

Europcar est élu « Sponsor de l'année » lors des 8^{ème} Trophées SPORSORA du marketing sportif

***Une première année de sponsoring qui a permis à la marque d'accroître
significativement sa notoriété***

Europcar, le leader de la location de voitures en Europe, a reçu le Trophée de « Sponsor de l'année » le 28 novembre lors de la cérémonie des 8^{ème} Trophées SPORSORA du marketing sportif. Ce prix récompense la stratégie de communication et de marketing développée par Europcar en tant que sponsor titre de l'équipe cycliste Team Europcar depuis octobre 2010.

Europcar a choisi le cyclisme pour sa proximité avec le grand public, son rayonnement international et la convivialité qu'il génère entre coureurs et spectateurs. Les valeurs de ce sport sont en accord avec celles d'Europcar, qui se veut proche de ses clients et à l'écoute de leurs besoins en termes de mobilité.

« Nous sommes très fiers aujourd'hui de recevoir cette récompense qui vient couronner une année exceptionnelle passée aux côtés du Team Europcar. Le sponsoring sportif vient soutenir notre stratégie car il permet de fédérer l'ensemble de notre réseau international et de promouvoir l'image de notre marque, en augmentant notre notoriété et notre statut de leader. » déclare Philippe Guillemot, Directeur-général du Groupe Europcar.

La stratégie de communication et de marketing développée autour du Team Europcar repose sur l'implication de l'ensemble des parties prenantes d'Europcar à travers la mise en place d'actions dédiées :

- Un programme d'animation pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe
- Des événements et des relations publiques à destination de ses clients et partenaires mondiaux, des institutionnels locaux, etc.
- Des relations avec les médias sports et ceux spécialisés dans l'économie du sport
- Le développement d'une stratégie digitale
- L'activation de son réseau local et international de franchisés (France, Afrique du Sud, Danemark...)
- ...

Les résultats obtenus par le Team Europcar, tant sur le plan sportif que pour l'entreprise en tant que telle, sont au-delà des objectifs initialement fixés. Portée par les 22 victoires réalisées sur l'année par les coureurs de l'équipe cycliste, la marque a fortement accru sa visibilité et sa notoriété en 2011, aussi bien en France que dans les autres pays européens dans lesquels le groupe est implanté.

Le Tour de France a constitué un formidable vecteur de visibilité pour Europcar. En France, la notoriété spontanée totale de la marque a gagné 8 points, passant de 31 % à 39 %¹. Cette performance est encore plus marquée sur la cible des locataires de voitures avec 12 points de gagnés¹ (de 45 à 57), soit la meilleure progression toutes marques confondues. De plus, avec 18% des locataires de voitures qui choisiraient Europcar pour leur prochaine location, le groupe apparaît comme la marque la plus attractive auprès de cette cible¹. En parallèle, la notoriété assistée du Team Europcar a connu un essor spectaculaire dans la plupart des pays européens et particulièrement en France où elle a gagné 20 points¹ (de 12% à 32%).

¹ Selon une étude TNS Sofres réalisée pour Europcar en Mai et en Septembre 2011

Europcar a bénéficié d'une exposition médiatique très importante, comme en atteste une étude Kantar Média réalisée dans 7 pays européens (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Grande-Bretagne, Italie et Portugal) :

- 23h01 d'exposition télévisée au total, avec une exposition moyenne de 1min10 par heure de direct
- Une exposition qui représente un investissement de 2 840 spots publicitaires de 30 secondes
- Une exposition TV valorisée à 14 M € sur l'année 2011

A propos d'Europcar:

Europcar est le n°1 européen des services de location de véhicules, donnant accès à ses clients au 1er réseau mondial de location.

Grâce à ses activités en direct, ses franchisés et ses partenaires, Europcar est présent dans plus de 150 pays, et a réalisé au travers de son portefeuille de marques près de 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2010, dont près de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires consolidé. Forte de ses 6 600 collaborateurs engagés dans la satisfaction de ses clients, et d'une flotte moyenne de près de 200 000 véhicules, Europcar est aussi une société soucieuse de sa responsabilité sociale, et a remporté à nouveau en 2010, le World Travel Award récompensant l'entreprise la plus verte du secteur des transports « World's Leading Green Transport Solution Company ».
Europcar est détenue par Eurazeo.

Contacts médias

Europcar International

Marine Boulot/Nathalie Poujol

Europcarpressoffice@europcar.com

Tél. : + 33 1 30 44 98 82