



Communiqué de presse
Lyon, le 21 janvier 2010

Nouvelle stratégie de communication Point S : Pas de stress, il y a Point S... avec Patrick Bosso.

Point S a mis en place une nouvelle stratégie de communication, avec pour objectif de développer la notoriété du réseau en tant que spécialiste de l'entretien automobile. Une stratégie volontairement décalée et différente du marché, qui s'exprime depuis le 9 janvier dans une nouvelle campagne de communication télévisuelle conçue par Euro RSCG 360.

Objectif premier : développer la notoriété du réseau Point S

en s'appuyant sur une personnalité...

Challenger sur le marché des centres auto et leader des négociants spécialistes, le réseau Point S met en scène une personnalité afin de doper sa notoriété, aujourd'hui à 69% (taux de notoriété assistée). Pour incarner la marque, le réseau a choisi Patrick Bosso pour son capital sympathie, sa simplicité et son franc-parler, proche des valeurs des spécialistes.

...et sur un nouveau slogan : pas de stress il y a Point S

Pour renforcer le renouveau de sa communication, Point S a choisit un slogan publicitaire : « Pas de stress, il y a Point S ». Le réseau se positionne alors comme le spécialiste apportant un bénéfice concret à ses clients. Ce nouveau slogan vient accentuer l'image d'accessibilité et de sympathie propre au réseau.

Un plan media 2010 en continu

Avec 3 spots de 25', Point S rythmera l'année en plusieurs temps. La première vague est en cours avec la diffusion du spot « l'entretien automobile » sur les chaînes hertziennes et le CabSat.

Les campagnes TV seront renforcées par le sponsoring de l'émission Télématin sur France 2 pour donner au réseau une présence en TV tout au long de l'année 2010.

Une refonte de la communication globale

Au-delà des 3 spots TV, Point S renforce le lancement de sa campagne :

- Avec un **nouveau site Internet** www.points.fr, en ligne le 1^{er} février, Point S fait valoir ses différents métiers de l'entretien auto et proposera ultérieurement des nouveaux services 100% on line. (En ligne le 1^{er} février)
- Avec une **nouvelle charte graphique**, Point S maximise l'attribution de ses messages promotionnels.

Joël Arandel, directeur Marketing & Communication, souligne : « *Notre réseau, qui fêtera bientôt ses 40 ans, est reconnu depuis toujours comme spécialiste du pneumatique. Notre métier a évolué et nous le revendiquons : notre objectif est d'être identifié par tous comme acteur du marché de l'entretien automobile, au même titre que les centres auto et les concessionnaires. Cette campagne doit nous aider à faire passer le message* ».

Un nouveau contact pour les journalistes

Afin d'accompagner l'enseigne dans sa stratégie de communication et développement, Point S a choisi Estelle Bourreau (fondatrice de l'agence AuGrandJour) pour gérer ses relations avec la presse. Joël Arandel précise : « *Estelle a plus de 10 ans d'expérience dans les relations presse, dont 6 avec Point S. Un retour logique de notre partenariat pour renforcer et améliorer nos rapports avec les médias.* »

Nouveau Contact presse**AuGrandJour**

Estelle Bourreau

4, rue de Bezons 92000 Nanterre

T. 01 46 95 42 09

Mail estelle@augrandjour.fr

A propos de Point S

Fondée en 1971, l'enseigne Point S est l'un des spécialistes du marché de l'entretien auto et leader du marché du pneumatique. Le groupe poursuit sa croissance rapide en France, ainsi qu'à l'étranger sous l'enseigne Point S Development. Il compte à ce jour 1800 points de vente répartis sur 18 pays (dont 400 en France).

Retrouvez l'actualité de point S sur le site www.points.fr