



PRENDRE UN VIRAGE

UNE AUTRE FAÇON DE VOIR LA VIE.

UNE AUTRE FAÇON DE VOIR FORD.

DOSSIER DE PRESSE



Go Further

EDITO

par Paul Flanagan, Président de Ford France

"Une autre façon de voir la vie", c'est ce que propose notre nouvelle campagne de communication, dont la volonté est de présenter le nouveau visage de Ford en France. Elle est le fruit d'une réflexion approfondie sur les nouvelles attentes des consommateurs français.

"Une autre façon de voir la vie", c'est ce à quoi aspirent plus de 74% des Français aujourd'hui.



"Une autre façon de voir la vie", c'est une opportunité unique pour engager une conversation surprenante et authentique avec les consommateurs français. Et s'imposer comme la marque qui les comprend, anticipe leurs besoins et les accompagne dans leur quotidien.

"Une autre façon de voir la vie", c'est changer la perception qu'ont les Français de la marque, et de leur faire découvrir le nouveau visage de Ford au travers de nos nouveaux produits et d'une expérience client innovante au sein des FordStores.

"Une autre façon de voir la vie", c'est aussi un formidable travail d'équipe, pour faire de Ford la plus française des marques étrangères, que nous vous invitons à découvrir tout au long de cette campagne et dans ce dossier de presse.

SOMMAIRE

UNE AUTRE FAÇON DE VOIR LA VIE. UNE AUTRE FAÇON DE VOIR FORD.....	3
LE NOUVEAU VISAGE DE FORD : LA GAMME	6
FORDSTORE, LE NOUVEAU VISAGE DES CONCESSIONS FORD.....	10
LA PLATEFORME EN LIGNE PRENDREUNVIRAGE.FR.....	13
VIDEO VIRALE : CARLA BRUNI PREND UN VIRAGE.....	16
CAMPAGNE PUBLICITAIRE INEDITE	18

UNE AUTRE FAÇON DE VOIR LA VIE. UNE AUTRE FAÇON DE VOIR FORD.

Organisation, hommes, produits... Ford change. La marque fait sa mue pour mieux faire vivre son héritage et mettre en avant l'un de ses principes fondateurs : être un acteur des mutations sociales, en délivrant des véhicules emprunts d'émotions et adaptés aux nouveaux modes de vie.

La commercialisation sur le marché français de nouveaux modèles inspirants tels que les nouvelles Ford Mustang et Ford GT en sont la meilleure preuve, tout comme le développement de notre gamme SUV avec l'arrivée prochaine du nouveau Ford Edge.

Le nouveau visage de Ford, c'est aussi une nouvelle expérience client. Une expérience à la fois plus digitale et plus physique, et qui s'inscrit parfaitement dans les nouveaux parcours d'achat des consommateurs. Pour cela, Ford et ses concessionnaires ont profondément modernisé les 278 points de vente. Pour une immersion encore plus intense dans l'univers de la marque, Ford déploie également de nouvelles concessions « vitrines » appelées FordStores, dans les principales agglomérations françaises.

Les Néothétiques, une nouvelle génération qui inspire Ford

Ford s'est toujours fait le reflet de son époque en anticipant les nouvelles attentes des consommateurs et en proposant des véhicules qui y répondent. Il est d'ailleurs dans son ADN de provoquer les mutations sociales – comme ce fut le cas avec la naissance des banlieues aux Etats-Unis, favorisée par la démocratisation de l'automobile.

Aujourd'hui, en France, Ford a vu émerger une nouvelle génération qui aspire à progresser socialement mais différemment. C'est une génération pour qui la notion de succès ne recouvre plus les mêmes choses, qui travaille pour vivre plus qu'elle ne vit pour travailler, qui se définit plus par ses expériences que par ses possessions et qui préfère trouver sa voie plutôt que de se conformer à un modèle.



**Sources: étude Opinion Way-Afpa – mars 2014*

Ils sont amenés à réévaluer leurs priorités et revoir leurs choix au profit d'une meilleure qualité de vie : ils changent de travail pour pouvoir consacrer plus de temps à leur famille ou décident de s'éloigner un peu de la ville pour pouvoir vivre dans une maison plus grande. Le mouvement des centres villes vers les banlieues voire les campagnes – qui rappelle

DOSSIER DE PRESSE DIGITAL : <http://prendreunvirage.fordmedia.fr/>

d'ailleurs ces mutations sociales du siècle dernier initiées par Ford aux Etats Unis – concerne aujourd'hui plus de la moitié des déménagements en France. Ce mouvement peut aller d'un simple changement de lieu à un changement total de mode de vie, motivé par l'épanouissement personnel, et esquisse, ce faisant, les traits d'une nouvelle population, que nous appelons les Néothentiques.

