

Communiqué de presse – 3 avril 2009

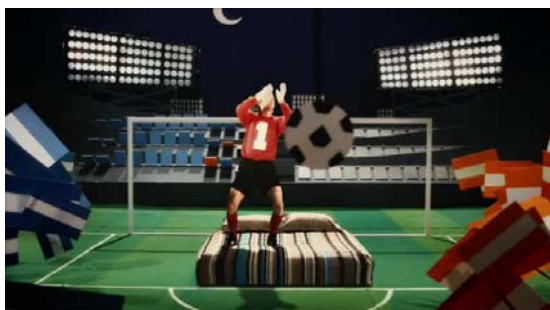
## « Payez moins, bougez plus » : hotelF1 accélère sa mutation et communique pour la première fois en télévision

**hotelF1, leader français de l'hôtellerie super low cost, lance une vaste campagne de communication télévision et web, signée par l'agence Australie.**

Vingt-cinq ans après avoir démocratisé l'accès à l'hôtellerie en créant le concept de chambre fonctionnelle au prix le plus bas, hotelF1, ex-Formule 1, accélère sa mutation. Chambres et espaces d'accueil réinventés, nom et logo repensés, la marque reprend aujourd'hui la parole en communication. La signature « *Payez moins, bougez plus* » évoque ainsi des clients décomplexés, qui cherchent des formules à bas prix pour leurs déplacements, sans compromis sur la qualité.

### Une campagne de télévision originale

La campagne de télévision, une première pour hotelF1, sera visible sur les écrans du 4 avril au 7 juin 2009 sur TF1, M6, Canal Plus et sur la TNT. Des saynètes précisément chorégraphiées évoquent les nombreuses occasions de séjours dans les hotelF1 : vacances à la mer, déplacement lors d'un match de football, visite d'un parc d'attraction, soirée en discothèque, invitation à un mariage, partie de pêche, séance de shopping... Une mise en scène originale associant tournage classique et « stop-motion » (tournage des décors image par image).



Le lit, symbole de l'hôtellerie, est au centre de toutes les séquences (un spot générique de 20 secondes, accompagné de deux déclinaisons de 12 secondes). Véritable héros des films, il est l'élément de transition qui permet de passer d'un univers à l'autre. Scandés par la musique rythmée et joyeuse du titre « *Good Time* » des Brazilian Girls dans l'univers graphique et onirique du réalisateur Edouard Salier, ces films sont des invitations à profiter des plaisirs de la vie.

## Un partenariat musical inédit

Cette campagne télévisuelle s'appuie sur un partenariat musical avec Universal Music. Le titre « Good Time » offre une promesse publicitaire qui va au-delà de la bande-son traditionnelle. Tout a été mis en œuvre pour nourrir l'association musique-marque en exclusivité française pour hotelF1 :

- Calage de la bande-son optimisé pour mettre en valeur l'attractivité de la chanson
- Intégration du crédit de la musique
- Envoi du single aux radios
- Mise en avant du titre sur le site hotelF1.com (biographie, clip, site du groupe...)
- Organisation d'un jeu-concours sur le site de référence www.musiquedepub.tv
- Dispositif media web : diffusion du spot hotelF1 en amont des clips Universal Music sur les principaux sites et blogs musicaux ; et du vidéo-clip original de « Good time » à la fin de tous les clips visionnés.

## Une déclinaison on-line de la campagne « Payez-moins, bougez plus » sur hotelF1.com

L'agence Australie a également en charge la déclinaison on-line de la campagne avec la refonte du site hotelF1.com, une nouvelle home-page et un nouvel habillage graphique.

Les internautes peuvent retrouver l'univers du film TV dans la campagne de communication on-line. Des bannières d'e-pub mettent en valeur les offres promotionnelles de la marque, ainsi que les changements concrets dans les chambres hotelF1.

Enfin, Australie a mis en place un dispositif participatif avec Eyeka, plateforme communautaire dotée d'un réseau de 30 000 créatifs semi-professionnels. Un concours de vidéos a été lancé le 24 mars sur le thème « Bougez Plus ». Les meilleures contributions seront ensuite diffusées en e-pub.



Depuis septembre 2007, hotelF1 a entrepris la modernisation de son parc hôtelier français : les nouveaux établissements sont équipés de chambres encore plus fonctionnelles et plus modernes (agrandissement de la literie, création d'une chambre duo avec deux lits simples, généralisation des écrans plats, insonorisation et renforcement de la sécurité...). Les espaces de vie ont été totalement repensés pour plus de convivialité (réception et espaces cafétéria/snack). 120 hôtels ont d'ores et déjà bénéficié de cette rénovation et arborent la nouvelle identité visuelle de la marque. L'ensemble des hôtels du réseau français sera rénové d'ici 2010.



### Contacts presse :

**Accor/hotelF1 : Anne-Sophie Sibout**  
01 61 61 83 00  
anne-sophie.sibout@accor.com

**Australie : Virginy de Martel**  
06 69 49 67 49  
vdemartel@australie.com