



Communiqué de presse

En 2019, « AD c'est sûr » : une nouvelle campagne de publicité pour AD

Le Réseau AD, premier Réseau de garages et carrosseries indépendants multimarques en France, annonce le lancement d'une nouvelle campagne publicitaire de notoriété de marque dès janvier 2019 qui se déclinera en plusieurs spots TV et un engagement comme signature : « AD, c'est sûr ».

Arcueil, le 7 janvier 2019

« AD, C'EST SÛR »

Conçus par l'agence MRM Mc Cann, les nouveaux spots TV révèlent la nouvelle signature de la marque : « **AD, c'est sûr** ». Avec cette promesse simple, forte et mémorable le Réseau AD affirme son savoir-faire et sa légitimité sur le marché de la réparation automobile multimarques.

Yannick Savina, Directeur Marketing chez Autodistribution, précise : « *Le Réseau AD est un réseau unique : un réseau où les ateliers assurent la réparation d'un véhicule, quels que soient la marque, le modèle, ou encore l'âge de celui-ci. Un réseau, composé d'hommes et de femmes passionnés, entrepreneurs et experts dans leur métier, qui ont à cœur de répondre aux besoins de leurs clients car il en va de la réputation de leur entreprise. Un réseau qui développe ses compétences techniques pour répondre toujours mieux aux défis technologiques. Pour toutes ces raisons, AD veut et peut répondre à cette promesse engageante : AD, c'est sûr, qui mobilise et fédère les réparateurs* ».

3 spots TV déclinés

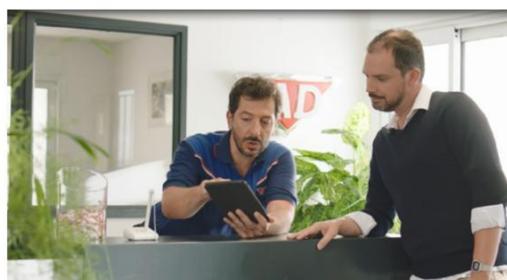
Une première série de trois messages publicitaires viendra illustrer la promesse faite par la marque « AD, c'est sûr » en mettant en avant ses expertises :

- Être multimarques, l'ADN du Réseau
- Le devis et rendez-vous en ligne avec AD.fr, l'innovation digitale au service des automobilistes
- Le diagnostic électronique, la compétence du Réseau

D'autres déclinaisons de spots sont prévues en 2019 pour enrichir les promesses de la marque.

Pour découvrir ces nouveaux spots, cliquez ici :

- <https://youtu.be/n7Stu02Crls>
- <https://youtu.be/4bcHFdaeyaQ>
- https://www.youtube.com/watch?v=ErtB_uzCo10



Agence : **MRM Mc Cann**

Directrice de clientèle : Isabelle Nikolova

Planneur Stratégique : Frédéric Hart

Directeur de Création : Guillaume Paquin

Annonceur : **AD**

Directeur du Marketing : Yannick Savina

Responsable Communication : Aline Croisy

Responsable Marketing Réseaux : Sabrina
Avrilla

Les objectifs de la nouvelle campagne de publicité, au-delà de la notoriété : contenu de marque et augmentation des rendez-vous en ligne

AD est le premier Réseau de garages et carrosseries indépendants en France avec plus de 2000 ateliers répartis sur tout le territoire. Actuellement, son taux de notoriété est de 41% pour l'ensemble de la population et de 51% pour son cœur de cible : les hommes de 35 à 59 ans. Avec cette nouvelle campagne de communication, le Réseau a l'objectif d'accroître sa notoriété.

Au-delà de la notoriété, le Réseau AD franchit une nouvelle étape en communication en apportant du contenu à la marque AD sur les valeurs de proximité, confiance et compétence, illustrées dans différentes déclinaisons de spots publicitaires et de sponsoring TV.

Depuis sa création il y a quatre ans, AD.fr connaît une croissance importante, il comptabilisait 200 000 visiteurs uniques par mois en moyenne en 2018. Avec ce site internet, l'automobiliste peut réaliser un devis de réparation en ligne et réserver sa prestation en quelques clics : il choisit d'abord le type de prestation souhaitée, puis il sélectionne le garage qui l'intéresse avant de déterminer la date de rendez-vous qui lui convient. La campagne de publicité vise en second lieu à transformer les visites sur AD.fr en rendez-vous.

Un plan média à la hauteur de ses ambitions de marque

Les téléspectateurs pourront découvrir la campagne tout au long du premier trimestre 2019 :

- 40 semaines de sponsoring de la météo de France 2 à 19h55, en version billboard 12 secondes à partir du 1^{er} janvier.
- 30 semaines de sponsoring de l'émission *C'est Canteloup* sur TF1 à 20h45 en version billboard 8 secondes à partir de début février.
- 3 vagues de spots de 15 secondes sur M6, TF1 et les principales chaînes de la TNT à partir de mi-janvier.

La solution **Realitics** sera utilisée pour mesurer l'impact des spots publicitaires sur le site AD.fr. Il s'agit de mesurer le nombre de visiteurs sur le site dans les 7 minutes suivant la diffusion d'un spot, puis d'analyser le parcours clients sur le site jusqu'à la confirmation de rendez-vous. Cet outil permettra d'ajuster le dispositif au cours de la campagne pour optimiser son impact.

Le budget brut de cette campagne publicitaire est supérieur à 10 millions d'euros. Le plan média a été réalisé par **l'agence BIG** (directrice de clientèle : Sophie Dando).

Autodistribution en bref

Autodistribution est le leader de la distribution indépendante de pièces détachées Automobile et Poids Lourds en France. Avec plus de 5500 collaborateurs en France, Autodistribution met au service de ses clients son expérience et son savoir-faire de la pièce multimarque Automobile et Poids Lourds. Le Groupe anime 57 distributeurs (filiales et indépendants) répartis sur l'ensemble du territoire, sous la marque Autodistribution. En outre, il contribue directement à la croissance du premier réseau français de garages et carrosseries indépendants (2000 entreprises) sous l'enseigne AD, ainsi que près de 1100 enseignes Autoprime.

Autodistribution fait partie de PHE (ancien Autodis Group), leader de la distribution indépendante de pièces détachées pour Véhicules Légers et Poids Lourds en Europe de l'Ouest, présent en France, en Belgique, aux Pays-Bas, au Luxembourg et en Italie : www.autodisgroup.com.