Presse-Information



Une vie fantastique #LikeABosch

1 septembre 2022

BOSCH et DIE FANTASTISCHEN VIER travaillent de concert à la nouvelle édition de la campagne de marque à succès



DIE FANTASTISCHEN VIER réinterprètent la célèbre chanson de la campagne #LikeABosch et jouent les rôles principaux dans le clip vidéo qui l'accompagne.

- ► Cette nouvelle édition se concentre sur les biens de consommation Bosch tels que les outils électriques, les appareils électroménagers et les pompes à chaleur.
- Pour la première fois dans le cadre d'une campagne publicitaire, plusieurs divisions Bosch axées sur les biens de consommation sont présentées pour «Une vie fantastique #LikeABosch».

Soleure – Bosch poursuit sa campagne de marque réussie #LikeABosch avec les pionniers du «hip-hop allemand»: DIE FANTASTISCHEN VIER reproduisent la chanson de la campagne, avec des paroles qu'ils ont eux-mêmes écrites, et sont les principaux acteurs des nouveaux spots publicitaires. La nouvelle édition met l'accent sur les produits Bosch pour une vie détendue, confortable et durable. Sous le slogan «Une vie fantastique #LikeABosch», les domaines d'activité des appareils électroménagers, des outils électriques, de la maison intelligente et de la technologie thermique présentent pour la première fois leurs produits pour les «besoins quotidiens» sous un même toit. Destinée à la région DACH, la campagne «Une vie fantastique» #LikeABosch" a été lancée à temps pour le début de l'IFA (Internationale Funkausstellung) à Berlin.

Une vie fantastique #LikeABosch

La nouvelle édition de la campagne à succès #LikeABosch suit de grands pas: #LikeABosch est l'une des campagnes marketing les plus réussies au monde et a reçu plus de 30 prix nationaux et internationaux depuis son lancement en 2019. Bosch veut s'appuyer sur ce succès avec la nouvelle édition de sa campagne: elle comprend un clip vidéo de 90 secondes, sept clips de campagne et sera également diffusée en Suisse à partir de septembre sur YouTube, les réseaux sociaux et d'autres canaux numériques. Au centre de la campagne «Une vie fantastique #LikeABosch»: les produits et solutions qui rendent le quotidien plus simple, plus intelligent, plus durable et plus sain. Il s'agit notamment d'outils électriques, d'appareils pour la cuisine, la maison et le jardin, de produits pour la maison intelligente et de pompes à chaleur. «La nouvelle campagne est sous de nombreux aspects une première pour Bosch. Quatre divisions sont pour la première fois au centre d'une campagne d'une telle envergure. En outre, avec les FANTASTISCHEN VIER, nous avons amené à bord un partenaire qui est à la fois proéminent et éloquent, drôle et authentique. Ils transfèrent habilement cela dans les spots publicitaires et montrent comment les produits Bosch améliorent et facilitent la vie quotidienne», explique Boris Dolkhani. Chez Robert Bosch GmbH, il est responsable des domaines de la communication marketing d'entreprise, de la gestion de la marque et du design d'entreprise et inventeur de la première campagne #LikeABosch.

Casting fantastique

Pour la nouvelle édition de sa campagne, Bosch s'appuie sur un soutien de premier plan et une expertise éprouvée: DIE FANTASTISCHEN VIER sont les fondateurs du hip-hop germanophone et lui a fait gagné une certaine respectabilité. Pour la première fois, les quatre hip-hoppers ont écrit et enregistré une chanson de campagne dans leur propre style pour une entreprise. Ils jouent en outre les rôles principaux dans les spots publicitaires de Bosch. Lars Timmermann, avec qui DIE FANTASTISCHEN VIER ont déjà travaillé sur le clip de leur tube «Zusammen», a repris la direction. Les points communs ont été décisifs pour le partenariat: «Tout comme Bosch, DIE FANTASTISCHEN VIER viennent de la région de Stuttgart. Les deux carrières ne se sont jamais limitées à cette région et pourtant ne s'en sont jamais complètement détachées: le succès a besoin de racines. En outre, Bosch et DIE FANTASTISCHEN VIER partagent l'ambition d'améliorer le quotidien — que ce soit avec la technologie, la musique ou la recherche d'une plus grande durabilité. Bosch et DIE FANTASTISCHEN VIER forment un couple parfait», explique Dolkhani.

