

Euro 2016 : Continental vous invite à partager vos émotions sur #Theperfectmatch

Compiègne, 4 Avril 2016

A l'occasion de l'Euro 2016™, Continental lance une campagne de communication Made in France, avec la participation de ses collaborateurs et l'équipe de foot de Sarreguemines : #ThePerfectMatch

L'objectif : Cette campagne #ThePerfectMatch symbolise la rencontre entre le leader des pneumatiques en Europe et le plus grand événement sportif européen qui se tiendra en France du 10 Juin au 10 Juillet. #ThePerfectMatch permet de fédérer l'ensemble des initiatives de communication de Continental en qualité de Sponsor officiel de l'Euro 2016™ et de nourrir la perception positive de la marque en France.

Le challenge : Créer l'adhésion à la marque Continental autour d'un des plus grand événement sportif de l'année en France rappelant les valeurs communes que la marque partage avec l'esprit de dépassement de soi propre au football. Le parti-pris est de faire connaître Continental plus connu pour sa technicité, vers l'émotion et la passion. Une marque qui se veut plus communautaire, inspirant confiance grâce à la performance de ses produits, l'inter-connection entre ses collaborateurs et engageant la discussion avec le consommateur français.

Pour y remédier : Continental a mis en place une opération de grande envergure avec la participation de ses collaborateurs et de l'équipe de foot de Sarreguemine, où se trouve l'usine du groupe en France. Tous ont participé à la réalisation d'un film créé avec le support de l'agence INSIGN. Un film qui met en images la ferveur qu'elle soit technologique ou sportive car elle seule crée, un lien social puissant. Par ce dispositif digital, Continental rappelle les liens forts avec l'UEFA, qui lui permettra d'améliorer sa notoriété et de renforcer son image.

Le Concept : #The perfect Match illustre la rencontre parfaite au sens sportif du terme, comme au sens technique. Cette double lecture permet d'organiser de manière naturelle la rencontre entre les valeurs de la marque Continental et celles du football. Le succès de la rencontre se matérialise déjà en interne par un « Check » sur l'ensemble du dispositif, et qui sera bientôt déployé auprès des

Continental est une marque allemande, fournisseur de systèmes de freinage, de systèmes et composants pour les propulsions et châssis, d'instruments, de systèmes d'infotainment, d'électronique, de pneumatiques et de produits industriels en élastomère. Figurant parmi les leaders mondiaux de l'équipement automobile, le groupe Continental contribue à une grande sécurité de conduite et à un respect global de l'environnement. Le groupe Continental a réalisé un chiffre d'affaires de 39,2 milliards d'euros en 2015 et emploie actuellement environ 208 000 personnes dans 53 pays. La division pneumatique, dont les investissements en R&D participent à une mobilité durable, détient 24 sites de production et de développement dans le monde et emploie 47 000 personnes. En France, la première commercialisation d'un pneumatique date de 1890. Le groupe Continental y est présent via 7 usines et plus de 7000 employés produisant de ce fait «Made In France ». Rendez-vous sur <http://www.continental-pneus.fr>

internauts pour vivre des moments d'exception aux côtés de Continental. Cette campagne digitale permet à tous les fans de football et aux automobilistes de donner leur vision du « Match parfait » faisant l'association entre l'univers automobile et celui du football, afin de peut-être gagner des places pour vivre grandeur nature l'Euro 2016™.

Le dispositif de communication. Continental a imaginé un dispositif innovant déployé sur les réseaux sociaux facebook et twitter, comme en points de vente dans lesquels de nombreuses opérations promotionnelles seront organisées. Au cœur du dispositif, un film viral d'une minute. Seul Continental détient ce secret qui permet de créer un pôle d'excellence industriel et la naissance de grandes émotions: des pneumatiques ultra-performants et un championnat UEFA™ passionnant. Le film raconte en effet une scène de vie créant une alchimie savante entre le génie sportif et l'intelligence industrielle. Pour le visionner, rendez-vous sur Facebook. <https://www.facebook.com/continentalfrance>. Continental ira à la rencontre des automobilistes et activera l'ensemble de ses points de vente autour de ce dispositif. Une importante campagne média avec notamment le concours de grandes radios nationales permettra notamment de gagner de nombreuses places et un dispositif autour de la sécurité routière sera déployé pour être sûr de prendre la route en toute sécurité.

Au centre de tout, la confiance. Pour nous accompagner tous les jours sur les routes, dans ce « perfect match » entre émotion et performance, le pneumatique est le meilleur allié de l'automobiliste. Ici pas n'importe quel pneumatique mais la gamme Continental reconnue pour sa technologie et ses qualités en termes de freinage permettant de rouler en toute confiance. Parmi les leaders en Europe en matière de pneu tourisme première monte et remplacement, Continental met toute son expertise technologique au service de la sécurité de tous. La gamme Continental offre du sur-mesure pour tous. Quel que soit le véhicule concerné Continental propose des pneus parfaitement adaptés à chaque utilisateur. Leur grande motricité, leur parfaite tenue de route et les distances de freinage réduites assurent au conducteur une grande confiance de conduite au quotidien.

« Partenaire officiel de l'UEFA™ depuis plusieurs années, nous voulions valoriser cette collaboration afin de promouvoir notre marque sur le marché français. Continental est une marque dessinée en Allemagne et produite en France. Cette campagne, nous permet de donner la parole à nos collaborateurs et prendre la parole auprès de tous, sur ce qui nous anime au quotidien: le transport en toute sécurité de nos passagers. Quand on réalise d'aussi belles performances humaines ou technologiques c'est en équipe, que ce soit une équipe de footballeurs émérites comme une équipe de collaborateurs engagés auprès de Continental. Le fait que ce championnat européen ait lieu en France en 2016, est un levier de cohésion extrêmement puissant. La marque se devait d'en être partenaire partageant les

Communiqué de presse



mêmes attributs de performance et d'universalité » explique Adrien Eymard, Directeur Marketing et Communication de Continental France.

#ThePerfectMatch, à vous de le vivre sur Facebook et Twitter

https://twitter.com/continental_fr

<https://www.facebook.com/continentalfrance>.

Continental est une marque allemande, fournisseur de systèmes de freinage, de systèmes et composants pour les propulsions et châssis, d'instruments, de systèmes d'infotainment, d'électronique, de pneumatiques et de produits industriels en élastomère. Figurant parmi les leaders mondiaux de l'équipement automobile, le groupe Continental contribue à une grande sécurité de conduite et à un respect global de l'environnement. Le groupe Continental a réalisé un chiffre d'affaires de 39,2 milliards d'euros en 2015 et emploie actuellement environ 208 000 personnes dans 53 pays. La division pneumatique, dont les investissements en R&D participent à une mobilité durable, détient 24 sites de production et de développement dans le monde et emploie 47 000 personnes. En France, la première commercialisation d'un pneumatique date de 1890. Le groupe Continental y est présent via 7 usines et plus de 7000 employés produisant de ce fait «Made In France ». Rendez-vous sur <http://www.continental-pneus.fr>