

MONDIAL PARE-BRISE

Avril 2017



Mondial Pare-Brise surfe sur la vague du rire avec la comédienne Ariane Brodier pour renforcer son leadership sur le Service	2
Fiche technique de la campagne de publicité	4
Mondial Pare-Brise en quelques mots	5
Contacts Presse	6

Mondial Pare-Brise surfe sur la vague du rire avec la comédienne Ariane Brodier pour renforcer son leadership sur le Service.

Montesson, le 11 avril 2017 – En ce début de printemps 2017, le Groupe français Mondial Pare-Brise dévoile une nouvelle campagne de publicité humoristique diffusée sur les écrans TV.

TF1 et M6 au cœur d'un dispositif publicitaire 100% TV

Dès le 16 avril prochain, les téléspectateurs pourront découvrir les péripéties d'une jeune consommatrice étonnée par la qualité de service proposée par le réseau Mondial Pare-Brise (accueil, intervention technique et prise en charge assurance).

Ariane Brodier (spectacle *Mytho* à la Cigale), et Romain Fleury (Pour le Meilleur et Pour Le Rire en tournée) sont les acteurs de ces deux films.



La campagne comprend deux films de 15 secondes, intitulés *Autographe* et *Crash Test*, et sera diffusée pour la première fois à la télévision le 16 avril prochain.

Elle est l'œuvre du réalisateur Christian Merret Palmair (*Les Portes de la Gloire, Il était une fois, une fois...*) qui a travaillé avec Ariane Brodier et l'agence de publicité Broca & Wernicke sur ce projet. Ariane Brodier, auteure de la plupart de ses sketches sur scène, s'est en effet personnellement investie dans le script des deux spots qui ont été retenus.

Les spots seront diffusés jusqu'au 7 mai sur TF1, M6 et les principales chaînes de la TNT (C8, NRJ 12, C Star, Info Sport, RMC Découvertes, AB Moteurs, C News, Chaîne l'Equipe, BFM TV, Motorsport TV, Paris Première) ainsi que sur la chaîne YouTube du Groupe.

Une démarche media qui a fait bondir la notoriété du réseau depuis 2011

Le lancement de cette nouvelle campagne s'inscrit dans une démarche media plus globale de Mondial Pare-Brise, afin de consolider la notoriété de son réseau. Les sponsorings du *Loto*, de *My Million* et de la série de *Nos Chers Voisins* complètent ce dispositif du 24 avril au 2 juin prochain.

Cette stratégie media, initiée depuis 2011, permet à Mondial Pare-Brise d'afficher des résultats spectaculaires.

Avec des investissements publicitaires de plus de 2,4 M€ par an, le Groupe a pu franchir un cap. Ainsi, la notoriété assistée de Mondial Pare-Brise est passée de 18 à 80 points en l'espace de 6 ans, dont une hausse de 30 points sur les 2 dernières années avec l'arrivée à la TV de l'enseigne en 2015.

Marc Novick, Directeur Marketing du Groupe Mondial Pare-Brise :

« Cette campagne de publicité marque une nouvelle étape de notre développement. Depuis 2015, nous investissons en priorité sur la publicité TV en jouant la carte de l'humour pour affirmer notre positionnement sur la qualité du service, et cela nous réussit. Nous nous sommes ici appuyés sur la jeune humoriste Ariane Brodier pour illustrer la rapidité d'intervention de nos experts et leurs compétences techniques. Nous prouvons ici que nous pouvons associer un ton décalé et une image rassurante. La fiabilité est en effet notre maître-mot au sein du réseau puisque nous disposons du plus faible taux de retour du marché. Par ailleurs, le titre de meilleur service 2017¹ de la réparation automobile qui nous a récemment été décerné, est une formidable récompense du travail accompli pour nos clients. »

