



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Fill Up Média signe un accord historique avec ConsoRégie, la régie publicitaire de E.Leclerc



- Installation de 3 000 écrans au sein de 300 stations-service E.Leclerc partenaires, mise en œuvre opérationnelle d'ici fin 2024
- Exploitation de 100 stations E.Leclerc supplémentaires dont les distributeurs de carburant sont déjà équipés d'écrans
- Objectif de développement 2025 dépassé : gestion d'un parc total de 10 000 écrans répartis dans 1 250 stations-service partenaires

Lyon, le 11 juin 2024, 07h30 - Fill Up Média (la « Société »), leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FRO01400AEM6 — mnémorique : ALFUM), annonce la signature d'un partenariat majeur avec ConsoRégie, la régie publicitaire de l'enseigne E.Leclerc, leader de la grande distribution en France avec près de 24% de parts de marché.

Fill Up Média va installer 3 000 écrans digitaux répartis dans 300 stations-service des hypermarchés E.Leclerc, soit près de la moitié des stations de l'enseigne.

En parallèle de l'installation de son propre dispositif, Fill Up Média pourra exploiter une centaine de stations du groupement dont les distributeurs de carburant sont déjà équipés d'écrans.

Cette association avec un nouvel acteur de référence de la grande distribution démontre la capacité de Fill Up Média à proposer des solutions publicitaires innovantes et efficaces, tout en offrant aux annonceurs un accès privilégié à une audience captive et qualifiée.

Fill Up Média confirme sa volonté de se renforcer dans le secteur du retail afin d'offrir aux annonceurs des emplacements publicitaires toujours plus pertinents, dans des zones à forte fréquentation et au plus près de l'acte d'achat. Une décision légitime d'autant plus que les *retailers* représentent plus de 12% de la clientèle de la régie Fill Up Média.

Au-delà des emplacements stratégiques des nouvelles stations partenaires, Fill Up Média entend capitaliser sur l'excellente notoriété de l'enseigne alimentaire qui se positionne comme l'enseigne préférée et la plus fréquentée par les Français.

De son côté, E.Leclerc pourra profiter de 33% de part de voix sur les écrans installés pour mettre en avant ses produits, ses services et ses offres promotionnelles de manière percutante, tout en offrant une expérience client enrichie. Ce dispositif permet à l'enseigne de renforcer sa communication promotionnelle dans le cadre de sa politique de suppression des prospectus. Ce canal de communication est vecteur de fortes retombées commerciales pour le distributeur puisqu'un automobiliste sur deux fait ses courses après avoir fait son plein de carburant. Un argument de poids qui permettra à Fill Up Média et à ConsoRégie de séduire également les marques de biens de grande consommation pour communiquer sur ses écrans.

La signature de ce partenariat structurant avec E.Leclerc permet à Fill Up Média de renforcer considérablement son maillage sur le territoire français et de répondre efficacement aux problématiques de branding et de « drive-to-store » des annonceurs.

Suite à ce dernier accord d'envergure, Fill Up Média se positionne parmi les plus grands acteurs du DOOH¹ avec une audience hebdomadaire qui ciblera près de 11 millions d'automobilistes.

89% des écrans de la Société seront désormais disponibles au sein des stations-service de GMS et 11% auprès d'acteurs pétroliers.

L'installation au sein du réseau E.Leclerc devrait commencer au cours du quatrième trimestre 2024 et s'étendre jusqu'à la fin du deuxième trimestre 2025. Enfin, avec 1 250 stations partenaires, Fill Up Média dépasse l'objectif commercial 2025 présenté dans la feuille de route opérationnelle à l'occasion de son introduction en bourse en 2022.

Manuel Berland, Président Directeur Général de Fill Up Média, déclare : « Nous sommes très heureux de la signature de ce partenariat avec E.Leclerc. La concrétisation de cet accord est le résultat de plusieurs années de travail et d'un accompagnement constructif de la part de ConsoRégie qui assure les intérêts économiques de chacun. Nous allons pouvoir renforcer notre couverture nationale et notamment développer le territoire de la Corse tout en offrant un terrain d'expression au groupement des adhérents E.Leclerc. Ces derniers pourront prendre la parole auprès de leurs clients et prospects durant un moment d'attention privilégiée. De plus, ce canal de communication innovant s'inscrit parfaitement dans la stratégie RSE des distributeurs qui ont supprimé l'édition papier des prospectus. Ce déploiement massif au sein de 400 stations d'hypermarchés E.Leclerc nous permettra de toucher 11 millions d'automobilistes chaque semaine soit 61% des automobilistes Français qui passeront devant nos écrans de manière hebdomadaire. »

¹ Digital Out-Of-Home : publicité extérieure digitale

À PROPOS DE FILL UP MEDIA

Fill Up Média est la régie référente dans l'univers de la mobilité automobile avec 6 000 écrans implantés sur les distributeurs de carburant de 850 stations-service sur l'ensemble de l'Hexagone.

Cette dernière a choisi ce moment d'attente pour proposer une communication innovante sur un support DOOH sonore unique, afin de capter l'attention et maximiser l'engagement des automobilistes. Avec une audience 100% mobile, la régie offre la possibilité aux marques de toucher plus de 4 millions de conducteurs chaque semaine lors de leurs déplacements et à l'intérieur d'un parcours de consommation (shopping, loisirs, travail, vacances...)

En 2023, Fill Up Média a réalisé un chiffre d'affaires de 8,3 M€ et comptait 56 collaborateurs.

En savoir plus sur www.fillupmedia.fr

CONTACTS

FILL UP MÉDIA

Relations investisseurs
investisseurs@fillupmedia.fr

NEWCAP

Thomas Grojean
Nicolas Fossiez
Relations investisseurs
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 94

NEWCAP

Nicolas Merigeau
Antoine Pacquier
Relations Médias
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 98