

Business case : Mesure de performances Regent's Park



Sommaire

Regent's Park
Complice de votre talent



1. Périmètre de campagne & méthodologies
2. Les **performances** de la campagne
3. AB Testing : **magasins exposés** vs **non exposés**

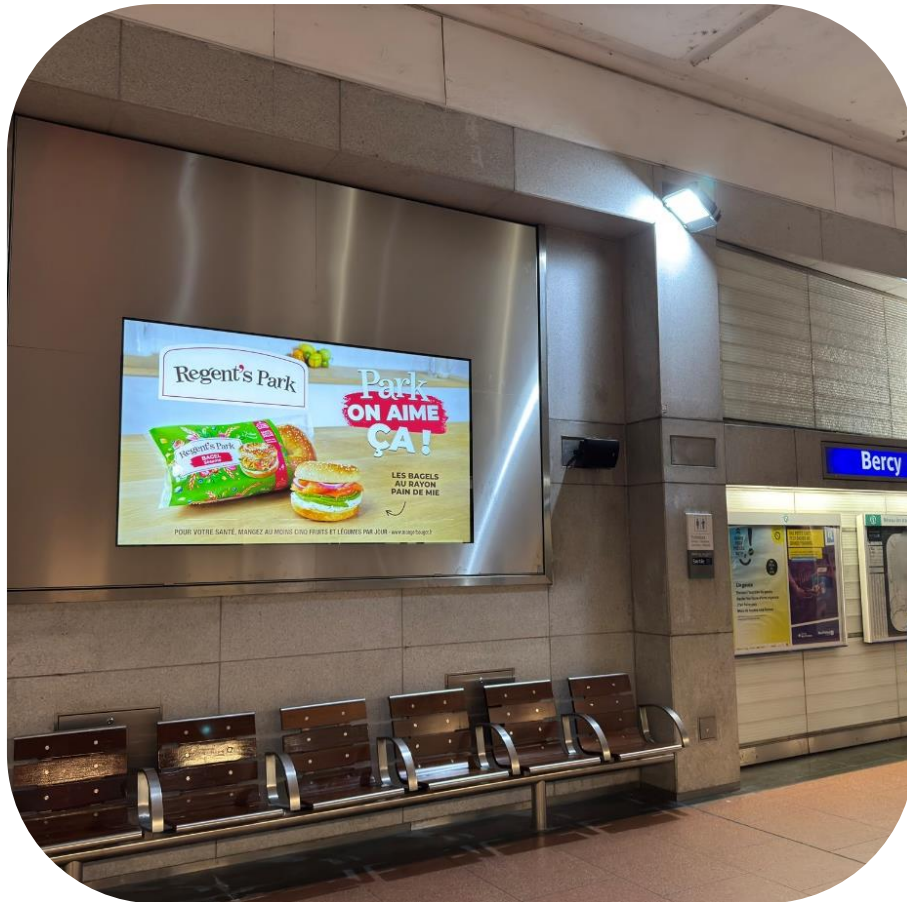
1.

Périmètre de campagne & méthodologies



POUR VOTRE SANTÉ, PRATIQUEZ UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE

Périmètre de la campagne



CONTEXTE

Pour mettre en lumière ses emblématiques muffins, la marque **Regent's Park** lance une campagne d'affichage impactante en collaboration avec Mediatransports. Afin d'évaluer l'efficacité de ce dispositif, **MEDIATRANSPORTS** confie l'étude d'impact sur les ventes à **Unlimitail**, la régie publicitaire de Carrefour, experte en mesure de performance retail.

OBJECTIF

Mesurer l'efficacité du dispositif MEDIATRANSPORTS en observant l'évolution des ventes **avant, pendant et après** la diffusion de la campagne pour Regent's Park.

