



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Fill Up Média booste la visibilité et le trafic des centres auto Feu Vert grâce à l'activation d'une campagne DOOH géolocalisée « *drive-to-store* »



**Lyon, le 08 janvier 2026, à 07h45 - Fill Up Média**, leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FR001400AEM6 – mnémonique : ALFUM), présente les résultats d'une deuxième campagne publicitaire réalisée pendant deux semaines au bénéfice de l'annonceur Feu Vert, expert de l'entretien automobile.

Feu Vert a déployé, en partenariat avec Fill Up Média, une campagne géolocalisée de type « *drive-to-store* » visant à renforcer sa visibilité locale et à générer du trafic en centre.

S'appuyant sur un dispositif de près de 3 000 écrans DOOH implantés à proximité de plus de 165 centres auto Feu Vert — soit près de 90 % du parc de centres succursales — l'enseigne a communiqué pendant **28 jours** autour de l'une de ses offres promotionnelles phares sur le pneumatique.

**Laure Carron-Fourt, Responsable Média, Animation Retail et eRéputation chez Feu Vert France**, déclare : « Nous sommes très satisfaits de cette nouvelle collaboration avec Fill Up Média. Cette campagne a généré des résultats particulièrement positifs, tant en termes de performance que de pertinence média. Au-delà de l'efficacité de la communication, le dispositif se distingue par sa capacité à capter l'attention de notre cœur de cible dans un environnement naturellement affinitaire. Les résultats de l'étude confirment pleinement l'intérêt d'activer ce média au sein de notre plan de communication. » [Retrouvez en vidéo](#) le témoignage de Laure Carron-Fourt.

L'analyse des retombées met en évidence l'impact direct de la campagne sur le trafic au sein des centres Feu Vert puisque plus de 25 000 visites ont été générées par des individus exposés à la campagne, dont 54% d'entre eux se sont rendus dans un centre dans les 4 jours suivant leur exposition.

Fill Up Média démontre ainsi une nouvelle fois sa capacité à générer de la performance pour les annonceurs, qu'ils soient locaux, régionaux ou nationaux. Grâce à cette campagne, les

personnes exposés à la campagne représentent un uplift de 44% par rapport aux automobilistes non exposés. Par ailleurs, il est intéressant de souligner que le Coût Par Visite (CPV) baisse de 63% par rapport à la première campagne menée en juin ce qui peut s'expliquer par une période de communication plus longue et une offre promotionnelle plus attractive.

Pour rappel, la première campagne pour Feu Vert avait permis à Fill Up Média d'être récompensée d'un Cas d'OR dans la catégorie « Activation DOOH géolocalisée » lors de l'édition des Digilocales 2025.

**Elodie Acerbis, Directrice Marketing & Communication de Fill Up Média**, déclare : « Cette nouvelle campagne menée avec Feu Vert illustre la performance de l'activation de nos écrans lors d'une période promotionnelle. En communiquant auprès des automobilistes au moment où ils effectuent leur plein d'essence, nous sommes capables de capter leur attention dans un contexte où leur disponibilité est maximale. Les excellents résultats observés sur la fréquentation des centres Feu Vert et sur l'engagement des automobilistes confirment l'efficacité de notre dispositif, un levier complémentaire des campagnes traditionnelles, pour générer trafic et conversion. Nous sommes fiers d'avoir contribué à cette opération qui démontre une fois de plus, que nos écrans offrent une visibilité et un engagement important et mesurable pour les enseignes. »

### À propos de Feu Vert

Avec 50 ans d'expérience dans le monde de l'entretien et de l'équipement automobile, Feu Vert compte aujourd'hui environ 6 200 collaborateurs en Europe pour répondre aux besoins de ses 10 millions de clients. La mission du groupe est de faciliter et de défendre la mobilité de chaque conducteur de 4 et 2 roues, en proposant des offres de services, d'entretien, de réparation et d'équipement de manière experte, accessible et rapide. Depuis quelques années, l'enseigne au célèbre chat blanc accélère sa stratégie de développement des activités digital, du B2B et des nouvelles mobilités. Avec plus de 450 centres auto en Europe (France, Portugal, Espagne), le groupe poursuit son expansion, notamment en franchise et master franchise. Feu Vert a réalisé un chiffre d'affaires sous enseigne de 860M€ en 2023. Feu Vert France / [www.feuvert.fr](http://www.feuvert.fr) Feu Vert Groupe / [www.feuvert-group.com](http://www.feuvert-group.com)

## À PROPOS DE FILL UP MÉDIA

Média de référence dans la publicité extérieure, Fill Up Média compte désormais 9 000 écrans implantés sur les distributeurs de carburant de 1 150 stations-service sur l'ensemble de l'Hexagone.

La Société 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 2024, Fill Up Média a réalisé un chiffre d'affaires de 9,7 M€ et comptait 62 collaborateurs. En savoir plus sur [www.fillupmedia.fr](http://www.fillupmedia.fr)

## CONTACTS

**FILL UP MÉDIA**  
Relations investisseurs  
[investisseurs@fillupmedia.fr](mailto:investisseurs@fillupmedia.fr)

**NEWCAP**  
Thomas Grojean  
Relations investisseurs  
[fillupmedia@newcap.eu](mailto:fillupmedia@newcap.eu)  
01 44 71 94 94

**NEWCAP**  
Elisa Play  
Relations Médias  
[fillupmedia@newcap.eu](mailto:fillupmedia@newcap.eu)  
01 44 71 94 98