

ABRIBUS NUMÉRIQUE

PRODUIT HAUT DE GAMME



VISIBILITÉ DIGITALE INÉGALÉE

8 secondes de visibilité dans une boucle de 6 annonceurs

FLEXIBLE

Mise à jour rapide du visuel

STRATÉGIE CRÉATIVES ET INNOVANTES

Contenu publicitaire contextualisé selon l'heure, la température, le lieu et autres données externes



CENTRE-VILLE	JEUNES URBAINS	GRANDS AXES incluant Laval et la Rive-Sud*	
22 abribus Réseau complet ou demi	48 abribus Réseau complet ou demi	64 abribus Réseau complet ou demi	
555 828 Circulation totale ¹	1 125 730 Circulation totale ¹	2 153 464 Circulation totale ¹	
120 070 Circulation piétonne ¹	177 090 Circulation piétonne ¹		
SHERBROOKE	LÉVIS	LAVAL	RIVE-SUD
6 abribus + 1 écran intérieur	2 abribus	5 abribus	9 abribus
73 751 Circulation totale ¹	11 060 Circulation totale ¹	87 771 Circulation totale ¹	209 551 Total circulation ¹



79 % remarquent la publicité en affichage

59 % sont enclins à passer à l'acte après avoir vu une publicité en affichage

41 % achètent des produits qu'ils n'avaient pas prévu acheter

LE TAUX D'ATTENTION EST ENCORE PLUS GRAND CHEZ LES UTILISATEURS DE :



81 %



74 %

Et de réseaux sociaux

f 83 %

83 %

92%

87 %

¹ Circulation quotidienne
Source: Québecor Groupe Média – Recherche, AMCA / COMMB / BrandSpark, Canadian Shopper Study, 2019, Québec