

PROMOVACANCES LANCE UNE NOUVELLE CAMPAGNE D’AFFICHAGE À PARTIR DU 21 MARS

A partir du 21 mars 2007, Promovacances, le N°1 français de la vente de séjours sur Internet, donne le coup d’envoi d’une nouvelle campagne d’affichage à Paris et en province. Orchestrée par Drafftcb, la campagne « Pourquoi choisir ? » s’articule autour d’une idée phare : grâce aux petits prix et à la richesse des offres proposés par Promovacances, il est désormais possible de multiplier ses vacances à l’infini. Pierre angulaire de la campagne : un parti pris créatif spectaculaire, qui joue la superposition de visuels de vacances a priori incompatibles.



Achat plaisir, achat d'impulsion. En amont de cette nouvelle campagne, Promovacances a réalisé une **étude qualitative et quantitative** pointue afin de mieux connaître les **nouveaux usages et comportements des Français** en matière d'achat de voyage sur le net. «*Internet a profondément modifié la relation au voyage* » observe **Ludovic Pruche, Directeur Marketing de Promovacances**. *Autrefois, partir en vacances, surtout à l'étranger, était quelque chose d'exceptionnel qu'on préparait longtemps à l'avance. Aujourd'hui, grâce à Internet c'est facile, rapide, et surtout beaucoup moins cher de réserver son voyage. Conséquence : on a envie de se faire plaisir et de partir tout le temps*». L'étude menée par Promovacances montre que **même s'il reste fortement investi, l'achat de voyage s'est désacralisé** : « *L'achat de voyage est devenu un achat de plaisir, voire d'impulsion – ce qui n'est d'ailleurs pas forcément synonyme de dernière minute.* » précise Ludovic Pruche. *Notre campagne « Pourquoi choisir ? » fait complètement écho à cette volonté de multiplier les occasions de départs*».

Plus besoin de choisir ! En proposant un large choix de destinations à petits prix, **Promovacances lève les freins qui rendaient autrefois compliqué l'achat d'un voyage** : contraintes de temps, de prix, de disponibilité... Les opportunités sont multiples : pourquoi faudrait-il choisir alors qu'il est désormais possible de concrétiser facilement son envie de vacances, plusieurs fois par an et à moindre prix ?

Un plan de campagne off et on line complémentaire. La campagne, composée de trois visuels évocateurs de différents types de vacances – «**Plongée** », «**Savane** » et «**Vague** » - sera affichée à Paris à partir du 21 mars. Relayée sur le site www.promovacances.com, l'ensemble des visuels, adaptés aux formats du web (Lrec, BigBan, Monster) sera également visible sur tous les **grands carrefours d'audience du net** dès le lundi 19 mars et sur **Mobile** dès la semaine du 26 mars.

Agence DraftFCB - Directeur de création : Thomas Stern. **Team Créa** : Francis Deligt (DA), Guillaume Dupré (Assistant DA), Eric Lavenac (CR).

A propos de Promovacances

Avec **2 millions de visiteurs uniques par mois** (source estat/Médiamétrie), Promovacances est le **N°1 français de la production et de la vente de séjours sur Internet**. Le site propose aujourd'hui l'offre de voyages la plus large et la plus complète du marché, avec des petits prix sur plus de **200 destinations** : séjours, circuits, week-ends, vols secs... En 2006, Promovacances, qui compte environ 500 salariés, a fait voyager près de **600 000 passagers** à travers le monde.

A propos de Draftfcb Paris

Née en 2006 de la fusion de Draft (1998) et FCB (1964), Draftfcb est la première agence de communication multicanal réunissant les métiers du digital, de l'édition, de la publicité, du marketing direct, du corporate, du retail et du design sous un seul compte d'exploitation. Elue agence de l'année en 2004, Draftfcb Paris a reçu d'importantes récompenses créatives et d'efficacité publicitaire ces dernières années (Effie, Acnnes, Top Com, Club des Directeurs Artistiques, Grand Prix Stratégies, Méribel, Eurobest, Epica, Andy, Clio...).

Contact Presse :

PRO File Presse

01 46 05 30 05

Leslie Boutin / Solen Briand

lboutin@profilepresse.com / sbriand@profilepresse.com