

Publirédactionnel

Affichage mobile



La carte gagnante de vos stratégies médias

Depuis plusieurs années nous pouvons constater une progression sans équivoque de l’affichage. Devenu l’un des médias les plus convoités des marques, l’affichage mobile se démarque par une communication de proximité et souvent très originale. Transport Média Management (TMM- régie d’affichage mobile) l’un des pionniers en la matière, a réussi à se développer grâce aux marques et aux annonceurs qui lui font confiance. Petit tour d’horizon d’un média en pleine effervescence avec l’une des expertes en la matière, Florina Brasnus, DG et fondatrice de TMM.

Comnews : Florina Brasnus, vous êtes directrice générale de TMM, spécialisée dans l’affichage bus. Quelle est la véritable valeur ajoutée de ce type de média, aujourd’hui en pleine croissance?

Florina Brasnus : Lorsque nous parlons de support bus, il ne faut pas oublier que c’est de l’affichage avant

tout. De par sa mobilité et sa fréquence de circulation, le support bus permet aux marques de couvrir rapidement l’intégralité du périmètre urbain. La réussite d’une campagne d’affichage dépend essentiellement du choix des supports, du mix média et de la pertinence des messages véhiculés. Dans une étude réalisée par le GAM (cf:www.gam.co.ma), la majorité des annonceurs accordent une importance primordiale à leur emplacement et contrairement à l’affichage classique, l’affichage bus n’affiche que des faces A.

Une véritable valeur ajoutée qui influence l’acte d’achat quasi immédiat. Ce support est l’un des rares médias qui revendique peu de déperdition. L’habillage bus est avant tout un état d’esprit où la création publicitaire est en contact permanent avec son public.

Dans quelle stratégie de communication s’inscrit ce type de média?

F.B : Si l’on parle des populations cibles de ce type de support, le bus s’intègre parfaitement dans la stratégie de communication

des annonceurs visant le grand public, avec une communication de masse et de proximité.

L’affichage mobile anticipe sur les modes de consommations et offre ainsi aux annonceurs l’assurance d’un retour sur investissement quasi immédiat. Le support bus est un outil de communication puissant pour attendre rapidement un des

objectifs principaux de toute action de communication : informer et renforcer la notoriété des

marques. L'affichage Bus est très certainement le premier média ami des jeunes actifs urbains.

Cette communication de masse est de plus en plus convoitée par de grandes marques.

Qu'est-ce qui fait la force d'une enseigne telle que la votre ?

F.B : Parlant de grandes marques, nous avons pour vocation d'accompagner avec la même attention tous les annonceurs souhaitant se différencier dans un marché de plus en plus concurrentiel. En tant que régie d'affichage, notre coeur de métier c'est le service au sens large. Études stratégiques des itinéraires, conseil pertinent sur la durée des campagnes et choix tactiques du parc bus sont autant d'atouts qui permettent d'optimiser le coût par contact de chaque opération. Avec un retour sur investissement immédiat, la complémentarité de nos produits offre aux stratégies médias un nouveau souffle au service des marques. À chaque étape des projets confiés, TMM accompagne chacun de ses clients jusqu'à l'aboutissement finale de ses prestations. L'habillage bus est un exercice de style qui libère la création publicitaire faisant de nos véhicules le meilleur relais urbain des marques les plus exigeantes. Études, stratégies, créations, itinéraires...nos réalisations sont la fierté des annonceurs qui nous font confiance.

Philippe Montant directeur général de **Rekrute.Com** à choisi l'affichage **Bus** .

Comnews : Philippe Montant vous avez dernièrement opté pour l'affichage bus. Pourquoi avoir choisi ce type de support et plus particulièrement TMM?

Philippe Montant : Nous avons choisi l'affichage bus car c'est un media moderne et dynamique, qui s'inscrit parfaitement dans notre politique de communication, et qui permet en outre de cibler une audience de candidats dans une ville donnée, et nous avons mis en priorité notre communication dans la capitale du Royaume. Nous avons choisi TMM pour leur professionnalisme dans tous les aspects de la prestation : conception des visuels, réalisation des habillages, sélection des meilleures lignes de bus, respect des délais et également vérification de la propreté des bus pendant toute la durée de la prestation.

Comment percevez-vous le marché de l'affichage mobile ?

P.M : Nous sommes dans un Maroc en mouvement, l'affichage aussi doit devenir mobile... :). Je trouve ce media intéressant dans un contexte où l'espace visuel en agglomérations est saturé. C'est un peu comme un 4x3 qui se déplacerait dans la ville, tout en rendant un service de transport. Ainsi, la publicité sur les bus présente deux avantages indéniables : le mouvement qui accentue l'impact, et les dimensions du véhicule qui permettent de recourir à de grands formats. Nous sommes très satisfait de ce retour et pour preuve, le nombre d'abonnés inscrits sur la région de Rabat a augmenté de 46% sur le mois de juin.