De nouveaux usages donc, en parfaite résonance avec Ford, qui développe aujourd'hui des voitures dans lesquelles la performance va de pair avec la fiabilité, dans lesquelles la technologie facilite l'utilisation et finalement dans lesquelles le confort n'est pas un simple luxe ostentatoire mais un moyen de faire plus de choses. Ford développe le meilleur de la technologie au service de ses conducteurs pour qu'ils puissent aller plus loin, dans les petits trajets comme dans les grands.

Ford est la marque qui accompagne cette nouvelle modernité – dont l'expression la plus radicale est le changement de vie – et le fait savoir à travers sa nouvelle campagne : « Une autre façon de voir la vie ».

La campagne « une autre façon de voir la vie »

Cette campagne résolument ludique, authentique et 100% française invite les consommateurs à choisir une vie plus riche en accord avec leurs aspirations.

Elle se construit en deux temps :

- **Un premier temps qui célèbre le changement de vie en invitant ses différents publics à #prendreunvirage.**

Déployé au lancement en environnement urbain, ce premier dispositif a pour but d'attiser la curiosité des consommateurs en pointant l'incongruité du mode de vie mené dans les grandes villes. Des « brèves » urbaines sont ainsi diffusées dans les principaux lieux de passage (transports, bureaux, centres commerciaux) pour créer une conversation et une communauté autour d'un thème dans lequel tout le monde peut se reconnaître.



Dans le prolongement de cette conversation, le public est invité à se rendre sur une plateforme digitale – prendreunvirage.fr – qui offre la possibilité aux internautes de se projeter dans ce que pourrait être leur nouvelle vie.

Il suffit de répondre à un court quizz autour de ses aspirations pour se voir proposer des opportunités de nouvelle vie toutes aussi réelles les unes que les autres dans différentes

régions de France, toujours associées au véhicule de la gamme répondant le mieux aux besoins de cette nouvelle vie.



Ce dispositif est renforcé par une campagne virale grand public mettant en scène l'étonnant changement de vie de Carla Bruni – une artiste dont le parcours personnel incarne de manière spectaculaire cette capacité à changer de vie – à travers une vidéo diffusée sur les réseaux sociaux et invitant à son tour à #prendreunvirage sur la plateforme prendreunvirage.fr.

- **Un deuxième temps célèbre la nouvelle vie en mettant en scène la manière dont les véhicules Ford répondent ingénieusement à cet usage plus intense et plus varié.**

Une campagne d'affichage nationale ainsi qu'un spot TV avec la Ford Kuga en porte étendard de la gamme SUV viennent en effet renforcer le propos sur des canaux plus grand public. Toujours sur le même ton, Ford invite ainsi les Français à adopter « une autre façon de voir la vie » en jouant sur ce même clivage entre mode de vie urbain et le mode de vie de ces « nouveaux ruraux », s'illustrant au passage comme la plus française des marques étrangères

LE NOUVEAU VISAGE DE FORD, INCARNÉ PAR LES NOUVEAUX SUV, FORD PERFORMANCE ET FORD VIGNALE

Au cours des 100 dernières années de progrès qu'a connu l'humanité, Ford a transformé le cours de l'Histoire à plusieurs reprises. A commencer par la Ford T qui fait de 1908 l'année historique où l'automobile est enfin accessible au plus grand nombre... Elle a permis à tous d'accéder à la mobilité. Puis en 1964, c'est l'arrivée de la Ford Mustang qui apporte une réponse à la nouvelle génération d'après-guerre, à sa soif de liberté et de renouveau.

Mais Ford, c'est aussi la compétition automobile et le triplé historique en 1966 au Mans avec la Ford GT40. Aujourd'hui, Ford s'appuie sur cet héritage et dévoile son nouveau visage autour de 3 piliers principaux : les véhicules hautes performances, les SUV et le haut de gamme.