Parmi les autres acteurs et partisans de la campagne de «Une vie fantastique #LikeABosch» comptent l'agence créative Jung von Matt, la société de production CZAR ainsi que le groupe Radar Media. Les agences MediaCom, Lemundo, segmenta communications et l'éditeur falkemedia sont également impliqués.

Informations complémentaires:

Site Internet de la campagne #LikeABosch

Campagne vidéo « Une vie fantastique #LikeABosch » sur YouTube

Photo de presse: https://we.tl/t-CoiRrErjPn

À propos de Bosch:

Le groupe Bosch est présent en Suisse depuis 1904. Les entreprises du groupe Bosch em-ploient en Suisse 2 000 personnes qui, avec leur mode de pensée et d'action axé sur la qua-lité, contribuent au succès mondial de Bosch. En 2021, les entreprises installées en Suisse ont réalisé un chiffre d'affaires de 745 de francs suisse (687 millions d'euros). Parmi elles figurent la Robert Bosch AG, la Scintilla AG, la Bosch Rexroth Schweiz AG, la Bosch Thermotechnik AG, la sia Abrasives Industries AG, BSH Hausgeräte AG et la Elpro Group AG.

Le Groupe Bosch est un important fournisseur mondial de technologies et de services. Avec un effectif d'environ 402 600 collaborateurs dans le monde (au 31/12/2021) le Groupe Bosch a réalisé un chiffre d'affaires de 78,7 milliards d'euros en 2021. Ses activités sont réparties en quatre secteurs d'activité : Solutions pour la Mobilité, Techniques Industrielles, Biens de Consommation et Techniques pour les Energies et les Bâtiments. En tant que société leader de l'Internet des objets (IoT), Bosch propose des solutions innovantes pour les maisons intelligentes, l'industrie connectée et la mobilité connectée. Bosch conçoit une vision de la mobilité qui est durable, sûre et passionnante. Le Groupe utilise son expertise en matière de technologie des capteurs, de logiciels et de services, ainsi que son propre Cloud IoT pour offrir à ses clients des solutions inter-domaines et connectées à partir d'une source unique. L'objectif stratégique du Groupe Bosch est de faciliter la vie avec des produits et des solutions connectés qui fonctionnent avec l'intelligence artificielle (IA) ou qui ont été développés et fabriqués avec son aide. Bosch améliore la qualité de vie dans le monde entier grâce à des produits et des services innovants qui suscitent l'enthousiasme. Bosch crée ainsi des « Technologies pour la vie ». Le Groupe Bosch comprend la société Robert Bosch GmbH ainsi qu'environ 440 filiales et sociétés régionales réparties dans près de 60 pays. En incluant les partenaires commerciaux, le réseau international de production, d'ingénierie et de ventes, le Groupe Bosch couvre la quasi-totalité des pays du globe. Avec plus de 400 sites dans le monde, le Groupe Bosch s'engage pour la neutralité carbone collective. En 2020, Bosch fut la première entreprise industrielle de cette taille avec 400 sites dans le monde, à avoir atteint un point d'équilibre entre ses émissions directes et indirectes liées à la production (scope 1 et 2) et le recours à un volume de crédits de compensation plus faible que prévu. La force d'innovation du Groupe Bosch est un élément clé de sa croissance. Bosch emploie près de 76 100 collaborateurs en recherche et développement répartis sur 128 sites dans le monde et environ 38 000 ingénieurs logiciels.

L'entreprise a été créée par Robert Bosch (1861-1942) en 1886 à Stuttgart sous la dénomi-nation « Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik » (Ateliers de mécanique de préci-sion et d'électrotechnique). La structure particulière de la propriété de la société Robert Bosch GmbH garantit la liberté d'entreprise du Groupe Bosch. Grâce à cette structure, la société est en mesure de planifier à long terme et de réaliser d'importants investissements initiaux pour garantir son avenir. Les parts de capital de Robert Bosch GmbH sont détenues à 92 % par la fondation d'utilité publique Robert Bosch Stiftung GmbH. Les droits de vote liés à ce capital social sont confiés majoritairement à la société en commandite Robert Bosch Industrietreuhand KG, qui exerce la fonction d'associé actif. Les autres parts sont détenues par la famille Bosch et par la société Robert Bosch GmbH.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.bosch.ch, <u>www.bosch-presse.de</u>, <u>www.twitter.com/BoschPresse</u> et <u>www.twitter.com/BoschSchweiz</u>

Contact du presse:

Oppenheim & Partner GmbH Tina Seiler Stockerstrasse 32 8002 Zürich ts@oppenheim-partner.ch