



## L'ANCV renforce son identité le vendredi 9 avril

Face aux nouveaux enjeux de sa mission, l'ANCV - Agence Nationale pour les Chèques-Vacances - actualise son identité visuelle et lance une nouvelle campagne de communication globale illustrant le caractère essentiel de sa mission : favoriser l'accès aux vacances pour tous. La marque ANCV porte son discours d'établissement public au service de la politique sociale du tourisme avec une nouvelle signature : « **Parce que les vacances, c'est essentiel** ».

Au cours des trois dernières années, l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances a renforcé ses moyens, développé ses compétences et confirmé ses savoir-faire.

Sa mission unique s'appuie sur deux dispositifs complémentaires : le Chèque-Vacances pour les salariés de toutes les entreprises et les programmes d'action sociale pour les publics en difficulté.

Après les réformes initiées en 2008 et 2009 par Hervé Novelli, Secrétaire d'Etat au Tourisme, l'ANCV se mobilise à la demande du Gouvernement et du Parlement sur de nouveaux enjeux qui amplifient sa mission.

Ainsi, 2010 sera l'année :

- de la diffusion massive du Chèque-Vacances dans les entreprises de moins de 50 salariés,
- du développement accru des programmes d'action sociale vers des publics spécifiques souvent délaissés,
- du lancement du *coffret séjour jeunes*,
- d'une amplification du programme *Seniors en Vacances*
- et d'un projet conjoint avec la Caisse des Dépôts d'un fonds d'investissement *Tourisme Social Investissement*.

**Sur les conseils de l'agence de communication EURO RSCG C&O, une nouvelle campagne de communication globale est lancée à compter du 9 avril avec un nouveau logo positionnant l'ANCV dans sa mission unique et globale.**

Jusque là très axée sur le Chèque-Vacances, la communication de l'ANCV se réoriente pour concrétiser ses évolutions. La création d'un logo institutionnel consacre le positionnement de l'ANCV dans sa mission unique et globale d'accès aux vacances pour tous.

Afin de redonner de la puissance et de la visibilité à la marque ANCV, le logo a évolué vers plus de modernité tout en conservant un graphisme simple. Il reprend les fondamentaux de l'ANCV, à savoir le rouge et le bleu du service public, associés à l'envol de l'oiseau évoquant un horizon élargi de liberté.

Pour asseoir leur spécificité et renforcer leur développement, le nouveau logo est décliné pour chaque produit (Chèque-Vacances, Coupon Sport ancv) et chaque programme, (Aides aux Projets Vacances, Bourse Solidarité Vacances, Seniors en Vacances, Aides aux Equipements Touristiques) mis en place par l'Agence.

## AVEC EURO RSCG C&O, L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHEQUES-VACANCES (ANCV) AFFIRME SES AMBITIONS

Dans le cadre de sa mission - favoriser les vacances pour tous - l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances, acteur majeur de la politique sociale du tourisme, dévoile le 9 avril ses ambitions à travers une nouvelle campagne de communication globale (presse, TV et Internet) enrichie d'un logo modernisé et assortie d'une signature de marque « Parce que les vacances, c'est essentiel », le tout signé Euro RSCG C&O.

Parce qu'aujourd'hui près d'un Français sur trois ne part pas en vacances, l'ANCV entend réaffirmer sa place centrale dans la politique sociale du tourisme en France et augmenter de façon significative le nombre de bénéficiaires de Chèques-Vacances. Grâce aux excédents dégagés par la gestion du Chèque-Vacances, l'établissement public affirme également sa volonté de développer ses programmes sociaux destinés aux publics en difficulté (familles monoparentales, seniors, handicapés), tout en fédérant davantage de partenaires du milieu associatif, institutionnel et touristique.

Pour accompagner ses ambitions, l'ANCV adopte **une nouvelle signature de marque « Parce que les vacances c'est essentiel »**, destinée à illustrer le caractère central de sa mission.

### UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE : UN LOGO MODERNISÉ ET UN NOUVEL UNIVERS VISUEL

Une nouvelle identité visuelle accompagne le nouveau positionnement de l'ANCV avec un logo modernisé et un nouvel univers visuel.

