



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LA DÉFENSE, LE 22 JANVIER 2018

# OUI.SNCF LIBÈRE LES ENVIES DE VOYAGE DES FRANÇAIS AVEC UNE TOUTE NOUVELLE CAMPAGNE AUDACIEUSE ET ONIRIQUE

OUI.sncf, leader des sites de e-commerce français<sup>1</sup>, a lancé le 21 janvier une campagne publicitaire qui propose aux Français de libérer leurs envies de voyage. Multicanale (TV, affichage et digital), originale et jubilatoire, elle amplifie la dynamique initiée le 6 décembre dernier avec le lancement de OUI.sncf, le nouveau nom de Voyages-sncf.com. Cette campagne contribue à donner corps, auprès du public le plus large possible, à la OUI Stratégie de SNCF initiée en 2017, qui vise à séduire 15 millions de clients supplémentaires d'ici 2020.

« OUI.sncf est une marque nouvelle qui doit se faire une place dans l'imaginaire et dans le cœur des Français. Cette campagne est là pour leur dire ce que OUI.sncf va améliorer dans leurs habitudes : nous sommes là pour libérer leurs envies de voyage ! La campagne casse volontairement les codes avec un spectacle étonnant et jubilatoire, et illustre cette liberté que nous proposons d'expérimenter grâce à nos services, » explique François Bitouzet, Directeur de la communication et des marques de OUI.sncf.



## OUI.SNCF : UNE NOUVELLE DIMENSION POUR TOUTES LES ENVIES DE VOYAGE DES FRANÇAIS

Dix-sept ans après sa création, Voyages-sncf.com, leader des sites de e-commerce français, est devenu OUI.sncf le 6 décembre dernier dans le but d'offrir aux Français une nouvelle référence relationnelle du voyage, qui leur permet de voyager plus et mieux, quelles que soient leurs envies. Après la réussite technique de cette bascule d'une ampleur inédite dans l'e-commerce (migration de 500 000 pages sans interruption de service) et l'accueil populaire qui l'a suivie (audience à +55% dans les 24 heures), la

<sup>1</sup> Classement des sites marchands français réalisé par Ecommerce (Ecommercemag.fr) – Juin 2017

nouvelle marque s'affirme encore avec cette campagne. Le plus grand nombre peut ainsi découvrir comment ce nouveau compagnon de voyage digital se met en œuvre :

- Plus de trajets par jour, pour partir partout, tout le temps grâce à 33 millions de trajets possibles ;
- Le choix et la comparaison des prix parmi toutes les offres SNCF : TGV, TGV InOUI, OUIgo, OUIbus, Intercités, TER, ainsi que OUIcar et toutes les cartes commerciales et les services (Bagages à Domicile, etc.) ;
- Des nouveaux services exclusifs comme l'Alerte Petits Prix<sup>2</sup>, qui permet d'être informé de la disponibilité d'un tarif voulu pour son trajet préféré, la Relation Client 24/24 7j/7, OUI Bot, qui permet de faire une recherche en mode tchat depuis la page d'accueil OUI.sncf, et OUI des Régions, les 12 nouvelles pages qui mettent en avant les points d'intérêts, activités et bons plans des régions françaises via des cartes interactives et des contenus originaux.

OUI.sncf participe ainsi à la dynamique de conquête initiée par SNCF en 2017 en proposant à ses 14 millions de visiteurs uniques par mois plus de simplicité dans le choix des offres, un accompagnement plus personnalisé et plus de suggestions de voyages. La nouvelle marque devient la meilleure clé d'entrée digitale vers toutes les offres de mobilité du Groupe, qui ambitionne d'attirer 15 millions de voyageurs supplémentaires d'ici 2020.

## UN OUI LIBERATEUR DES ENVIES DE VOYAGER DE CHACUN VIA UNE CREATION ONIRIQUE ET SPECTACULAIRE

OUI.sncf et TBWA\Paris placent la libération des envies de voyage au cœur d'une campagne multicanale à la création jubilatoire, volontairement en rupture avec les codes du secteur.

Ce film met en scène un monde imaginaire, où une cantatrice fantasque entonne un puissant « OUI ». A son passage elle libère par la force de sa voix, des envies de voyages littéralement prisonnières de cristaux qui explosent les uns après les autres : une envie gourmande de Paris d'abord, avec sa Tour Eiffel et son repas en amoureux, puis une envie de Londres, avec son garde royal et sa théière *so British*. Mais ce sont aussi toutes les autres envies de voyages retenues dans les cristaux - de la campagne à la plage en passant par la montagne - qui seront délivrées séquence après séquence. Entraînant dans son mouvement toutes ces envies libérées, la Cantatrice part alors vers un nouvel horizon, optimiste et prometteur.

