



Europcar Groupe, le leader de la location de véhicules en Europe et l'un des acteurs majeurs de la mobilité, annonce aujourd'hui le lancement de *Moving Sam's Way*, une compétition internationale sur les réseaux sociaux, conçue pour asseoir le nouveau positionnement de la marque orienté client. Pendant deux mois, les amoureux de voyage pourront suivre le vlog (blog vidéo) de Samuel et Daniel Taipale, deux « Instagrammeurs » finlandais, et jouer pour gagner jusqu'à 15 000 euros ainsi que d'autres prix. Le concours est accessible sur le site www.movingsamsway.com et sur les chaînes Facebook, YouTube et Instagram d'Europcar.

Repousser les frontières du marketing d'influence

Pour Xavier Corouge, Directeur Digital du Groupe : « *Tout est une question d'authenticité. Les utilisateurs des médias sociaux s'attendent à être divertis par les personnalités qu'ils aiment. Pour cette campagne, nous avons travaillé avec des YouTubers et d'Instagrammers à travers le monde pour créer une expérience que chacun pourra apprécier. Notre objectif est de créer un lien entre Europcar et les 25-à-35 ans, qui affectionnent tout particulièrement les vidéos liées aux voyages.* »

Découvrir la bande-annonce de la campagne « Moving Sam's Way ».

Tel. +33 1 58 47 95 39