

ANALYSES DE LA CIRCULATION BASÉES SUR DES DONNÉES DE GÉOLOCALISATION

Depuis la mi-mars, nous vivons une situation hors du commun qui perturbe le quotidien des Canadiens. En effet, les gouvernements provinciaux ont ordonné à tous les employés d'entreprises fournissant des produits et services non essentiels, de rester à la maison en raison de la pandémie de la COVID-19. De ce fait, la circulation automobile sur les rues et les autoroutes à travers le pays a, bien entendu, diminué. Puisque l'affichage publicitaire dépend des déplacements des Canadiens à l'intérieur de leurs communautés pour aller au travail, magasiner et se divertir, tout changement important à cette routine quotidienne affecte la circulation à proximité des produits d'affichage. Notre intention est de comprendre l'impact de toute diminution de circulation sur les produits d'affichage de PATTISON à travers le pays (plus de 200 marchés), tant pour les produits statiques que numériques, et de partager nos conclusions avec nos clients.

Par le biais de notre partenariat avec Pelmorex Solutions de Données et de leurs propres données mobiles de géolocalisation par GPS, nous avons colligé la circulation hebdomadaire de nos quelque 24 000 unités géociblées, marché par marché, face par face et nous sommes à évaluer dans quelle mesure le flux de la circulation a changé à partir du 1^{er} janvier jusqu'à aujourd'hui, et comment il le sera à l'avenir.

Voici nos principales observations:

1 La diminution de la circulation varie d'un emplacement à l'autre

Il semble que la circulation des différents secteurs abritant les produits d'affichage soit affectée de manière différente, d'un secteur à l'autre, entre la période pré-COVID et maintenant. Les produits situés sur des routes généralement à haut volume ont connu une baisse plus marquée de leur circulation que les produits qui se trouvent à proximité de services essentiels comme les épiceries, les restaurants à service rapide et les pharmacies.

Par exemple, un superpanneau numérique sur Gardiner Expressway à Toronto a subi une baisse de 60 % de sa circulation quand on compare la période de référence du 1^{er} janvier au 15 mars (pré-COVID) et la semaine du 5 avril. Un panneau 10x20 régulier situé à quelques kilomètres au nord de Gardiner et à une courte distance d'un magasin d'une grande chaîne d'épicerie a perdu 46 % de sa circulation.

Il est important de mentionner que, dans les deux cas, les publicités sur ces panneaux ont quand même bénéficié d'une portée considérable auprès de la population puisque la circulation a diminué, mais n'a pas complètement disparu.



CLASSIQUES



NUMÉRIQUES



TRANSPORTS
COLLECTIFS



LIEUX CIBLÉS

pattisonoutdoor.com

PATTISON

2 Les mesures d'urgence provinciales influencent la baisse moyenne globale d'un marché

Il n'y a pas deux provinces ou deux villes qui ont la même Loi sur les mesures d'urgence, de ce fait, le type d'entreprises jugées essentielles ou non essentielles varie également d'un marché à l'autre. Nous constatons que nos produits d'affichage à Montréal, la ville où les mesures de confinement se révèlent sans doute parmi les plus rigoureuses, ont vu leur circulation diminuer de 52 % en moyenne tandis que, pour la même période, à Vancouver, la diminution est de 42 %.

3 La diminution du trafic des plus petites villes et marchés ruraux est plus basse qu'anticipé

La région de St. Catharines-Niagara en est un exemple. En effet, moins de 10 % de l'inventaire (c'est-à-dire 70 unités sur 807) a connu une baisse de plus de 60 %. Quelques panneaux 10x20 ont même vu leur circulation augmenter par rapport à la période de référence pré-COVID. Une enquête plus approfondie a dévoilé que ces panneaux étaient situés à proximité d'un secteur abondant en épiceries, pharmacies et restaurants à service rapide.

Ces trois points résument nos principales et récentes observations provenant de la grande quantité de données mobiles de géolocalisation que nous analysons sur une base quotidienne afin de fournir à nos clients, en toute transparence, des renseignements concrets et utilisables.

Pour les marques et les entreprises qui peuvent encore faire de la publicité pendant cette période et qui souhaitent transmettre un message d'appui et de solidarité aux communautés, nous croyons que l'affichage peut encore, et plus que jamais, **rejoindre la population** et que ce média s'avère **tout à fait pertinent dans le contexte** où nous nous trouvons en raison de sa proximité avec les détaillants et services essentiels.

