



**OOH**

2025

[www.urbanpub.lu](http://www.urbanpub.lu)



ORIGINAL OUT-OF-HOME

## O'OOH

Le support afficheur mobile de 4,2 m<sup>2</sup> redéfinit les codes de l'affichage OOH. Il circule dans les quartiers, traverse les places, longe les commerces, s'insère dans le quotidien urbain sans le perturber. Présent sans être envahissant, mobile sans être bruyant, il s'intègre naturellement au paysage. Visible là où les gens vivent et se déplacent, il propose une communication en mouvement, directe et accessible. Ce format, sobre et fluide, accompagne les regards sans les forcer. Il ne s'impose pas, il s'inscrit. Une autre manière d'occuper l'espace public, plus souple, plus actuelle, plus humaine.



OOH, OUT-OF-HOME

# Sommaire

Notre support 04

Chiffres et Analyses 07

Circuits 11

12 Centre

20 Sud

26 Est

32 Nord

Nos offres 33

Nous 36

Notre

**Support**

OOH



NOTRE SUPPORT

# OOH MOBILE



145 x 145 cm

Recto / verso



# OOH INNOVANT

## Vélo Publicitaire Avantages



Automobiliste

Piéton

Cycliste

Recto / Verso

4,2m<sup>2</sup>

Ecologique

Original

Percutant



### Taux élevé de mémorisation

L'exposition en mouvement capte l'attention et renforce la mémorisation du message.



### Optimisation du coût par contact

Une large visibilité à moindre coût, avec un excellent ratio entre impact visuel et budget investi.



### Drive to store Marketing localisé

Activez votre audience à proximité immédiate de vos points de vente pour générer du trafic qualifié.



### Hyperciblage géographique

Ciblez précisément les zones à fort potentiel grâce à des itinéraires sur-mesure et stratégiques.

Nos

**Chiffres**

& Analyses

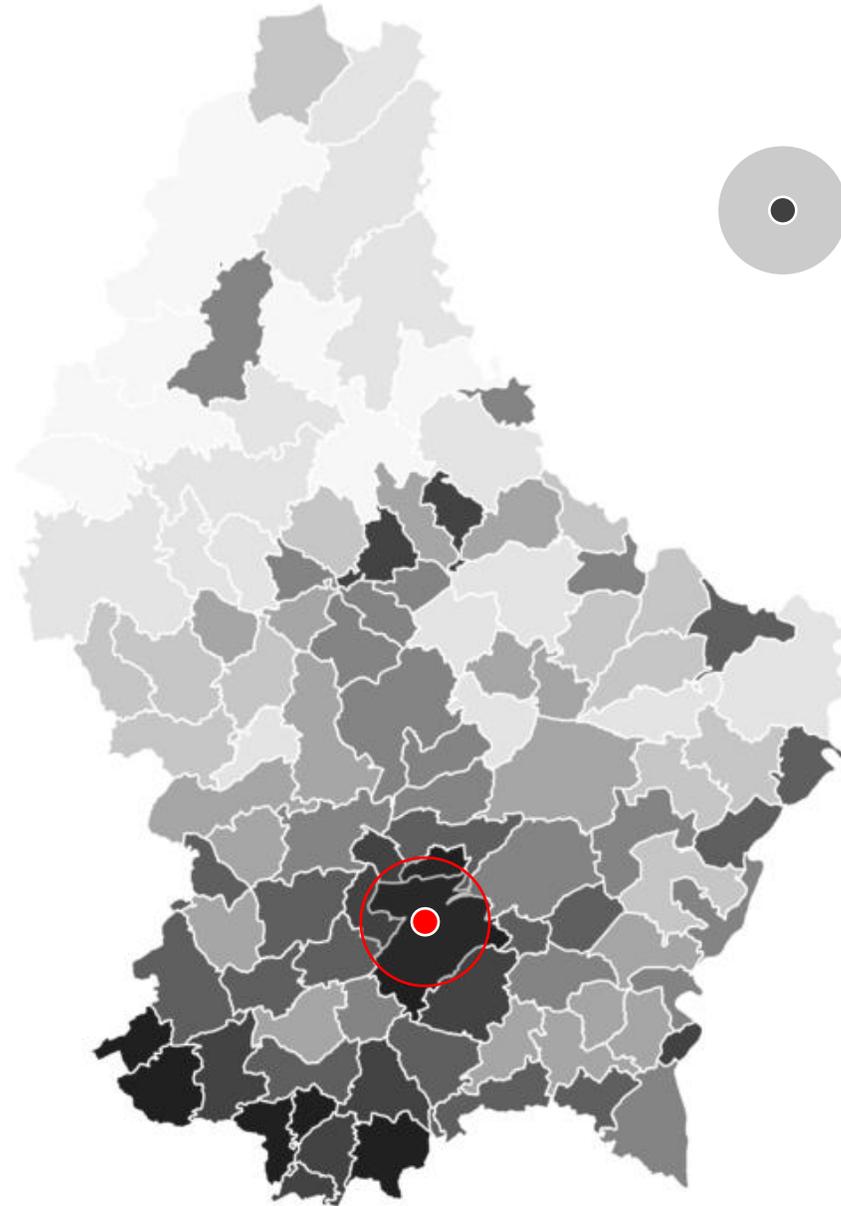


ANALYSES

# LUXEMBOURG CHIFFRES CLES



CAPITALE  
DENSITE DE  
POPULATION  
AU M<sup>2</sup>



672 050

Habitants sur le territoire

Source : Insee, 1 Janvier 2024



132 780

Habitants dans la capitale

Source : Insee, 1 Janvier 2024



225 907

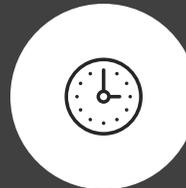
Frontaliers venant travailler à Luxembourg

54%  23%  23% 

## ANALYSES

# LES TAUX D'IMPRESSION

L'**impression visuelle** (ou « contact visuel potentiel ») dans le cadre d'une campagne de street marketing est une estimation du nombre de fois où le message publicitaire a pu être vu par des passants (piétons, automobilistes, usagers des transports).



### 3. Estimation du flux horaire

À partir de ces données, on estime combien de personnes circulent par heure dans chaque zone (ex : 5 000 piétons/heure à la gare, 3 000 voitures/h à Place de Metz, etc.)



### 2. Facteur de visibilité

En général, on considère entre 30% et 70% du flux comme "contacts visuels potentiels", selon : Le format du support, la vitesse de passage, le positionnement de l'affiche (latéral, en mouvement, etc.), l'heure (flux plus dense aux heures de pointe)



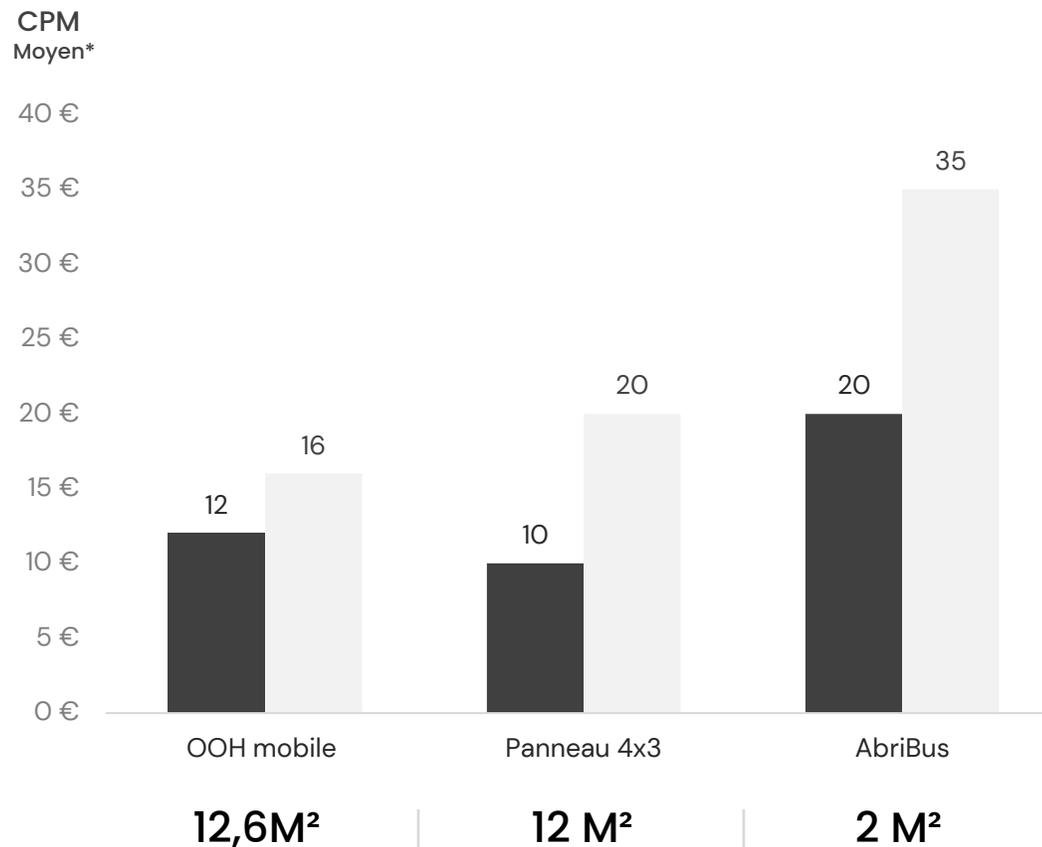
### 1. Analyse des zones de passage

On consulte les données publiques de flux ou des estimations disponibles : Données de fréquentation piétonne, volume du trafic routier, fréquentation des arrêts de bus/tram, études de mobilité (ex : Ville de Luxembourg ou Statec)

## ANALYSES

# COMPARATIF MEDIA OOH

Un **comparatif média** est un outil d'analyse qui permet de comparer l'efficacité, les coûts et les performances de différents supports ou canaux de communication (ex : affichage, digital, street marketing, presse, radio, etc.) dans le cadre d'une campagne publicitaire ou d'un projet de communication.

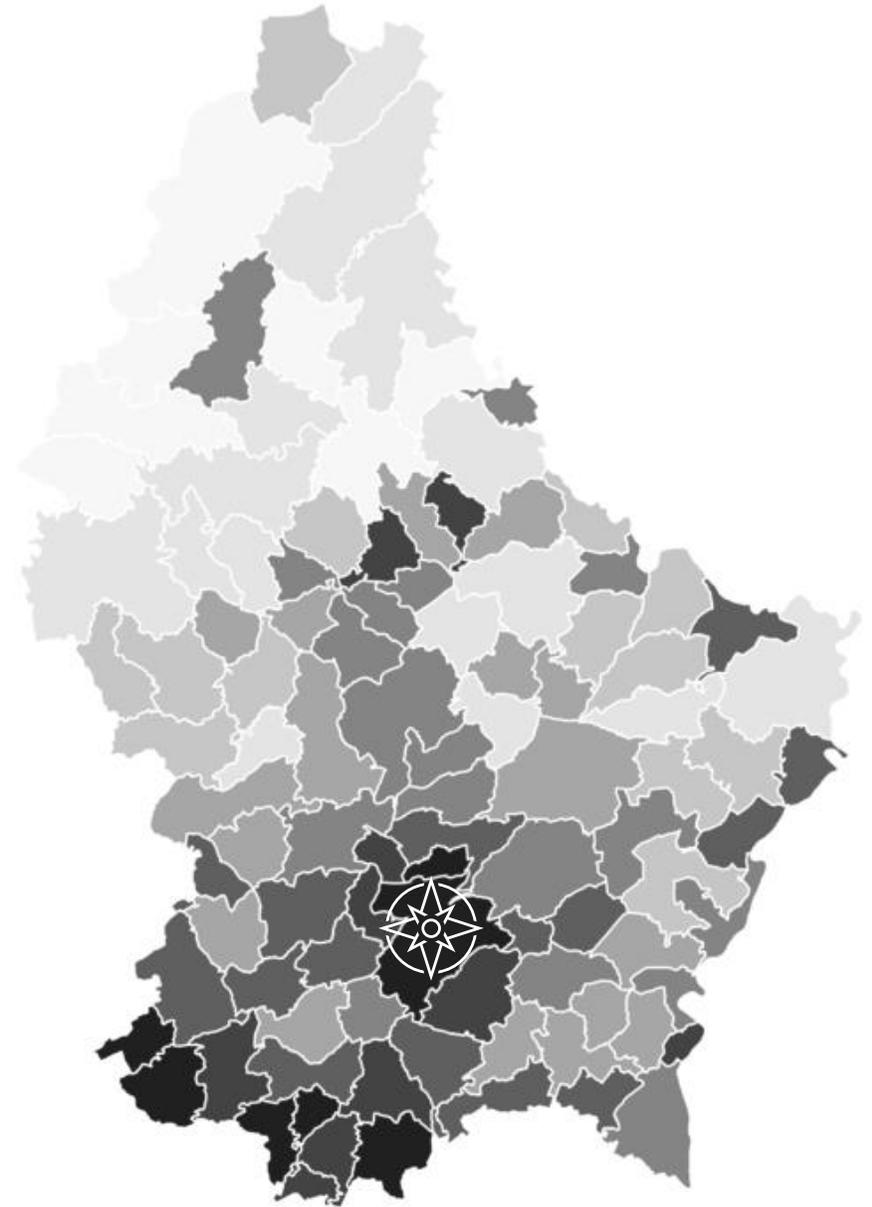


\*Références : JCDecaux Luxembourg, eMarketer,, EuropeSTATEC, Urban Pub

Nos

**Circuits**

 Centre Luxembourg



## ANALYSES

# QUELQUES CHIFFRES CLES - CAPITALE

Coche d'Or  
Luxembourg

Fréquentation  
**6,5 M**  
Visiteurs / An

Source : JCDECAUX Lu

Kirchberg  
Luxembourg

Fréquentation  
**7,0 M**  
Visiteurs / An

Source : JCDECAUX Lu

Habitants dans  
la capitale

Recensement  
**132 780**  
Habitants

Article Virgule.lu

Nombre  
de Nationalités

Recensement  
**170**  
Nationalités

## ANALYSES

# QUELQUES CHIFFRES CLES - CAPITALE

Gare CFL  
Luxembourg

Fréquentation

**52 000**

Visiteurs / Jour

Rapport Gv 2024\*

Station Tram  
Hamilus

Fréquentation\*

**7 409**

Visiteurs / Jour

Rapport ACF tramway 2023\*

Volume  
Luxembourg  
Ville

Fréquentation

**72 000**

Véhicules / Jour

Article Virgule.lu

Zones Cyclables  
à Luxembourg

Zone Cyclables

**170**

Km

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°1 CAPITALE

**Gare CFL**, Pl. de la Gare, 1616 Gare Luxembourg

**Place de Metz**, Pl. de Metz, 2320 Gare Luxembourg

**Gëlle Fra**, 1143 Ville-Haute Luxembourg

**Tram Hamilius**, 2163 Luxembourg-Oberstadt

**Gare CFL**, Pl. de la Gare, 1616 Gare Luxembourg

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

**Temps de présence  
recommandé**

90 Minutes

60 Minutes

45 Minutes

75 Minutes

30 Minutes

180 Minutes

**480 Minutes**

**Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)**

± 27 000

± 13 500

± 6 750

± 15 000

± 4 500

± 36 000

**± 102 750**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°1 AUDIENCE / JOUR

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

102K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

5

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°2 CLOCHE D'OR

P+R LUX SUD, 1350, 1 Rue In Bouler, 1350 Gasperich

Cloche d'Or, 25 Bd Friedrich Wilhelm Raiffeisen

Boulevard Kockelscheuer, Gasperich

Cactus Howald, 2163 Luxemburg-Oberstadt

P+R LUX SUD, 1350, 1 Rue In Bouler, 1350 Gasperich

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

Temps de présence  
recommandé

75 Minutes

90 Minutes

45 Minutes

75 Minutes

30 Minutes

165 Minutes

**480 Minutes**

Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)

