

Objectif

Promouvoir la ligne de train Paris-Lyon en interpellant les automobilistes sur les grands avantages de la ligne OUIGO par rapport à la voiture, et ainsi acquérir de nouveaux utilisateurs.



Population cible
Ensemble 15+



Période
**10/08 - 20/09
2020**



Camions
200



Un média itinérant et data-driven



ODV
11 077 820



Audience
4 743 234

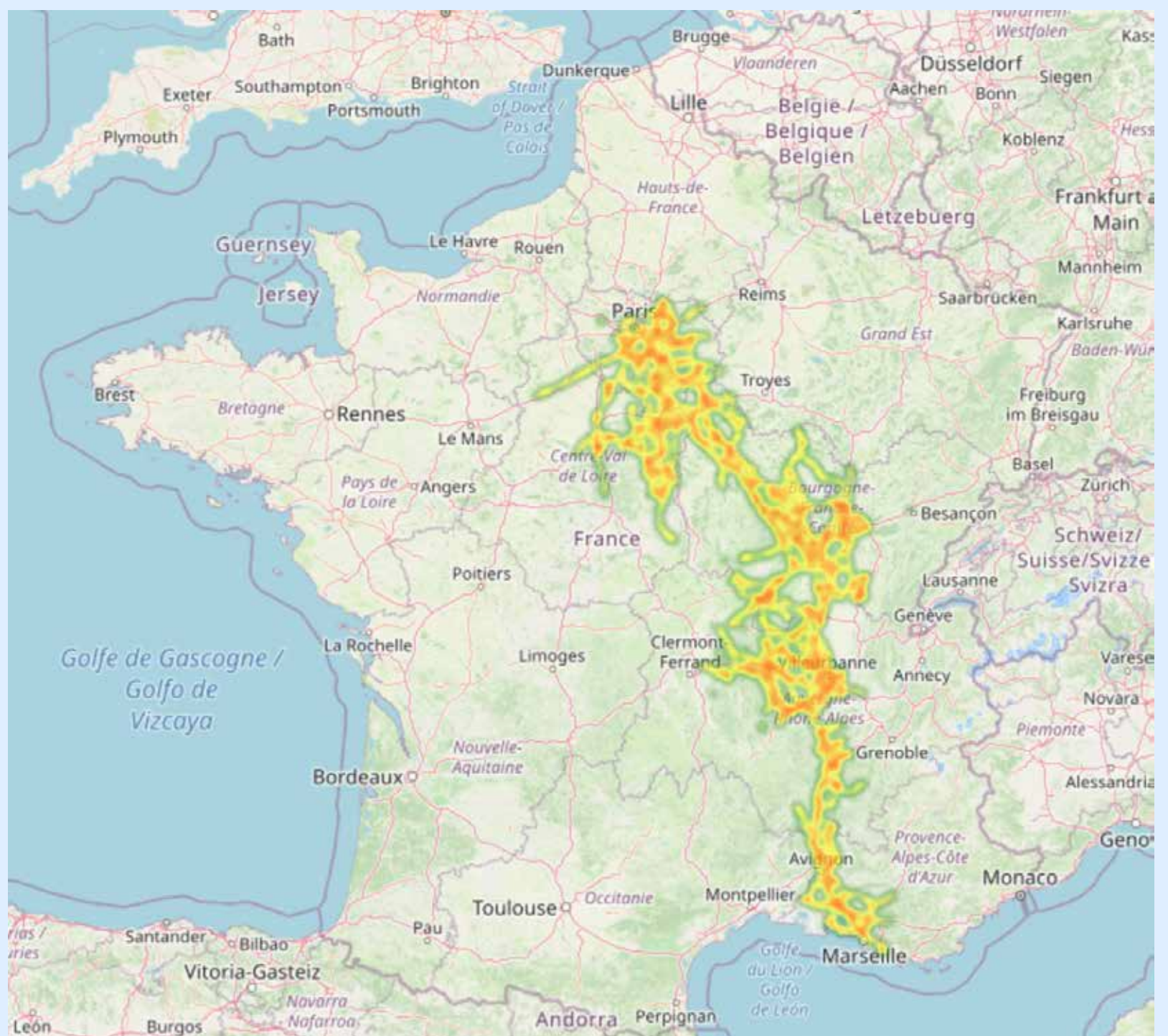


Couverture
86%



Répétition
2,34

Population cible
5 461 848



Carte des trajets sur l'axe A6 et ses alentours

Un média impactant qui augmente la considération

53 %

chez les mémos

VS

35 %

chez les non mémos

ont **une image positive** de la campagne

2,1 X

une augmentation des intentions positives de **2,1 fois plus forte** chez les mémos et spécifiquement pour utiliser les services OUIGO

55 %

chez les mémos

VS

26 %

chez les non mémos

ont **une intention positive** pour tester la ligne OUIGO