Ford Performance lancera 12 véhicules haute performance d'ici 2020

La Ford GT. Créée en 1964, la GT 40 avait pour objectif de gagner les 24h du Mans et ravir ainsi la place historiquement dédiée à Ferrari.



En 2016, Ford lancera sa remplaçante, la GT, avec un petit clin d'œil au design originel, l'aérodynamisme en plus. En aluminium et fibre de carbone, elle sera extrêmement légère. Tellement légère qu'avec son moteur V6 EcoBoost Bi-Turbo de plus de 600 chevaux, elle fera partie des voitures de série les plus performantes du monde.

Cette voiture permet de rappeler que Ford n'est pas qu'un constructeur généraliste, mais aussi une marque sportive. L'année prochaine marquera les 50 ans de la première victoire de Ford aux 24 Heures du Mans. La marque avait alors enchaîné 4 victoires d'affilée de 1966 à 1969. Afin de fêter cet anniversaire dignement, Ford sera de retour officiellement en Endurance. En ce moment même, les Ford GT Racing sont en tests sur circuit, et se préparent à courir d'ici quelques semaines dans la catégorie LM GT, aux côtés de Porsche, Ferrari, Aston Martin et Corvette.

Le retour de la Ford GT est donc bien réel, mais aussi virtuel. En effet, la Supercar sera également la figure de proue du nouveau jeu de course FORZA 6 qui sortira le 16 septembre prochain sur la XBOX de Microsoft. Ce sont ainsi des millions de joueurs qui s'amuseront au volant de la nouvelle Ford !

La Ford Mustang. L'autre grand visage de Ford, c'est évidemment la Ford Mustang.

On se demande parfois comment naissent les idées de génie. Et bien pour la Mustang, tout est parti d'une simple équation : 1946 + 18 ans = 1964. En effet, la génération du baby-boom d'après-guerre allait arriver sur le marché et avait soif de nouveauté, de modernité et de fun. Et c'est exactement le brief originel de la Ford Mustang : une voiture à l'allure sportive accessible à tous et cassant les codes de l'époque. Le pari est réussi dès le premier jour. Lorsque la Mustang est commercialisée, les concessionnaires Ford ne savent plus où donner de la tête tant les commandes affluent en masse : 22 000 commandes passées le premier jour.

Depuis 1964, la Mustang déchaîne les passions et s'empare du cinéma et de la musique avec plus de 3 500 apparitions dans le monde entier. Bref, une véritable icône.

Aujourd'hui, le mythe est plus présent que jamais avec l'arrivée de la 6^{ème} génération chez nous, en France.



Ce n'est pas simple de réinventer une légende. Puissance, élégance, technologies... il faut doser avec justesse. Plus basse, plus large, elle revisite le style originel de la 1^{ère} génération et s'adapte à tous les publics. Fastback ou Convertible ? EcoBoost de 317ch ou V8 de 421ch ? 10 couleurs, avec ou sans bandes GT ? Accessible à partir de 37 000 euros, c'est peut-être la première voiture que vous achèterez par passion, qui vous rendra heureux à chaque fois que vous ouvrirez la porte de votre garage !

La Ford Focus RS. La Focus RS qui arrivera début 2016, inaugurer une nouvelle transmission intégrale, et le moteur EcoBoost 2.3L développera 350ch. La mission de cette Focus RS sera de graver un sourire sur le visage de tous ses pilotes, et de pouvoir se prendre quelques instants pour Ken Block en enclenchant le mode « Drift » !



La gamme Ford Performance inclut également les modèles Fiesta ST et Focus ST, récemment renouvelés et déjà disponibles dans la gamme.

SUV : Ford Ecosport, Ford Kuga, Ford Edge

Nés aux USA dans les années 60, le segment des SUV/Crossover est LE segment le plus dynamique en Europe et en France ces 5 dernières années.

Ford a contribué à l'envol de ce marché avec le lancement du SUV compact Kuga en 2008, renouvelé en 2013.

L'arrivée de L'Ecosport l'année dernière a renforcé la présence de la marque sur ce marché, et sa gamme va s'enrichir dans quelques jours avec une déclinaison sportive et de nouveaux équipements.



Plus haut de gamme, plus raffiné, plus spacieux, plus technologique, le tout nouveau Edge viendra prochainement coiffer la gamme des SUV.

