

Partenaire du Tour de France, Continental active le dispositif #SafeTour pour faire-valoir sécurité, performance et technicité

- Fort de son positionnement industriel unique et le développement constant d'innovations reposant sur 3 expertises (Tires, Automotive et ContiTech), Continental s'est fixé un objectif ambitieux, Vision Zéro, à atteindre en trois étapes successives : zéro décès, zéro blessé et zéro accident
- Le #SafeTour : « la sécurité étape par étape »
- Dans le cadre de son partenariat avec le Tour de France, Continental présente son dispositif d'activation à destination des partenaires du Tour de France, des collaborateurs du groupe, des distributeurs et acheteurs BtoB, et du grand public
- Cette activation est multicanale : digitale, in store, live et media

Compiègne, le 7 juillet 2018. Continental, partenaire officiel pour cinq ans, s'engage aux côtés du Tour de France pour faire valoir les enjeux de sécurité (de la prévention aux solutions apportées), et ceux de la mobilité. Reconnu pour son expertise mais également pour toutes les innovations technologiques développées pour les pneumatiques, Continental participe à l'amélioration de la sécurité routière dans le monde entier depuis 1871. Ce partenariat avec le Tour de France s'inscrit notamment dans l'ambition d'une mobilité plus sûre quelle que soit la roue. L'entreprise souhaite mettre également en avant le partage de technologie entre les pneus vélos et les pneus voitures.

Des enjeux de sécurité et de mobilité au cœur du dispositif Continental

Continental s'engage aux côtés des différents publics du Tour de France tout au long de la compétition :

- En amont de la course, la **formation des conducteurs du Tour de France**, positionnant Continental comme la caution sécurité du Tour. Continental propose des formations spécifiques aux caravaniers, des formations pour les pilotes des voitures officielles d'encadrement de la course et pour les chauffeurs de véhicules partenaires (circuit à proximité du grand départ – Ceram) ainsi que la mise à disposition d'un book de formation transmis par Amaury Sport Organisation (A.S.O. - organisateur du Tour de France).
- Les 5 derniers jours avant le Grand Départ, Continental propose aux partenaires et à l'organisation du Tour, un **contrôle des pneus** (sans rendez-vous) et une **sensibilisation à la sécurité routière** lors des briefings d'avant tour.

- **La Brigade Continental part à la rencontre des divers publics (grand public, VIP et caravaniers)** sur le parcours du Tour de France en amont des coureurs et sur les parkings pour proposer un **diagnostic gratuit des pneumatiques**. Cette brigade conseille et contrôle tous les matins des véhicules de l'organisation et de la caravane du Tour, mais également les véhicules des spectateurs. Les équipes Continental seront munies d'un outil spécifique pour effectuer les contrôles pneumatiques des véhicules. Ce diagnostic sera envoyé aux participants par la suite.
- Continental mettra à disposition sur son site internet www.continental-pneus.fr dans la rubrique Tour de France des contenus propres sur le Tour de France, **sur la thématique #SafeTour**. Une journaliste reporter indépendante sera au cœur de chaque étape et proposera des contenus qui seront relayés sur l'ensemble des réseaux sociaux de Continental. Cette diffusion quotidienne implémentera des contenus créés (vidéos, photos, textes) sur les réseaux sociaux Continental et sur la rubrique web, mettant en avant le Tour de France.

En parallèle de ce dispositif #SafeTour, Continental proposera également toute une série d'activations événementielles pour rapprocher la marque de ses différents publics.

1. Activation pour le Grand Public :

- Une **caravane publicitaire** offrant de la visibilité à Continental et permettant d'aller à la rencontre du public, créant ainsi de la proximité. Cette flotte automobile de pointe, constituée d'1 char, de 2 SUV, et de 2 cabriolets, disposera d'un total covering et d'une **sonorisation avec le message #SafeTour, Sécurité, Performance, Technicité quelle que soit la roue, avec la technologie allemande des pneus Continental**, distribuant des goodies (ponchos pour les temps de pluie et contrôleurs de pneus sous forme de porte-clés).
- Un espace découverte et expérience sur les zones de départ et d'arrivée, avec la mise en avant des produits phares de la marque. Au sein de cet espace dédié au grand public, un simulateur de conduite, une borne photo, un **espace mini showroom avec pneus vélos et pneus voitures** et un espace Vision Zéro avec tapis au sol matérialisant la distance de sécurité d'1,5 m entre le véhicule et un vélo seront installés.
- Le **Challenge Cycling Heroes**, une activation pour les passionnés de vélo, avec un challenge de 156Km à faire en 2 semaines en vélo pour tenter de gagner une place pour faire les derniers km de la 9^{ème} étape entre Arras et Roubaix.
- **De nombreux jeux sur nos réseaux sociaux sont mis en place** pour faire gagner des places, des vélos, des pneus GP 4000RS Série Tour de France et des goodies du Tour de France...
- Enfin, Continental est également partenaire officiel des **Continental Cadets Juniors**, une équipe de 8 jeunes de 14 à 18 ans (sélectionnés parmi les licenciés des clubs régionaux) qui auront la chance de pouvoir effectuer les 25 premiers et les 25 derniers kms de chaque étape. Ils seront habillés aux couleurs de Continental et rouleront avec le pneu licencié GP4000RS Série Tour de France.

2. Activations pour les collaborateurs :

- Challenge Employés : Continental a mis en place de nombreux challenges pour ses employés à travers les différentes entités du groupe, dont un challenge vélo pour soutenir l'Association pour l'insertion et le maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés (AIMETH). Organisé par la partie Tyre, il a permis de faire un don de 4850€ à l'AIMETH.

3. Activation pour les clients et distributeurs de la marque:

- Des événements réseaux auront lieu à l'attention des distributeurs et clients de la marque, . Une soirée sera organisée dans quelques points de vente partenaires proches du tracé du Tour, avec des animations et la présence d'une partie de la caravane.

4. Activation médias sur les conseils de son agence média Blue449:

- 5 chroniques de 60 secondes sur RMC avec un intervenant mettant en avant la Vision Zéro Continental pendant toute la durée du Tour de France.
- Les coulisses et les temps forts du Tour de France en 360° et Réalité Virtuelle dans l'e-Mag 360 VR sur francetvsport.fr en partenariat avec Continental.
- Un jeu concours organisé avec L'Equipe sur son site lequipe.fr pour les passionnés de vélo.