



# HOLIDAYMOOV

Pascal CHOU

Mehdi BENKACI

Manon CARDONA

Kadidiatou CISSE

Mélisande DAIGRE

Cathy ALVES

Julie DAVID



## CONCURRENCE

The screenshot shows the homepage of Van-Away.com. At the top left is the logo "VAN AWAY". Below it is a banner with two people standing by a lake, with the text "NOS ENGAGEMENTS POUR VOUS OFFRIR LA LIBERTÉ EN TOUTE SÉCURITÉ..." and a "EN SAVOIR PLUS" button. To the right are sections for "WEEK-END SUR LA CÔTE OUEST CALÉDONIENNE" (with a photo of a van parked on a beach) and "CIRCUIT EN ANDALOUSIE" (with a photo of a van in front of a castle). Further down are sections for "UNE SEMAINE DANS LES PARCS NATURELS DES PYRÉNÉES" (with a photo of a van in a mountainous area) and "FIN DE LOCATION" (with a photo of a van parked near a lake). The bottom of the page features a booking interface with fields for "Sélectionnez l'agence", "DÉPART & RETOUR", "DÉBUT DE LOCATION" (10/10/2020), "FIN DE LOCATION" (10/10/2020), and "ALLONS-Y!". Navigation links at the bottom include IDÉES ROADTRIPS, LOCATIONS, TARIFS, AGENCES, OCCASIONS, AMÉNAGEMENTS, BONS PLANS, L'ESPRIT VAN-AWAY, and FAQ.

- Locations de 7 gammes de vans et fourgons aménagés, mini-caravanes et tentes de toit, minibus
- 18 agences de locations partout en France
- Des véhicules récents, entretenus, tout équipés, contrôlés et assurés (Allianz et Axa)
- Propose des idées de road trips/circuit avec des programmes jour par jour
- Retours client : "Vos témoignages de vacances"
- Newsletter mensuelle
- Blog - Exemple d'article : "Où trouver de l'eau pour votre van ou fourgon aménagé ?"
- Prix : un van "à partir de 60€/jour"
- Vente de véhicules d'occasions
- Partenaires
- Partage de contenus Roadsurfer

## CONCURRENCE

### NOMADE AVENTURE



The homepage features a large banner with a van parked on a coastal road with its roof tent up. The text "Voyages en van : tous nos voyages en van aménagé" is overlaid. The top navigation bar includes "MENU", the "NOMADE AVENTURE" logo, "Qui sommes-nous ?" (7), "Ma sélection", "01 46 33 53 94", and a search bar.

Des départs garantis,

[Accueil](#) > [Détouristes](#) > [Voyage en van aménagé](#)

[f](#) [t](#) [i](#) [y](#) [Blog](#)



Votre aventure sur mesure

France | Voyage sur mesure  
**Mon van au pays des Bigoudens**  
10 jours à partir de **769€**



Votre aventure sur mesure

France | Voyage sur mesure  
**On the Landes again !**  
10 jours à partir de **699€**



Votre aventure sur mesure

France | Voyage sur mesure  
**La descente de la Loire... en van aménagé !**  
8 jours à partir de **599€**

France | Voyage sur mesure

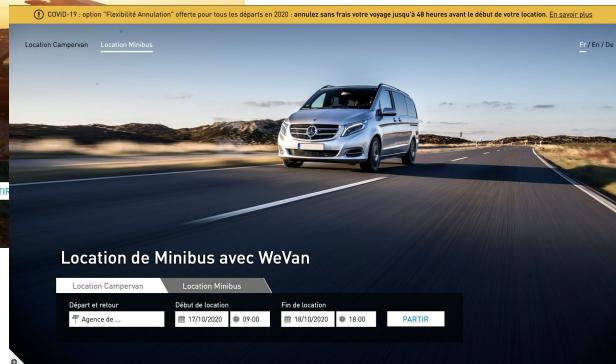
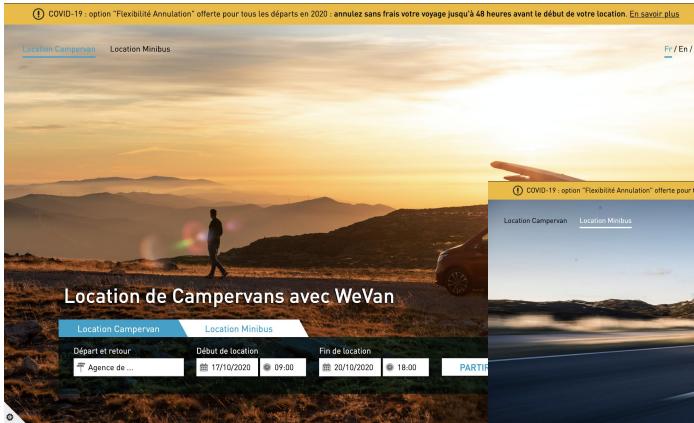
[Accueil](#) [Détouristes](#) [Voyage en van aménagé](#)

Qui sommes-nous ? Ma sélection 01 46 33 53 94 Rechercher

f t i y Blog

- 36 voyages d'aventures : en France, Nouvelle-Zélande, Pays de Galle, Ecosse, Islande, Canada, Réunion, Costa Rica, Norvège, États Unis et Australie
- Prix allant de 519€ à 3619€
- Durée ; de 4 à 27 jours
- propose des circuits/road trip et des activités différentes
- voyage en groupe, en famille ou sur-mesure
- programme des séjours détaillés
- Site dynamique (regardez un exemple de voyage pour vous rendre compte)

## CONCURRENCE



### WeVan à l'heure de la crise sanitaire et économique

"WeVan est né en 2010 aux lendemains de la crise économique de 2008, qui a façonné notre manière d'entreprendre. Nous avions 25 ans et c'était il y a 10 ans. Comme un rappel à la fragilité de toute chose, la crise sanitaire et économique que nous traversons vient secouer nos certitudes, nos entreprises et le monde entier pour remettre l'humain au premier plan. Au premier plan pour le meilleur et, espérons, pour longtemps.

