

Communiqué de presse, Paris le 6 juillet 2017

Campanile place la DCO au cœur de ses campagnes, avec ADventori

Campanile a fait appel au dispositif DCO* d'ADventori pour communiquer sa promesse de marque. La campagne, cross-device et multi-formats, est pilotée par Mediabrands afin de promouvoir les animations organisées dans les établissements Campanile à proximité de l'internaute et la restauration.

Une campagne DCO web-to-store, cross-device et multi-formats

« Campanile – Réservez bien plus qu'une nuit ». Avec Campanile, venez partager un moment de convivialité ! Découvrez les animations et événements proposés au sein de nos hôtels et profitez de ces moments pour échanger en famille, entre amis ou entre collègues ! Apéros, diffusions d'événements sportifs sur grand écran, afterworks, dégustations, soirées ou animations thématiques... il y en a pour toutes vos envies !

Pour honorer cette promesse et partager ses valeurs de proximité et de convivialité, la chaîne hôtelière Campanile a mis en place une campagne dynamique, orchestrée par Mediabrands aux côtés du trading desk Cadreon et de l'agence Ponk pour la partie créative.

Grâce à la technologie DCO d'ADventori, le contenu des publicités s'adapte en temps-réel à la situation de l'internaute. Alliant créa, data et enjeux business, Campanile a mis en place un scénario de campagne qui s'appuie sur des données situationnelles (dates, heures et géolocalisation) et ses données 1st party (événements, adresses du réseau hôtelier) afin de générer du trafic qualifié.

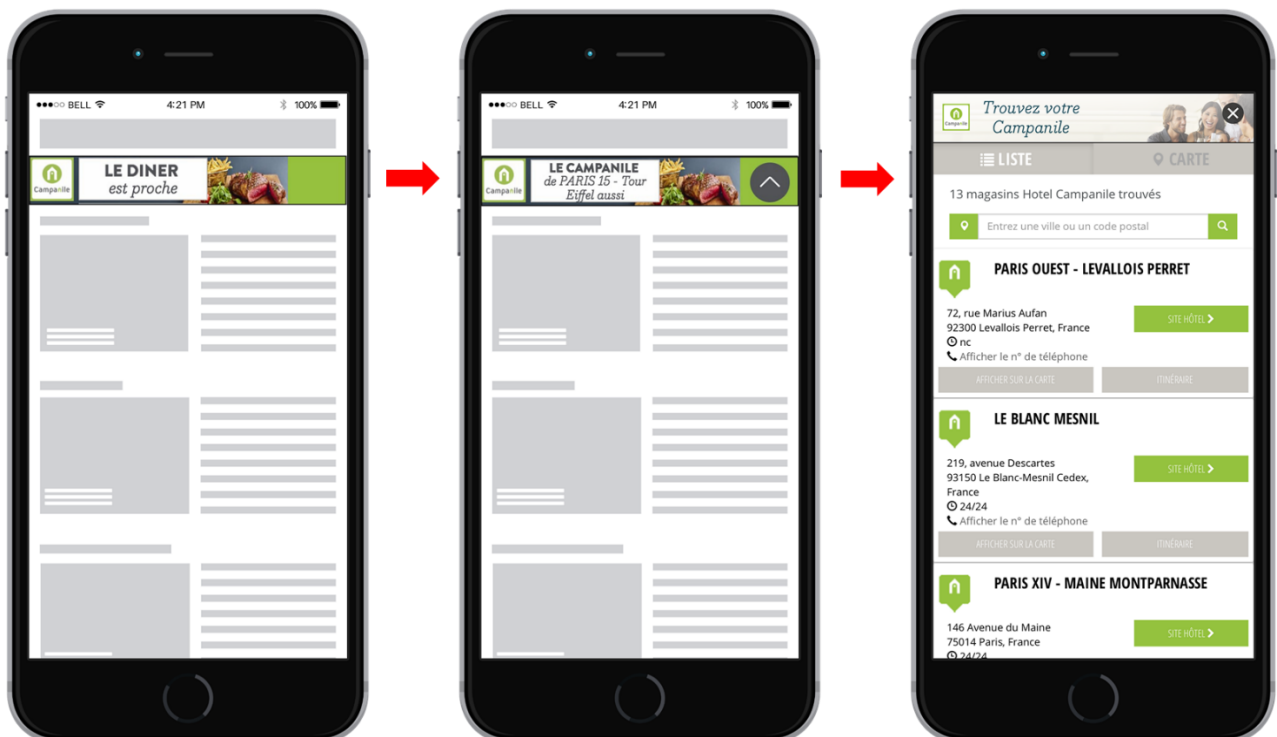


A partir de ces données, le scénario de campagne valorise le réseau hôtelier comme un vrai lieu de vie et s'articule ainsi :

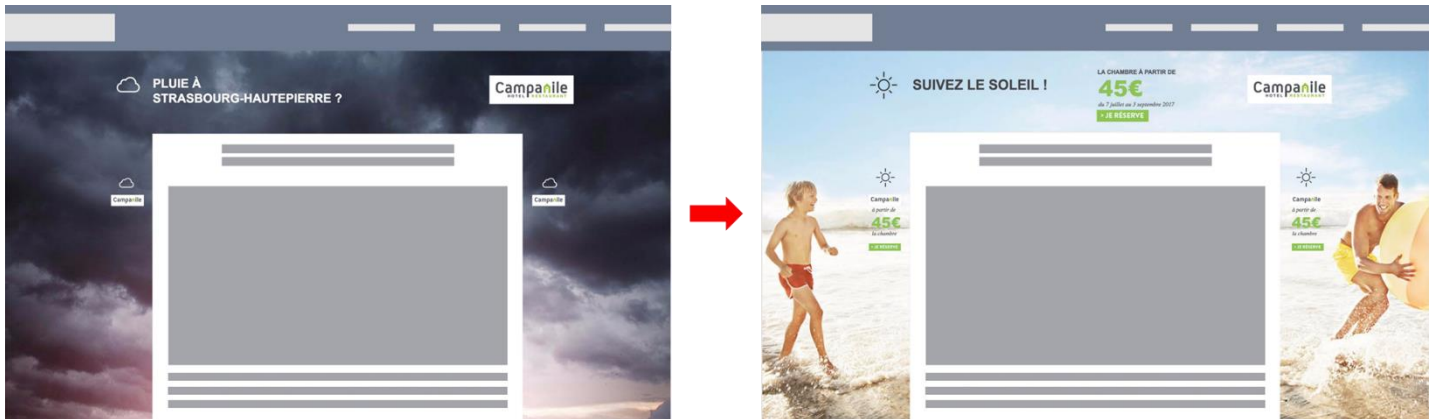
- Les animations organisées prochainement dans les hôtels à proximité de l'internaute, sont présentées dynamiquement en fonction de leurs dates. Campanile fait ainsi la promotion de près de 200 soirées à thèmes et diffusion de compétitions sportives au sein de 318 établissements métropolitain de l'enseigne, et ce, uniquement pour la période estivale.
- Selon l'horaire de diffusion, les publicités affichent les restaurants des établissements Campanile les plus proches, sur les moments du déjeuner et du dîner.

Cette stratégie est déployée quel que soit le device et avec 2 objectifs :

- Sur desktop et mobile, pour accroître la notoriété de la marque : une vidéo Vpaid composée d'un écran dynamique suivi d'un spot publicitaire de la marque.
- Sur mobile, avec un objectif drive-to-store : une bannière dynamique qui au clic, propose un store locator sous forme d'expand. Celui-ci donne accès à une liste présentant les différents hôtels Campanile situés à proximité du mobinaute, ainsi qu'à une cartographie de ces établissements.