Nous continuerons à publier des mises à jour et à fournir à nos clients des rapports plus détaillés s'ils en font la demande à leur directeur de comptes chez PATTISON.



CLASSIC



DIGITAL



TRANSIT



PLACE BASED

pattisonoutdoor.com

PATTISON

Méthodologie

- Date de couverture : 1^{er} janvier au 5 avril 2020
- Marchés couverts : l'Intérieur de la Colombie-Britannique, Vancouver, Calgary, Edmonton, Saskatchewan, Winnipeg, Toronto, Sud-Ouest de l'Ontario, Ottawa, Montréal et Halifax
- 10 000 unités individuelles d'affichage
- La moyenne de la période du 1^{er} janvier au 15 mars 2020 a été utilisée comme référence pour déterminer le pourcentage de changement

Production de rapports

- Diminution moyenne de la circulation de chaque marché depuis le 15 mars 2020 :

l'Intérieur de la Colombie-Britannique	-30 %
Vancouver	-42 %
Calgary	-49 %
Edmonton	-46 %
Saskatchewan	-42 %
Winnipeg	-41 %
Toronto	-49 %
Sud-Ouest de l'Ontario	-43 %
Ottawa	-53 %
Montréal	-52 %
Halifax	-48 %



CLASSIQUES



NUMÉRIQUES



TRANSPORTS
COLLECTIFS



LIEUX CIBLÉS

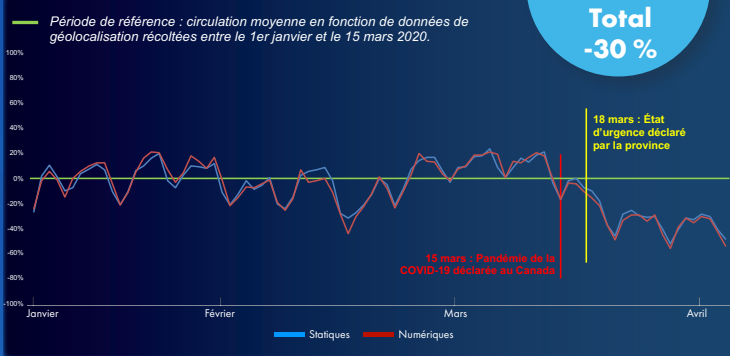
pattisonoutdoor.com

PATTISON

L'INTÉRIEUR DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -30 %



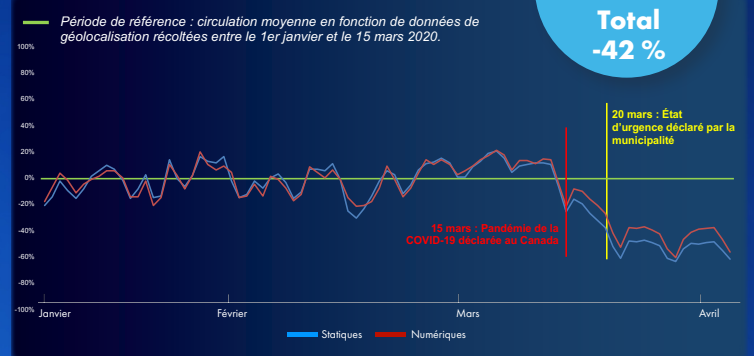
* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

VANCOUVER

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -42 %



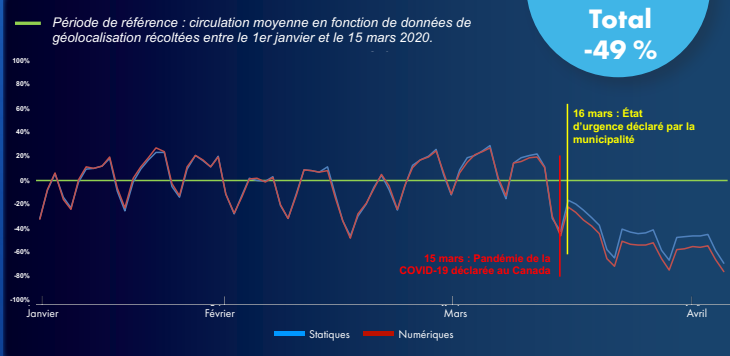
* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

