



TRW distingué pour sa campagne « Vraiment Authentique » lors du festival Autovision

- La nouvelle version de la campagne « Vraiment Authentique » combine l'ensemble des produits de la marque
- La campagne « Vraiment Authentique » relaie l'histoire des personnes qui façonnent la marque
- La campagne vient de recevoir deux récompenses OttoCar

Après deux ans et six millions de clics sur Internet, ZF Aftermarket a rassemblé tous les éléments de la campagne mondiale « Vraiment Authentique » de sa marque TRW, pour former un récit global et dynamique à voir sur www.trwaftermarket.com/fr/overarching. En retraçant l'histoire de ses salariés « Vraiment Authentiques », TRW montre comment toutes ces personnes mettent collectivement leurs talents au service du développement du Corner Module de TRW regroupant des pièces de freinage, de direction et de suspension. L'entreprise vient de recevoir deux distinctions OttoCar lors du 13e festival International du film et du multimédia du secteur automobile, organisé par Autovision, à Francfort sur le Main, en Allemagne.

Ben Smart, Directeur Monde Marketing, Communication and Pricing de ZF Aftermarket, explique : « Les marques de ZF Aftermarket représentent bien plus qu'un ensemble de pièces. Non seulement les différents personnages de la campagne « Vraiment Authentique » reflètent la capacité technologique et d'ingénierie du Groupe ZF, mais ils transmettent également au marché les qualités au cœur de cette organisation. »

Cette nouvelle campagne retrace l'histoire des salariés de TRW. Elle met en scène et décrit comment ces personnes authentiques mettent leurs passions personnelles au profit de leur travail, et ce, à travers le monde. Cette campagne est un véritable concentré de tout ce que la marque TRW représente, depuis la diversité de son portefeuille de produits, à son expertise et sa capacité d'ingénierie, en passant par la



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Page 2/4, 08.11.2017

qualité d'origine de ses pièces et le développement de solutions innovantes.

Suite à son succès en Europe, cette campagne a été déployée en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique. On peut y découvrir Guido avec les plaquettes de frein, Amélie avec les amortisseurs ainsi que Mike avec les pièces de direction & suspension. En Chine, Kitty parle des disques de frein et Chris, en Amérique du Nord, du Corner Module. Krzysztof parle de sa passion pour les pièces Moto et à travers l'histoire d'Erik, l'entreprise parcourt sa gamme de pièces pour poids-lourds.

Deux nouvelles récompenses pour « Vraiment Authentique »

Lors du 13e festival International du film et du multimédia du secteur automobile, organisé par Autovision à Francfort, un jury d'experts internationaux a choisi les meilleurs films réalisés pour l'industrie automobile. La campagne « Vraiment Authentique » a remporté l'Or dans la catégorie « Communication intégrée » et l'Argent dans la catégorie « Production de Film » catégorie fournisseurs.

« Nous sommes extrêmement fiers que cette campagne ait été distinguée par les experts du secteur avec deux importantes récompenses de l'industrie automobile lors de ce festival », se réjouit Bahar Freedman, Directeur Monde en charge de la Stratégie Marketing chez ZF Aftermarket.

Le concept de la campagne, à savoir associer des salariés vraiment authentiques et leurs passions, et montrer l'impact qu'ils ont de manière globale, a été très bien accueilli. En 2016, la campagne a été présélectionnée pour plusieurs récompenses majeures du secteur, liées au concept de marque, à la publicité automobile et au marketing en général.

Ben Smart, conclut : « TRW possède d'innombrables références constructeurs. Plus de la moitié des véhicules neufs à l'échelle mondiale sont dotés de produits de la marque. Nous voulons que le marché



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Page 3/4, 08.11.2017

associe l'expression « Vraiment Authentique » à la marque TRW et à tout ce que cette organisation représente. »

Légende :

Bahar Freedman, Head of Global Marketing Strategy et Brett Sammels, Director LAW Creative, ont accepté la récompense au nom de l'équipe et de tous ceux qui les soutiennent.

ZF Friedrichshafen AG

ZF est un leader mondial du marché des technologies de transmission de châssis, ainsi que des technologies de sécurité active et passive. La société emploie près de 137 000 collaborateurs répartis sur environ 230 sites dans une quarantaine de pays. En 2016, ZF a réalisé un chiffre d'affaires de 35,2 milliards d'euros. Chaque année, ZF investit environ 6 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement afin de pérenniser son succès grâce à la conception et l'élaboration de technologies innovantes. ZF est l'un des plus grands équipementiers automobiles au monde.

ZF permet aux véhicules de voir, penser et agir. Ses technologies ont pour objectif d'atteindre la Vision Zero, un monde de mobilité sans accident et sans émissions polluantes. ZF met l'ensemble de ses solutions au service du progrès dans les domaines de la mobilité et des services pour le secteur automobile, du poids lourd et des applications industrielles.

Avec des solutions intégrées et la gamme complète de produits ZF, la division Aftermarket de ZF Group garantit une exploitation efficace et rentable des véhicules tout au long de leur cycle de vie. Grâce à ses marques de produits établies, ses



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Page 4/4, 08.11.2017

innovations numériques, ses produits et services sur mesure, et son réseau de service présent sur toute la planète, ZF est devenu un partenaire très apprécié et le numéro deux sur le marché mondial de la rechange automobile.