



COMMUNIQUE

Levallois, 3 mars 2010

Telligo lance sa première campagne publicitaire grand public avec 'a comme andré' et 'écran média'

Telligo, le spécialiste des séjours de vacances à thèmes pour les 4-18 ans, passe à l'offensive en 2010 pour se faire davantage connaître du grand public, et plus particulièrement de sa cible principale : les foyers CPS + avec enfant de moins de 15 ans, qui représentent plus de 4,6 millions d'individus.

Pour toucher cette cible de façon optimale, compte tenu du budget alloué, l'agence 'écran média', a recommandé et mis en place un mix entre Internet - média de trafic, en forte affinité et puissant auprès de la cible - et radio - fortement consommée par la cible et cohérente en terme de posture de marque. Telligo sera donc présente sur les rubriques féminines des sites MSN, Orange et L'Internaute, ainsi que sur 2 réseaux de sites en affinité, durant tout le mois de mars, et à l'antenne d'Europe 1, RFM, Virgin Radio et les radios d'autoroutes du 5 au 17 mars, pour un total de 412 spots diffusés. Le dispositif est complété par des parutions en presse magazine, essentiellement jeunesse, comme Telligo a l'habitude de le faire depuis plusieurs années : 9 titres pour 18 parutions, dans Science et Vie Junior, Géo Ado ou Le monde des ados par exemple.

Côté création, 'a comme andré' a proposé un angle original consistant à mettre en scène des parents qui voudraient bien, eux aussi, prendre part à des séjours tels que ceux que Telligo ne propose malheureusement qu'à leurs enfants, et qui n'existaient pas quand ils avaient l'âge de partir en « colo ». En radio, cela donne de petites saynètes où un homme (interprété par Bernard Farcy, par ailleurs ancien client de Telligo !) est victime d'une petite régression infantile le faisant rêver à prendre part aux séjours « Graine de véto » ou « Police Scientifique - Unité Spéciale », avant que sa femme (interprétée par Aude Thirion) ne le ramène à la réalité, ou une femme fantasmant à l'idée de participer au séjour « Studio Pop » au grand dam de son mari. Ce que synthétise la signature « Telligo. Les nouvelles colas qui donnent envie de redevenir enfant ». Sur le web, les internautes seront intrigués par des sortes de petites annonces proposant, par exemple, des cours accélérés de sorcellerie ou des postes d'astronaute ou de soigneur pour une réserve africaine, avant la révélation que ces offres sont réservées aux jeunes. En presse, enfants et ados sont les héros des aventures proposées, dont les parents sont gentiment éjectés en arrière-plan.

Responsables annonceur : Fabrice Del Taglia et Karine Geoffroy-Boetsch - Responsable agence : André Gallier - CR : François-Xavier Evrard - DA : Samuel Corbin - Production spots radio : Possible - Responsable agence média : Patrick Gouyou-Beauchamps, Valérie Graff, Anne Bluy, Patrick Magnien et Lionel Leibmann.

A propos de 'a comme andré'

Créée au sein du groupe Australie et dirigée par André Gallier, 'a comme andré', se définit comme « l'agence d'entrepreneurs pour les entrepreneurs ».

À propos de Telligo

Telligo, qui accueille chaque année plus de 18 000 jeunes, est aujourd'hui le seul organisme à proposer une gamme complète de séjours pour les enfants et adolescents : colonies de vacances à thèmes, séjours linguistiques et stages sportifs.

A comme André

Virginy de Martel

Tel : 01.47.58.23.39

Fax : 01.47.58.23.00

vdemartel@australie.com

Telligo

Karine Geoffroy-Boetsch

Tel. 01 46 12 18 69

Fax. 01 73 72 99 16

karine.geoffroyboetsch@telligo.fr

40° sur la banquise (agence RP de Telligo)

Audrey Rossi

Tél. : 01 40 92 11 40

Fax : 01 40 92 95 33

audrey@banquise.com