Plus moderne, simplifié et épuré, le **nouveau logo ANCV** reprend les fondamentaux de la marque : le bleu et le rouge du service public combinés à l'envol de l'oiseau, évocateur d'un horizon élargi, de liberté et de sérénité. L'oiseau est redimensionné au sein du bloc-marque et redesigné pour affirmer une dynamique nouvelle. La typographie, entièrement redessinée, apporte proximité, connivence et accessibilité au service public par sa rondeur.

Ce nouveau logo permet d'articuler et de faire émerger tous les produits et programmes de l'ANCV (Chèque-Vacances, Coupon Sport ancv, Seniors en Vacances, Aides aux Projets Vacances, Bourse Solidarité Vacances, Aides aux équipements touristiques).



Au-delà du logotype, **un nouveau territoire d'expression** se déploiera sur l'ensemble des supports de communication de l'ANCV. Cet univers, empreint de proximité et d'instantanéité, se décline sous la forme d'un registre iconographique « du quotidien » (photos de tous les jours) toujours inspiré par les vacances.

## UNE NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION GLOBALE

Afin d'accroître sa notoriété et asseoir son positionnement auprès de ses utilisateurs et partenaires, l'ANCV lance une campagne de publicité orchestrée par Euro RSCG C&O, qui s'ouvre par un film TV diffusé le 9 avril, relayé par un dispositif Web et une campagne presse dès le 12 avril. Les souvenirs de vacances et les photos qui en découlent sont le fil conducteur de cette campagne globale.

- **UN FILM TV**  
« **LE PHOTO SERVICE** »

Signé ANCV Chèque-Vacances, le film destiné à revaloriser la mission de l'ANCV et à promouvoir le Chèque-Vacances, joue sur les souvenirs de vacances à travers des clichés instantanés. Le film de 30s débute au coeur d'une développeuse photos. Au fil de l'impression, les photos s'animent et relatent des souvenirs de vacances, avec une voix-off : « *En vacances, on vit des moments essentiels. C'est pour vous aider à en profiter que depuis plus de 25 ans, l'ANCV vous propose les Chèques-Vacances* ».



- **4 ANNONCES PRESSE**



Le 12 avril, 4 annonces presse compléteront le dispositif de communication. Destinées à des publics différents (comités d'entreprise, collectivités, porteurs de Chèque-Vacances, seniors...), ces créations jouent sur l'interaction entre les moments passés en vacances et le quotidien des personnes qui les ont vécues, grâce à des souvenirs « flashes ». Elles renforcent l'idée que les vacances sont essentielles et ouvertes à tous.

- **UN MODULE WEB**

Un dispositif Web conçu autour d'un module Internet dédié à la campagne relaie également le message. L'internaute peut y découvrir la campagne et participer à un jeu concours permettant de gagner un voyage à Saint Martin. Ludique et original, ce jeu consiste à personnaliser le film publicitaire avec ses photos personnelles et à le partager avec le plus grand nombre.  
<http://www.lesvacancescestessentiel.com>



### **À propos de l'ANCV**

L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances (ANCV) est un établissement public fondé en 1982. Dirigée par M. Philippe Kaspi, l'ANCV est, pour l'Etat, l'instrument de sa politique sociale du tourisme. Elle a pour mission de réduire les inégalités dans l'accès aux vacances et de faciliter le départ en vacances des personnes défavorisées. Elle dispose de 2 moyens complémentaires : **le Chèque-Vacances** destiné aux salariés et aux agents des 3 fonctions publiques avec 3,3 millions de bénéficiaires et **des programmes d'action sociale**, mis en place au profit des personnes défavorisées (familles notamment monoparentales, jeunes adultes, personnes en situation de handicap et personnes âgées) avec près de 130 000 bénéficiaires. <http://www.ancv.com/>

### En quelques chiffres

- 200 collaborateurs, 6 directions régionales
- 3,3 millions de porteurs de Chèques-Vacances
- 1,3 milliard d'euros de volume d'émission et 100 millions de titres émis
- 160.000 professionnels du tourisme et des loisirs sur l'ensemble du territoire
- 130.000 bénéficiaires des programmes d'action sociale et 15 millions d'euros de crédits d'intervention pour les aides à la personne / aux équipements
- 2.000 partenaires en matière d'action sociale, directs et indirects, répartis sur l'ensemble du territoire : collectivités territoriales, associations nationales et locales, associations de retraités