CALGARY

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -49 %



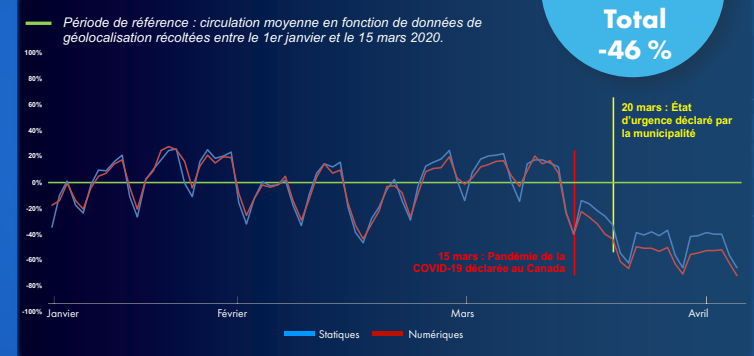
* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

EDMONTON

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -46 %



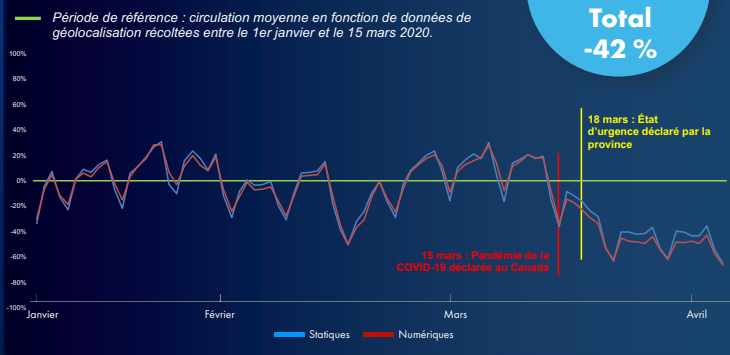
* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

SASKATCHEWAN

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -42 %



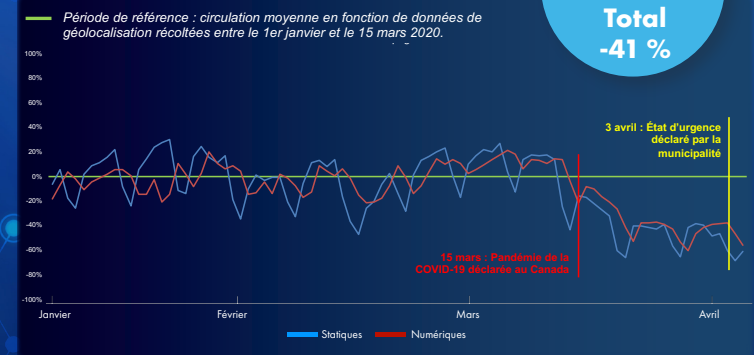
* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

WINNIPEG

Baisse moyenne après le 15 mars

Total -41 %



* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.



