

NORAUTO LANCE SON NOUVEAU SOCLE DE MARQUE « AUTOMOBILISTE ET RESPONSABLE »

avec une nouvelle campagne orchestrée par BETC Paris x BETC Fullsix :

“L’APPRENTISSAGE”

Quand on parle de transition écologique liée à la mobilité individuelle, beaucoup s’occupent de l’automobile. Pour l’exclure des villes, la taxer, la contraindre, la transformer, la repenser ou la faire évoluer. Mais aujourd’hui, qui s’occupe des automobilistes ?

« Nous avons la conviction chez Norauto que l’automobile est encore et toujours un formidable moyen de liberté pour les Français. Ce nouveau socle stratégique porte haut l’engagement de Norauto de répondre aux nouveaux enjeux auxquels sont confrontés les automobilistes. C’est pourquoi nous nous plaçons de leur côté avec des solutions simples et accessibles pour les accompagner dans leur transition vers une mobilité plus responsable. Pour révéler ce nouveau positionnement, il nous fallait une campagne en rupture sur notre marché, qui nous permette de conforter notre leadership, et surtout de montrer aux Français nos engagements et l’ensemble de nos solutions pour une route plus responsable. Les équipes de BETC ont su relever ce défi. » Jérôme Dumont – Leader Marketing Communication Norauto



Pour révéler le rôle fondamental de la marque dans la transition vers cette mobilité plus durable, Norauto a choisi BETC Paris & BETC Fullsix pour définir sa nouvelle plateforme stratégique et exécuter sa nouvelle campagne transversale. Elle sera portée par un nouveau grand film de marque de 90 secondes “L’APPRENTISSAGE” lancé le 17 septembre, accompagné de films preuves de 15 secondes mettant en avant les services et les engagements de Norauto.

Cette campagne est une étape importante pour la marque qui affirme sa nouvelle posture : **Kilomètre après kilomètre, on fait aussi avancer les**

automobilistes.

BETC

BETC FULLSIX

Cette promesse de mobilité durable sera incarnée à l'écran par ce nouveau film de posture mettant en scène un tandem père/fille attachant. Si différents l'un de l'autre, ils réussiront peu à peu à dépasser le fossé générationnel qui les sépare, grâce à un apprentissage réciproque des bons gestes du quotidien, tant en matière de conduite que de comportements citoyens. Ils vont se construire ensemble un avenir plus vertueux, avec l'aide progressive de Norauto.

« Cette nouvelle plateforme et cette nouvelle campagne illustrent de manière sincère, enthousiaste et populaire, le rôle essentiel que joue chaque jour la marque Norauto dans la vie des automobilistes que nous sommes. » Jean-Patrick Spitz – Vice-Président BETC Paris & BETC Fullsix

« Nous sommes très fiers d'accompagner Norauto dans sa transition et dans le lancement de cette nouvelle campagne que nous avons voulue juste, vraie, touchante et en phase avec la réalité des automobilistes d'aujourd'hui. Quel que soit notre âge, ce n'est pas facile de changer, mais nous sommes profondément convaincus que nous voulons tous devenir de meilleurs automobilistes. » Olivier Apers – VP - Executive Creative Director BETC Paris & BETC Fullsix

BETC a confié la réalisation de cette campagne à Benjamin Parent (production HENRY) qui a notamment écrit et réalisé son premier long métrage « *Un vrai bonhomme* » en 2020. Les images sont accompagnées par le tube "WORDS" composé et interprété par F.R. David. Musique qui ne sera pas sans rappeler quelques souvenirs à certains.

Cette nouvelle campagne sera lancée le 17 septembre sur toutes les chaînes de télévision avec un film posture de 90 secondes, suivi de 6 films preuves de 15 secondes qui mettent en avant les solutions concrètes et les engagements de Norauto en faveur d'une mobilité plus responsable. Ces films mettront en avant les services tels que le pack Eco-Traitement, la révision Eco-Contrôle, le recyclage des pneus et des batteries usagées, mais aussi la vente de bornes de recharge et l'entretien des véhicules électriques et hybrides.

Le dispositif sera complété en digital, en VOL, en social media et dans tous les centres de la marque.

À propos de Norauto :

Leader Européen de l'entretien et de l'équipement automobile, Norauto accompagne depuis près de 50 ans les automobilistes. Aujourd'hui, Norauto s'impose en tant que créateur de solutions innovantes, accessibles et connectées afin de faciliter l'accès et le plaisir à une mobilité plus douce, plus sûre, plus enthousiaste, qui répond aux nouveaux usages de la route. L'entreprise est également pionnière des technologies électriques, ambassadrice du véhicule propre et s'engage à proposer des alternatives à l'automobile en faveur d'une mobilité durable. La marque appuie son développement omni-canal sur un

BETC BETC FULLSIX

réseau de plus de 600 centres-auto dans le monde (6 pays d'implantation) dont plus de 400 centres en France.

À propos de BETC Fullsix :

Dirigée par Tiphaine du Plessis et Ivan Beczkowski, BETC FULLSIX Agency met la créativité, la technologie et la data au service de la réalisation d'expériences uniques et innovantes pour les marques. L'agence fait partie du groupe BETC FULLSIX, co-présidé par Olivier Vigneaux et Malo Gaudry, qui réunit le meilleur des forces digitales du Groupe Havas, et rassemble 600 talents, dont plus de 200 ingénieurs et data scientists, et plus de 200 créatifs accompagnés par des services designers et consultants experts en digital et en projets de transformation.

Contact presse :

Fanny Dhyser

Chargée de communication BETC Fullsix Agency

fanny.dhyser@betc.com

06.99.55.54.76