En attendant notre monde tourne au ralenti, s'est presque arrêté. Chez WeVan, nous avons baissé le rideau de toutes nos agences dès les prémices du confinement national. "E pur si muove!" comme aurait pu le dire Galilée ("et pourtant elle tourne !") et nous profitons de ce recentrage forcé pour travailler sur vos futurs voyages en van. Nous attendons avec impatience ce jour pas si lointain où nous pourrons à nouveau vous donner la clé des champs. D'ici là nous avons plus que jamais besoin de vous et de votre confiance en l'avenir."

Joseph Teyssier & Augustin Bouyer, fondateurs de WeVan

WEVAN

- Location de vans: 13 modèles récents (moins de 12 mois)
- Location de minibus: 15 modèles récents (moins de 24 mois) de 7 à 9 places, gammes différentes (haut de gamme et luxe)
- 15 agences de locations partout en France
- Option "Flexibilité Annulation" offerte pour les départs en 2020 (assurance annulation mis en place pour le COVID-19)
- Un blog avec divers articles sur les voyages à bord de vans (idées d'itinéraires en France et en Europe, des astuces, etc.)
- Longs voyages possible (+5000km/+30jours): devis-sur-mesure

## CONCURRENCE

The screenshot shows the homepage of the Black Sheep website. At the top, there are navigation tabs for "Minibus & Pro" and "Campervans". Below the tabs, there's a menu with links to "CAMPERVANS", "AGENCES", "ROAD-TRIPS", "VANS D'OCCASION", "AMÉNAGEMENTS", "COVID-19", and "MON COMPTE". A logo for "BLACK SHEEP" with a sheep icon is on the left. A Trustpilot review rating is visible in the top right. The main banner features a campervan parked in a field at sunset with the text "LOCATION DE CAMPERVANS POUR L'AVENTURE". Below the banner is a search bar with fields for "Agence" (AJACCIO), "Départ" (16/10/2020), and "Retour". To the right of the search bar is a map of Europe with numerous green location pins indicating service points across various countries.

[Blacksheep Van](#)

- [Location de vans](#): 12 modèles aménagés
- Location de minibus et bureaux mobiles
- Partenariat avec [Park4night](#) : Road-trip dans toute la France et en Europe
- 26 agences de locations partout en France, 3 au Portugal, 2 en Irlande, 1 en Belgique
- Achat de vans d'occasions
- Newsletter
- Espace communautaire : Instagram (17,1k) - Partagent les photos #OurMissionYourAdventure
- Service assistance disponible 24h/7j dans toute l'Europe durant le voyage
- Annulation sans frais face au [COVID-19](#)
- [Vidéo présentation](#) des mesures sanitaires mis en place (nettoyage et désinfection)

## CONCURRENCE



NOS CAMPERVANS | TARIFS | CAMPY GUIDE | HAPPY CAMPERS PHOTOS | BLOG | SHOP | CONTACT | FR



### QUEL CAMPY CHOISIR ?

Découvrez le van le plus adapté à votre style



#### Gérard, le chasseur

**Spécialité :** la galinette cendrée, les cépes de la Forêt d'Iraty.

**Ce qu'il préfère :** Crâner devant Emile et Dédé quand il est au volant du Campy.

**Point d'amélioration :** L'option Ca

**Anecdote :** Le bon chasseur, il voit chasseur...

[Je choisis](#)

### CampyCamper

### QUEL CAMPY CHOISIR ?

Découvrez le van le plus adapté à votre style



#### Marco, le festayre

**Spécialité :** Profiter à 100% ! Les fêtes de Bayonne bien sur, la Foire au jambon de Bayonne, le Festival EH2 à Mendionde, le Festival BBK à Bilbao, la San Fermín à Pamplune, la Fête du thon à Saint-Jean-de-Luz, le Festival Jazzaldia à Saint-Sébastien, la fête de la cerise à Itxassou, les fêtes de Bassussarry et Hasparren...

**Ce qu'il préfère :** S'allonger sur le lit Queen size du Campy après une course effrénée avec les vachettes.

**Point d'amélioration :** Devrait apprendre à dire non, le dernier verre est souvent ravageur.

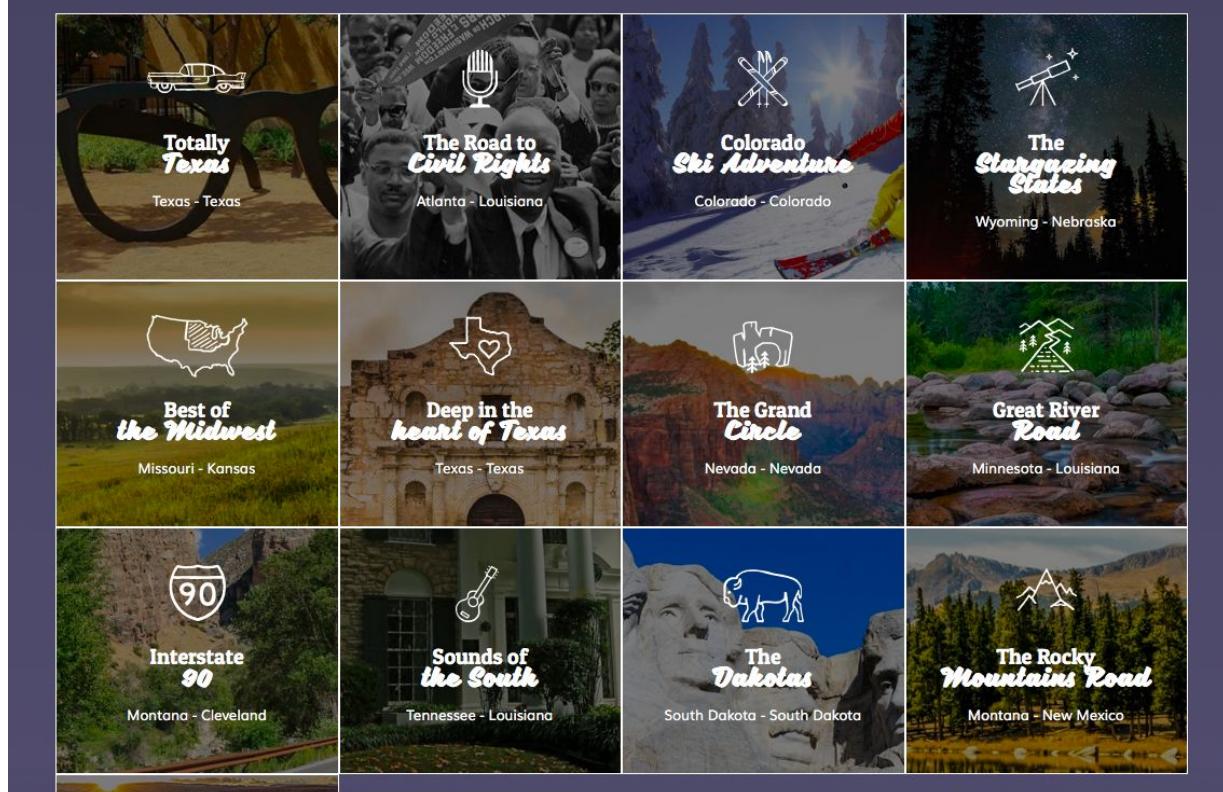
**Anecdote :** S'est réveillé à bord du Campy en compagnie d'un vendeur de lunettes (dit Etxegarai au Pays Basque). Ne sait toujours pas ni comment ni pourquoi.