Ford Vignale : le haut de gamme arrive chez Ford

Aujourd'hui, il y a des clients Ford qui attendent plus. Ils choisissent les finitions les plus hautes, sélectionnent déjà toutes les options des catalogues, mais ils en veulent encore plus.

Pour ces clients encore plus exigeants, Ford a créé une griffe haut de gamme, Ford Vignale.



Ford Vignale, c'est une expérience client unique et un monde de services personnalisés pour faciliter le quotidien, coordonnés par le responsable clientèle Vignale pendant les horaires d'ouverture des FordStores. En dehors, les clients Ford Vignale pourront également faire appel à des conseillers Vignale, via un numéro unique, pour un accompagnement supplémentaire 24h/24 et 7j/7. L'interaction avec les clients sera une priorité, qu'il s'agisse de répondre à une question technique, organiser une visite dans un FordStore, résoudre un problème client ou gérer une réservation en atelier.

Parmi les autres services sur mesure proposés aux clients Ford Vignale, on trouve aussi la collecte et restitution de leur véhicule au domicile ou au bureau pour les actes d'entretien. En n'ayant plus besoin de se déplacer à la concession, le client gagne ainsi du temps précieux qu'il peut consacrer à ses autres activités !

Ford Vignale, c'est aussi l'accès au plus haut niveau de raffinement et de style. Le premier véhicule à arborer la griffe Vignale est la nouvelle Mondeo. Elle embarque le meilleur de la technologie, les motorisations Essence, Diesel et Hybride les plus évoluées, des jantes exclusives et une toute nouvelle carrosserie qui vient en accentuer le caractère premium. Elle est également la première à offrir un système sophistiqué de réduction de bruit actif pour une isolation acoustique améliorée. Ce système permet à travers les enceintes d'atténuer le bruit en produisant des ondes sonores opposées.

C'est tout ça à la fois le nouveau visage de Ford !

FORDSTORE, LE NOUVEAU VISAGE DES CONCESSIONS FORD

Le nouveau visage de Ford, c'est aussi une nouvelle expérience client. Une expérience à la fois plus digitale et plus physique, qui s'inscrit parfaitement dans les nouveaux parcours d'achat des consommateurs. Pour cela, Ford et ses concessionnaires ont profondément modernisé et digitalisé les 278 points de vente. Pour une immersion encore plus intense dans l'univers de la marque, Ford déploie également de nouvelles concessions « vitrines » appelées FordStores, dans les principales agglomérations françaises.



Les nouvelles habitudes de consommation des clients

Cette transformation, vers une concession connectée, est le fruit d'un simple constat : auparavant, un client passait entre 4 et 5 fois en concession avant de faire son choix. Il y réalisait l'intégralité de son parcours d'achat. Aujourd'hui, il y passe en moyenne une fois et demie.

Recherche d'informations, comparaison, configuration... Désormais, 9 Français sur 10 commencent leur processus d'achat d'un véhicule sur Internet. Cette évolution se vérifie d'ailleurs sur le site de Ford France, www.ford.fr. Nous y avons enregistré cette année près de 20 millions de visites et près de 3 millions de configurations de véhicules.

Les FordStores : la poursuite du parcours digital du client en concession

Le FordStore a donc été pensé pour être la prolongation du parcours digital du client. De la disposition des produits au sein d'espaces thématiques aux nouveaux outils digitaux innovants, tout a été pensé pour permettre à nos futurs clients d'approcher l'ensemble de la gamme de manière beaucoup plus précise qu'avant.

« Pénétrer dans une concession Ford devrait ressembler à une navigation sur Internet », confirme Bertrand Lessard, Directeur général des ventes de Ford France.

Le FordStore est ainsi un espace centré sur l'utilisateur, rempli de solutions numériques intelligentes qui offrent aux clients une expérience d'achat connectée et ludique, totalement maîtrisée.



Dès l'entrée en concession, plusieurs espaces thématiques simplifient et facilitent le parcours client. Chaque futur acheteur y retrouve les points de repère d'une navigation en ligne :

- L'espace Découverte dispose de tablettes tactiles en libre-service. Les clients peuvent ainsi créer, visualiser et obtenir le prix de la configuration idéale de leur futur véhicule Ford, seuls ou avec l'aide d'un conseiller de la marque.



