

E.Leclerc  & **Digitaleo**

Grande distribution

Booster sa réouverture avec une campagne multicanale innovante

Success Story





L'entreprise

Leclerc Saint-Grégoire est un hypermarché de grande envergure qui compte **410 collaborateurs**, avec la particularité de **combiner un centre E.Leclerc et une galerie marchande** sous l'enseigne "Saint-Grégoire-Le Centre". Ce positionnement renforce son ancrage territorial et **son importance dans le paysage commercial local**.



Le contexte

Suite à d'importants travaux en 2024, Leclerc Saint-Grégoire devait relever un double défi : **informer sa clientèle existante** de la fin des travaux et **attirer de nouveaux clients**. Le territoire rennais connaît un fort renouvellement démographique, avec **45% de la population qui change tous les 5 ans**. L'hypermarché avait besoin d'une stratégie plus impactante que la communication traditionnelle pour **maximiser sa visibilité** et **générer du trafic en magasin**, particulièrement pendant la période des fêtes de fin d'année.



Le besoin

1. **Annoncer** efficacement **la fin des travaux** de rénovation.
2. **Générer du drive-to-store** pendant les fêtes de fin d'année.
3. **Cibler** directement **la population renouvelée** du territoire de Rennes-Nord.
4. Déployer une **communication multicanale** avec des **résultats mesurables**.
5. **Se démarquer localement** avec une approche différenciante et innovante.



La solution

Des campagnes publicitaires ciblées sur les plateformes Meta (Facebook et Instagram) ont permis de **toucher la population locale** avec des **messages personnalisés** annonçant la réouverture. Une stratégie digitale qui a permis de cibler un large public, notamment les **nouveaux habitants** de la zone de chalandise, avec un **excellent rapport coût-efficacité**.

En complément, Digitaleo a déployé une campagne d'affichage digital extérieur **DOOH** (Digital Out-Of-Home) sur **64 écrans** répartis dans **17 lieux** stratégiques de la zone de chalandise. Ces supports à **fort impact visuel** ont renforcé la visibilité de l'hypermarché et ont contribué à créer un effet de répétition avec les campagnes digitales.

L'ensemble du dispositif a été coordonné par les équipes Digitaleo qui ont assuré la **cohérence des messages**, l'**optimisation des performances** en temps réel et un reporting détaillé. Cette approche agile a permis d'ajuster la stratégie tout au long de la campagne pour maximiser les résultats, tout en respectant les contraintes budgétaires du client.

"Après notre **importante rénovation en 2024** et avec **45% de la population qui se renouvelle tous les 5 ans** sur notre territoire, nous avons besoin d'une **campagne véritablement impactante**, pas seulement axée sur la notoriété. Nous avons choisi Digitaleo pour sa capacité à proposer une approche multicanale avec des performances mesurables. **Les résultats ont dépassé nos attentes avec un budget parfaitement maîtrisé.** Cette campagne de communication s'est avérée simple et très efficace. Pour un commerce indépendant comme le nôtre, il est essentiel de s'entourer de partenaires qui maîtrisent à la fois le multicanal et l'ancrage local."



Christophe ALLAIN
Directeur
Leclerc Saint-Gregoire

1.529M

impressions
sur Meta

1.50€

coût pour mille
impressions

175K

impressions
en DOOH

Faites le premier pas,
contactez-nous