### **À propos d'Euro RSCG C&O**

Parmi les toutes premières agences de communication en France, Euro RSCG C&O accompagne et développe en cohérence le capital de marque, le capital influence, le capital talent et le capital client des entreprises. En son cœur, le hub créatif est une plateforme qui réunit en un seul lieu, sous la houlette d'Olivier Mouliérac et Jérôme Galinha, Directeurs de création, l'ensemble des créatifs de toutes les disciplines (publicité, design, Web, édition, événementiel...) afin d'imaginer et de fédérer tous les signes d'expression de la marque.

[www.hubc-o.com](http://www.hubc-o.com)

### Pour plus d'informations :

#### **Yaël Dorfner – Euro RSCG C&O**

Tél : 01 58 47 95 26 - [Yael.dorfner@eurorscg.fr](mailto:Yael.dorfner@eurorscg.fr)

#### **Marion Gérard – Euro RSCG C&O**

Tél : 01 58 47 97 02 - [marion.gerard@eurorscg.fr](mailto:marion.gerard@eurorscg.fr)

#### **Joëlle Muzeau – ANCV**

Tél : 01 34 29 53 53 – [jmuzeau@ancv.fr](mailto:jmuzeau@ancv.fr)

#### **Agence de presse AB3C : Stéphane Barthélémi / Annie Blin**

Tél : 01 53 30 74 00 – [stephane@ab3c.com](mailto:stephane@ab3c.com)

Pour télécharger les visuels de la campagne (format jpg) et le film « Le Photo Service » : <https://easysshare.oodrive.com/easysshare/fwd/link=Ro0HIU9yg1xc6DmSN3JM0C>

Fiche technique :

### **Campagne Print ANCV**

Annonceur : ANCV

Agence : EURO RSCG C&O

Responsables Communication annonceur : Marie-Pierre Gerreboo, Isabelle Ravachol, Hélène Imblot

Responsables Agence : Fabrice Conrad, Lucie Fayard, Jeanne Fabre

Vice-Présidents en charge de la création : Jérôme Galinha et Olivier Mouli  rac

Directeurs de création : Stéphane Franck et Georges Picaut

Concepteur-rédacteur : Pascal Charvet

Directeur artistique : Paul Lombard

Production : Anna Toussaint

Photographe : Romain Laurent

Achat d'art : Virginie Bergognoux

### **Campagne TV ANCV « Le photo service »**

Responsables Communication annonceur : Marie-Pierre Gerreboo, Isabelle Ravachol, Hélène Imblot

Responsables Agence : Fabrice Conrad, Lucie Fayard, Jeanne Fabre

Vice-Présidents en charge de la création : Jérôme Galinha et Olivier Mouli  rac

Directeurs de création : Stéphane Franck et Georges Picaut

Concepteur-rédacteur Georges Picaut

Directeur artistique : Stéphane Franck

Production : Anna Toussaint

TV Prod : France Cebron de l'Isle

Réalisation : Fleur et Manu

Maison de production : Les T  l  cr  ateurs

### **Dispositif Digital**

Responsables Communication annonceur : Marie-Pierre Gerreboo, Isabelle Ravachol, Hélène Imblot

Responsables Agence : Fabrice Conrad, Lucie Fayard, Thomas Blanchet, Jeanne Fabre

Vice-Présidents en charge de création : Jérôme Galinha et Olivier Mouli  rac

Directeurs de création : Stéphane Franck et Georges Picaut

Directeur de création Digital : Samuel Kadz

Directeur Artistique : Gilles Fanucchi

### **Identité Visuelle**

Responsables Communication annonceur : Marie-Pierre Gerreboo, Isabelle Ravachol, Hélène Imblot

Responsables Agence : Fabrice Conrad, Lucie Fayard, Lucie Munsch, Jeanne Fabre

Vice-Présidents en charge de création : Jérôme Galinha et Olivier Mouli  rac

Directeur de création : Reza Bassiri

Directeur Artistique : Eric Colin

Production : Laurence Kerriou

Achat d'art : Virginie Bergognoux