



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Fill Up Média maximise les ventes et la visibilité de la marque HappyVore grâce à une campagne diffusée sur ses écrans DOOH

Lyon, le 12 juin 2025, à 08h00 - Fill Up Média, leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburant (code ISIN : FR001400AEM6 — mnémonique : ALFUM), revient sur les résultats de la campagne publicitaire réalisée pour l'annonceur HappyVore du 31 mars au 16 avril 2025.

Acteur spécialisé dans l'industrie alimentaire végétale, Happyvore a mis en place une opération promotionnelle sur certains de ses produits au sein des hypermarchés Carrefour afin d'accroître ses ventes et faire découvrir sa marque.

Pour soutenir cette action, en lien avec l'agence Mediaplus, une campagne publicitaire relative à cette offre a été visible sur les écrans DOOH gérés par Fill Up Média dans 168 stations-service du réseau Carrefour. Cette dernière, diffusée pendant 17 jours sur près de 1 800 écrans, a permis d'augmenter sensiblement le chiffre d'affaires de la marque ainsi que sa notoriété.

Joséphine Grelaud, Marketing Manager chez Happyvore, déclare « Le média Fill Up nous a permis de générer encore plus de notoriété au plus proche des magasins Carrefour et le système novateur nous a séduit car il y a du son sur les vidéos, ce qui permet de rendre le DOOH en station-service encore plus impactant. »

Au-delà des performances de diffusion, l'efficacité du dispositif et les retombées pendant et après la diffusion de la campagne HappyVore ont été mesurées par Unlimitail, régie exclusive de Carrefour et expert de la data retail.

Les résultats démontrent l'impact des écrans Fill Up Média puisque les magasins exposés à la publicité enregistrent une évolution de +46,9% du CA, soit plus de 3 pts par rapport aux magasins non exposés pendant la campagne. Une tendance qui se confirme sur la période (17 jours de fenêtre d'attribution) puisque les magasins exposés démontrent un incrément de CA de 4 pts par rapport aux magasins non exposés.

Si l'argument promotionnel a déclenché l'achat pour les 2 groupes de magasins, l'exposition au DOOH a quant à elle favorisé la découverte produit puisqu'on observe +19% de CA sur les produits non promotionnés sur les magasins exposés pendant la campagne.

**Elodie Acerbis, Directrice Marketing & Communication de Fill Up Média,** déclare :  
« Le succès de la campagne HappyVore démontre une nouvelle fois tout l'intérêt des PGC<sup>1</sup> à intégrer les écrans Fill Up Média dans leur plan média. Cette activation illustre la complémentarité d'un tel dispositif avec d'autres canaux mais aussi son efficacité pour toucher les consommateurs au plus près de l'acte d'achat. C'est une grande fierté d'avoir accompagné cette jeune marque en pleine croissance. »

<sup>1</sup> PGC : Produits de Grande Consommation

## À PROPOS DE FILL UP MÉDIA

Média de référence dans la publicité extérieure, Fill Up Média compte désormais 6 000 écrans implantés sur les distributeurs de carburant de 850 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**  
Nicolas Merigeau  
Elisa Play  
Relations Médias  
[fillupmedia@newcap.eu](mailto:fillupmedia@newcap.eu)  
01 44 71 94 98