- Composé de neuf grands écrans HD de 55", le Mur Digital crée un énorme impact visuel dans le showroom. Il constitue une expérience particulièrement immersive et permet aux clients de configurer et d'explorer le véhicule qu'ils ont sélectionné en taille réelle. Lorsqu'il ne sert pas à la configuration, le Mur Digital continue d'afficher du contenu numérique, tels que des films sur la marque ou les innovations technologiques. Il constitue ainsi le point central du FordStore.
- L'espace dédié au Service sera disponible début 2016 dans tous les FordStores. Il aura pour vocation d'apporter un contenu informatif grâce à des bornes interactives et un maximum de transparence pour les clients à l'après-vente, notamment par l'utilisation de surfaces vitrées donnant sur l'atelier.

Tous les FordStores sont également Transit Centers et Business Centers. C'est-à-dire qu'ils intègrent une structure spécifique à la vente des véhicules utilitaires et le traitement des clients professionnels, avec des équipements spécifiques et des équipes entièrement dédiées.

Ford va lancer 200 FordStores en Europe en 2015 et prévoit de porter à 500 ce réseau en 2016. En France, 25 FordStores ouvriront en 2015. A terme, l'objectif est de couvrir l'ensemble du territoire national avec des implantations dans les principales agglomérations.

DANS UN PREMIER TEMPS, FORD INVITE LES FRANÇAIS À #PRENDREUNVIRAGE

C'est une tendance de fond, les Français aspirent au changement. Une récente étude a montré que 74 % des actifs français ont déjà envisagé de changer de vie*.

C'est l'émergence d'une nouvelle génération qui aspire à progresser socialement mais différemment. C'est une génération pour qui la notion de succès ne recouvre plus les mêmes choses, qui travaille pour vivre plus qu'elle ne vit pour travailler, qui se définit plus par ses expériences que par ses possessions et qui préfère trouver sa voie plutôt que de se conformer à un modèle.

Ils sont amenés à réévaluer leurs priorités et revoir leurs choix au profit d'une meilleure qualité de vie : ils changent de travail pour pouvoir consacrer plus de temps à leur famille ou décident de s'éloigner un peu de la ville pour pouvoir vivre dans une maison plus grande. Le mouvement des centres villes vers les banlieues voire les campagnes concerne aujourd'hui plus de la moitié des déménagements en France. Ce mouvement peut aller d'un simple changement de lieu à un changement total de mode de vie, motivé par l'épanouissement personnel, et esquisse, ce faisant, les traits d'une nouvelle population, que nous appelons les Néothétiques.

Ford propose donc aujourd'hui de les accompagner et de les aider à prendre un nouveau virage. Au travers d'une campagne inédite et ludique, la marque initie une conversation sur le thème du changement de vie et leur fait des propositions sur-mesure et « clés en main » via une plateforme dédiée.

Initier la conversation avec des « brèves urbaines », mettant en évidence les absurdités du mode de vie mené dans les grandes villes

La première étape de cette campagne a pour but de susciter une certaine prise de conscience. A travers une série de petites phrases et expressions urbaines, associées au hashtag #prendreunvirage, Ford invite les Français sur les réseaux sociaux à réfléchir à leur mode de vie et leurs aspirations.



Déployé depuis le 24 août, ce dispositif a attisé la curiosité des citoyens, en pointant l'absurdité du mode de vie mené dans les grandes villes. Ces « brèves urbaines » ont été diffusées dans Paris et les grandes villes, le long des principaux axes, à l'arrière des bus, dans les gares, les aéroports ou sur les tables de bistrot. Ces petites phrases légères et décalées sont volontairement caricaturales pour inciter à la réflexion.

Changer de vie, c'est possible avec de véritables opportunités sélectionnées sur le site prendreunvirage.fr

Dans le prolongement de la vidéo virale mettant en scène le changement de vie radical de Carla Bruni, Ford France invite ses différents publics à prendre un virage. Via la plateforme prendreunvirage.fr, le public est invité à se projeter dans ce que pourrait être leur nouvelle vie.

L'internaute répond à un court quizz autour de ses aspirations qui définissent son profil (social, créatif, nature ou organisé). En fonction de ce dernier, Ford France lui propose de nouvelles opportunités professionnelles dans différentes régions de France. A chaque situation correspond un véhicule de la gamme Ford qui, selon ses caractéristiques et son usage, est le plus adapté aux besoins de cette nouvelle activité et de ce nouveau lieu de vie.