CLASSIQUES



NUMÉRIQUES



TRANSPORTS COLLECTIFS



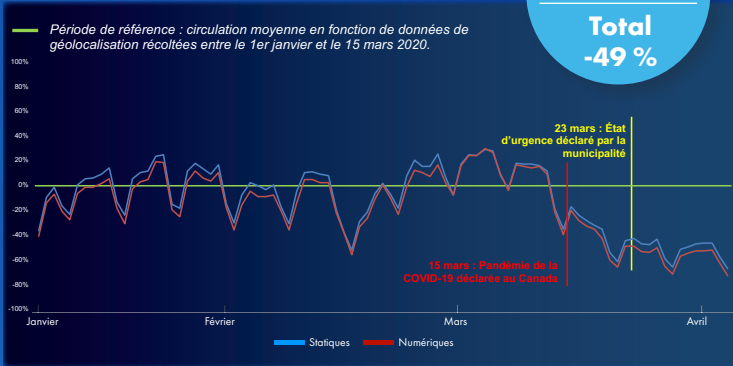
LIEUX CIBLÉS

pattisonoutdoor.com

PATTISON

TORONTO

Baisse
moyenne après
le 15 mars
**Total
-49 %**

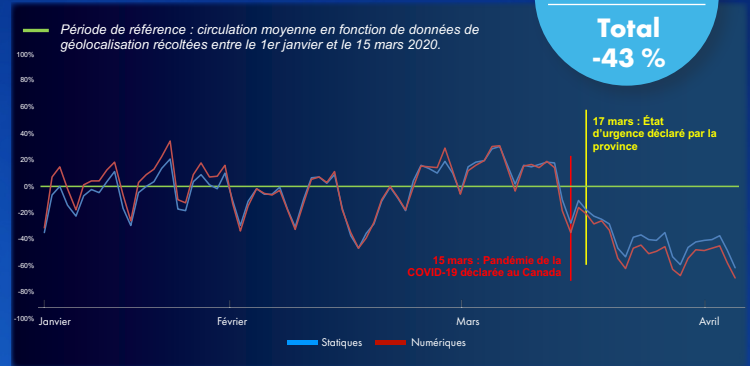


* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

SUD-OUEST DE L'ONTARIO

Baisse
moyenne après
le 15 mars
**Total
-43 %**

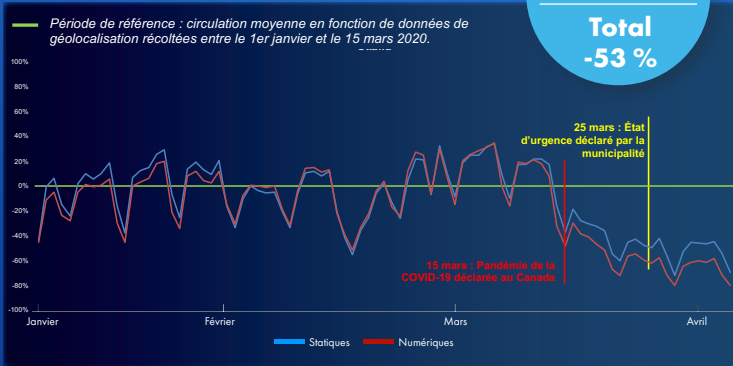


* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

OTTAWA

Baisse
moyenne après
le 15 mars
**Total
-53 %**

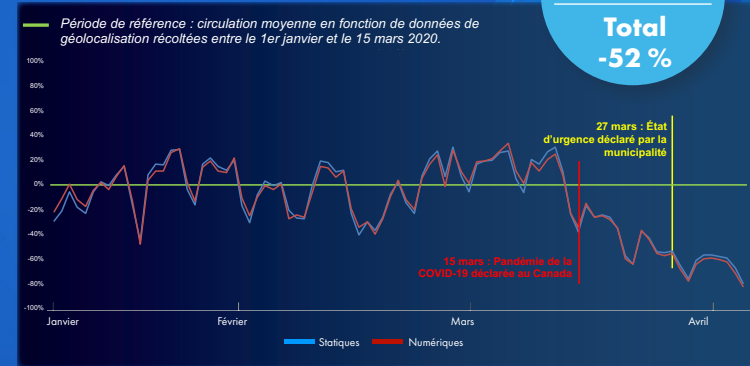


* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

MONTRÉAL

Baisse
moyenne après
le 15 mars
**Total
-52 %**

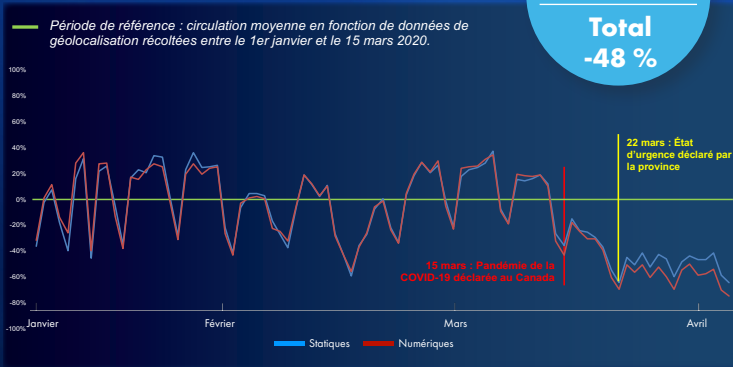


* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

HALIFAX

Baisse
moyenne après
le 15 mars
**Total
-48 %**



* Les renseignements partagés dans cette présentation sont issus de données de géolocalisation anonymes, agrégées et préautorisées. Pour le moment, ces données doivent être utilisées à des fins non scientifiques seulement. Les lecteurs doivent être conscients du fait que ces données ne concernent que les personnes ayant été exposées à des unités d'affichage entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.

Pelmorex Location Insights, données collectées entre le 1er janvier et le 5 avril 2020.



CLASSIQUES



NUMÉRIQUES



TRANSPORTS COLLECTIFS



LIEUX CIBLÉS

pattisonoutdoor.com

PATTISON