ACTIVATION

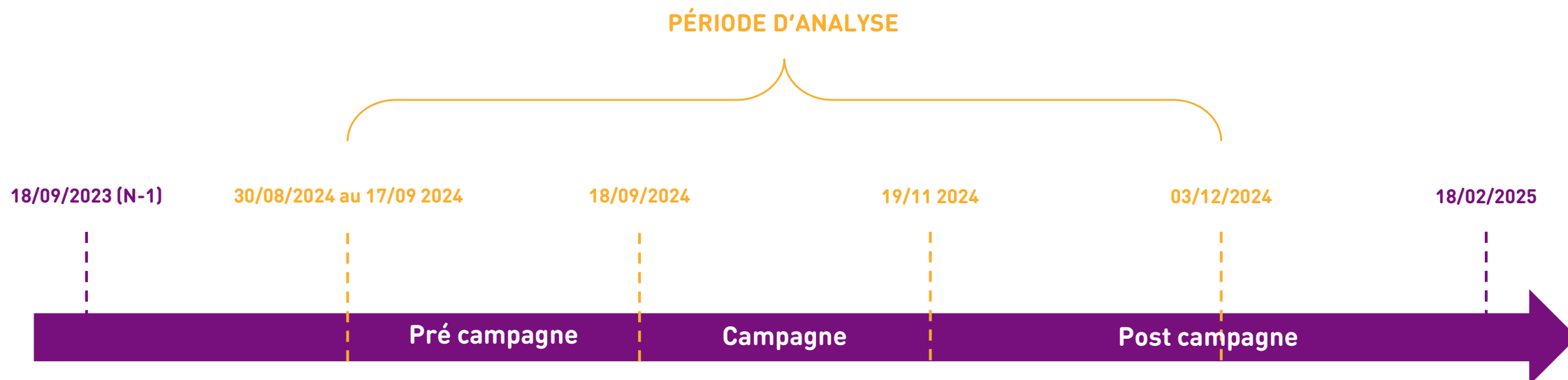
Univers : Métro Parisien

Format : 12m² + 3m² trios + écrans 16/9^{ème}

Ciblage de l'étude : 272 magasins CARREFOUR à proximité des écrans / faces MEDIATRANSPORTS (Hypermarchés, Supermarchés et magasins de proximité) sur la base d'un distancier défini par Mediatransports.

Périmètre d'analyse

Une étude complète basée sur les **données de ventes** de la marque des périodes **pré campagne, campagne et post campagne** pour **272 magasins Carrefour exposés*** à la campagne.



Les périodes pré-campagne sont :

N-1 du 18/09/23 au 19/11/23
30/08/24 au 17/09/24.

Les périodes de campagne sont :

S37 du 18/09/24 au 24/09/24
S41 du 07/10/24 au 13/10/24
S46 du 13/11/24 au 19/11/24

Les périodes post-campagne sont :

Rémanence S46 : 20/11/24 au 03/12/24 et
du 04/12/24 au 18/02/25.

Le dispositif Médiatransports pour **Regent's Park**

Pour mettre en lumière ses emblématiques muffins, la marque a pris la parole à **3 reprises dans le métro parisien** sur les réseaux **QC 450**.

18/09 au 24/09 2024

07/10 au 13/10 2024

13/11 au 19/11 2024

QC - 450

QC - 450

QC - 450

Focus sur le réseau
QC - 450

Un réseau puissant de **450 faces** combinant une présence sur les **quais et dans les couloirs** pour une **émergence publicitaire optimale** et une **couverture homogène** de la capitale.



Audience / semaine :
6 482 230



MEDIATRANSPORTS, **seule régie publicitaire** plurimédia activée sur la période !

+

Aucune promotion produit boostant les ventes !

=

Un étude d'efficacité intrinsèque sur le dispositif métro Médiatransports

2.