A travers cette nouvelle plateforme dédiée, Ford France donne aux consommateurs français qui souhaitent changer de vie, les clés pour faire aboutir leur projet... ou le faire naître.

En partenariat avec de nombreux acteurs locaux, Ford France propose d'ores et déjà plus de 50 opportunités, auxquelles il est immédiatement possible de postuler.

Parmi les opportunités de changement de vie proposées, la reprise :

- d'une galerie d'art à Céret, dans les Pyrénées Orientales : située en plein cœur de cette ville historique, qui a accueilli les plus grands peintres, de Picasso à Braque, cette galerie, occupe le rez-de-chaussée d'une maison typiquement catalane avec beaucoup de caractère. Elle offre par ailleurs une habitation de charme très lumineuse et agréable.
- d'une crêperie au pied des pistes d'une station internationale de Savoie. En plus d'une salle chauffée, une terrasse exposée au Sud est la nouvelle définition du bonheur pour tout breton passionné de ski : du soleil, de la neige et des crêpes !
- d'un gîte dans un hameau ardéchois du 18ème siècle. Au cœur du parc naturel des Monts d'Ardèche, dans la vallée de l'Eyrieux, ce hameau authentique est situé sur un terrain de 9 000 m². Entièrement restauré, il comporte 4 gîtes classés « 3 épis », une maison d'habitation et une piscine.

De nombreuses autres offres, comme le rachat d'un salon de thé dans la Vienne, d'une ferme apicole dans le Var ou de chambres d'hôtes dans un ancien moulin bressan, sont également disponibles.

Pour consulter les détails de chaque annonce, rendez-vous sur : preneunvirage.fr. En quelques jours, déjà plus de 700000 visiteurs se sont rendus sur la plateforme en ligne !

Des témoignages qui prouvent que changer de vie, c'est possible !



Ford France a proposé à des représentants de cette génération des Néothentiques de témoigner. A travers [5 vidéos-portraits](#), 5 français décrivent leur changement de vie :

- [Gérard](#), de la restauration collective à la ferme
- [Yann](#), de la direction d'un fast-food à l'ouverture d'une boutique de design
- [Olivier](#), de l'industrie pharmaceutique à la savonnerie
- [Christel](#), du BTP à la création d'une start-up
- [Anne](#), de la logistique à l'ouverture d'une maison d'hôte

Tous ont pris un virage, qui s'est avéré payant. Des exemples pour de nombreux Français qui aimeraient tenter leur chance mais qui n'osent pas... encore !

* Sources : étude Opinion Way-Afpa – mars 2014

VIDEO VIRALE : CARLA BRUNI CHANGE DE VIE ET DEVIENT COACH D'UNE ÉQUIPE MASCULINE DE FOOTBALL !

Sous la direction de Dominique Farrugia, Carla Bruni prête son image pour illustrer la nouvelle campagne de Ford France : #prendreunvirage »

Toujours partante pour jouer avec son image, Carla Bruni dévoile sa nouvelle vie : fini la scène et les podiums, bonjour les vestiaires et les terrains de football. La capacité d'autodérision de Carla Bruni, associée au talent cinématographique de Dominique Farrugia, nous offre une séquence inattendue dans laquelle le public découvre une Carla Bruni inédite et pleine d'humour !

Un virage radical dans la vie de Carla Bruni !



Cette nouvelle vie a nécessité toutefois quelques arrangements... La vidéo s'ouvre sur une Carla Bruni fébrile, dans les coulisses d'une salle de concert. Une fois sur scène, peu sûre d'elle, elle tente un accord de guitare désastreux... Le public crie alors au scandale et la renvoie dans les coulisses... Le décor est planté !

Carla appelle alors... Carla !

On découvre alors que la personne qui était sur scène n'était pas Carla Bruni mais un sosie, embauché pour assurer le concert à sa place. Le sosie appelle la chanteuse pour lui faire part de son échec sur scène, mais Carla ne reviendra pas en arrière : elle a changé de vie !



Elle met fin à la conversation pour terminer un briefing dans un vestiaire, entourée de 11 joueurs de football, pas toujours très attentifs d'ailleurs... Mais elle a de la poigne et prend son nouveau rôle très à cœur. On découvre que Carla Bruni est désormais coach d'une équipe masculine de football ! Rien que ça !



Buuuuuuuuuuuuut !