[Je choisis mon van](#)

- Location de vans modernes ou classiques/vintage
- Des personas pour présenter des vans personnalisés
- Tarifs de 49€/j à 149€/j
- Options payantes (GPS/Literie/BBQ/Table et chaise)
- Service taxi pour chercher le client à la gare ou à l'aéroport
- 12 agences de locations en Europe (6 en France, 4 en Espagne, 1 Portugal, 1 Croatie)



- « Road Trip Planner USA » :  
un organisateur de circuits aux USA
- **Planifier l'itinéraire** de leurs rêves en fonction de toutes leurs préférences et exigences.
- **Guide en ligne et gratuit**, qui présente **32 itinéraires sur-mesure** (cartes téléchargeables et guides)





Indique :

- l'itinéraire précis
- le nombre d'arrêts
- le véhicule à privilégier
- la durée en jour
- la distance du parcours en km



Un voyage gastronomique au cœur de l'Amérique de l'Est, ça vous dit ? Nous vous embarquons dans un périple culinaire qui vous mènera de la soupe de tortue à la Nouvelle-Orléans aux meilleurs fruits de mer de New York, en passant par les côtes de bœuf de Caroline du Nord et le fameux cheesesteak de Philadelphie. De quoi faire voyager vos papilles.

Arrêts de l'itinéraire:

- |   |   |
|---|---|
| Commander's Palace                              | Ferme et crème d'OakMoon                            |
| Café Du Monde                                   | The Pink Cadillac Diner                             |
| La Maison des Huîtres : Wintzell's Oyster House | Locust Point Steamers                               |
| Le Monde de Coca-Cola                           | Méchoui de porc et cheesesteak, à John's Roast Park |
| Pizzeria Napoletana Antico                      | Katz's Deli   |
| Bill Spoon's Barbecue                           | Glasserie   |



12 arrêts



2474 kilomètres



10 jours

Départ de l'itinéraire



**"Plus de 6 Français sur 10 (62 %) déclarent être intéressés pour faire un road-trip."**  
(Etude Hertz, "Les Français et le road trip idéal", réalisée en 2019).

Chaque consommateur a sa propre définition du road trip et des attentes particulières :

- **découvrir des paysages spectaculaires (94%)**, de nouvelles cultures, de nouvelles spécialités culinaires, des environnements différents, etc.
- **Échapper à leur quotidien habituel, pour 88% des Français.**

**"64 % des Français préféreraient organiser leur parcours et leurs arrêts à l'avance, plutôt que se lancer sur la route et d'improviser au fur et à mesure".**

Une représentation différente du road-trip "idéal" :

- Suivre un itinéraire que **peu de gens ont emprunté avant soi** (58%)
- **Organiser un parcours et des arrêts à l'avance** (64%).

Un voyage riche en échanges et en rencontres : “*70% des Français souhaitent rencontrer de nouvelles personnes.*”

Les consommateurs souhaitent :

- s'amuser avec leurs **compagnons de voyage** (81% des Français)
- **rencontrer de nouvelles personnes** (70% des Français)

*“Le voyage en van a d'autant plus le vent en poupe à l'heure de la distanciation sociale et du tourisme de proximité.”, Les Echos*

- **Un marché récent** : depuis trois ans, **une augmentation de 50%** est observée chaque année
- Développé avec **l'émergence d'Internet**
- 2020 : Voyages en France **recommandés** par les autorités françaises.



Comment rendre accessible le voyage en van et faciliter son organisation, souvent perçue comme étant complexe et /ou chronophage pour des non-initiés ?

## “SLOW TRAVEL”

“Voyagez à votre rythme et décrochez du quotidien, loin du stress et de l’urgence.”

Comme l'affirme *Les Echos*, dans son article [Road-trip : La vie en van](#), le voyage en van présente des **contraintes logistiques** (où dormir, où garer le van, etc), qui peuvent dissuader les **consommateurs** de choisir ce mode de déplacement pour leurs vacances.

- Simplifier l'**organisation** d'un road-trip, perçue comme **chronophage** et/ou **complexe**
- Échapper à son **quotidien**, la **monotonie** et à la **routine**
- Ralentir son **rythme de vie**
- Loin du **stress** lié à la **crise sanitaire**
- Loin du **tourisme de masse** et dans le **respect de la distanciation sociale**.



