

## Proloisirs lance une nouvelle campagne TV et Web musclée et bien meublée



« La belle vie en extérieur depuis 25 ans », telle est la signature des spots Proloisirs qui vont fleurir en TV et sur le Web à partir du mois d'avril. Cette année encore, Proloisirs investit les médias avec une campagne musclée qui place la marque dans l'esprit des français, afin de développer sa notoriété et soutenir ses ventes au cœur de la saison jardin.

Pendant 16 semaines, Proloisirs met en place un dispositif de communication exceptionnel via 260 spots TV et 7 000 000 spots destinés aux sites Web et aux réseaux sociaux. Évoquant la belle vie en extérieur, le spot TV et Web Proloisirs est produit par le Studio Kalice et conçu par l'agence Après la pub. Il met en scène familles et amis autour du mobilier de jardin du créateur français.

Diffusée de mai à juin, la campagne TV nationale et massive soutenue par le nouveau spot « La belle vie en extérieur » a pour objectifs de toucher le plus grand nombre et de générer du trafic dans les points de vente. Pour cela, ProLoisirs a choisi de s'afficher sur les principales chaînes du Groupe France Télévisions. Programmés sur des heures à forte audience, essentiellement en prime-time, les 260 spots permettent de toucher près de 14 fois 84 % de la cible ProLoisirs.

Les billboards de 12 et 20 secondes diffusés sur France 2 et France 3 sponsorisent différentes séries et fictions en semaine et le week-end. En vue de renforcer cette campagne TV, le parrainage de la météo régionale de France 3 a été choisi afin de profiter d'une présence quotidienne.

Côté Web, ProLoisirs renforce son dispositif pour multiplier les points de contact vers sa cible sur les mois d'avril, mai et juillet. Ainsi, près de 7 000 000 spots seront vus sur le web via des sites et des réseaux sociaux. Ciblant la clientèle potentielle de la marque, les vidéos seront diffusées sur les sites de grands médias tels que 20 Minutes, Auto Plus, Le Monde, Sud-Ouest, My TF1, Maison et Jardin Magazine, L'Équipe, Le Parisien, Femme Actuelle, Rustica et également sur Yahoo! et Orange. Les spots ProLoisirs seront également visibles en parrainage des replay de séries et sur les replay « Actu » et « Sport » de France TV.

Enfin, pour parachever le dispositif, un plan de communication sur les réseaux sociaux a été programmé sur Instagram, Facebook et YouTube.

**Avec sa nouvelle campagne de communication, ProLoisirs se donne tous les moyens pour valoriser la qualité et la convivialité de ses produits, accroître sa visibilité comme sa notoriété, soutenir les ventes de ses partenaires distributeurs et devenir la marque incontournable sur ce segment de marché.**

