

March, 28, 2025

In-Store Media valorise ses dispositifs en magasin grâce aux données de flux MyTraffic.



MESSAGE CLÉ DE L'INTERVIEWÉ

Ronan LebrasseurDirecteur Commercial France
in-Store Media

“Nous avons décidé de nous associer avec MyTraffic car c'est le leader de la mesure de la mobilité physique, aussi bien piétonne qu'automobiliste.”

QUELQUES CHIFFRES*



3

Nombre de
continents couverts

9

Nombre de pays
couverts

1998

Année de création

40

Solutions de
communication

*en France

L'INTERVIEW

1. Pouvez-vous nous présenter en quelques mots in-Store media et les missions principales de l'entreprise ?

Ronan Lebrasseur : "In-Store Media est une régie leader sur le retail média. Nous sommes présents sur plus de **350 centres commerciaux et plus de 500 hypermarchés en France**. Notre métier, c'est de fournir à nos clients, à nos annonceurs et à nos partenaires agence média les meilleurs emplacements dans les centres commerciaux, qui vont fournir le maximum d'audience pour l'efficacité de leur campagne. Donc notre enjeu, c'est justement d'implanter les mobiliers là où circulent les visiteurs des centres commerciaux."

2. Pouvez-vous nous parler de votre rôle et des enjeux qui y sont liés ?

Ronan Lebrasseur : "Je suis Ronan Lebrasseur, Directeur Commercial France de in-Store media. Notre métier, c'est de fournir à nos clients, à nos annonceurs et à nos partenaires agence média les meilleurs emplacements dans les centres commerciaux. Donc notre enjeu, c'est justement d'implanter les mobiliers là où circulent les visiteurs des centres commerciaux."

3. Pouvez-vous nous parler de l'avant et après MyTraffic ?

Ronan Lebrasseur : "Nous avons décidé de nous associer avec Mytraffic parce que c'est le leader de la mesure de la mobilité physique, aussi bien piétonne qu'automobiliste, et que pour nous, il y a un enjeu extrêmement important d'être en capacité de fournir au marché des mesures d'audience fiables, aussi bien sur la partie quantitative que sur la partie qualitative."

4. Comment AudienceLabs vous permet-il de mesurer l'impact de vos campagnes en ligne sur la fréquentation en magasin ?

Ronan Lebrasseur : "Nous utilisons Audience Reach avec un panel de plus de **15 millions d'utilisateurs**, qui émettent un signal GPS précis à 5 mètres. Et c'est cette précision qui va nous permettre justement de mesurer si la personne qui est en déplacement, rentre ou pas dans un magasin."

5. En quoi AudienceLabs vous aide-t-il à affiner vos campagnes marketing pour mieux engager votre audience cible ?

Ronan Lebrasseur : "Avec cette solution, on va être en capacité de montrer au marché que, quand ils travaillent avec In-Store Media, ils vont choisir les bons emplacements pour toucher la bonne audience."

6. Comment AudienceLabs vous aide-t-il à suivre le comportement d'achat des consommateurs en lien avec vos campagnes publicitaires ?

Ronan Lebrasseur : "Audience Reach est une solution dynamique qui va donc nous permettre de croiser des données quantitatives et également des données sociocomportementales."

7. En quoi les données d' AudienceLabs vous permettent-elles de mieux comprendre l'efficacité de vos stratégies de marketing omnicanal ?

Ronan Lebrasseur : "Nous sommes très heureux de lancer avec Mytraffic **Audience Reach**, qui va nous permettre de quantifier l'audience qui est exposée aux mobiliers publicitaires et de pouvoir délivrer des variables sociodémographiques et également des variables sociocomportementales."

8. Comment les insights d' AudienceLabs contribuent-ils à optimiser le ROI de vos investissements marketing ?

Ronan Lebrasseur : "Avec cette solution, nous pouvons montrer au marché que, quand ils travaillent avec nous, ils choisissent les bons emplacements pour toucher la bonne audience."

9. Quels sont, selon vous, les principaux atouts de MyTraffic pour accompagner vos projets de développement à court, moyen et long termes ?

Ronan Lebrasseur : "Nous sommes particulièrement fiers de ce partenariat avec MyTraffic pour lancer cette innovation sur le marché. Ce partenariat n'est pas exclusif, nous avons une envie : que l'ensemble des autres acteurs du marché nous rejoigne, de manière à avoir une mesure de l'audience et une capacité à la qualifier qui soit commune à l'ensemble de l'industrie."

