



Affichage : Next One signe le parc aquatique Marineland et renforce son offre estivale « Grand Littoral »

Chambéry, le 27 juin – Next One devient l'afficheur indoor exclusif du parc aquatique Marineland à Antibes. Un contrat qui vient renforcer son offre « Grand Littoral » destinée à accompagner les marques en période estivale.

Un dispositif impactant dans le plus grand parc marin européen

Une référence de plus ! Next One vient de remporter l'affichage indoor du premier parc marin d'Europe, Marineland, situé à Antibes. Fondé en 1970, le parc regroupe sur une superficie de 25 hectares près de 4 500 animaux parmi 36 espèces différentes (orques, oiseaux marins, requins, etc.). D'ici au 30 juin, Next One aura posé 200 panneaux dans les toilettes du complexe qui accueille environ 1.5 millions de visiteurs par an dont 50% sur les périodes de juin à septembre. Avec ce contrat, qui court jusqu'en 2016, Next One étend donc son réseau pour proposer de nouveaux espaces d'affichage pour les marques : « *Tout comme cela a pu être le cas avec le Stade de France ou Paris-Bercy, Marineland s'inscrit dans la continuité de notre stratégie de renforcer notre offre d'affichage ciblé, et d'augmenter la puissance de notre réseau* » résume Guillaume Vaillant, Directeur Associé de Next One.

Une offre estivale « Grand Littoral » renforcée

Ce contrat vient étoffer l'offre « Grand Littoral » de Next One destinée à accompagner les marques lors de leur communication estivale. Ce dispositif comprend désormais 950 panneaux situés dans les toilettes de 350 lieux (bars, restaurant, clubs, etc.) de 28 villes de Provence Alpes Côte d'Azur, du Languedoc-Roussillon, de la côte Atlantique, ainsi que de la côte d'Opale.*

Le Petit Marseillais sur la route des vacances avec Next One

Un réseau qui permet de cibler les vacanciers sur leur lieu de villégiature à une période de l'année où ils sont plus réceptifs aux messages publicitaires et qui séduit d'année en année des annonceurs issus de tous les secteurs : prévention et santé (Sanofi Pasteur, Sécurité Routière), banque (Société Générale, Crédit Agricole), prêt-à-porter (Kaporal), boissons (Bavaria), etc.

C'est ce qui a présidé Le Petit Marseillais à choisir Next One pour orchestrer sa prochaine campagne à destination de son public familial estivant. Visible du 28 juillet au 24 août sur le réseau « Grand Littoral », la campagne consiste en de l'affichage (sur 465 faces) ainsi que de la mise à disposition de gels mousse pour les mains dans les toilettes des 232 lieux sélectionnés pour l'occasion.

*PACA (Marseille, Nice, Cannes, Monaco, Aix-en-Provence, Saint-Tropez, Bandol, La Ciotat, Saint-Laurent du Var, Antibes, Juan les Pins, Saint-Jean Cap Ferrat, Cassis), Languedoc-Roussillon (Montpellier, Cadp d'Agde, La Grande-Motte, Perpignan, Canet en Roussillon), Côte d'Opale (Boulogne, Dunkerque, Calais), Côte Atlantique (Biarritz, La Rochelle, Saint Malo, Brest, Quimper, Lorient, Vannes)

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, etc.). 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

Contact Presse : Clara Moreno - 06 12 56 70 07 – clara@morenoconseil.com