

**Affichage : L'Aéroport de Montpellier part en campagne avec Next One !**

**Chambéry, le 18 avril 2011 - L' Aéroport de Montpellier a choisi le réseau d'affichage indoor Next One pour promouvoir ses destinations auprès des Languedociens. Jusque fin avril, la campagne s'affiche sur 420 faces dans les principaux lieux de sortie à Montpellier et Nîmes ainsi qu'au Stade de France.**



**Un dispositif ciblé et puissant pour toucher les Languedociens**

Comment créer le réflexe « Aéroport de Montpellier » ? Au moment où les Languedociens préparent leurs vacances estivales, l'Aéroport de Montpellier a lancé une campagne de communication plurimédia pour promouvoir l'ensemble de ses destinations (Angleterre, Europe du Nord, Maroc, Tunisie, Madrid et Corse). Pour toucher le grand public et des cibles très diversifiées – leaders d'opinion, seniors, étudiants, etc – le plan média a été complété par de l'affichage indoor sur le réseau Next One : les 5 visuels de la campagne sont ainsi visibles sur 220 panneaux jusque fin avril dans les restaurants, bars, cinémas, salles de sport... à Montpellier et à Nîmes.

« Le dispositif proposé par Next One nous a permis d'optimiser la visibilité et le ciblage de notre campagne tout en respectant des contraintes budgétaires fortes » explique la Direction de l'Aéroport de Montpellier.



Une campagne sur-mesure donc, accessible et visible... qui devrait marquer les esprits au niveau local : « Nous avons pu constater des retours positifs sous la forme d'appels de personne ayant vu la publicité. Situé dans un environnement publicitaire sans concurrence, ce support est par conséquent impactant. On a le temps de lire le message et de s'attarder sur la publicité ».

**Aéroport de Montpellier au Stade de France**

Pour renforcer le dispositif, et inciter les Languedociens à partir en vacances depuis l'Aéroport de Montpellier, la campagne sera également visible sur 200 faces du réseau Next One développé au Stade de France, à l'occasion de la finale de la coupe de la ligue (Olympique de Marseille vs Montpellier Hérault SC) le 23 avril prochain et où 40 000 Languedociens sont attendus.

En Languedoc-Roussillon, Next One dispose de 750 panneaux dans les bars, restaurants et autres lieux publics de Nîmes, Montpellier, Perpignan et Béziers. Un maillage impactant qui séduit de nombreuses marques en région : Les Transports de l'agglomération de Montpellier, Peugeot, BMW, Denim Republic, et bien d'autres encore.

Sur Next One : Next One est le leader national de l'affichage indoor (15 200 panneaux, 472 campagnes annuelles, 96 agglomérations françaises couvertes), et l'afficheur indoor exclusif des plus grandes enceintes événementielles en France (Stade de France, Palais Omnisports Paris-Bercy, Paris Expo Porte de Versailles, Paris Nord Villepinte, Eurexpo). Next One c'est aussi une présence dans les principaux lieux de sorties (bars, restaurants, discothèques) ; des réseaux ciblés (« hommes », « femmes », « étudiants », « CSP+ », « autoroutes », « grand public », etc.) ; des campagnes événementielles (l'entreprise propose à ses annonceurs un dispositif complet d'affichage et adhésivage pour habiller les espaces des toilettes aux couleurs d'une marque ou d'un événement). Enfin, pour être toujours au plus près des besoins des marques et leur permettre de gagner en proximité avec leurs cibles, Next One a élargi en 2010 son offre à l'affichage interactif avec l'intégration de codes 2D.

[www.next-one.fr](http://www.next-one.fr)

Contact Presse : Clara Moreno - 06 12 56 70 07 – [clara@morenoconseil.com](mailto:clara@morenoconseil.com)  
Next One (siège social) - 949, rue Denis Papin - 73290 La Motte Servolex