

Client story

displayce

ambipar^a

Créative™

Ambipar Campagne DOOH

Augmenter la notoriété des actions "vertes"
d'Ambipar sur le marché boursier

Sélectionner des villes et des écrans proches des centres financiers avec du DOOH programmatique pour encourager les investisseurs à acheter des actions AMBP3.

- **Deux vagues** : 1ère vague du 10/11/2024 au 15/10/2024 et 2ème vague du 29/10/2024 au 01/11/2024
- **Emplacements** : Les quartiers financiers de Londres, Paris, New York et Francfort



545
Écrans
DOOH



281
Points
d'intérêts



Cibler les principaux pôles financiers et événements pour les investisseurs



Vague 1 - Portée mondiale :

- **Emplacements cibles :**
 - **Paris, Londres, New York et Francfort** – qui abritent certains des plus grands centres d'affaires au monde.
 - **11 types d'écrans DOOH** pour maximiser la visibilité dans différents environnements urbains
- **Creatives:**
 - **Adaptées en trois langues** pour s'adresser efficacement aux audiences de chaque ville.
 - Avec un message engageant mettant en avant les opportunités d'investissement durable d'Ambipar.

Vague 2 - Impact ciblé :

- Diffusion exclusivement à Londres lors d'un événement majeur pour investisseurs.
- **Emplacements cibles :**
 - Autour du lieu de l'événement, en tirant parti de la répétition pour renforcer la présence d'Ambipar auprès des investisseurs et des parties prenantes potentielles.
 - Sur des panneaux urbains et dans les gares, en suivant le parcours de l'audience



ambipar[®]



Créative™

RESULTATS

Couverture mondiale et ciblée pour engager la bonne audience à l'échelle internationale

La campagne a atteint avec succès son objectif d'accroître la notoriété des initiatives vertes d'Ambipar auprès des acteurs financiers clés. En s'appuyant sur la portée du DOOH dans les principaux centres d'affaires et autour d'un événement d'investisseurs de grande envergure, Ambipar a su **capter l'attention et renforcer son message auprès de sa cible**. Le nombre élevé d'impressions témoigne de la forte visibilité et de l'engagement généré tout au long de la campagne, mettant en lumière le choix stratégique des emplacements et la pertinence de chaque diffusion.



4 568k

Impressions
DOOH



525k

Plays
DOOH