

## « ENSEMBLE, VRAIMENT » NOUVELLE SIGNATURE ET NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION EUROPÉENNE DE CENTER PARCS

*Du 19 janvier au 15 février, Center Parcs dévoile sa nouvelle campagne en France mais aussi en Allemagne, aux Pays-Bas et en Belgique.*

*L'émotion, le partage et la reconnexion en sont les notions fondatrices, résumées dans une nouvelle signature forte de sens.*

### ENSEMBLE, VRAIMENT

*« Center Parcs est un interlude durant lequel on se retrouve, on prend le temps, on partage des activités et des sensations, on vit des moments ensemble. Aujourd'hui, les familles sont en quête de sens et de reconnexion avec ceux qui comptent. Center Parcs permet ce lien familial à travers des moments simples et uniques, à l'opposé de la vie quotidienne trépidante. »*

Vanessa Diriart, Directrice Générale Adjointe Center Parcs Europe.

Cette réflexion a donc mené à l'identification de 4 valeurs phares qui caractérisent la marque:



+



+



+



Sharing (le partage)

Caring (prendre soin)

Emotion

Joie

La signature évolue donc dans ce sens : « ensemble, vraiment »

Cette nouvelle campagne illustre les nombreuses nouveautés 2015, à découvrir en premier lieu dès juin prochain, à l'ouverture du nouveau Domaine du Bois aux Daims dans la Vienne. Un Domaine unique autour d'un cœur animalier regroupant plus de 40 espèces.

La campagne illustre aussi plus de 60 nouvelles activités et services développés dans l'ensemble des Domaines en Europe, pour tous les âges.

## UNE CAMPAGNE PLURIMÉDIA

Dès le 19 janvier, le **spot télévisé** sera notamment visible sur **TF1** et **M6**. Il s'adresse à une cible de ménagères avec enfant de moins de 15 ans mais aussi aux enfants de 4 ans et plus.

Il sera également visible sur les chaînes 

(D17, D8, NT1, TMC, NRJ12, HD1, N23, Chérie 25, Disney, Puissance TNT & TV Breizh)

### DÉCOUVRIR LE NOUVEAU SPOT PUBLICITAIRE



En parallèle, un **dispositif online** couplé à une **synchronisation TV/Web** est activé afin de toucher une large cible familiale à travers plusieurs points de contacts.

- TV Catch up (sur TF1 et M6)
- Social média (Facebook et Twitter)
- Publi-rédactionnel avec vidéo inread sur des médias à valeur ajoutée (Paris Match, Gala,...)
- Jeux sur les médias sociaux

« Cette campagne traduit le renouveau opéré par Center Parcs en mettant en scène la richesse des activités et expériences que l'on peut vivre avec ses proches dans chacun des parcs. Il était essentiel pour nous comme pour l'agence de présenter d'emblée une vision forte et différenciante. Il sera complété par un dispositif de contenus tout au long de l'année » explique Antoine Levêque, Brand Communications Director, Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs.

### LE FILM PUBLICITAIRE

- Imaginé par l'agence OgilvyOne
- Kurt Novack est le Directeur artistique
- Anne-Laure Naumowicz est la Conceptrice réalisatrice
- Rob Chiu est le réalisateur

### LA CAMPAGNE

- Campagne Européenne déployée en France, Allemagne, Pays-Bas et Belgique
- Nouvelle signature : « ensemble, vraiment »
- Du 19 janvier au 15 février 2015
- Spot télévisé + dispositif online
- Synchronisation TV/Web

Contacts Presse Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

Judy-Gaëlle Ranaivoson / Alexandre Costes

[rptourisme@fr.groupepvc.com](mailto:rptourisme@fr.groupepvc.com) - 01.58.21.64.29

<http://rptourisme.pierreetvacances.com/>



#centerparcs