## CONCEPT, IDENTITÉ & STORYTELLING

« Hertz se soucie du bien-être de ses clients en les aidant à planifier et à réaliser leur voyage de rêve. Notre Road Trip Planner USA leur permet de vivre l'expérience d'une culture différente, de découvrir de nouvelles curiosités culinaires ou de visiter des monuments célèbres. »

Le « road trip » attire bien au-delà des personnes qui en ont déjà réalisé un. En effet, plus de 6 Français sur 10 (62 %) déclarent être intéressés pour en faire un (avant tout des hommes, des jeunes, et des catégories aisées), et 27 % pensent même en faire dans les années à venir. Mais tout le monde n'a pas la même représentation de la manière idéale de partir en « road trip ». Dans la majorité des cas, le rêve serait de suivre un itinéraire que peu de gens ont emprunté avant soi (58 %) plutôt que de suivre un itinéraire connu, plutôt à l'étranger (57 %) qu'en France, prioritairement en couple (51 %) ou entre amis (39 %). Mais la recherche d'aventure n'irait pas au-delà d'un certain stade : pour ce type de voyage, 64 % des Français préféreraient organiser leur parcours et leurs arrêts à l'avance, plutôt que se lancer sur la route et d'improviser au fur et à mesure. Les personnes ayant l'esprit le plus aventureux (partir loin, hors des sentiers battus, en improvisant) étant celles déjà rompues à ce type de façon de voyager.

S'ils devaient faire un « road trip », les Français auraient de nombreuses attentes. En premier lieu, ils souhaiteraient découvrir des paysages spectaculaires (prioritaire pour 94 % d'entre eux, et même tout à fait prioritaire pour 57 %). En toute logique, les photos qu'ils souhaiteraient prendre en priorité lors d'un tel type de voyage seraient donc des photos de paysages (75 %), de points de vue et panoramas (61 %), ainsi que du lever et du coucher du soleil (28 %), devant des éléments d'ordre culturel (architecture, attractions et lieux célèbres) et leurs compagnons de voyage. Mais Ils souhaiteraient également échapper à leur quotidien habituel (prioritaire pour 88 %), par la découverte de la culture (89 %) et de la cuisine locales (83 %), d'une atmosphère spécifique (85 %), propice à la réflexion (76 %), et de lieux auxquels peu de personnes peuvent avoir accès (71 %).

[Etude réalisée par Hertz en 2019, "« Les Français et le road trip idéal », BPR France](#)



Notre étude a permis de dégager **les motivations des consommateurs**, puis **les contraintes que présente un road-trip en van**, ainsi que les contraintes générées par la **crise sanitaire**.

## INSIGHT CONSOMMATEUR

*"J'aimerais partir en road-trip, mais mes déplacements sont limités/réduits par la crise sanitaire, qui demande un respect important des consignes de sécurité. Puis, je crains de rencontrer des difficultés quant à l'organisation de ce type de voyage : j'aurais besoin, en amont, d'un accompagnement pour le planifier."*



## PROMESSE

Nous privilégierons un positionnement objectif pour Holiday Moov. L'expertise de ce service dans l'accompagnement du client sera fortement mis en avant. Notre mission est de **créer une harmonie entre un voyageur non-initié et son voyage.**

Un voyage en van comporte beaucoup de contraintes à prendre en compte. Avec Holiday Moov, le client n'a plus à lutter lors de ses préparatifs et pendant son voyage. Tout sera mis en place pour que l'organisation soit facilitée. Les obstacles rencontrés habituellement au cours d'autres expéditions sont pris en compte. Holiday Moov **lève ces contraintes**, en proposant un **accompagnement complet et sur-mesure**, qui saura leur faire changer d'avis et les séduire.

Un service qui **met en cohésion le voyageur et son voyage**, c'est le leitmotiv de Holiday Moov.

L'objectif principal de HolidayMoov est de **démocratiser** les voyages en van. C'est pourquoi, ce service repose sur une démarche d'accessibilité et d'accompagnement.

*“Le van séduit une population jeune, à l'aise financièrement et active, en mal de nomadisme.”*

*“La nouvelle génération est beaucoup moins statutaire qu'avant. Les 30/40 ans, en pleine phase d'ascension professionnelle, se différencient de leurs aînés par le mélange des genres. Aujourd'hui, on aime à la fois le luxe et l'aventure, les hôtels tout confort et les alternatives plus nature.”*

Article Les Echos, [“Road-trip : La vie en van”](#)

## MATHIEU DUBOIS

### INFORMATIONS DÉMOGRAPHIQUES

40 ans, Nantes, perçoit un salaire 4750€ par mois. Marié et père de trois enfants.

### PROFESSION

Expert-comptable. Occupe ce poste depuis dix ans dans une entreprise.

*« Voyager avec ma femme et mes enfants, me permet de me ressourcer et de passer du bon temps avec eux. »*

### HISTOIRE

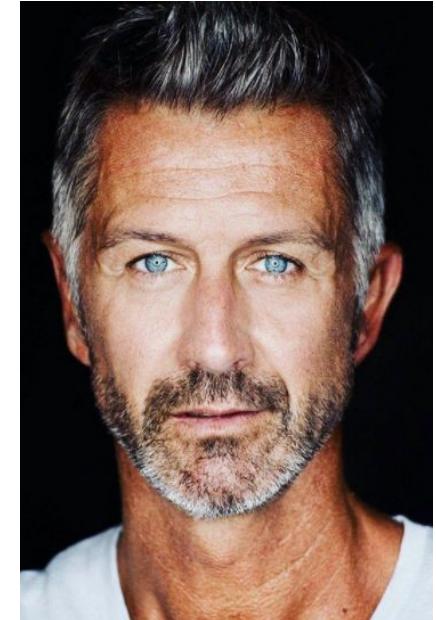
Il est passionné par les voyages. Camping-car, vélo... Mathieu Dubois aime tester tout type de voyage. Pour lui, c'est l'occasion idéale de décompresser, de découvrir le monde et de lui ouvrir l'esprit. Il aime partager cette passion avec sa femme et ses 3 enfants.

### OBJECTIFS & MOTIVATIONS

Mathieu Dubois veut tester un nouveau type de voyage avec sa famille. Au vu de la crise sanitaire, il souhaite découvrir les voyages en van, pour s'assurer de ne pas prendre de risques.

