

## Continental fait du «pit stop» sur les autoroutes françaises

mercredi, 22 juin 2016

Faisant partie des sponsors officiels de l'UEFA EURO 2016, Continental en profite pour assurer sa présence sur les autoroutes françaises afin de sensibiliser les automobilistes à la sécurité.



Profitant de l'événement sportif européen et dans le cadre de sa campagne de communication «#ThePerfectMatch», le manufacturier allemand Continental contrôle l'usure des pneus des automobiles sur les aires d'autoroutes françaises. «Un dispositif qui vise à créer de la complicité avec la marque, faire parler d'elle et du produit à travers une approche bienveillante et ludique. A l'heure des grands départs en vacances de l'Europe du Nord, ces emplacements jugés stratégiques permettent à Continental de toucher quelque 9 millions d'automobilistes», explique le fabricant.

Cette campagne se déroule pendant toute la durée de la compétition. Elle a donc démarré le 10 juin et se terminera le 10 juillet prochain. Dans ce laps de temps, Continental est présent sur les aires autoroutières de :

- Poitou-Charentes : A10 dans le sens Poitiers – Bordeaux.
- Volcans : A71 dans le sens Paris Lyon - Clermont-Ferrand.
- Beaune : A6 dans le sens Paris – Lyon.
- Montélimar : A7 dans le sens Nord – Sud.

Pour se faire remarquer encore plus, la marque a installé des «pit stops» façon F1 ainsi que des

pneumatiques bien visibles. Un espace jeu permet aussi à l'automobiliste de se détendre avec notamment un circuit de petites voitures, le jeu «*Perfect Goal*» ou le baby-foot ! Enfin, la marque offre des gadgets et des promotions à faire valoir dans le réseau BestDrive.

*«Notre objectif est de collecter de la data grâce à l'EURO 2016 pour parvenir à mieux calibrer nos offres de pneus hiver par exemple, explique Adrien Eymard, directeur marketing de la filiale française. Nos spécialistes BestDrive font en moins de deux minutes un diagnostic des pneus et des hôtesse ont pour mission de recueillir le maximum d'informations sur les conducteurs ainsi que sur leur type de déplacements et leurs loisirs. Ce dispositif fait partie d'une grande campagne de communication, #ThePerfectMatch, qui à ce jour nous a permis de collecter des informations sur de nombreux contacts, dont beaucoup ont joué pour gagner des places aux matchs de l'EURO 2016.»*

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite