Les livreurs à vélo enfin rémunérés grâce à leur sac DigiBag, le nouveau média digital urbain

Une solution concrète pour faciliter le quotidien des livreurs à vélo

Savez-vous que 6 indépendants de la mobilité sur 10 vivent actuellement sous le seuil de pauvreté ? Avec l'explosion de l'inflation, qui devrait encore s'aggraver jusqu'à l'été (source), leur situation devient encore plus difficile au quotidien.

Après avoir accompagné plus de 950 chauffeurs VTC et artisans taxis avec son média DigiCab, déployé à bord de leurs véhicules face aux passagers, DooH it renforce sa volonté de soutenir les acteurs indépendants de la mobilité en lançant **DigiBag**, son tout nouveau média.

Le concept : **un sac de livraison isotherme, digitalisé et connecté, qui permet aux livreurs de percevoir une rémunération financée par les budgets publicitaires**. Ils peuvent ainsi toucher jusqu'à 100 € par mois, tout en bénéficiant d'un accès à des formations.

"Les premiers retours que nous avons, tant des livreurs que des annonceurs, sont très encourageants ! Après avoir déployé le DigiBag dans les rues de Paris intra-muros et proche couronne, nous prévoyons désormais d'étendre ce dispositif dans d'autres villes françaises comme Toulouse, Lyon ou Marseille, ainsi qu'en Europe avec Bruxelles et Madrid d'ici la fin 2023."

Une innovation développée AVEC les livreurs, POUR les livreurs

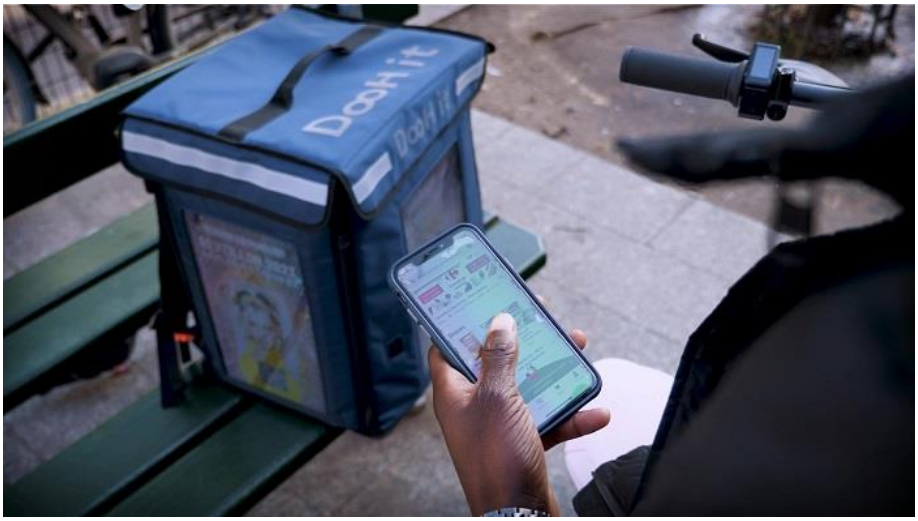
En intégrant le programme DigiBag, les livreurs délivrent la communication des annonceurs de DooH it sur leurs vélos.

Avec, toujours, une véritable prise en compte de la réalité "du terrain". Le DigiBag a ainsi été pensé et conçu avec des livreurs afin de répondre à leurs besoins. À la fois efficace et robuste, cet outil de livraison offre notamment une contenance pouvant aller jusqu'à 60 litres.

Une opportunité financière... mais pas seulement

En plus de la rémunération complémentaire allant jusqu'à 100 € par mois, les livreurs connaissent d'autres avantages en intégrant le club DigiBag partners, tels que des droits à la formation et un accompagnement administratif.

Déjà plus de 100 livreurs soutenus en Île-de-France



À ce jour, le programme compte 100 livreurs travaillant à Paris intramuros et proche couronne.

Voici par exemple le témoignage du livreur et influenceur Vany, plus connu sous le pseudonyme @vanyvavite sur TikTok :

"Je tiens à vivement remercier DooH it et toute l'équipe avec qui nous avons travaillé depuis plus d'un an pour développer le DigiBag. Je suis livreur à vélo depuis 2016 et je vous confirme que notre quotidien n'est pas évident en plus d'être incertain. Pouvoir disposer d'un outil de travail qualitatif comme le DigiBag, qui nous apporte en plus des revenus complémentaires et un accès à la formation, c'est une sacrée innovation ! Nous faisions déjà de la publicité pour les plateformes avec nos sacs, gratuitement, mais maintenant, nous serons payés pour en faire. Je suis très heureux de contribuer à l'amélioration du quotidien de mes collègues livreurs !"

Un impact sociétal et écologique qui donne du sens aux budgets publicitaires

Tout premier acteur AdTech en France à proposer un média intelligent sous la forme d'un sac de livraison, DooH it fait du DigiBag un outil de communication de masse, mais pas seulement.

Une image positive

Animé par la volonté de révolutionner le monde de la publicité et du média en général, DooH it va au-delà de l'impact sociétal garanti auprès des livreurs partenaires. La régie souhaite aussi offrir une réelle expérience aux audiences, en diversifiant notamment le contenu diffusé via le DigiBag.

Partenaire du Ministère de la Communication et des médias, la régie diffuse ainsi des campagnes de prévention créées par le gouvernement, ainsi que des spots publicitaires pour les acteurs associatifs et culturels.

L'intelligence artificielle intégrée

Le DigiBag est en mesure de garantir des données précises aux annonceurs pour évaluer efficacement l'impact de leurs campagnes. Équipé d'une IA, il peut saisir précisément le nombre et le type d'audience urbaine ayant été touchée à chaque diffusion.

Ainsi, le business model commercial de la régie se rapproche plus des offres digitales que de l'affichage extérieur, avec une tarification au CPM, des critères de ciblage de diffusion et une garantie de performance.

Les résultats sont bluffants :

"Sur 7 jours, les 300 écrans qui circulent dans la région parisienne délivrent 1 million d'impressions, visibles par toutes les audiences urbaines aux heures d'affluence."

La genèse d'un concept en phase avec les enjeux d'aujourd'hui et de demain

DooH it est une régie qui a pris le virage de l’impact sociétal en plein Covid.

Collaborant jusqu’alors avec des centres commerciaux ou exploitants d’autoroute dans la diffusion publicitaire, elle a cherché en 2020 à donner du sens aux rétributions partenaires publicitaires qu’elle reversait.

Elle a alors lancé le média DigiCab, destiné aux chauffeurs VTC et artisans taxis, afin de leur restituer 12 % des budgets publicitaires qui lui sont confiés.

Par la suite, c'est en regardant un reportage réalisé par Brut sur le quotidien des livreurs à vélo que Mikael Bes, le CEO, a eu l'idée du projet DigiBag.

La vidéo mettait notamment en avant Vany ("vanyvavite" sur les réseaux sociaux), l’un des premiers livreurs à vélo qui est aussi influenceur : il partage les images de sa GoPro qui le suit dans son quotidien. Ses explications sur les conditions de travail difficiles de son métier ont décidé Mikael Bes à agir pour changer la donne.

Dans la continuité du DigiCab, il a créé DigiBag pour accompagner les livreurs à vélos avec les revenus publicitaires.

À propos de DooH it, acteur adtech d’impact humain

"Ce qui nous différencie, c’est l’esprit même de notre projet, puisque nous voulons mettre les humains au cœur de la publicité. Notre slogan en témoigne : Humans first !"

Par le biais de son média DigiCab, tablette avec IA embarquée, déployée à bord des taxis et VTC, la régie DooH it offre aux marques l’opportunité de communiquer sans déperdition tout en donnant un rôle d’impact sociétal à leurs budgets publicitaires.

DooH it fait la promesse de reverser une partie des recettes publicitaires à ses chauffeurs partenaires à chaque campagne diffusée. À ce jour, plus de 150 marques ont fait confiance à DooH it, dont Warner Music, Estée Lauder et Voyage Privé.

Pour en savoir plus

DigiBag : https://doohit.fr/digibag/

Site web : https://doohit.fr/

Instagram : https://www.instagram.com/doohit_media/

LinkedIn : https://www.linkedin.com/company/dooh-it-digital/