dans le sujet

Pour plus d'informations

www.apgsa.ch

APG|SGA, Société Générale d'Affichage SA
Christof Hotz, responsable Étude de marché
Giesshübelstrasse 4
Case postale, 8027 Zurich
T +41 58 220 7845
christof.hotz@apgsa.ch