

Midas soutient les conducteurs de véhicules électriques avec dentsuMB.



Dans un contexte où le pouvoir d'achat est un sujet majeur de préoccupation, et où le poste voiture pèse de plus en plus lourd dans le budget, Midas se place une nouvelle fois du côté des Français en proposant la révision des **véhicules électriques et hybrides** à prix accessible, avec rendez-vous en 24h garanti.

En 2009, Midas lançait « LA Révision garantie constructeur préservée » avec son film publicitaire « Le bras et l'œil ». À l'époque, une révolution sur le marché de l'entretien automobile.

Près de 13 ans plus tard, Midas repart à l'offensive et revendique son esprit pionnier en lançant la « e-révision garantie constructeur préservée », pour les véhicules hybrides et électriques.

Pour marquer ce tournant, Midas part en campagne avec un nouvel opus de la saga, et continue de jouer avec les expressions françaises. L'histoire est dévoilée avec un film bien dans son époque, à la tonalité mordante et décalée, portée par une réalisatrice et une actrice qui forment un duo moderne.

Cette campagne réaffirme les fondamentaux de la marque-enseigne :

- **L'Innovation et la RSE**, avec le lancement de la e-révision (la révision pour les véhicules électriques et hybrides)
- **Le pouvoir d'achat**, les révisions Midas étant en moyenne 35% moins chères que chez les constructeurs, avec garantie constructeur préservée
- **La dimension servicielle** avec le RDV en 24h garanti alors qu'il faut bien souvent attendre des semaines chez un constructeur.
- **L'expertise**, avec la révision de tous les véhicules, la garantie constructeur préservée et le diagnostic systématique gratuit

Une nouvelle prestation qui ne « coûte pas la peau des fesses »

Cette campagne est constituée d'un film et de capsules digitales sur les preuves Midas, portés par Joséphine Draï et Noémie Saglio. La première, actrice de Plan Cœur notamment, a été choisie pour son image moderne et son franc-parler, qui correspondaient parfaitement au personnage qu'elle incarne. Noémie Saglio, réalisatrice des séries « Plan Cœur » et « Connasse » notamment, complète ce duo habitué à travailler ensemble, pour porter un discours très cash, pour que la révision de sa voiture électrique ne coûte pas « la peau des fesses ».

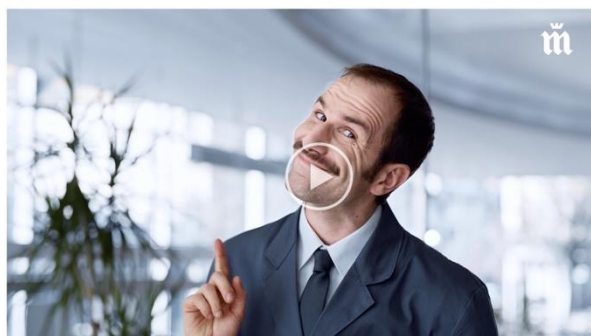


[Découvrez le film « La révision, le retour »](#)

Dispositif

Cette campagne sera lancée en TV et digital en avril, et relayée ensuite au cœur de la haute saison pour Midas avec l'appui d'un dispositif in-store :

- **Le film** sera diffusé en TV et en VOL du 11 au 24 avril. Le plan média laisse une large part à une programmation qualitative et affinitaire, avec notamment des événements sportifs et des programmes de divertissement grand public.
- **5 capsules digitales dérivées** du film complètent le dispositif. 3 capsules seront diffusées à chaque vague, et seront relayées sur les réseaux sociaux et via différentes régies. Ces capsules présentent les prestations phares et l'expertise de Midas : la e-révision, le RDV en 24h, le diagnostic systématique, la garantie constructeur préservée notamment.



[Découvrez les 3 capsules vidéos](#)

- **La e-révision et le RDV en 24h, preuves phares de la campagne, seront relayés** pendant toute la saison au sein du réseau des 363 centres Midas via un dispositif de PLV, un relais digital et en CRM.

[Pour en savoir plus sur Midas](#)

<https://www.midas.fr>

[A propos de dentsuMB](#)

Affirmant une vision sociétale de la communication, l'agence créative du groupe dentsu, dentsuMB a pour mission d'aider les marques et entreprises à transformer la société ; donner du sens ; affirmer ou réaffirmer leur utilité ; agir et faire agir ; tout en ayant une véritable éthique dans ses pratiques comme dans ses campagnes.

« Notre métier est un engagement et nous avons une responsabilité collective. Nous ne changeons pas le monde mais les messages que l'on porte pour les marques à travers les idées créatives impactent la société » explique Sébastien Zanini, Directeur de la Création.

Multi primée en 2021, en pleine croissance malgré le contexte, dentsuMB Paris, qui compte 50 collaborateurs, vient de remporter la communication d'Amplifon et de STIHL. L'agence dentsuMB accompagne particulièrement les marques qui comptent dans la vie des gens : mobilité, emploi, environnement, habitat, santé, éducation...Elle compte parmi ses clients Midas, Zeiss, Pilot Pen, Foncia, ecosystem, Oxford, Le Parfait, Iveco ou encore Le Ministère du Travail.

dentsuMB propose un modèle intégré rassemblant Insights, Stratégie, Création, Média, Events et Conseil RH/RSE, et est dirigée en France par Nathaël Duboc, Directeur Général et Sébastien Zanini, Directeur de la Création.

[Fiche technique de la campagne :](#)

Annonceur : Midas

Directeur général : Julien Gourand

Directeur marketing : Ludovic Dugabelle

Agence : dentsuMB Paris

Directeur général : Nathaël Duboc

Directeur de la création - Directeur général : Sébastien Zanini

Directeur artistique : Rudy Bamberg

Concepteur-rédacteur : Marc Sinegre
Directrice associée : Amélie Ozouf
Directrice du planning stratégique : Alexandra Servant Rony
Directrice Conseil : Béryl Husson
Chef de projet : Marion Chassagnard
Social media manager : Elodie Pichon-Martin

TV Prod : Diane de Bretteville

Réalisatrice : Noémie Saglio

Production : Quad

Productrice/producteur : Romain Manson

Directeur de Production : Ondine Dupont

Post-production : Quad

Post-productrice/producteur : Léo Souffrice / Vincent Bordier

Son : Obahamas