



Saint-Quentin-en-Yvelines, le 13 juillet 2016

Europcar lance un concours vidéo international avec des stars de YouTube et d'Instagram

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.

Chaque semaine à compter du 15 juillet, Europcar partagera un épisode vidéo retraçant une rencontre avec un « YouTuber » local dans une destination spécifique. Les membres de la communauté Europcar ainsi que tous les amateurs de voyage peuvent s'inscrire au concours en se connectant au site www.movingsamsway.com, où il leur sera demandé de deviner la destination de l'épisode suivant. Pour les aider, chaque épisode contiendra un indice sur la prochaine destination. Le grand gagnant sera annoncé le 9 septembre, date du dernier épisode.

Repousser les frontières du marketing d'influence

En collaborant avec des YouTubers locaux, Europcar entend créer un lien durable avec ses audiences sur les médias sociaux.

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.* »

Développée par l'Agence Jin, la campagne sera accompagnée d'une campagne publicitaire sur Facebook et YouTube, d'une campagne e-mailing et de l'affichage et vidéos aux comptoirs dans les agences. Pour promouvoir sa flotte, Europcar offre également aux participants la chance de gagner des prix additionnels — des locations de voiture gratuites — s'ils devinent la marque de la voiture mise en avant dans l'épisode de la semaine suivante.

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



A propos du Groupe Europcar

Le Groupe Europcar est une société cotée sur Euronext Paris (EUCAR). Europcar est le leader de la location de véhicules en Europe et l'un des principaux acteurs du secteur de la mobilité. Présent dans plus de 140 pays, Europcar offre à ses clients l'un des plus grands réseaux de location de véhicules soit en direct, soit grâce à ses franchisés et ses partenaires. Le groupe opère sous les marques Europcar® et InterRent®, la marque low cost du groupe. La satisfaction des clients est au cœur de la mission du groupe et de ses 6000 collaborateurs : cet engagement vient nourrir le développement permanent de nouveaux services. Le « Lab Europcar » a ainsi été créé pour appréhender au mieux les enjeux de la mobilité de demain par l'innovation et par des investissements stratégiques comme ceux réalisés pour Ubeeqo et E-Car Club.

Contacts Presse:

EUROPCAR:

Marie-Anne Bénardais

europcarpressoffice@europcar.com

Tel: + 33 1 30 44 98 82

Havas Paris

jean-baptiste.froville@havasww.com

Tel. +33 1 58 47 95 39