



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Fill Up Média récompensé à trois reprises lors de la cérémonie de remise des prix des Cas d'Or DOOH 2024



- Médaille d'or dans la catégorie « Campagne locale »
- Médaille d'argent dans la catégorie « RSE »
- Médaille d'argent dans la catégorie « Multicanal »

Lyon, le 18 juin 2024, à 17h45 - Fill Up Média, leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FRO01400AEM6 — mnémorique : ALFUM), annonce aujourd'hui avoir remporté plusieurs récompenses lors de l'édition 2024 des Cas d'Or DOOH pour 3 de ses campagnes de communication, dont le premier prix dans la catégorie « Campagne locale ».

Depuis 2019, les Cas d'Or rassemblent les professionnels de la publicité, du marketing, du e-commerce et de la transformation digitale et distinguent les succès opérationnels de ces secteurs. L'édition 2024 s'est tenue le 13 juin dernier et accueillait pour la première fois un palmarès dédié aux acteurs du DOOH afin de mettre en lumière leurs innovations en matière d'affichage de nouvelle génération.

Face à un jury composé de professionnels du DOOH, Fill Up Média a présenté trois cas d'usage emblématiques montrant la pertinence et l'efficacité de ses campagnes de communication. Nominé dans la catégorie « campagne locale », le dispositif publicitaire conçu pour 123 Pare-Brise y a été récompensé du premier prix. Le plan média annuel imaginé par les équipes de Fill Up Média incluait plus de 600 écrans à moins de 10 minutes des agences 123 Pare-Brise pour développer le drive-to-store et a permis de toucher plus de 33 millions d'automobilistes.

Preuve de l'efficacité de ses solutions, Fill Up Média a reçu la médaille d'argent dans la catégorie « RSE » pour une campagne mettant en avant l'approche responsable de BlaBlaCar. La Société s'est également illustrée en obtenant le deuxième prix dans la

catégorie « Multicanal », avec un dispositif conçu pour Campanile intégrant le DOOH dans un mix intelligent avec un autre média.

Manuel Berland, Président Directeur Général, déclare : « C'est avec une grande fierté que nous recevons aujourd'hui ces différents prix remis de la part d'un panel de professionnels reconnus du DOOH. Ces distinctions sont autant de nouvelles preuves du savoir-faire de nos équipes et de notre capacité à déployer des dispositifs innovants et efficaces au service de stratégies de communication variées. Nous remercions chaleureusement le jury pour cette marque de reconnaissance et entendons poursuivre notre solide dynamique de développement, marquée notamment par la signature du partenariat majeur conclu récemment avec ConsoRégie. »



À PROPOS DE FILL UP MÉDIA

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 6 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