### PROBLÉMATIQUE

Comme il n'a jamais fait ce type de voyage, il ne sait pas comment cela s'organise. Comment réserver le van ? Faut-il réserver un hôtel ? Faut-il réserver les activités soit même ?





## KARINA MOREL

### INFORMATIONS DÉMOGRAPHIQUES

23 ans, Paris. Fille de cadres supérieurs, elle vit au domicile familial.

### PROFESSION

Etudiante en communication.

*« J'adore passer du temps avec mon petit-copain et mes meilleurs amis. »*

### HISTOIRE

Karina Morel ne pratique pas de sport et ne voyage pas très souvent.

Il est essentiel pour elle de profiter des moments qu'elle passe avec son petit-amis et ses meilleurs amis.

### OBJECTIFS & MOTIVATIONS

Karina Morel souhaite partir en vacances avec son petit-amis pour leur anniversaire. Le couple souhaite découvrir de multiples destinations incroyables, afin de passer des moments mémorables, mais aussi de fuir le stress du quotidien.

### PROBLÉMATIQUE

Karina Morel ne sait pas si le circuit qu'elle souhaite organiser est possible.



### NOTRE LOGO



Notre logo représente un van, vu de face. La lettre H située au milieu, symbolise le logo de la marque du van et rappelle ainsi, le H de Holiday Moov. L'aspect vintage du van est à l'image des véhicules rétros et électriques que nous souhaitons mettre à disposition. Enfin, concernant la couleur, le dégradé orange montre un certain dynamisme, et de la nouveauté. C'est une couleur moderne, qui attire l'oeil. Elle se réfère au soleil, à la chaleur, au bronzage, aux fruits exotiques, et donc aux vacances.

Pour ce qui est de la forme, le logo est simple, ergonomique et suit les tendances actuelles (Instagram, Airbnb...). Il peut se décliner sous plusieurs formats, que ce soit pour le site web ou pour l'application.

## NOS COULEURS

Pour rester en continuité avec notre logo, nous avons fait le choix d'utiliser des couleurs vives, modernes et en accord avec le thème ou la destination choisie par le futur voyageur.

Les fonds de la plateformes sont plutôt sombres, afin de mettre en avant la couleur blanche des écritures. Ainsi, les éléments claires ressortent davantage. Les couleurs sont en harmonie avec les différentes destinations. Par exemple, la page présentant le circuit de la région Basque et la ville principale "Biarritz" comporte des teintes beiges, marrons, orange et rappelle ainsi, les longues plages de cette région et ses magnifiques couchers de soleil sur l'océan.

Sur la page "circuits", chaque destinations comporte un Van d'une couleur différente. Ces vans sont en accord avec les illustrations de la page. Le circuit des "Alpes", contient un van vert, pour être en harmonie avec les nombreuses forêts de la région... et ainsi de suite. Les couleurs du site sont apaisantes et relaxantes par son mélange de teintes chaudes.

## NOTRE TYPOGRAPHIE

Concernant la typographie de notre site, nous nous sommes attardés sur une police en particulier ; San Francisco (SF Display Pro). L'utilisation de cette police et des différentes variantes créer un contraste et permet d'organiser nos informations. Autrement dit, de créer une hiérarchie visuelle entre les informations tout en conservant une charte graphique cohérente.

- San Francisco ; une police sans serif avec un espacement variable et des lettres qui s'ajuste automatiquement en fonction de la taille du texte. Elle comporte de petites capitales. Cette police est plus moderne, facile à lire et reste discrète, pour laisser plus de place au design qui l'entoure.

La typographie permet d'obtenir une clarté visuelle, mais surtout, de rester neutre et lisible. De plus, elle est diversifiée grâce aux différentes graisses ; de l'ultraléger au noir, en droit et en italique. L'épaisseur, la taille et la couleur de la police permettent ainsi, de mettre en évidence les informations les plus importantes du site web. Enfin, cette typographie correspond à notre image de marque, à savoir, simple et intuitive.

## ARBORESCENCE DU SITE

### **Panneau interactif (avec un van qui circule sur un circuit comportant 4 étapes) :**

Etape 1 - Choix du l'agence de départ

Etape 2 - Choix des dates

Etape 3 - Choix de la destination

Etape 4 - Choix du véhicule (van, camping car, etc.)

## L'OUTIL

### ARBORESCENCE DU SITE

ACCUEIL					
Locations // modèles proposés	Circuits	Activités	Qui sommes-nous	Blog	Mon compte
<ul style="list-style-type: none"><li>-Vans aménagés</li><li>-Camping-cars</li><li>-Caravanes</li><li>-Mini-bus</li><li>-Tentes (de camping)</li><li>(-Nos agences)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Votre circuit personnalisé/ sur-mesure</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-xxx</li><li>-xxx</li><li>-xxx</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Notre philosophie</li><li>-Charte du bon comportement</li><li>-Label Covid-19</li><li>-Nos partenaires</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Notre actualité</li><li>-Nos astuces</li><li>-Témoignages</li><li>-xxx</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Vos réservations</li><li>-Vos informations</li></ul>

A voir si on intègre ces catégories :

Nos agences

COVID-19/Nos mesures

### FOOTER

Mentions légales / CGV / Plan du site / FAQ / Réseaux sociaux / Newsletter / Devenir partenaire

DES CIRCUITS PRÉDÉFINIS  
DES CIRCUITS PERSONNALISÉS  
DES CIRCUITS THÉMATIQUES

### Proposer des circuits par thématique

- **Extrême.** Ce circuit plaira aux aventuriers voulant vivre des expériences fortes. Exemples : parapente, montgolfière, saut à l'élastique, rafting, canyoning, saut en parachute, luge d'été sur rails...
- **Sportif.** Ce circuit plaira aux aventuriers sportifs. Exemples d'activités : VTT, golf, sports aquatiques, randonnée, équitation...
- **Culinaire.** Ce circuit plaira aux aventuriers gourmands. Exemples d'activité : dégustation de produits locaux, cours de cuisine, visites de vignoble, cours d'oenologie...
- **Culturel.** Ce circuit plaira aux aventuriers à la recherche de vacances culturelles. Exemples d'activités : circuit d'expositions et de musées, suivre l'itinéraire d'un artiste (Pagnol ou Cézanne en Provence par exemple)...
- **Écologique/Engagé.** Ce circuit plaira aux aventuriers écolo ou curieux. Exemples d'activités : visiter et aide dans une ferme locale, promener les animaux d'un refuge, sensibilisation à la pollution marine, cours de cuisine végétarien/vegan, cours de recyclage et d'un mode de vie sans déchet...

## DES CIRCUITS PRÉDÉFINIS - PERSONNALISÉS - THÉMATIQUES

The screenshot displays the HolidayMoov website's homepage, featuring a dark purple header with the brand logo and navigation links. Below the header, a large white title 'BRETAGNE' is centered over a background image of a sunset or sunrise over water. Three promotional boxes list activities: 'BALADE EN SKATEBOARD ÉLECTRIQUE À SANTEC' (23/07/2021 - SANTEC - 2H) for 20,00€ per adult; 'TOUR EN BATEAU À SAINT-MALO' (23/07/2021 - SAINT-MALO - 1H30) for 90,00€ per adult; and 'EXCURSION AU MONT SAINT-MICHEL' (23/07/2021 - MONT ST-MICHEL - 5H) for 200,00€ per adult. At the bottom, there is a footer with links to legal notices, terms and conditions, newsletter, FAQ, social networks, and partnership information.

**HOLIDAYMOOV**

Location Circuits Activités Qui sommes-nous ? Blog Mon compte

Notre philosophie  
Charte du bon comportement  
Label Covid-19  
Nos partenaires

# BRETAGNE

**BALADE EN SKATEBOARD ÉLECTRIQUE À SANTEC**  
23/07/2021 - SANTEC - 2H

**TOUR EN BATEAU À SAINT-MALO**  
23/07/2021 - SAINT-MALO - 1H30

**EXCURSION AU MONT SAINT-MICHEL**  
23/07/2021 - MONT ST-MICHEL - 5H

20,00€  
par adulte

90,00€  
par adulte

200,00€  
par adulte

Mentions légales CGV Newsletter FAQ Réseaux sociaux Devenir partenaire

**HOLIDAYMOOV**

Location Circuits Activités Qui sommes-nous ? Blog Mon compte

RESERVEZ VOTRE SÉJOUR

Séjours Extérieurs Du 10/09/21 Au 04/07/21 Depuis Paris à Saint-Paul-de-Vence Pour 4 personnes

**LES GORGES DU VERDON ? EN VAN ? TROP FACILE.**

Notre philosophie Charlie & son comportement Les gorges du Verdon Nos partenaires

Zone 1 Paris - 06h15 Zone 1 Gorge - 07h30  
Zone 2 Gorges - 08h30 Zone 2 Gorge - 09h30  
Zone 3 Gorges - 10h30 Zone 3 Gorge - 11h30  
Zone 4 Gorges - 12h30 Zone 4 Gorge - 13h30

# NOTRE CONCEPT.

Choisissez un lieu et une date.

Réservez un van.

Ensuite... c'est tout.

**ON S'OCCUPE**  
DU CIRCUIT,  
LA NOURRITURE,  
LA MUSIQUE,  
LES ACTIVITÉS,  
LA LOCATION  
ET PLUS ENCORE...

**En sécurité** avec le label Covid-19

En savoir plus

Mentions légales CGV Newsletter FAQ Réseaux sociaux Devenir partenaire

## L'OUTIL

## UN SITE WEB

### CIRCUITS

Des circuits proposés par région et par thématique

**HOLIDAYMOOV** Location Circuits Activités Qui sommes-nous ? Note pharetoche Conditions de comportement Label Covid-19 Nos partenaires

# ALPES

RÉSERVATION EN 10 MINUTES.

Reserver votre séjour Séjour Découverte Du 10/07/21 Au 14/07/21 Depuis Grenoble à 06h15 Pour 2 personnes

Location de Volkswagen T6 proposée par Europcar

PLAYLIST CHILL NATURE proposée par Spotify

Itinéraire : Grenoble - 06h15 → Jour 1 : Grenoble - 09h15 → Jour 2 : Annecy - 10h15 → Jour 3 : Chamonix - 11h15 → Jour 4 : Annecy - 10h15 → Jour 5 : Grenoble - 09h15 → Jour 6 : Grenoble - 09h15 → Jour 7 : Découverte - 9h00

VW T6

Europcar

PLAYLIST CHILL NATURE

Spotify

**HOLIDAYMOOV** Location Circuits Activités Qui sommes-nous ? Note pharetoche Conditions de comportement Label Covid-19 Nos partenaires

# ALGARVE

RÉSERVATION EN 10 MINUTES.

Reserver votre séjour Séjour Balnéaire Du 10/07/21 Au 14/07/21 Depuis Faro à 10h15 Pour 2 personnes

Location de Volkswagen T5 proposée par Europcar

PLAYLIST SUNSET proposée par Spotify

Itinéraire : Faro - 10h15 → Jour 1 : Faro - 10h15 → Jour 2 : Lagos - 09h15 → Jour 3 : Lagos - 09h15 → Jour 4 : Lagos - 09h15 → Jour 5 : Lagos - 09h15

VW T5

Europcar

PLAYLIST SUNSET

Spotify

**HOLIDAYMOOV** Location Circuits Activités Qui sommes-nous ? Note pharetoche Conditions de comportement Label Covid-19 Nos partenaires

# BIARRITZ

RÉSERVATION EN 10 MINUTES.

