

Habillage intégral pour un impact exceptionnel

Des véhicules lilas deviennent des ambassadeurs de marque

Client

Valiant est une banque indépendante, active exclusivement en Suisse et l'un des principaux prestataires de services financiers avec plus de 85 succursales. Sa région d'origine comprend onze cantons, elle s'étend de Bâle à la Suisse romande en passant par le Plateau. L'établissement bancaire propose aux particuliers, aux indépendants et aux PME une offre complète et facilement compréhensible couvrant toutes les questions financières.

Défis

Depuis de nombreuses années, Valiant mise sur le « lilas » comme couleur de la marque, incomparable et unique sur le marché bancaire, qui lui a permis d'écrire une success-story. Afin d'accroître la notoriété de la marque, il convient de s'adresser directement aux groupes cibles mobiles et urbains. Des études régulières examinent pour cela l'évolution de la perception des campagnes et de leur impact.

Mise en œuvre

- Mix média : publicité dans les transports publics (stratégie mono média)
- Formats : surfaces extérieures des TP (habillage intégral et TrafficBoards), surfaces intérieures des TP (cartons suspendus et autocollants de vitres)
- Zone cible et période : campagne de grande envergure et à long terme (1 an) en Suisse alémanique et Suisse romande
- Conception : couleur accrocheuse, mise en œuvre percutante, émetteur de marque clair
- Mesure de l'impact de la marque et de la publicité à l'aide d'un sondage en ligne



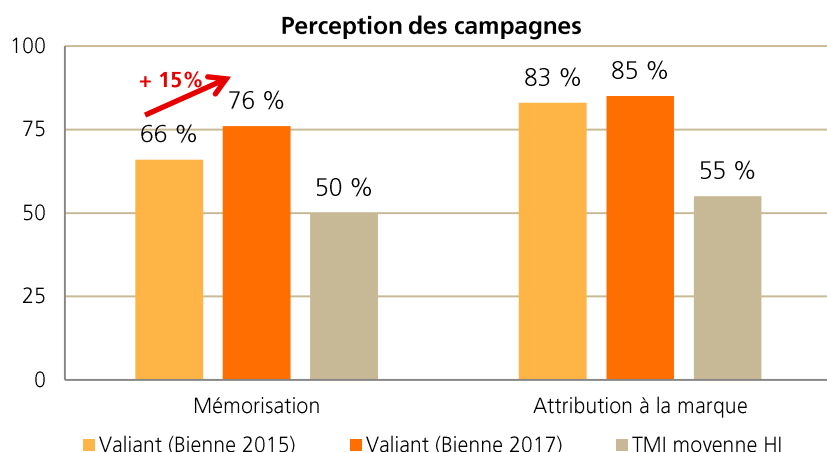
Habillage intégral de bus (HI),
Bienne 2017

Résultat

Publicité extérieure au caractère efficace et marquant supérieur à la moyenne, grâce à une conception percutante et une présence de premier plan dans les centres-villes très fréquentés.

- Le taux de mémorisation des campagnes est nettement supérieur à la moyenne dans la région test de Bienne.
- 85% des personnes interrogées ont pu attribuer le sujet à la marque Valiant, même avec des informations anonymisées sur l'émetteur.
- Les taux de mémorisation et d'attribution à la marque ont pu être augmentés, parfois de façon significative, par rapport à 2015.

Couleur accrocheuse
+ mise en œuvre fidèle à la marque
+ vaste présence dans toute la zone cible
= publicité extérieure efficace



Étude: impact des véhicules avec habillage intégral

Utilisation ciblée dans les centres-villes

« Nous misons depuis des années sur une publicité accrocheuse dans les transports publics et atteignons ainsi nos groupes cibles de manière efficace, ce dans tout le pays. »

Bettina Ammann, chef de projet senior marketing, Valiant



La conception accrocheuse et adaptée à la marque est incontournable, elle s'immisce rapidement dans les esprits.



Des véhicules dotés d'un habillage intégral circulent quotidiennement dans les centres-villes suisses. Ils peuvent également être vus par les piétons et les automobilistes.

Objet et but de l'étude

- Suivi de l'impact de la campagne pour les véhicules avec habillage publicitaire intégral de Valiant

Détails du test

- Région sondée : région pendulaire Ouest du Plateau (ZE 24/14/32/33/34)
- Échantillon représentatif : n=217 (2017) ; n=200 (2015)
- Âge : 15-59 ans
- Sujets : résidant dans la région sondée et s'étant déplacés à Bienne 3 jours sur 7 au cours des 14 derniers jours
- Procédure : sondage en ligne
- Réalisation : 2017 (31.05. - 07.06), 2015 (12.08 - 19.08.)
- Innofact AG (Zurich)

Questions/thèmes

- Démographie sociale du groupe cible (âge, sexe, pyramide des âges, situation professionnelle, classe de pouvoir d'achat)
- Séjour à Bienne (fréquence)
- Perception de la campagne publicitaire (avec aide) d'après la mémorisation, l'attribution de la marque, l'agrément

Informations complémentaires

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 78 45

christof.hotz@apgsa.ch

Autres cas :

apgsa.ch/best-practice