En véritable coach, Carla sait se faire entendre sur le bord du terrain et cela paie : un but marqué et Carla éclate de joie. Elle ne s'est pas trompée : elle n'est pas sortie de route en prenant un virage dans sa vie. Au contraire, elle a trouvé sa voie !

Qui n'a jamais rêvé de changer de vie comme Carla Bruni ?

A l'occasion de l'annonce de son nouveau positionnement de marque présenté aujourd'hui, Ford France a choisi Carla Bruni pour amorcer sa nouvelle campagne : « #prendreunvirage ». Au travers de cette campagne, la marque veut aider tous ceux qui ont déjà songé à changer de vie mais qui n'ont pas encore franchi le pas, contrairement à Carla !

UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE INÉDITE CÉLÈBRE LE CHANGEMENT DE VIE ET LE NOUVEAU VISAGE DE FORD

Pour communiquer sur le nouveau visage de Ford, la marque déploie aujourd'hui **une campagne puissante et inédite, autour de l'idée du changement de vie.**

Cette campagne s'articule en trois temps. Après la phase de teasing lancée fin août avec la diffusion de « **brèves urbaines** » sur un grand nombre de panneaux publicitaires et sur les réseaux sociaux, Ford dévoile aujourd'hui une **vidéo virale** illustrant le changement de vie, avec la **participation décalée de Carla Bruni.**

Le dernier temps de ce dispositif jouera une nouvelle fois la carte de l'humour avec **une campagne d'affichage nationale ainsi qu'un spot TV** mettant en scène la manière dont les véhicules Ford répondent aux usages plus intenses et plus variés qu'exigent les nouveaux modes de vie.

Une campagne TV originale et humoristique qui met à l'honneur le changement de vie

C'est avec un ton humoristique que Ford invite les Français à adopter « *une autre façon de voir la vie* ». L'idée : mettre en lumière les Néothentiques, ces personnes qui ont osé changer de vie et opté pour un retour à l'authenticité.



C'est par exemple le cas pour le **prochain spot TV de la marque** qui mettra en avant le **Ford Kuga**, désormais équipé du **système d'ouverture mains libres du hayon**. La vidéo met en scène le véhicule, autour duquel gravite un citoyen venu rendre visite à un ami habitant à la

campagne... **Un choc de culture traité avec humour pour inciter le spectateur à #prendreunvirage.**

Une campagne d'affichage nationale joue sur l'opposition entre la ville et la campagne

Ce ton, un brin provoquant, est également usité dans les visuels de la **campagne d'affichage**. Dans cette dernière, trois véhicules phares de la gamme seront mis en avant : le Kuga, la nouvelle Ford Mustang, et le futur Ford Edge. Illustrée par trois **expressions choc**, cette campagne d'affichage invite une nouvelle fois les Français à franchir le pas :

- *Pourquoi quitter la ville en août, si c'est pour revenir en septembre ?*
- *Les Parisiens ne passent jamais le périph', ça nous laisse quand même tout le reste.*
- *Pas besoin d'être Parisien pour avoir des voisins qui vous détestent.*



*Pourquoi quitter la ville en août,
si c'est pour revenir en septembre ?*

FORD KUGA
#PRENDREUNVIRAGE

Consommations mixtes (l/100 km) : 4,6/7,4. Rejets de CO₂ (g/km) : 120/171 (données homologuées conformément à la Directive 80/1268/EEC amendée).
Ford France, 34, rue de la Croix de Fer - 78122 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 425 127 362 RCS Versailles.
ford.fr


Go Further

*Les Parisiens ne passent jamais le périph'.
Ça nous laisse quand même tout le reste.*



FORD EDGE
#PRENDREUNVIRAGE

Consommations et rejets de CO₂ en cours d'homologation. Modèle susceptible d'évoluer par rapport au modèle présenté et disponible courant 2016.
Ford France, 34, rue de la Croix de Fer - 78122 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 425 127 362 RCS Versailles.
ford.fr



Go Further

*Pas besoin d'être Parisien pour avoir
des voisins qui vous détestent.*



FORD MUSTANG
#PRENDREUNVIRAGE

Consommations mixtes (l/100 km) : 8,0/13,5. Rejets de CO₂ (g/km) : 179/299 (données homologuées conformément à la Directive 80/1268/EEC amendée).
Ford France, 34, rue de la Croix de Fer - 78122 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 425 127 362 RCS Versailles.
ford.fr



Go Further