Reserver votre séjour Séjour Biarritz Du 03/08/21 Au 10/08/21 Depuis Biarritz à 10h30 Pour 6 personnes

Location de Volkswagen T8 proposée par Europcar

PLAYLIST ROCK'ON proposée par Spotify

Itinéraire : Biarritz - 10h30 → Jour 1 : Biarritz - 13h00 → Jour 2 : Biarritz - 13h00 → Jour 3 : Biarritz - 13h00 → Jour 4 : Biarritz - 13h00 → Jour 5 : Biarritz - 13h00

VW T8

Europcar

PLAYLIST ROCK'ON

Spotify

## ACTIVITÉS

Plus de 400 activités proposées, en France et en Europe

The screenshot shows the HolidayMoov website's homepage. At the top, there is a navigation bar with links: Location, Circuits, Activités (which is highlighted in a white box), Qui sommes-nous ?, Blog, and Mon compte. Below the navigation, there is a section with four white silhouettes of regions against a sunset background. The first silhouette represents Bretagne, with the text "43 ACTIVITÉS EN BRETAGNE.". The second represents Côte d'Azur, with "102 ACTIVITÉS EN CÔTE D'AZUR.". The third represents Île de France, with "78 ACTIVITÉS EN ÎLE DE FRANCE.". The fourth represents Occitanie, with "190 ACTIVITÉS EN OCCITANIE.". At the bottom of the page, there are links for Mentions légales, CGV, Newsletter, FAQ, Réseaux sociaux, and Devenir partenaire.

The screenshot shows the same section of the HolidayMoov website, but with a different background image featuring a large silhouette of France and a smaller silhouette of Europe against a sunset background. The word "OU" (Or) is positioned between the two silhouettes. Below the silhouettes, the text "ACTIVITÉS EN FRANCE." is on the left and "ACTIVITÉS EN EUROPE." is on the right. The rest of the page layout is identical to the first screenshot, including the navigation bar and footer links.



## LA MISE EN PLACE D'UNE ASSISTANCE 24h/24

Un service d'assistance 24h/24 et 7j/7 constitue un des moyens les plus représentatifs pour une entreprise dont la philosophie repose sur l'accompagnement. Elle se présentera sous la forme d'un espace où le client pourra poser des questions diverses au sujet de l'organisation du voyage ou même au cours de son road trip.

De part son expertise, Holiday Moov saura répondre à toutes les interrogations comme les problèmes techniques. Holiday Moov prendra également en charge les réservations de logement, des activités ou même des restaurants. Un planning détaillé et amovible sera disponible pour que le client puisse s'organiser comme il le souhaite.

Concernant le COVID-19, des annonces gouvernementales peuvent survenir alors qu'un client est toujours sur la route. Holiday Moov assure de l'informer par rapport aux restrictions et les manœuvres éventuelles à suivre en fonction des annonces.

Toute ces informations seront disponibles sur le site mais également via l'application mobile.

## UNE ASSURANCE POUR GAGNER LA CONFIANCE DU CONSOMMATEUR

- Des véhicules assurés pour assurer la sécurité du consommateur
- Flexibilité liée au Covid : couvre les annulations
- On se tourne vers des assurances reconnues et appréciées, AXA et Allianz

## SITES ET APPLICATIONS DE STREAMING MUSICAL

### ACCOMPAGNER LE CONSOMMATEUR... EN MUSIQUE

Nous souhaitons créer plusieurs playlists "Holiday Moov" sur des applications telles que Deezer et Spotify, regroupant des musiques à écouter sur la route, pendant leur périple. Parmis ces playlists nous souhaitons :

- Une playlist pour chaque circuit. Avec des musiques populaires (actuelles ou non) et des musiques originaires de la région.
- Une playlist par genre musical : rap, jazz, rock, années 2000... Pour que chaque voyageur s'identifie à une playlist

Nous souhaitons également mettre en place une playlist collaborative. Chaque usager de ces applications pourra y ajouter des musiques. Cela créerait une 'communauté Holiday Moov'. Enfin, les playlists se retrouveront sur le site, à chaque prestation proposée.



## VÉHICULES QU'ON PEUT PROPOSER

### **Des vans rétro électriques**

Les véhicules que nous proposons sont des vans électriques de la marque Volkswagen. Ce qui fait la particularité de ces vans, ce sont leur aspect vintage, et coloré. De plus, ces vans répondent à la demande des nouveaux consommateurs face aux enjeux écologiques puisqu'ils sont 100% électriques. Ces deux aspects sont de véritables atouts ; d'une part, puisque le "vintage" est une tendance très en vogue en ce moment, et d'autre part, car les consommateurs sont plus soucieux de l'environnement.

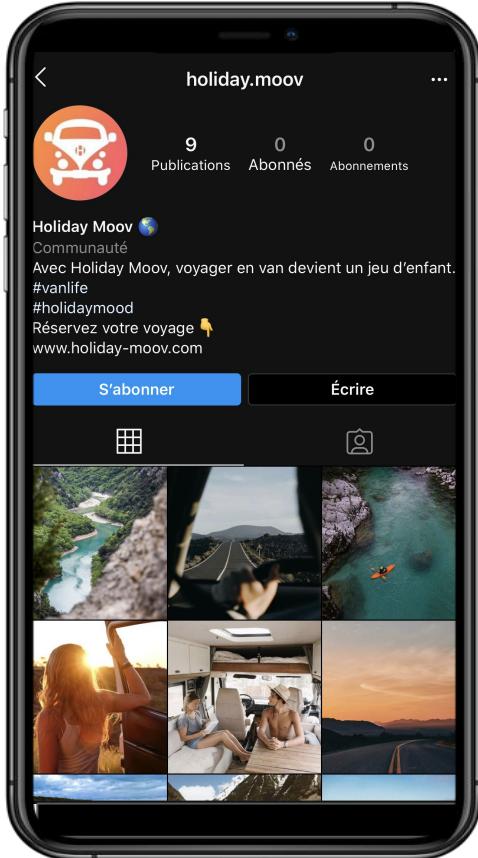
Ces vans allient authenticité et modernité. Ils ont été réaménagés de manière à ce qu'ils soient pratiques et confortables. Pour cela, les vans sont équipés d'une kitchenette, d'un lit deux places élévable (120x190), de deux banquettes, d'une table intérieur d'une réserve d'eau et douche extérieur, d'un chauffage intérieur, de prises 220 V, éclairages LED et de multiples rangements.