± 13 500

± 18 000

± 7 500

± 13 500

± 4 500

± 36 000

**± 93 000**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°2 AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

93K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

5

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°3 KIRCHBERG

P+R Auchan Kirchberg, 5 Rue Alphonse Weicker,

P+R La coque, 25 Rue Alphonse Weicker,

Infinity Shopping, 7 Av. John F. Kennedy, 1499

Glacis Parking, 14 Av. de la Faiencerie, Luxembourg

P+R Auchan Kirchberg, 5 Rue Alphonse Weicker,

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

Temps de présence  
recommandé

75 Minutes

60 Minutes

75 Minutes

75 Minutes

30 Minutes

165 Minutes

**480 Minutes**

Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)

± 13 500

± 10 500

± 13 500

± 13 500

± 4 500

± 36 000

**± 91 500**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°3 AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

91,5K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

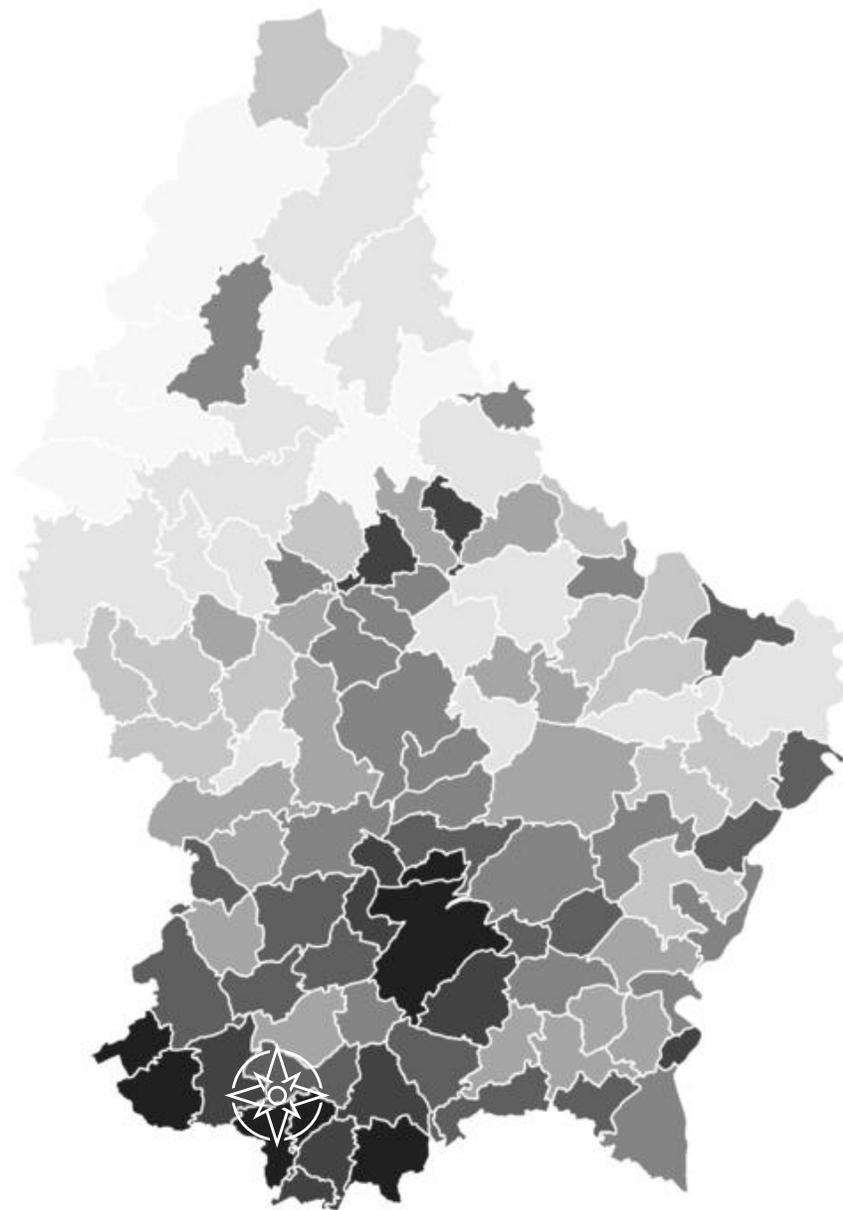
5

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

Nos

**Circuits**

 Sud Luxembourg



## CHIFFRES

# QUELQUES CHIFFRES CLES SUD LUXEMBOURG

Gare ligne Vers  
Esch/Alzette

Fréquentation  
**9,9 M**  
Visiteurs / An

Source : Rtl Lu

Etudiants à  
Belval

Fréquentation\*  
**8 000**  
Etudiants / An

Source : Uni Lu

Canton  
Esch sur Alzette

Recensement  
**192 739**  
Habitants

Source : Statistiques.lu

Belval Plaza  
Sud

Fréquentation\*  
**7,0 M**  
Visiteurs / An

Source : corporatenews.lu

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°1 ESCH SUR ALZETTE

Gare CFL, Place Pierre Semeng, 4141 Esch

Place de l'Hôtel de Ville 4138 Esch-sur-Alzette

Rue de l'Alzette (zone piétonne) Vers le n° 100

Place de la Résistance, Avenue de la Gare

Place Benelux / Poste, Rue du Commerce

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

Temps de présence  
recommandé

75 Minutes

60 Minutes

75 Minutes

75 Minutes

30 Minutes

165 Minutes

**480 Minutes**

Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)

± 9 000

± 7 000

± 9 000

± 9 000

± 3 000

± 22 000

**± 60 000**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°1 SUD AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

60K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

5

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°2 BELVAL

**Belval Plaza** , 7 Avenue du Rock'n'Roll

**Place de l'Université**, 2 Avenue de l'Université

**Place des Bassins** , 4361 Esch-Belval

**Rue du Jazz** , Vers 1 Rue du Jazz

**Tram Belval**, Boulevard du Jazz, arrêt tram

**Avenue du Blues**, Ax central du quartier Belval

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

**Temps de présence  
recommandé**

75 Minutes

60 Minutes

60 Minutes

45 Minutes

60 Minutes

45 Minutes

135 Minutes

**480 Minutes**

**Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)**

± 9 000

± 7 000

± 7 000

± 5 000

± 7 000

± 5 000

± 18 000

**± 58 000**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°2 AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

58K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

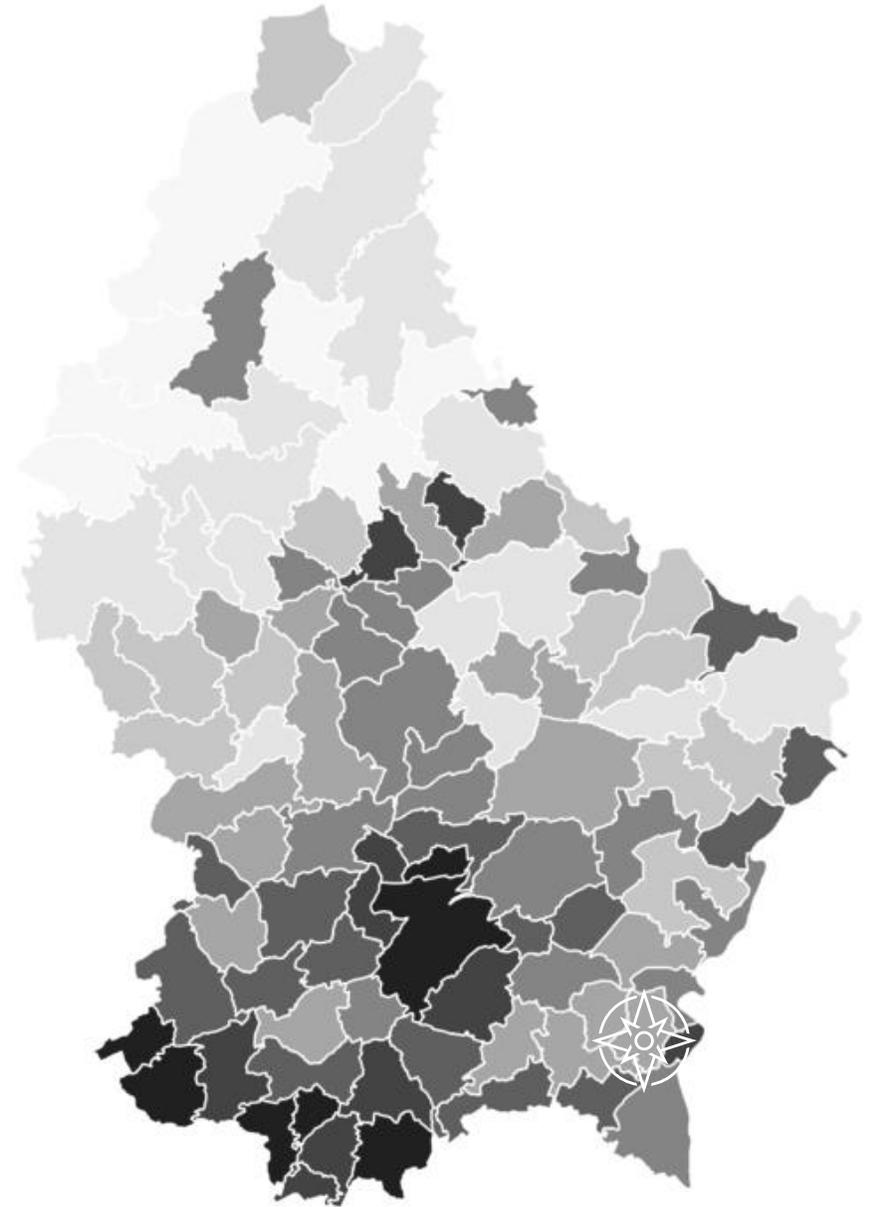
6

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

Nos

**Circuits**

 Est Luxembourg



## CHIFFRES

# QUELQUES CHIFFRES CLES EST LUXEMBOURG

Habitants  
Mondorf

Recensement

**5 447**

Habitants

Source : Mondorf.lu

Classement  
Luxembourg

Top classement

**10**

Sur 100 villes

Source : Uni Lu

Habitants  
Remich

Recensement

**4 101**

Habitants

Source : Statistiques.lu

Canton  
Remich

Recensement

**23 684**

Habitants

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°1 REMICH

Quai de la Moselle Route du Vin, 5533 Remich

Place Dr Fernand Kons Place Dr Fernand Kons, Remich

Rue de la Gare 5536 Remich

Rue Enz (Cactus Market) Rue Enz, 5501 Remich

Place Nico Klopp

Quai de la Moselle Route du Vin, 5533 Remich

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

Temps de présence  
recommandé

45 Minutes

30 Minutes

30 Minutes

30 Minutes

30 Minutes

30 Minutes

135 Minutes

**480 Minutes**

Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)

± 4 500

± 3 000

± 2 500

± 3 000

± 3 000

± 3 000

± 19 000

**± 38 000**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°1 AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

38K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

6

Le taux d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

PARCOURS  
JOURNALIER

# CIRCUIT N°2 MONDORF

Avenue des Bains, 5610 Mondorf-les-Bains

Place des Villes Jumelées, Rue Flammang

Avenue Lou Hemmer

Rue du Parc / Cactus Market, Zone commerçante

Place du Marché, Rue de la Montagne

Avenue des Bains, 5610 Mondorf-les-Bains

2e Boucle complete avec retour

**Total parcours**

**Temps de présence  
recommandé**

75 Minutes

60 Minutes

60 Minutes

60 Minutes

45 Minutes

30 Minutes

155 Minutes

**480 Minutes**

**Nb d'impressions moyen  
(3 vélos)**

± 7 500

± 6 000

± 5 000

± 6 000

± 4 500

± 3 000

± 18 000

**± 50 000**

AUDIENCE

# CIRCUIT N°2 AUDIENCE

M<sup>2</sup> / Jour

12,6M<sup>2</sup>

La campagne bénéficie d'une surface d'affichage totale de 12,6 m<sup>2</sup> en mouvement dans l'espace public. Cette présence visuelle imposante permet de maximiser l'impact de la communication.

