
Communiqué de presse

Paris | 17 février 2014

Videofutur est de retour ! Pour soutenir le lancement réussi de LA BOX Videofutur, la marque reprend la parole avec une campagne pluri-media, signée BABEL.

Avec à la fois une distribution en propre (magasins Videofutur, site videofutur.fr) et via ses partenaires opérateurs (Virgin Mobile, Ozone, Cityplay), LA BOX Videofutur réunit déjà 20 000 abonnés en quelques mois. Suite à ce lancement réussi, Videofutur accélère et dévoile, à partir du 19 février, sa nouvelle campagne de communication à destination de tous les amateurs de cinéma et de télévision.

A cette occasion, BABEL a conçu une campagne publicitaire 360°, ambitieuse et digitale centric, avec, en point d'orgue, une mini-saga de trois films publicitaires à l'humour décalé... et très ciné, visibles en pre-roll, display, TV, presse et affichage. Ce dispositif media, co-construit avec l'agence Carat, est déployé par cette dernière.

- **Une offre qui casse les codes du marché des box et des services de VOD/SVOD existants.**

Sur un marché des box très concurrentiel, dominé par une course à la « puissance » et à l'accumulation de services « gadgets », Videofutur compte bien faire une place à sa nouvelle offre. Une mini-box qui ne manque pas d'arguments avec

- un maximum de contenu ciné et télé de qualité,
- un design minimaliste,
- une simplicité de navigation déconcertante,
- un usage personnalisé avec notamment les services de replay et de VOD,
- un prix ultra compétitif, qui offre l'illimité pour 10€ par mois, sans engagement.

Accessible même en bas débit, accessible en second écran, accessible en terme de prix, accessible en terme d'utilisation, la mini-box Videofutur joue avec succès, à la fois, la carte de la simplicité et celle de la qualité. Une vraie rupture sur le marché !

- **Une campagne de communication qui joue avec les codes du cinéma***

L'objectif de la campagne : raviver le lien entre Videofutur et les amateurs de cinéma, son public historique, tout en présentant le nouveau visage de la marque et toute la richesse de sa nouvelle offre, qui, aujourd'hui, couvre également la télévision avec toutes les chaînes de la TNT à disposition, les services de Replay (*France TV Pluzz, Arte* et désormais *D8*), Start-over et Preview associés, et certaines chaînes thématiques venant renforcer le positionnement familial, comme *Game One, Paramount Channel* ou encore *Disney Channel*, toutes disponibles également en Replay (*Disney Channel* prochainement) et sans supplément.

En accord avec l'image de la mini-box, BABEL a choisi d'inscrire cette campagne dans une ligne créative simple, proche et sympathique, en rupture avec les codes établis. Employant un humour décalé, l'ensemble de la campagne est teinté d'une conviction chère à Videofutur : divertir avant tout !

La campagne, qui portera la nouvelle signature de Videofutur, « **Le meilleur du cinéma et de la télé accessible à tous** », utilise justement le prisme du cinéma pour présenter chacun des avantages de LA BOX Videofutur à travers une exécution print et une exécution film.

L'agence media Carat s'est inspirée des codes de communication du secteur de l'Entertainment pour déployer les différentes exécutions en Print (presse et affichage), Multiscreen (TV, vidéo online) et Digital. La géolocalisation sera aussi au cœur du dispositif digital, pour surpresser les zones dites « blanches » où la pénétration du Haut-débit est la plus faible.

Dans les affiches, qu'il s'agisse de taille, de prix ou de couverture géographique, les titres de films se bousculent pour faire l'article des atouts de la mini-box Videofutur dans des annonces volontairement minimalistes qui expriment bien l'esprit de la mini-box : accessible, généreuse et sans chichis. Et parce que LA BOX Videofutur est vraiment toute petite, BABEL s'est amusée à l'afficher à taille réelle pour démontrer son côté pratique et discret, quitte à tordre le cou à un grand précepte du marketing qui veut que le produit soit toujours montré en ENORME... Car ce qu'il y a d'énorme dans la mini-box Videofutur, c'est d'abord son contenu.