Enfin, ces vans répondent à notre concept ; "échapper de son quotidien, de la monotonie et de la routine". En roulant avec ces véhicules, les consommateurs sortiront de leurs habitudes.



*Choix de la marque de location de voitures*

- Fourniture des vans
- Marque française qui domine le marché
- Politique RSE : afin d'agir pour l'environnement, elle développe une offre de modèles de véhicules hybrides et électriques.
- Présent partout dans le monde : intéressant pour les recommandations si on étend l'offre d'HolidayMoov.
- Propose des Vans aménagés (voir vidéo pour découvrir leur design)
- Multiplie les partenariats (Air Caraïbes, Oman Air...)
- Coté écolo et économique - Offre One Way : pour 1 euro, rapatrier les véhicules qui ne reviennent pas à leur point de départ.
- Blue Move



## INTERNET - RÉSEAUX SOCIAUX

### CREATION D'UN COMPTE INSTAGRAM

*Repost de la communauté #HolidayMoov*

*-Partage du hashtag #HolidayMood*

*-Interactions pour susciter de l'engagement*

## INTERNET - RÉSEAUX SOCIAUX

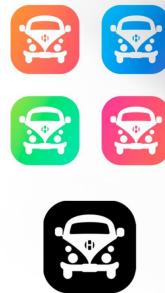
Thématique	Influenceur
Lifestyle	<ul style="list-style-type: none"><li>- YanissaXOXO et Domi</li><li>- Mcfly et Carlito</li><li>- Natoo</li><li>- Cyprien ?</li></ul>
Voyage/Aventure	<ul style="list-style-type: none"><li>- Anil B, Lily Rose, Stevenherteleer, Bruno Maltor</li></ul>
Culinaire	<ul style="list-style-type: none"><li>- Hervé Cuisine</li><li>- Cyril Lignac, Philippe Etchebest</li><li>- Cédric Grolet</li></ul>
Sport	<ul style="list-style-type: none"><li>- Laury Thilleman (sportive, lutte pour l'écologie et voyage)</li></ul>
Culturel	<ul style="list-style-type: none"><li>- Stéphane Bern</li></ul>



## UNE APPLICATION MOBILE

ACCOMPAGNER LE CONSOMMATEUR TOUT AU LONG  
DE SON ROAD TRIP

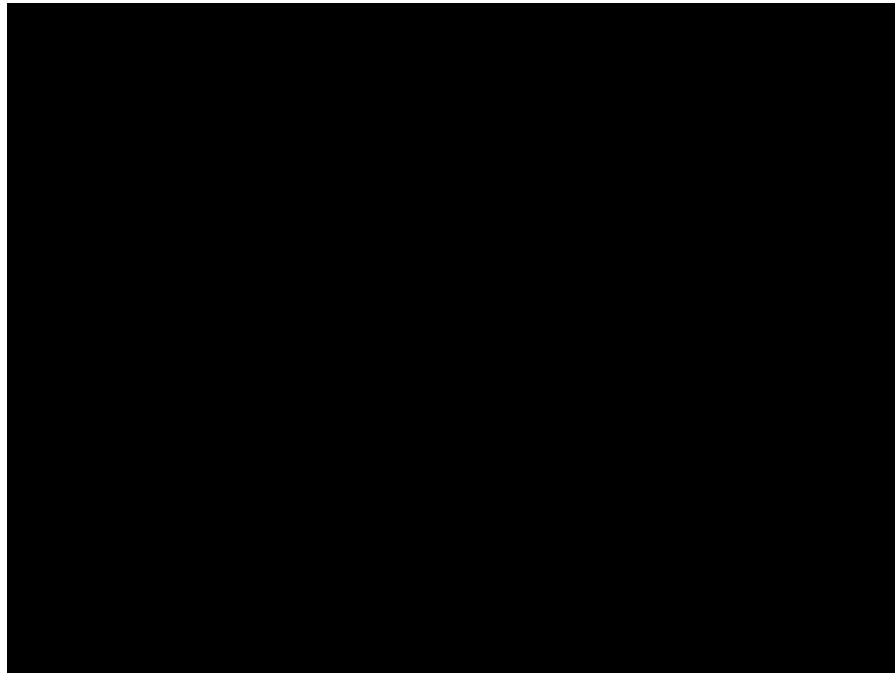
- S'adapter aux usages privilégiés par les **consommateurs nomades**
- Plus **accessible** : une ouverture facile
- Plus **pratique**
- **Fidélise** le consommateur
- **Gagner en visibilité** : référencée sur App Store et Play Store.



ICON  
APPLICATION

## TÉLÉVISION

Spot télévisé



## TÉLÉVISION

### Spot télévisé



- Chaîne payante du groupe M6. Propose du contenu généraliste qui s'intéresse aux activités culturelles.
- Cible principalement les CSP+
- 1er chaîne payante la plus regardée et 1er chaîne la plus regardée auprès des CSP+
  
- Chaîne culturelle franco-allemande de la TNT
- Une chaîne en constante progression (Record à 3% de part d'audience en 2019)
- Programmes culturels favorisés par les CSP+
  
- Chaîne thématique naît en 2012 sur la TNT
- Propose des documentaires sur différents thèmes dont le voyage et l'art de vivre
- Chaîne en progression avec un record à 2,5% de part d'audience : Leader en TNT, 4ème TNT sur les 25-49 ans, 3ème TNT sur les CSP+

## SPOT PUBLICITAIRE

MÉDIAS	Mars					Avril					Mai				
	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20			
<b>Télévision</b>															
Paris Première	Spot publicitaire - 30s							5 par semaine							
Arte	Spot publicitaire - 30s							3 par semaine							
RMC Découverte	Spot publicitaire - 30s							3 par semaine							
<b>Médias sociaux</b>															
YouTube	Pré-roll														
Instagram	Story sponsorisés														

P A R I S  
P R E M I È R E



R M C  
DÉCOUVERTE

A vintage white Volkswagen Type 2 (T2) campervan is parked in a field with mountains in the background. The van has its roof tent deployed. A teal rectangular overlay contains the text.

**HOLIDAYMOOV**