

PIERRE ET VACANCES : des livrets de jeux pour la famille

L'exemple des contenus Pierre et Vacances illustre une famille de contenu de marque conçus en étroite liaison avec un contexte précis d'utilisation ou de consommation.

Toutes les enseignes Pierre et vacances distribuent en main propre, dès l'arrivée des familles dans les résidences du groupe, le « magazine de jeux pour toute la famille ». Ce dernier est distribué à 500 000 exemplaires (250.000 en hiver et 250.000 en été). Il est composé de 68 pages de jeux (pour enfants et adultes), de cuisine, horoscopes et autres jeux concours.



- **Le magazine répond à l'esprit de vacances, de divertissement et de détente.**
 - Le fait d'offrir le magazine dès l'arrivée de la famille suscite une sensation de privilège agréable. Ils se sentent gâtés.
 - *C'est ludique forcément donc on retient, ça fait un peu cadeau*
 - *Ça rend la marque sympathique*

- Les clients soulignent l'intérêt de ce support gratuit de divertissement, facilement transportable, sur les transats, dans la voiture ou sur la plage.
 - *Ça s'adapte au moment où on est*
 - *C'est bien parce que Pierre et vacances c'est un truc de détente*
 - *Ça va avec les vacances, on aime bien être à la plage et faire les mots croisés, sudoku*

- Le magazine, avec sa section enfant, permet d'occuper les plus jeunes pendant leur vacances ce qui est apprécié par les parents.
 - *Ça permet d'occuper ses enfants*

- **Avec ce magazine, la marque renforce son lien avec sa clientèle, y compris au-delà de la période de vacances.**
 - L'utilité de l'offre est positivement perçue : il ne s'agit pas de donner pour donner mais bien de distribuer un magazine qui sera utile à la famille.
 - *C'est de la pub qui sert à quelque chose*

 - Pierre et vacances vient accompagner le voyageur pendant son séjour en lui offrant sous forme de cadeau un contenu divertissant.
 - *Ça fait un peu le compagnon*
 - *On a l'impression qu'ils sont avec nous, pour nous*

 - Le lien avec la marque déborde souvent sur le temps limité des vacances. Le magazine rentre avec les voyageurs qui restent en contact avec Pierre et vacances depuis leur salon.
 - *Et puis quand on revoit le magazine on repense que Pierre et vacances c'est bien, c'est sympa, en plus y'a les photos*



Le magazine de Pierre et Vacances est perçu comme un cadeau utile fait à toute la famille. Il répond par anticipation à un besoin d'occupation ludique qu'ont les familles en voyages, ce qui renforce positivement l'image de la marque.