

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Kärcher se lance dans la saison de printemps avec de nouvelles campagnes à 360 degrés

Bring back the WOW!

Wilrijk, le 17 mars 2020 – Des images fortes, des beats puissants et des séquences rapides : les nouveaux spots télévisés de Kärcher parlent un langage visuel sensiblement différent du précédent. "Nous misons volontairement sur un effet très émotionnel et donc sur cet effet WOW dans nos nouveaux clips", explique Bart Hullebroeck, Marketing Manager chez Kärcher BELUX. Ceci est basé sur la réorientation stratégique de la marque Kärcher qui a été entamée ces dernières années et donc aussi sur la refonte de la communication de la marque. Le comportement en matière de loisirs change, les groupes cibles sont plus jeunes et plus actifs. Deux nouvelles campagnes à 360 degrés, chacune indépendante, surfent sur ces tendances actuelles. Nous nous focalisons sur des questions essentielles : le nettoyage à haute pression comme compétence fondamentale du leader mondial dans le domaine de la technique de nettoyage ainsi que les nouveautés dans la catégorie des outils de jardin sur batterie.

Ludique et avec humour

"Avec notre publicité jeune et contemporaine, nous faisons connaître notre marque et nos produits actuels au grand public de manière nouvelle et surprenante", affirme Bart Hullebroeck. "Les campagnes visant à attirer l'attention sont un élément central de notre soutien au secteur commercial. Celui-ci peut bénéficier de notre marque forte et de nos produits innovants."

Le langage visuel ne suit pas la publicité classique, mais fait appel aux formats que les consommateurs connaissent grâce aux clips musicaux et aux vidéos sur les plateformes des médias sociaux. Nous renonçons volontairement à un commentaire en voix off. Les

Contact pour la presse :

Bart Hullebroeck
Marketing Manager
Kärcher N.V.
Boomsesteenweg 939
2610 Wilrijk (Antwerpen)

T +32 (0)3 340 07 11

bart.hullebroeck@be.kaercher.com

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

nouveaux spots abordent leurs thèmes respectifs de manière presque ludique et avec humour.

Deux spots, deux histoires

Dans le premier spot, un ballon de basket tapé au sol donne le rythme, une fille passe sur un skateboard, entraînée par la puissance du jet d'eau du pistolet haute pression. Un graffiti mural brille de couleurs vives après avoir été pulvérisé et la voiture de sport, il y a peu de temps encore recouverte de terre, est flambant neuve. Un message sans équivoque : le nettoyage haute pression est source de plaisir et est tout sauf conformiste.

Le second spot emmène le spectateur faire un tour dans différents paysages de jardins avec une équipe de nettoyage. Des parcelles de banlieue au paradis naturel, les différents motifs symbolisent l'éventail des utilisations possibles des nouveaux produits de cette catégorie. La caméra joue avec l'imagination, le trait est grossi pour chaque application : les outils de jardin de Kärcher peuvent être utilisés partout, surtout lorsqu'ils sont fonctionnent sur batterie. Mais l'endroit semble être enchanté et soudain, ce ne sont pas seulement les oiseaux qui s'élèvent vers le ciel. Que va-t-il encore se passer ? Le suspense reste entier.

Approche globale

Les deux nouveaux spots seront diffusés sur différentes chaînes de télévision à partir de la mi-mars, pour coïncider avec le début de la saison de jardinage et du nettoyage de printemps. En même temps, les films et les images de Kärcher seront utilisés dans les médias sociaux (Facebook, Instagram) et dans les publications papier. Des offres promotionnelles et une conception de la présentation du produit ainsi que des supports publicitaires basés sur les motifs de la campagne seront également développés. Kärcher mise sur l'identification, en travaillant avec une approche

KÄRCHER



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

globale qui imprègne toutes les formes de communication d'un message central.



Le contraste avec les motifs précédents ne pourrait guère être plus grand : dans sa campagne actuelle, Kärcher mise sur un langage visuel jeune et contemporain.



Ce jardin semble enchanté, car avec Kärcher, la magie revient. La suite est à découvrir dans le nouveau spot télévisé qui sera lancé en mars.

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Le message sans équivoque du nouveau spot sur le nettoyeur haute pression : chez Kärcher le nettoyage devient un événement amusant.

Découvrez ici les nouveaux spots :

<https://www.youtube.com/watch?v=1tRzRiA59iw>

https://www.youtube.com/watch?v=Nsx2EM_RgP4