

Avec **ADREXO**

l'Imprimé Publicitaire **devient digital !**

ADREXO, 1^{er} opérateur privé de diffusion d'Imprimés Publicitaires, lève le voile sur un projet que l'entreprise façonne depuis plusieurs mois : le site **promodeclit.fr**



Promodeclit.fr, le site des bonnes affaires près de chez vous

Plus que jamais les Français sont à la recherche de bonnes affaires, de bons plans. L'achat malin est plébiscité par tous, et la part des achats en promotion ne cesse d'augmenter. Lu chaque semaine par 51 millions de Français⁽¹⁾, l'imprimé publicitaire diffusé en boîte aux lettres reste le support préféré des consommateurs pour découvrir les

offres promotionnelles des magasins près de chez eux⁽²⁾. Néanmoins, avec le développement de la recherche d'information sur Internet et les achats cross-canal, les Français souhaitent aussi avoir accès à ces offres sur les supports digitaux.

78%*

annoncent qu'ils iraient volontiers consulter Internet pour connaître les prix et les promotions auxquels ils ont droit avant de faire leurs courses...

... et ce chiffre passe à : 87%*

pour les consommateurs aujourd'hui influencés par les catalogues papier



Fort de ce constat et de notre expertise dans la diffusion d'information au plus près des consommateurs, Adrexo lance promodeclit.fr, un véritable outil d'aide à la vie quotidienne. Sur PC, tablette ou smartphone, automatiquement géolocalisé, le consommateur peut trouver toutes les offres des magasins près de chez lui. De la recherche produit à l'achat en magasin, il retrouve les usages du catalogue à chaque étape :

- Le feuilletage pour l'inspiration,
- La recherche produit pour saisir la meilleure offre du moment,
- Jusqu'à la liste de courses qu'il emporte en magasin sur son smartphone.

Services auxquels s'ajoute toute la personnalisation permise par le digital : home page et newsletter personnalisée, alertes produits, etc.

Adrexo renforce l'efficacité des campagnes des annonceurs avec une diffusion cross-media de leurs offres

La diffusion sur Promodéclit permet d'atteindre des cibles moins sensibles au media papier ou plus éloignées de la zone de chalandise du magasin, mais aussi et surtout d'apporter un service supplémentaire à leurs clients qui retrouvent à tout moment, au bureau, en vacances, en mobilité, les offres et informations magasin qui les intéressent. L'annonceur peut choisir un référencement simple

ou, pour ses campagnes phares, un référencement premium qui lui assure une visibilité maximum sur le site.

Plus de trafic en magasin grâce à une diffusion physique et numérique simultanée de leurs catalogues et prospectus, voilà la nouvelle promesse d'Adrexo pour ses annonceurs !

(1) Étude Balmétrie 2013.

(2) Etude IlopGenerix Group « Les Français et la consommation cross-canal ».

*Sources : LSA - étude Web2shop2012, Balmétrie - mai 2013 Fullsix - Étude janvier 2013.

3 2 1 ...



Lancement
www.promodeclic.fr :
15 janvier 2014

Pour plus d'informations
www.adrexo.fr

Affinez votre recherche par catégories

- Alimentaire
- Bricolage
- Jardinier / Animalerie
- Multimédia / Electroménager
- Soins et Beauté
- Mode et Accessoires
- Librairie et Culture
- Equipement automobile
- Sports
- Meubles / Décoration
- Enfants / Puériculture
- Restauration rapide



À propos d'Adrexo

Filiale du groupe Spir Communication, ADREXO est le 1^{er} opérateur privé français de diffusion d'imprimés publicitaires, physiques et numériques. L'imprimé publicitaire est lu chaque semaine par 77,5% des Français et utilisé par plus de 25 000 annonceurs. En 2012, Adrexo a diffusé 9,1 milliards d'imprimés publicitaires et journaux. ADREXO emploie 24 000 collaborateurs et dispose d'un réseau de 250 centres de distribution couvrant 25,7 millions de boîtes à lettres recensées et qualifiées. ADREXO édite le site www.promodeclic.fr. Le chiffre d'affaires 2012 d'ADREXO s'est élevé à 299 M€.



Contact presse :
Béatrice Parrinello Froment
06 63 72 16 06 – beatriceparrinello@bpfconseil.com