¹ Magazine Capital – Novembre 2016

Fiche technique de la campagne de publicité

- Secteur d'activité : Automobile
- Annonceur : Mondial Pare-Brise
- Agence : Broca & Wernicke
- Réalisateur : Christian Merret Palmair
- Acteurs : Ariane Brodier & Romain Fleury
- Directeur de création : Pierre Anselmi
- Directeur artistique : Vincent Hebet
- Concepteur-rédacteur : Emmanuel Latouche
- Responsable annonceur : Marc Novick
- Responsable agence : Pierre Anselmi
- Maison de production : NSTY
- Musique : Sunset
- Media : Télévision
 - TF1 & M6
 - TNT : C8, NRJ 12, C Star, Info Sport, RMC Découvertes, AB Moteurs, C News, Chaîne l'Equipe, BFM TV, Motorsport TV, Paris Première
- Support : Vidéo
- Date de tournage : 15 et 16 mars 2017
- Date de diffusion :
 - du 16 avril au 7 mai pour les deux spots de 15 secondes
 - du 24 avril au 27 mai pour les billboards des tirages du Loto et de My Million
 - du 24 avril au 2 juin pour les billboards de « Nos chers voisins »

Mondial Pare-Brise en quelques mots

Le métier

- Fondé en 1999, Mondial Pare-Brise est un spécialiste français de la réparation et du remplacement de tous les vitrages automobiles, présent sur l'ensemble du territoire via des centres techniques, des centres de proximité et des points relais.
- Mondial Pare-Brise intervient sur tous types de vitrages : pare-brise, lunettes arrières, glaces latérales, optiques, toits ouvrants.
- Il répare les vitrages de tous types de marques et de tous types de véhicules (400 000 interventions par an) en assurant une réactivité maximale à ses clients grâce à ses importants stocks de pièces (livraison jusqu'à 2 fois par jour) et à sa flotte de véhicules entièrement équipés pour les interventions sur site.

Le réseau

- Le Groupe a choisi de développer son réseau en France selon le modèle de la franchise.
- Sur plus de 300 centres techniques en France, 73 lui appartiennent en propre.
- 300 points relais viennent compléter le réseau.
- 15 ouvertures de centres sont prévues en 2017.

L'entreprise en chiffres

- Mondial Pare-Brise compte parmi les acteurs majeurs de son secteur d'activité : en 2015, le chiffre d'affaires opérationnel géré par la totalité du réseau s'élève à 90 millions d'euros, dont 27,2 millions comptabilisés par la société.
- Le Groupe emploie 212 collaborateurs au 1er septembre 2016.

La politique de Mondial Pare-Brise

- Mondial Pare-Brise exerce ses métiers dans une logique de proximité vis-à-vis de ses clients, en insistant sur la technicité de ses intervenants et la qualité des prestations fournies, qui privilégient la réparation au remplacement. Le Groupe développe son activité en lien avec tous les acteurs du marché de l'assurance en France.

Contacts Presse

Agence de publicité : Broca & Wernicke

Broca & Wernicke est une agence de communication intégrée indépendante née de la fusion d'Avis de Tempête (agence de publicité créée en 1992) et de DotYou (agence digitale fondée en 2006). Cette agence de culture hybride, réorganisée autour d'une intégration accrue des ressources technologiques et stratégiques, allie naturellement culture et méthodes propres au digital à un champ de compétences publicitaire. De la stratégie à la production des contenus, Broca & Wernicke intervient sur l'ensemble des ressources nécessaires, tant créatives et technologiques que médias. Une approche confortée par les liens étroits entretenus avec Ecrans & Media, élue meilleure agence pluri-médias indépendante de l'année 2017.

L'agence rassemble une cinquantaine de collaborateurs et développe une forte expertise dans les domaines du Retail, de l'Economie Sociale et Solidaire, des grandes causes, du tourisme et des services. A date, l'agence compte parmi ses clients : Cora, Toys'r'Us, La Casden Banque Populaire, La Cité des Sciences, le groupe Up ou encore Action Contre la Faim et CCFD Terres Solidaires ...