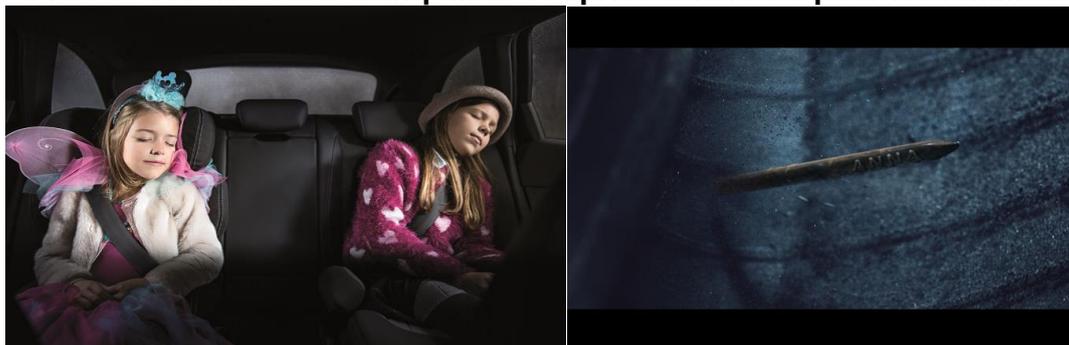


Avril 2016

Bridgestone s'adresse notamment aux familles avec la campagne publicitaire DriveGuard

Plus de sécurité et de tranquillité d'esprit sur la route pour les familles



Extraits de la nouvelle publicité DriveGuard de Bridgestone : www.youtube.com/user/bridgestone

Bridgestone, leader mondial du pneumatique, lance une campagne publicitaire européenne ce mois-ci, en parallèle de la présentation de son nouveau pneu DriveGuard, synonyme de davantage de mobilité. Cette campagne, télévisée, print et web, est dupliquée sur des supports extérieurs, cinématographiques et sociaux, pour expliquer à tous les conducteurs soucieux de sécurité et surtout aux familles qu'elles n'ont plus à se soucier des crevaisons si elles conduisent avec des pneus DriveGuard de Bridgestone.

Basé sur l'idée qu'une crevaison, cela n'arrive pas qu'aux autres, le film montre comment les pneus DriveGuard de Bridgestone permettent de poursuivre sa route après une perte de pression jusqu'à un lieu adapté et sûr pour changer ou réparer son pneu. Le message est diffusé via un film jouant sur l'émotion qui suit une mère avec ses enfants sur le chemin du retour à la maison.

« Les pneus DriveGuard de Bridgestone sont des produits nouveaux en Europe et la publicité vise une nouvelle cible : les jeunes familles. Elle véhicule des valeurs de la famille moderne en termes de sécurité et de tranquillité d'esprit » déclare Thierry Jupsin, Director Brands Marketing, Bridgestone Europe.

Sécurité et aisance

Les recherches de Bridgestone démontrent que 60 % des automobilistes européens ont eu un pneu crevé au cours des 4 dernières années¹. Les pneus DriveGuard de Bridgestone sont les premiers pneus permettant le roulage à plat sans être uniquement des équipements d'origine de marques ou de modèles de voiture spécifiques. Ils peuvent être installés sur presque toutes les voitures possédant un système TPMS (système de contrôle de la pression des pneus). Cet équipement est aujourd'hui obligatoire sur tous les nouveaux modèles en Europe. Les pneus DriveGuard permettent aux conducteurs de continuer à conduire après une crevaison sur 80 kilomètres en roulant jusqu'à 80 km/h².

¹ Bridgestone a fait effectuer des recherches par Profacts en 2015

² Les pneus DriveGuard ne sont actuellement pas disponibles pour les fourgons. La distance pouvant être parcourue après une crevaison peut varier en fonction de la charge du véhicule, de la température extérieure et du moment de l'activation du système TPMS.

Avec leurs flancs renforcés et leur technologie brevetée d'ailettes de refroidissement, les pneus DriveGuard de Bridgestone offrent plus de tranquillité d'esprit aux conducteurs. Ils réduisent le risque d'accident faisant suite à une crevaison tout en évitant de devoir changer les pneus au bord de la route ce qui peut être très inconfortable et risqué.

Bridgestone diffusera la campagne dans toute l'Europe avec des spots publicitaires en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni. Une couverture numérique spécifique et des publicités print sont également programmées. Les médias sociaux impliqueront les clients avec un jeu rattaché au mini-site DriveGuard. Une présence au cinéma et dans les centres commerciaux visant les familles développera la notoriété au niveau local. La campagne a été créée pour Bridgestone par l'agence de publicité internationale J. Walter Thompson. UM Germany s'est occupée de la planification et des achats médias.

Derek Turner-Smith (CEO JWT International) a commenté : « *Cette histoire parle à tous en expliquant que vous pouvez avoir un pneu crevé un jour et que vous devez donc vous préparer. Elle met en avant le nouveau pneu Bridgestone innovant. J'ai hâte de voir l'impact qu'il aura sur le marché.* »

Pour obtenir plus d'informations, veuillez consulter : www.driveguard.com
... ou regardez la nouvelle publicité sur www.youtube.com/user/bridgestone

À propos de Bridgestone Europe

Bridgestone Europe (BS EMEA), dont le siège européen est situé à Bruxelles, en Belgique, est une filiale régionale clé du siège Bridgestone Corporation à Tokyo, leader mondial du pneumatique. Bridgestone Europe regroupe un centre de R&D, 10 usines et des bureaux dans plus de 30 pays d'Europe, avec plus de 12 500 employés. Les pneus haut de gamme de BSEU sont vendus en Europe et dans le monde.

À propos de UM

UM (Universal McCann; Holding IPG New York) est parmi les leaders des agences médias internationales. Outre Bridgestone, elle compte dans ses clients, Johnson & Johnson, BASF, DekaBank, Engelhard Arzneimittel, Galeria Kaufhof, Intersport, Media Markt, Penny, South African Tourism, Toys'R'us et ZURICH Assurances. Le siège social est situé à Francfort et des agences sont présentes à Hambourg et Nuremberg. UM compte 4 800 collaborateurs dans plus de 100 pays à travers le monde.