Pour sublimer cet univers fantasmagorique, OUI.sncf et TBWA\Paris ont travaillé avec Andreas Nilsson, réalisateur multi-primé, qui, riche d'une carrière éclectique, a su donner un souffle inattendu jusque dans les moindres détails à cet imaginaire complètement décalé.

## UN DISPOSITIF MEDIA MULTICANAL

Dévoilée le 21 janvier, la campagne OUI.sncf se décline sur tous les supports jusqu'au 15 février via un plan media au niveau national en TV, affichage et digital. La campagne démarre le dimanche 21 janvier en début de soirée avec le film de lancement en format long de 45 secondes suivi de formats plus courts, sur les grandes chaînes généralistes, sur le câble et la TNT, jusqu'au 7 février. 3 800 panneaux d'affichage seront également déployés en national dans les gares, le métro parisien et sur les bus entre le 24 et le 31 janvier.

Les spots sont aussi déclinés en digital avec des vidéos ad hoc, sur YouTube et les sites de vidéos online, et via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter). La campagne sera aussi portée par un jeu-concours organisé sur Twitter et Facebook le 24 janvier pour tenter de gagner son envie de voyage préférée.

Pour visionner le film (format 45 secondes) : <https://youtu.be/atnY935NfMw>

---

<sup>2</sup> Pour utiliser l'Alerte Petits Prix, il suffit d'indiquer sa destination préférée, les dates et le prix voulus pour ce voyage et, dès que cette demande est disponible, un mail ou une notification sur mobile est adressé au client qui n'a plus qu'à cliquer pour finaliser sa réservation. <https://www.oui.sncf/services/alerte-petits-prix>

Pour visionner la version bonus du film (1 minute 10) : <https://youtu.be/7q8NhSrmLks>

#### INFORMATIONS SUR LA CAMPAGNE :

Annoncesur : OUI.sncf

Agence créative : TBWA\Paris

Commerciaux : Anne Vincent, Mathilde Seboul, Adrien Marsaud

Directeurs de la Création : Benjamin Marchal, Faustin Claverie

Réalisateur : Andreas Nilsson

Head of TV : Maxime Boiron

TV-producteur : Mathilde Nanot-Lachkar

Post-production : TBWA\ELSE et Digital District

Agence média : Zénith-Optimédia

Responsables annonceur : François Bitouzet, Directeur de la communication et des marques de OUI.sncf ; Mathieu Lebihan, chargé de marque OUI.sncf

Production : LA PAC

Bande son : TBWA\ELSE

Identité visuelle OUI.sncf : Agence Zakka

*Crédits complets de la campagne en annexe.*

#### À PROPOS DE OUI.SNCF

OUI.sncf, le nouveau nom de Voyages-sncf.com depuis le 7 décembre 2017, est un acteur majeur du tourisme en Europe, expert de la distribution du train et de la destination France. OUI.sncf s'est réinventé pour une nouvelle relation à ses clients grâce à une offre plus claire via « l'Alerte Petits Prix », plus pertinente avec notamment un service de relation client disponible 24/24 et 7j/7, et plus inspirante avec de nouvelles pages « OUI des régions » pour inciter aux voyages partout en France. OUI.sncf propose plusieurs offres de transporteurs tels que SNCF, Eurostar, Thalys, TGV, Lyria ; trois compagnies de bus, 400 compagnies aériennes ; 280 000 hôtels référencés ; plus de 25 000 offres de séjours ; 30 loueurs de voitures, etc. OUI.sncf est présent dans 11 pays européens et 45 dans le reste du monde via un total de 67 sites internet et mobiles, 4 boutiques et un service de call-center. OUI.sncf emploie plus de 1 200 personnes dont deux tiers dédiés aux marchés français et européens.

Pour plus d'informations : <https://www.oui.sncf/>

#### CONTACTS PRESSE OUI.SNCF

##### HOPSCOTCH :

Raphaëlle Miyet – 01 58 65 10 75 – [rmiyet@hopsotch.fr](mailto:rmiyet@hopsotch.fr)

Sally Gay – 01 58 65 00 37 – [sgay@hopsotch.fr](mailto:sgay@hopsotch.fr)