



Campagne marque „FOR“

## **„FOR“ a new urban joy dans les villes suisses**

**Schlieren. Fonctionnalité, innovation et joie de vivre, telles sont les valeurs qui s’allient pour rendre la smart si unique. smart se veut en effet une marque visionnaire, orientée vers l’avenir et derrière laquelle se cache une grande idée. smart est plus qu’une simple voiture; smart est l’expression même d’une joie de vivre urbaine. C’est ce que tente d’exprimer la nouvelle campagne de la marque qui démarre avec le leitmotiv „FOR“. „FOR“ pour désigner une attitude constructive, positive et optimiste, qui peut changer le monde. „FOR“ est aussi un appel à ne pas appartenir à tous ceux qui sont en permanence „contre“, mais au contraire à ceux qui apportent une contribution positive: POUR plus de qualité de vie dans la cité, POUR plus de place, POUR plus de mobilité, POUR plus de joie de vivre. Cette attitude, on la retrouve dans les gènes de la marque smart. En Suisse, la campagne veut inciter à participer et promouvoir le dialogue. Outre le roadshow international et les smart Exhibitions sur un plan national, de nombreuses actions auront lieu dans des villes suisses afin de familiariser les contenus de la campagne FOR auprès de tous les intéressés.**

„Avec la campagne de la marque ‚FOR‘, nous exprimons l’attitude de smart et montrons ce qui fait bouger la smart, nos collaborateurs et bien sûr les conducteurs smart“ précise le Dr Annette Winkler, cheffe suprême de smart. „smart est bien plus qu’une simple voiture, smart a été et est toujours une grande idée de mobilité urbaine. Une idée qui ne se laisse pas arrêter, car elle comprend le statu quo comme un défi et non comme un obstacle. Une idée qui aborde avec un sourire les petites et grandes questions du trafic urbain. Et qui apporte des réponses susceptibles de rendre chaque jour la vie plus simple, plus belle et plus décontractée dans la cité.“

Avec la campagne en faveur de la marque, smart entre dans une nouvelle ère, car elle est aussi le signe avant-coureur de l’avènement des nouveaux modèles de smart: en juillet, la nouvelle smart fortwo et la nouvelle smart forfour ont fêté leur première mondiale. La troisième génération de la smart fortwo a évidemment progressé dans son look d’ensemble, mais en conservant ses atouts de toujours: fraîcheur, modernité et conscience de ses qualités. Jouissant de porte-à-faux avant et arrière extrêmement courts, la smart a encore et toujours ces proportions caractéristiques qui

smart – eine Marke der Daimler AG

### **Information de presse**

Corporate Communications  
8952 Schlieren, Suisse

21 août 2014

Interlocuteur:

Artur Demirci

Téléphone:

+41 44 755 88 23

E-mail:

[artur.demirci@daimler.com](mailto:artur.demirci@daimler.com)

lui permettent d'offrir une exceptionnelle visibilité et maniabilité. A cela s'ajoutent un moteur arrière et une cellule d'habitacle assurant infiniment de place dans un espace compact. La smart forfour reprend ces caractéristiques de design et réinterprète ainsi entièrement le thème des quatre places. Voiture urbaine intelligente pour quatre personnes, elle complète idéalement le portfolio de modèles smart et prouve, par son design frais et ses idées innovantes, que même une automobile pratique peut avoir un caractère à nul autre pareil.

### **„FOR“ a new urban joy : activités dans les villes suisses**

[Œuvre d'art](#) brillante ou surprenantes actions «below-the-line», smart attire depuis début août - et durant deux mois - l'attention sur les messages FOR dans des villes suisses. L'objectif de cette opération est de procurer de la joie de vivre dans un environnement urbain et de faire revivre l'amour des habitants pour leur cité.

### **„FOR“ sur tous les canaux de communication**

La campagne smart nationale comprend les trois composantes essentielles de la communication classique, celle numérique et les réseaux sociaux, ainsi qu'un roadshow, le tout étant intimement lié.

#### **La communication classique**

Les mesures classiques communiquent, avec des images fortes et saisissantes, l'attitude de la marque smart qui, comme aucune autre, sait engendrer la joie de vivre dans la ville. Dès début septembre, la communication de la marque prendra, en Suisse, la forme de spots ciné et TV ainsi que de mesures en ligne.

Le film de la marque l'annonce clairement: smart a toujours été bien plus qu'un simple constructeur automobile. smart est une grande idée de mobilité urbaine.

Le film de la marque précise ce POURquoi la smart milite – FOR a new urban joy.

Par de brefs messages, les mesures en ligne expliquent quelles attitudes FOR reflètent l'essence même de la marque:

- FOR being a pioneer.
- FOR challenging the status quo.
- FOR making room for the good stuff.
- FOR being optimistic.
- FOR loving the city.

Toutes les mesures de la campagne classique incitent à la participation et à l'identification avec „FOR“ avec un lien menant à la plateforme

### **Communication numérique - #WhatAreYouFOR invite au dialogue**

A quoi la population suisse adhère-t-elle? Dans les réseaux sociaux, la campagne de la marque entame le dialogue avec les utilisateurs, les conducteurs et les habitants des villes. Avec la plateforme numérique #WhatAreYouFOR, smart incite les utilisateurs suisses à rédiger leurs messages personnels et à les partager avec leurs amis. Sur cette même plateforme, différentes personnalités suisses parlent, en tant que Local Heroes, des liens qui les unissent à leur cité, par le biais de messages #WhatAreYouFOR. Elles formulent des vœux, des appels ou des idées et partagent leur attitude positive sur les thèmes qui leur sont chers.

Les messages actuels sont présentés sur une «heatmap» témoignant des impulsions régionales positives tout au long de la campagne. Les messages ainsi générés seront régulièrement évalués et publiés dans le cadre d'une étude européenne sur le thème de la joie de vivre urbaine du continent.

Les personnes intéressées pourront aussi participer activement à la campagne sur Twitter en utilisant l'hashtag #WhatAreYouFOR. En Suisse, l'échange via plateforme numérique durera jusqu'en fin d'année.

### **smart Roadshow et Exhibitions dans 8 villes suisses**

Une part importante de la campagne en faveur de la marque sera occupée par un roadshow européen qui fera étape, du 18 au 20 septembre 2014, à Zurich. smart invitera les habitants à fêter ensemble la joie de vivre dans leur cité. Dans le cadre de ce roadshow, smart proposera aux visiteurs un programme varié avec plusieurs artistes locaux en live sur scène, par exemple le rappeur zurichois „Skor“. En ciblant les particularités et protagonistes locaux, le roadshow entend susciter l'émotion et lier celle-ci à l'attitude smart „FOR“.

Après l'étape zurichoise du roadshow, des smart Exhibitions auront lieu, jusqu'en novembre 2014, dans sept autres villes de Suisse. Les vedettes de l'exposition seront évidemment la nouvelle smart fortwo et la nouvelle smart forfour. Sur place, les visiteurs pourront se forger une image précise des nouveaux modèles et convenir d'une course d'essai. D'autres informations interactives sur les modèles et la marque compléteront l'offre de l'événement. Les smart Exhibitions auront lieu aux dates suivantes:

Zurich	18-20 septembre
Bâle	25-28 septembre
Lausanne	9-11 octobre
Berne	17-18 octobre
Lucerne	28-29 octobre
Lugano	6-8 novembre

Genève 13-15 novembre  
St-Gall 21-23 novembre

Page 4

D'autres informations de smart sont disponibles sur Internet sous:  
[www.media.daimler.com](http://www.media.daimler.com) et [www.smart.ch](http://www.smart.ch)