

Proloisirs[®]
La belle vie en extérieur



**Pour ses 25 ans, Proloisirs lance
une campagne énergique
à la télé et sur le web**



Vingt-cinq ans, ça se fête ! Pour marquer un grand coup, le créateur de mobilier d'extérieur Proloisirs a choisi de lancer une campagne TV et web particulièrement musclée. Pendant 12 semaines, d'avril à juin 2022, la marque s'affichera massivement avec 600 spots sur les grandes chaînes du Groupe France Télévisions, et 4 400 000 spots et bannières sur une sélection de sites web (France TV, MY TF1, 20 Minutes, aufeminin et Orange), et sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et YouTube).

Cette campagne TV nationale et massive, qui permet à Proloisirs de toucher le plus grand nombre et de créer du trafic dans les points de vente, vient enrichir un plan de communication déjà très fourni. En témoigne le grand jeu concours Proloisirs, organisé jusqu'en juin 2022 dans 233 points de vente. À la clé, une voiture électrique MINI d'une valeur de 33 900 euros et 233 vélos à assistance électrique d'une valeur unitaire de 1 490 euros.

Information presse Proloisirs 2022

Une campagne TV et web pour une visibilité optimale

Dans le cadre de sa campagne publicitaire, ProLoisirs a choisi de s'afficher avec des billboards de 12 et 6" sur France 2 et France 3. La société sponsorise ainsi plusieurs séries et fictions à forte audience en semaine et week-end. Programmés sur des heures de grande audience, en *access* et en *prime-time*, ces spots ciblent 87 % des 35 ans et plus. Cible qui sera couverte près de 19 fois. Le plan média comprend également une reprise des billboards des séries et fictions de France TV en replay, à hauteur de 5 millions d'impressions. Le dispositif est complété avec des billboards avant séries sur les chaînes Syfy et 13^{ÈME} RUE.

Évoquant la belle vie en extérieur, le spot TV 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.

Un plan digital pour multiplier les points de contact

Côté web, ProLoisirs renforce son dispositif pour multiplier les points de contact avec sa cible. Ainsi, près d'un million de spots et bannières seront vus sur France TV dans les packs sport et avant la rediffusion de l'émission « Au cœur de l'actu ». La campagne sera également visible en spots et bannières sur les sites web MY TF1, 20 Minutes, auféminin et Orange, avec 2,8 millions d'impressions. Enfin, pour parachever un plan sur les réseaux sociaux, ont été programmées 2,6 millions de vues sur Instagram, Facebook et YouTube.

En communiquant largement auprès du grand public, ProLoisirs se donne tous les moyens pour valoriser la qualité et la convivialité de ses produits, développer sa notoriété, et se positionner comme un acteur incontournable de son marché.



Les informations presse et les visuels ProLoisirs sont téléchargeables sur www.primavera.fr
Rubrique : espace presse, ou disponibles sur simple demande au 01 55 21 63 85 - primavera@primavera.fr