Impressions

50K

Le nombre d'impressions visuelles peut varier en fonction de l'intensité du trafic, notamment entre la semaine et le week-end. Il est également susceptible d'évoluer en période de vacances scolaires ou lors de jours fériés.

Points / Jour

6

Le choix des emplacements joue un rôle clé dans la performance de votre campagne. En positionnant les vélos dans des zones stratégiques à fort passage, vous augmentez le taux de mémorisation tout en optimisant le coût par contact.

Nos

**Circuits**

Nord

Coming Soon...

Nos

**Offres**

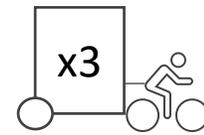
O'OOH



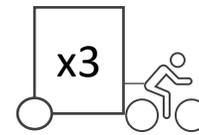
## OFFRES ET TARIFS

# OFFRE OOH CAMPAGNE

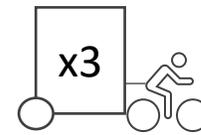
- ✓ Présence dans les lieux à fort passage piéton & véhicule
- ✓ Arrêts prolongés dans les points névralgiques (commerces, transports, marchés, événements)
- ✓ Double boucle pour renforcer la mémorisation visuelle
- ✓ Format écoresponsable, silencieux, mobile
- ✓ Jusqu'à 50 000 impressions visuelles / jour (selon zone)



TWO DAYS  
CAMPAIGN



STRONGER  
PRESENCE



OPTIMAL  
VISIBILITY

2 Jours

5 Jours

10 Jours

3 Vélos

3 Vélos

3 Vélos

3 Bikers

3 Bikers

3 Bikers

3 Visuels

3 Visuels

3 Visuels

2 800,00 € HT

6 500,00 € HT

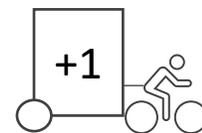
10 500,00 € HT

\*Remise de 15% pour les agences de communication / média

## OPTIONS

# SERVICES ADDITIONNELS

- ✓ Vélo publicitaire supplémentaire / jour Multipliez votre impact en ajoutant un 4<sup>e</sup> support mobile pour renforcer la présence sur le terrain
- ✓ T-shirts imprimés personnalisés (staff) Visibilité de votre marque portée par les bikers = cohérence + reconnaissance immédiate
- ✓ Casquettes personnalisées (branding complet) Accessoire pratique et publicitaire idéal pour renforcer la présence visuelle
- ✓ Flyers A5 (distribution ciblée) Parfait pour générer du trafic en point de vente, événement ou site web



VELO  
SUPPLEMENTAIRE



T-SHIRT  
IMPRIME



CASQUETTE  
IMPRIMEE



FLYERS A5  
IMPRIMES

1 Jour	Impression Coeur et Dos	Impression Face avant	Impression Recto / Verso
1 Vélo	3 T-shirts	3 Casquettes	2500 Flyers
1 Biker	Couleur aux choix	Couleur aux choix	Format A5 170g/m <sup>2</sup>
1 Visuel	Marquage Quadrchromie	Marquage Quadrchromie	Marquage Quadrchromie
450,00 € HT	150,00 € HT	120,00 € HT	150,00 € HT

VOTRE PARTENAIRE

# UNE ENTREPRISE LOCALE

Urbanpub.lu une marque de CDPUB, elle à vu le jour suite à une demande grandissante d'actions de Street Marketing de la part de nos clients.

Nous avons donc jugé nécessaire de mettre en avant cette activité pour proposer un message clair et spécifique aux internautes intéressés principalement par le Street Marketing : concepts, supports, actualités, réalisations.



OOH ET STREET MARKETING A  
LUXEMBOURG

# URBANPUB.LU

L'agence propose des animations originales et des supports mobiles (vélos pub, sacs à dos digitaux, machines à pince, photoboosts...) pour capter l'attention du public, dynamiser vos campagnes et générer du trafic. Créatif, flexible et engagé, UrbanPub conçoit des actions sur mesure pour valoriser votre marque sur le terrain.



URBAN PUB  
STREET MARKETING

