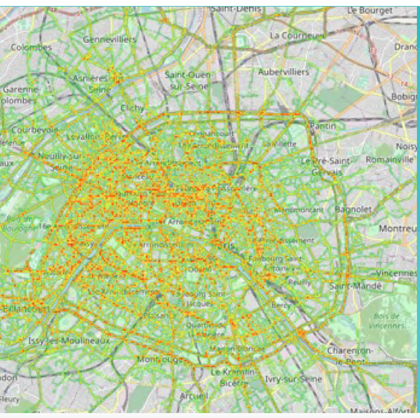
ADRIVER CAR

vueling

OBJECTIF & NOTRE SOLUTION



Promouvoir l'offre Vueling à 29,99€.
Toucher une cible urbaine, jeune et qui voyage régulièrement avant les grands départs estivaux.

35 VTC CAOCAO

CAMPAGNE PARISIENNE

25/64 ANS HOMMES ET FEMMES

DU 08/06 JUSQU'AU 25/06

CHIFFRES CLÉS

ODV CIBLE

3 176 294

2/3 des ODV totaux.

MÉMO

48,46%

TAUX DE COUVERTURE

44%

PERCEPTION POSITIVE DU SUPPORT

61% pour les mémos vs. 33% pour les non mémos.

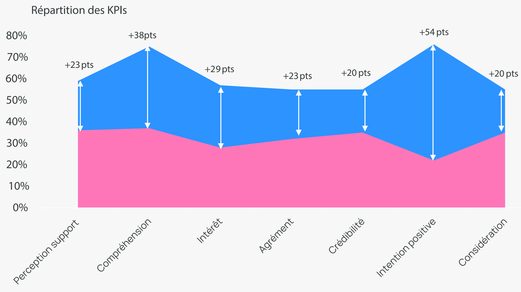
Le support améliore la perception de la campagne en terme d'originalité et d'honnetété.

3/4 des répondants ayant vu la publicité l'ont comprise. La publicité est très claire.

70% des mémos trouvent le support de l'affichage sur VTC efficace (vs 32% non mémos)

Répondants ayant mémorisé la publicité

Répondants n'ayant pas mémorisé la publicité



1,6 X

Augmentation de la crédibilité grâce au support publicitaire

5,5/10 chez les mémos

vs

3,5/10 chez les non mémos

Intention Positive

75% des mémos

vs

22% des non mémos

Le souvenir publicitaire a fortement impacté l'intention.