



Communiqué de presse

Paris, le 14 mars 2006

Avec voyages-sncf.com, découvrez  
« Losse-en-Gelaisse », « Quancoune », « Nouillorc »  
et « Saint Gapour »

VOYAGES-SNCF.COM MISE SUR L'HUMOUR AVEC UNE NOUVELLE  
CAMPAGNE DE PUBLICITE ON ET OFF LINE SIGNEE DDB PARIS

Fidèle à sa posture qui privilégie l'humour et un ton décalé,  
voyages-sncf.com reprend la parole avec une campagne de publicité qui  
allie affichage, presse et vidéo sur internet à partir du 14 mars 2006.

*« Cette campagne doit agir comme un électro-choc, destiné à faire savoir  
que Voyages-Sncf.com est une agence de voyages généraliste, et à lever  
les derniers freins psychologiques quant à l'acte d'achat sur internet ». a  
déclaré Rachel Picard, directrice générale adjointe de voyages-sncf.com,  
« Nous avons fait le choix d'un message publicitaire impertinent qui peut  
se décliner sur différents supports, on-line et off-line, et vivre dans la  
durée. »*

La nouvelle campagne de voyages-sncf.com s'appuie sur les « référents  
culturels » de la marque et continue, après le phénomène  
Transatlantys, à inverser les idées préconçues :

- Voyages-sncf.com propose toutes les destinations et tous les modes  
de transport (alors que le site est encore trop souvent perçu comme  
dédié au train et à la France).

- Voyages-sncf.com propose une gamme de services à valeur ajoutée associés à l'achat de billets de train en ligne.

La campagne globale, irrévérencieuse, détourne ces «a priori» en reprenant les codes usuellement attachés à Voyages-sncf.com :

NOUILLORC, LOSSE-EN-GELAISSE, QUANCOUNE, ST-GAPOUR...

Quatre visuels associent la marque aux grandes destinations du monde à travers des panneaux signalant l'entrée des villages qui présentent une orthographe revisitée à la « sauce » française : « Nouillorc », « Quancoune », « Losse-en-Gelaisse » et « St-Gapour ».

Sur cette accroche visuelle, qui privilégie un ton humoristique et complice, la phrase « Heureusement, on ne vous propose pas que le train » présente la véritable offre de Voyages-sncf.com.

MAIS AUSSI ...

Quatre visuels de panneaux de gares qui présentent les services dans une approche tout aussi détournée et provocatrice....

Avec le panneau « DECHE », illustrant la problématique « On ne peut pas toujours acheter son billet plein tarif », la réponse est : le calendrier des meilleurs prix sur voyages-sncf.com.

Avec le panneau « PETOCHES », illustrant la problématique « On hésite parfois à payer sur Internet » la réponse est : la possibilité de réserver en ligne et de payer en gare.

Avec le panneau « GASTREAU-EN-THERITE », illustrant la problématique « On ne peut pas toujours se déplacer pour acheter son billet » la réponse est : la possibilité d'envoi gratuit de billets à domicile.

Avec le panneau « CROULAY-SOUS-LE-BOULEAU », illustrant la problématique « on n'a pas toujours le temps de s'organiser » la réponse est : les offres de dernière minute.

*« Après le succès de Transatlantys.com, il fallait faire différent mais conserver la même veine créative. En pariant sur l'autodérision à la française, nous avons joué avec l'envie d'humour et de connivence des voyageurs. »* a précisé Jean-Luc Bravi, Président de DDB Paris.

La campagne se décline également sur internet, au travers d'une saga de sept clips vidéo téléchargeables, dont le caractère humoristique se prête bien à une diffusion « virale » entre internautes.

Une campagne en 3 vagues :

- Le 14 mars 2006 sur Internet (*15 jours*)
- Le 27 Mars 2006 en affichage urbain et gares (*Paris/Province-1 semaine*)
- La semaine du 27 Mars 2006 en presse (*presse magazine et gratuite -1 mois et demi*)

Contacts presse :

Pour voyages-sncf.com

Olivia Benoit, Eurorscg C&O  
01.58.47.95.37  
[Olivia.benoit@eurorscg.fr](mailto:Olivia.benoit@eurorscg.fr)

Laure Le Gall, Voyages-sncf.com  
01.45.19.29.13  
[llegall@voyages-sncf.com](mailto:llegall@voyages-sncf.com)

Pour DDB Paris

Sophie Gellet,  
Directrice de la communication  
01.53.32.56.07

[sophie.gellet@ddbparis.fr](mailto:sophie.gellet@ddbparis.fr)

[A propos de Voyages-sncf.com](#)

Créée en juin 2000, Voyages-sncf.com est une agence de voyages qui propose d'acheter en ligne billets de trains, billets d'avions, locations de voitures, locations de vacances, chambres d'hôtel, séjours clé en main et Alacarte® et également des spectacles, excursions, musées... (Loisirs+). Un large choix et des prix compétitifs sont offerts toute l'année, pour tous types de voyages dans le monde entier : SNCF, 480 compagnies aériennes, 67 000 hôtels référencés, 5 loueurs de voitures. [www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com)

## Fiche Technique

---

Annonceur :	voyages-sncf.com
Produit :	Agence et Train
Agence :	DDB PARIS
Titre de la Campagne	« Panneaux »
Campagne « Agence de Voyages »	“Quancoune” – “Losse- En- Gelaisse” – “Nouillorc” – “Saint Gapour”
Campagne “ Train”	« Gastreau-en- Théríte » - « Dèche » - « Pétoches » - « Croulay-sous-le-bouleau »
Film Internet	« Louc-sorre » - « Nioudelle» - « Nouillorc » - « Péquint » - “Yste-en-boule” – “Marrat- Quèche” - “Quancoune”
Directeurs de la Création	Sylvain Thirache – Alexandre Hervé
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Campagne Print</u></li></ul>	
Concepteur Rédacteur Directeur Artistique	Jérôme Langlade Sébastien Pierre
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Campagne Internet</u></li></ul>	
Concepteur Rédacteur Directeur Artistique	Julien Kosowski Stéphane Soussan
Photo	Olivier Emsellem
Achat D'Art	Marine Rolland
Responsables Agence	Stéphane Hardel Florent Moignard
Responsables Annonceur	Christophe Léon Xavier Corouge Anthony Sollinger
Parution	14 mars On Line 27 Mars Presse et Affichage