Babel - 41, rue Greneta, 75002 PARIS - Tel : 01 53 00 10 00

www.agencebabel.com

facebook.com/AgenceBabel

twitter.com/agencebabel

Dans les 3 films (20 sec et 25 sec), c'est encore le cinéma qui nous parle de LA BOX Videofutur. Aucun genre ne lui est étranger : action, épopée ou comédie, qu'on soit simple amateur ou cinéphile, chacun y trouvera son compte. Chaque film met en scène un avantage de la mini-box : sa taille, ses contenus en illimité et sa capacité à fonctionner partout en France, même avec une connexion bas débit.



Une présence digitale « branding » permettra de diffuser les différents films sur l'ensemble des plateformes video mais aussi via un format innovant : l'habillage video RTB.

Un dispositif digital très orienté performance complètera la campagne pour amener l'audience à venir découvrir la richesse de l'offre sur *videofutur.fr*.

Babel - 41, rue Greneta, 75002 PARIS - Tel : 01 53 00 10 00

www.agencebabel.com

facebook.com/AgenceBabel

twitter.com/agencebabel

Plan média

- Une campagne TV
Campagne diffusée sur les chaînes de *France Télévisions* et du Cab/Sat à partir du 19 février 2014.
- Un dispositif digital
Opéré par AMNET (trading desk Aegis), le dispositif intègre :
 - un volet notoriété / branding : Video & Habillage Video.
 - un volet performance en RTB (9 bannières display classiques, 1 habillage vidéo et 3 vidéos catch up) du 19 février au 30 juin 2014.
- Une campagne d’affichage nationale en mobilier urbain 2m²
 - Plus de 8000 faces affichées du 19 février au 25 février 2014.
- Une campagne presse
 - Avec des parutions dans la presse spécialisée (*Première* et *Studio Ciné Live*)
 - Avec des parutions, à partir du 17 février 2014, en presse TV (*Télé Loisirs*, *Télé Magazine*, *Télé Star*, *TV Magazine*, *TV Grandes Chaînes*, *Télé Z*).
- Un relais sur Facebook, Twitter et Youtube

Fiche technique

- Responsables communication annonceur Videofutur :
 - Directeur général: Mathias Hautefort
 - Directrice marketing : Nathalie Barberis
 - Relation presse et community management : Laurent Molin
 - Responsable de la communication : Mathilde Colas
- Dispositif publicitaire BABEL :
 - Responsables agence : Laurent Habib, Guillaume Lefèvre-Daly, Jérôme Burlet
 - Directeur de création : Paul Wauters
 - Directeur artistique : Viken Guzel
 - Concepteur-rédacteur : Jean Desportes
 - Production agence : Jeanne Halfon
 - Production digital: Vianney Audouze
 - Maison de production : Bandits
 - Réalisateur : Yvan Goldschmidt
- Dispositif Media Carat :
 - Responsable agence : Grégoire Peyroles
 - Directeur Trading: Sylvie Le Clech
 - Directeur conseil Digital : Jean-Sébastien Marmuse

Contacts presse

Contact Babel :

Stéphanie Lacaille

LD : 01 53 00 73 67 – Port : 06 21 66 60 50

stephanie.lacaille@agencebabel.com

Contact Carat :

Direction de la Communication – Céline Letu-Tortorici

01 41 16 53 47 – celine.letu-tortorici@dentsuaegis.com

Contact Videofutur

Laurent Molin

01 55 62 56 36 - 06 25 74 74 20

Laurent.molin@videofutur.com

*Nous remercions les Studios qui nous ont accompagnés sur cette campagne : Ad Vitam, France Télévision Distribution, Gaumont, Pathé, Paramount, Seven 7, SND, Sony, Studio Canal, Wild Side