



Communiqué de Presse

À Paris, le 17/09/2019

Adriver est une nouvelle régie publicitaire spécialisée dans l’affichage itinérant. Elle propose un support novateur, impactant et unskippable : la face arrière des camions.*

Un trajet Paris-Bordeaux en voiture, voici ce qu’il aura fallu à Hadrien du Fayet de La Tour, fondateur d’Adriver, pour donner une nouvelle impulsion à un marché de l’affichage en perte de vitesse. Coincé entre deux poids lourds sur l’autoroute A10, l’entrepreneur remarque que l’arrière des semi-remorques est totalement inutilisé. Pourtant, malgré une forte inclination pour le digital ces 10 dernières années, le support Out-Of-Home (OOH) est toujours très convoité par les annonceurs. Le rendez-vous est pris à la frontière entre le Centre-Val-de-Loire et la Nouvelle-Aquitaine : Hadrien affichera de la publicité à l’arrière des camions.

Le camion, un support novateur et « unskippable* »

Le potentiel publicitaire du poids-lourd est immense : 400k (1) véhicules de transport circulent chaque jour en France et les routes sont encore vierges de toute publicité. Contrairement au digital, l’affichage itinérant sur camion proposé par Adriver a aussi la particularité de ne pas pouvoir être masqué par un bloqueur de pub, ce qui lui permet un temps d’exposition record de minimum 15 sec et une meilleure mémorisation du message.

Impacter, tracer et mesurer

Même si les annonceurs continuent de plébisciter l’affichage urbain, les innovations dans ce domaine sont quasi inexistantes. Adriver compte bien y remédier et propose un suivi quantitatif et qualitatif des campagnes afin de mesurer au plus juste son impact auprès des automobilistes (nombre de vues, typologie des personnes touchées etc.).

Un partenariat win-win entre les transporteurs et les annonceurs

Grâce à son offre complète, Adriver se place comme un partenaire incontournable des sociétés de transport et des annonceurs : aux premières, elle offre une source de revenus et de services additionnels (optimisation et prédiction des itinéraires, géolocalisation etc.) ; aux seconds, elle donne accès à un réseau d’affichage encore totalement inexploité.

Blablacar, une première campagne sur les chapeaux de roues

Pour acquérir de nouveaux clients et générer du trafic sur son site de covoiturage, Blablacar a fait confiance à Adriver et à son support novateur. Sur la demande de l’annonceur, des camions aux couleurs de l’entreprise française ont sillonné la Nouvelle-Aquitaine pendant deux mois, entre les mois de mai et de juillet 2019.

Les résultats de cette première campagne (2) ont largement démontré l’impact de l’affichage itinérant sur routes : perception positive de la publicité 2x plus élevée comparativement aux autres médias, couverture maximisée et répétition plus élevée que pour les autres médias.



Adriver, acteur incontournable de la mobilité de demain

Pour développer son activité et enrichir son offre, Adriver peut compter sur une levée de fonds de 2 millions d'euros. Cela lui permet, entre autre, de lancer une offre complémentaire et adaptée aux besoins des annonceurs en zone urbaine : l'offre « VTC ».

De plus, grâce à ses algorithmes d'IA et à son support, Adriver est en mesure de planifier des campagnes ciblées jusqu'à l'échelle départementale permettant aux annonceurs de communiquer au plus juste auprès de leurs clients.

Au-delà de la proposition de supports novateurs faites aux annonceurs, la société souhaite s'engager de façon pérenne auprès des sociétés de transport en développant de nouveaux outils connectés permettant l'optimisation de leur métier.

Dans l'avenir, Adriver veut aussi apporter toute une gamme de services aux collectivités territoriales et publiques : mesure de la qualité de l'air, analyse et gestion du trafic, régulation du réseau routier etc. Grâce aux données enregistrées, la mobilité sera plus efficace, plus sûre et plus écologique.

Ainsi, avec cette levée, Adriver ambitionne de devenir le World Class Player de la publicité OOH, avec notamment :

- Le recrutement d'une équipe solide et complémentaire
- Le développement d'une technologie data-driven de pointe, portée par une équipe tech/AI confirmée
- La déclinaison d'une stratégie marketing bien étudiée qui saura positionner Adriver en tant que Go-To-Brand dans le secteur, en France et à l'International.
- La mise en place d'opérations et d'actions commerciales qui nous permettront de détenir plus de 50% des parts de marché à horizon 2023.

Une levée qui assure à Adriver d'excellentes barrières à l'entrée et une belle différenciation dans un secteur du OOH Transport en croissance de 10.2% en 2018.

**qu'on ne peut pas ignorer*

1. Rapport ASFA de 2019
2. Test post-campagne réalisé par Happydemics - résultats PTV Group.

Contact presse :

Adriver
12, rue Vignon
75009 Paris
01 42 65 37 85
hadrien.delatour@adriver.co
adriver.co