

Chasseneuil du Poitou, le 17 juin 2021

Il est temps de reprendre la route avec autosphere, la marque qui libère l'automobile

Nouveau positionnement, nouvelle signature, nouvelle campagne !

Le déconfinement progressif, le retour des beaux jours et les vacances en approche sont annonciateurs du grand retour de la mobilité. Les Français retrouvent peu à peu leur liberté et par là-même l'envie de bouger, de se déplacer ! Autosphere souhaite célébrer cette liberté de mouvement retrouvée avec les Français et prend la parole au travers d'une campagne d'affichage au titre évocateur : il est temps de reprendre la route.

Autosphere, la marque commerciale du groupe Emil Frey France, premier groupe de distribution automobile français, dévoile sa **nouvelle campagne de communication** et **renforce son positionnement de simplificateur** de l'achat automobile.

Coup de projecteur sur la stratégie de marque

Autosphere libère l'automobile... Telle est la **volonté et la signature de la marque autosphere**. Après un long travail de réflexion sur le positionnement et l'image de la marque autosphere, les équipes d'Emil Frey France ont su déterminer une stratégie calibrée, afin d'accompagner le déploiement de la marque autosphere en France.

Alors que les démarches autour de l'acte d'achat automobile restent toujours complexes et chronophages, autosphere complète l'offre traditionnelle des concessionnaires à travers de multiples services innovants et des parcours digitaux inédits. De l'offre de reprise cash jusqu'à l'entretien du véhicule, en passant par l'achat en ligne, l'essai et la livraison à domicile, autosphere s'impose comme le simplificateur, le facilitateur de l'achat automobile. Ancrées dans son ADN, la transparence, l'exigence, la proximité et la liberté d'achat font d'elle, un partenaire de confiance pour les acheteurs. En quelques mots, **autosphere change les règles du parcours d'achat** d'un véhicule en proposant **une solution clé en main, physique et digitale**, avec une promesse forte : **libérer l'achat automobile**. Autosphere, c'est finalement l'alliance du meilleur de la concession et de la simplicité du digital.

« Ce nouveau positionnement repose sur un marché de l'automobile qui se modernise et se digitalise, impulsé notamment par de nouveaux acteurs. L'innovation étant au cœur du développement d'autosphere, la marque marie parfaitement la proximité physique et la technologie digitale. Elle offre une expérience pleinement « phygitale », sachant allier le meilleur des deux mondes. » a déclaré Hervé Miralles, Président du groupe Emil Frey France et Belgique.

Une campagne d'été signée par Havas Paris

« Il est temps de reprendre la route », voici le titre de la campagne d'été, 1^{er} opus de cette nouvelle stratégie, dévoilée le 12 juin dernier. Avec une liberté retrouvée, les Français aspirent à se déplacer, à se retrouver, à partir à la découverte de nouveaux territoires. **À l'heure de la levée des restrictions**, autosphere est LE partenaire qui simplifie le parcours d'achat d'un véhicule, neuf ou d'occasion, et accompagne les Français dans leur désir de liberté... A travers cette campagne, les clients redécouvrent les fondamentaux de la marque : l'offre la plus complète du marché, la simplicité du parcours d'achat et la disponibilité immédiate des véhicules. La marque garantit aux clients de trouver un véhicule correspondant à leurs attentes sans plus tarder. Il est temps de reprendre la route avec autosphere.

Cette **nouvelle campagne**, conçue par Havas Paris, met en scène des Français confinés, installés à leur fenêtre, le coude à l'extérieur, dans une posture symbolique rappelant la conduite d'une automobile. Proposée en 3 versions pour des ambiances complémentaires et conçue par Havas Paris, cette campagne, comme une métaphore de la libération des Français après des mois de contraintes, souligne avec délicatesse ce besoin de reprendre la route.

Les consommateurs pourront découvrir, du 12 au 23 juin, cette nouvelle campagne dans une **sélection de médias print et web** (presse quotidienne régionale, avec PQR366, Le Parisien et Aujourd'hui en France, L'Equipe), ainsi qu'en **affichage** (4080 faces avec le réseau Clear Channel).



À propos d'Autosphere

Autosphere est la marque commerciale du 1^{er} distributeur automobile français, Emil Frey France. Proposée dans les 250 concessions du Groupe Emil Frey France, elle met à disposition plus de 21 000 véhicules toutes marques à l'achat en ligne ou en concession (15 000 véhicules d'occasion révisés et garantis, 6 000 véhicules neufs sous garantie constructeurs), 23 forfaits d'entretien, une gamme d'accessoires automobile, des solutions de financement ainsi que des complémentaires d'assurance. Plaçant le client au centre de ses préoccupations, avec des services tels que l'achat en ligne, l'essai ou la livraison à domicile, elle offre à ses clients un parcours d'achat adapté à leurs besoins en proposant une expérience phygitale complète. Autosphere se veut être un simplificateur, Le facilitateur de la mobilité automobile, autosphere libère l'automobile.

www.autosphere.fr

Suivez-nous sur les réseaux sociaux et retrouvez toutes nos actualités :

