



01.09.2011 - 13:54 Uhr

L'ange culte Franky Slow Down cherche des partenaires / Des organisations peuvent faire acte de candidature en vue d'un partenariat avec la campagne «Slow down»



Zurich (ots) -

Suite au succès de la campagne de prévention «Slow Down. Take it easy», les initiateurs sont submergés de demandes de coopération marketing. Les entreprises et les organisations peuvent désormais s'annoncer pour un partenariat avec la campagne culte.

Cela fait maintenant une année et demie qu'a été lancée la campagne «Slow Down. Take it easy», qui recommande aux usagers de la route d'adapter leur vitesse. Malgré une période relativement courte, c'est à plus d'un titre qu'elle est vraiment devenue un classique: la chanson du même nom a été classée au 5e rang du hit-parade suisse; l'ange Franky Slow Down est une figure populaire; la campagne a obtenu plusieurs distinctions de la branche,

comme le Gold Award de l'efficience publicitaire «Effie»; et près d'un million d'autocollants ont été envoyés. Avec ses 270'000 fans sur Facebook, «Slow Down. Take it easy» est la campagne ayant le plus de succès dans les médias sociaux, médias au sein desquels le message se transmet de manière quasi automatique. La campagne affiche par ailleurs un taux de notoriété supérieur à 80% auprès du groupe cible des 18 à 33 ans (source: Université de Zurich, février 2011).

Dans ces conditions, il n'est pas étonnant que les initiateurs de la campagne soient submergés de demandes de coopération en matière de marketing, de sponsoring, de développement de produits, etc. Les mandataires de la campagne ne souhaitent favoriser personne, c'est pourquoi la direction de la campagne a décidé de procéder de manière non conventionnelle. Ces jours-ci, des supports publicitaires informent qu'il est possible de s'annoncer pour une coopération avec «Slow Down. Take it easy». Concrètement, 3 partenaires - entreprises ou organisations - sont recherchés. Ils doivent être en mesure de continuer à diffuser efficacement le message préventif auprès du grand public.

Toute entreprise ou organisation ayant accès aux jeunes conducteurs, souhaitant s'engager socialement et désirant réaliser des mesures innovantes peut s'annoncer. Pour Peter Matthys, directeur de la campagne au bpa, les partenaires doivent avoir envie d'apporter leur contribution à la prévention des accidents: «Un partenaire de la campagne «Slow Down. Take it easy» doit inciter les automobilistes et les motards à adapter leur vitesse aux conditions de la route.»

Délai d'inscription: 30 septembre 2011 www.slow-down-partner.ch

Contact:

Rod Communication
David Schärer
Tél.: +41/43/355'40'03
E-Mail: david@rod.ag

Medieninhalte



L'ange culte Franky Slow Down cherche des partenaires. Des organisations peuvent faire acte de candidature en vue d'un partenariat avec la campagne Slow down. Toute entreprise ou organisation ayant accès aux jeunes conducteurs, souhaitant s'engager socialement et désirant réaliser des mesures innovantes peut s'annoncer. Pour Peter Matthys, directeur de la campagne au bpa, les partenaires doivent avoir envie d'apporter leur contribution à la prévention des accidents: Un partenaire de la campagne Slow Down. Take it easy doit inciter les automobilistes et les motards à adapter leur vitesse aux conditions de la route. Délai d'inscription: 30 septembre 2011 www.slow-down-partner.ch / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Rod Kommunikation AG".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100019171/100703155> abgerufen werden.