

Une campagne 100% digitale pour les 18-25 ans

Campagne jeunes 2024



Contexte

La période estivale et de rentrée est propice pour développer la mobilité des jeunes et les inciter à faire le choix du train, dans le cadre de leurs déplacements loisirs ou pour leurs études



Objectifs

- Développer la mobilité des jeunes en train avec des prix très attractifs dans un contexte estival et de rentrée,
- Faire connaître les offres et développer les ventes de billets,
- Convertir les jeunes sur l'utilisation des trains NOMAD.



Cibles

- Cible principale : jeunes normands de -26 ans
- Cœur de cible : les 18-25 ans, qui utilisent le covoiturage ou bus longue distance



Période

- Du 19 juillet au 21 août (angle été)
- Du 30 août au 20 septembre (angle rentrée)



Leviers

100% digital : Réseaux sociaux, Snapchat, Youtube, TV replay, plateformes streaming

Le concept vidéo

Campagne jeunes 2024



Besoin :

- Création d'une vidéo sur la base d'un format de 30 secondes, pour diffusion sur les réseaux sociaux, Youtube, TV replay et sur les plateformes de streaming Netflix et Prime Vidéo

Objectifs de la vidéo :

- Capturer l'essence de la liberté qu'offre le train aux jeunes de 18 à 25 ans, en mettant en scène des moments de vie entre amis : musique, sport, plage fête avec comme fil rouge le train.
- Refléter la facilité d'accès qu'offre les trains NOMAD pour se déplacer en Normandie et vers Paris.
- Décliner une capsule pour la rentrée étudiante

Tonalité et style :

- Montage rythmé et dynamique
- Couleurs vives, pop et dans l'esprit NOMAD,
- Effets graphiques pour souligner les actions.

Réalisation : **NAUTILE PRODUCTION**



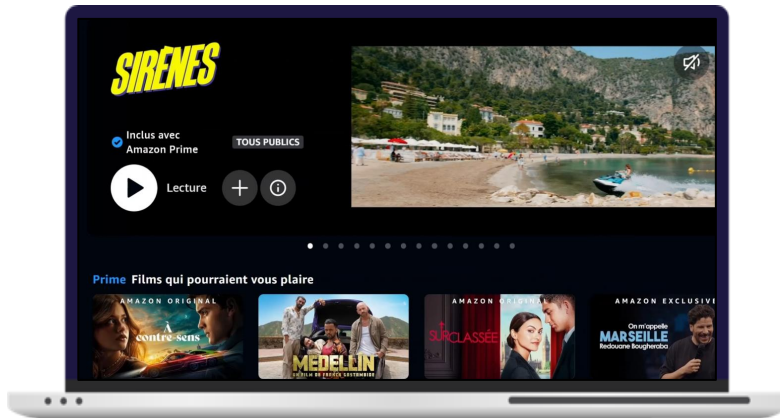
Plateformes de diffusion

Campagne jeunes 2024

NETFLIX



prime video



YouTube