Un habillage dynamique indiquant la météo temps-réel de l'internaute, en fonction de sa géolocalisation, vient compléter le dispositif.



Un dispositif DCO pour allier branding et performance

Le plan média ambitieux, mis en place par Mediabrands afin de toucher les internautes, nécessite un support technologique souple et agnostique.

Grâce à la solution web-to-store et à l'intégration de données temps-réel proposées par ADventori, une seule matrice par format suffit pour générer plusieurs milliers de déclinaisons de vidéos et bannières adaptées à la situation de chaque utilisateur et au calendrier des événements, et ce, en temps-réel.

« Afin de soutenir notre promesse de marque, nos établissements organisent différentes animations dans toute la France. Certains évènements sont certes nationaux, mais la plupart des animations sont définies localement. Jusqu'alors nous ne pouvions pas communiquer spécifiquement sur chaque évènement dans nos campagnes média nationales. La technologie nous permet aujourd'hui de promouvoir tous nos évènements, de façon pertinente pour nos clients, et de soutenir chaque établissement de façon spécifique, souligne **Gaëlle Vial-Paquet, Chef de Groupe Campanile**. Tout en rationalisant la production créative, ce dispositif nous apporte une vision unifiée des KPIs que nous nous sommes fixés. »

Au-delà des enjeux de performance, cette campagne permet d'asseoir la promesse de la marque tournée autour de la convivialité.

« Nous sommes ravis d'accompagner Campanile et Louvre Hotels Group pour cette première campagne, alliant notre offre web-to-store et la vidéo DCO, explique **Eric-Alexis Fortier, Chief Executive Officer d'ADventori**. L'enjeu majeur a été d'apporter, via l'ad serving, plus de liberté et de souplesse au vu de l'important nombre de données utilisées et des combinaisons créatives multiples imaginées par le scénario. »

*Dynamic Creative Optimization

CONTACTS PRESSE

CAMPANILE : Marie Nonell : mnonell@louvre-hotels.com

ADVENTORI : Marieke Buis : Marieke.buis@aventori.com

A PROPOS DE CAMPANILE

Les hôtels-restaurants Campanile ont vu le jour en 1976. La convivialité et l'authenticité en sont les valeurs historiques. Aujourd'hui, Campanile compte 379 hôtels répartis dans 9 pays d'Europe et en Chine et représente le 4e réseau de restauration en France. L'enseigne a ouvert ses deux premiers hôtels en Chine cet été et sera bientôt lancée au Moyen-Orient. Sa signature : « Réservez bien plus qu'une nuit ».

A PROPOS DE LOUVRE HOTELS GROUP

Louvre Hotels Group est un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui 2 500 hôtels dans 52 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques historiques de Louvre Hotels Group : Première Classe, Kyriad, Campanile, Tulip Inn, Golden Tulip, Royal Tulip ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde ainsi que 4 marques chinoises : Metropolo, Jin Jiang Inn, Bestay, Goldmet Inn. Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., 5ème groupe hôtelier mondial.

A PROPOS D'ADVENTORI

ADventori est un Data-Driven Creative Adserver indépendant dont la vocation est de personnaliser, mesurer et optimiser la création publicitaire. Les annonceurs, agences créa, média et DSP s'appuient sur notre plateforme pour améliorer l'efficacité des dispositifs digitaux (bannières, mobile, vidéo, landing page, native ads, DOOH) en intégrant des flux de données temps-réel provenant de l'annonceur, de l'internaute ou des sites éditeurs. Nos publicités s'adaptent au ciblage, déployant à la fois un message pertinent à l'internaute et un niveau de performance de campagne plus élevé pour l'annonceur. Nos références : Renault, SFR, Bouygues Immobilier, E. Leclerc, La Compagnie des Alpes, SNCF, Voyages-SNCF, Pierre&Vacances, Orange, Groupama, Foodora, Carrefour, Fnac, Française des Jeux.

www.adventori.com/fr