Les performances de la campagne

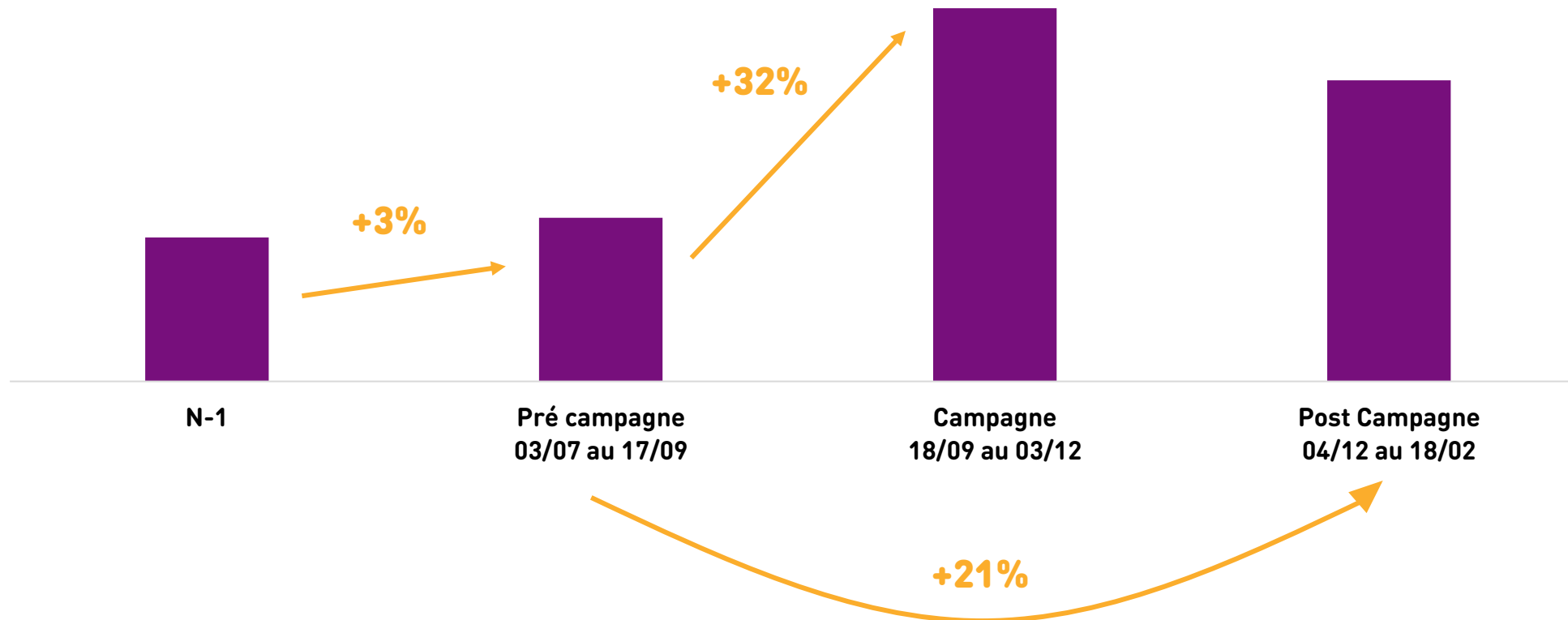


Évolution des ventes sur l'ensemble des 3 campagnes

8

Pendant la campagne, Regent's Park enregistre **une hausse spectaculaire de +32 %** de son **chiffre d'affaires** par rapport à la période pré-campagne, sur l'ensemble des points de vente **Carrefour à proximité des dispositifs** Mediatransports.

UN EFFET CONFIRMÉ SUR LA DURÉE GRÂCE À LA RÉMANENCE PUBLICITAIRE!



Performances globales des 3 campagnes vs N-1

9

Dans le détail, la marque affiche une **progression remarquable de +31 % du nombre de paniers par rapport à N-1**. Une performance d'autant plus significative que, **dans le même temps, la catégorie des pains industriels enregistre une tendance inverse** chez Carrefour. Regent's Park tire ainsi son épingle du jeu et s'impose comme un véritable moteur de croissance dans sa catégorie de référence.

Chiffre d'affaires total vs N-1

+36%

-0,7%

Nombre de paniers

+31%

-2%

Panier moyen

+4%

+1%



Marque Regent's Park



Catégorie Pains Industriels

**Source : Données Carrefour – Campagnes+ rémanence du 18/09/2024 au 03/12/2024 vs 18/09/2023 au 03/12/2023
Base de 272 magasins Carrefour à proximité des faces / écrans Mediatransports*

Détail des performances par campagne

Dans le détail, la marque affiche une **progression plus importante sur les campagnes 2 et 3** mettant en avant l'importance **de la répétition du message publicitaire**.

Campagne S37 Vs N-1

Chiffre d'affaires

+27%

-3%

Nombre de
paniers

+20%

-3%

Panier moyen

+6%

+0,4%

Campagne S41 Vs N-1

Chiffre d'affaires

+48%

-2,5%

Nombre de
paniers

+41%

-2,5%

Panier moyen

+5%

+0,1%

Campagne S46 Vs N-1

Chiffre d'affaires

+43%

+0,4%

Nombre de
paniers

+40%

-1%

Panier moyen

+2%

+1,5%

*Source : Données Carrefour ; Campagne du 18/09/2024 au 24/09 + Rémanence jusqu'au 06/10/2024
Base de 243 magasins à proximité des écrans / faces Mediatransports

*Source : Données Carrefour ; Campagne du 07/10/2024 au 13/10/24 + Rémanence jusqu'au 28/10/2024
Base de 238 magasins à proximité des écrans / faces Mediatransports

*Source : Données Carrefour ; Campagne du 13/11/2024 au 19/11/24 + Rémanence jusqu'au 03/12/2024
Base de 243 magasins à proximité des écrans / faces Mediatransports



Marque Regent's Park



Catégorie Pains Industriels

3.

AB Testing : magasins exposés vs non exposés



AB Testing : Magasins exposés vs non exposés

Une **augmentation des performances** des **magasins exposés** vs **non exposés** est observée au fil des campagnes.
Un **écart croissant** prouvant les effets de la **RÉPÉTITION** et de la **RÉMANENCE PUBLICITAIRE**.

Chiffre d'affaires incrémental généré sur les
magasins exposés aux campagnes vs les non exposés

+13%

CAMPAGNE 1
S37

+15%

CAMPAGNE 2
S41

+20%

CAMPAGNE 3
S46

Transactions incrémentales générées sur les
magasins exposés aux campagnes vs les non exposés

+14%

CAMPAGNE 1
S37

+14%

CAMPAGNE 2
S41

+19%

CAMPAGNE 3
S46

Les 3 points clés à retenir

1

Regent's Park et MEDIATRANSPORTS,
UN IMPACT IMMÉDIAT SUR LES VENTES :

+32%

sur la période de la campagne vs la
période pré campagne...

2

UN EFFET DANS LA DURÉE :

+21%

sur la période post campagne vs la
période pré campagne

3

Une prise de parole **en 3 temps** favorisant

la **RÉMANENCE**

PUBLICITAIRE :

Des écarts **significatifs et croissants** au fil
des campagnes