



## "Bring on Tomorrow" - "Que le futur commence", la nouvelle plateforme de marque Ford

"Bring on Tomorrow / Que le futur commence" : avec cette nouvelle plateforme de marque, Ford souhaite marquer d'une pierre blanche son avancée et sa capacité à se projeter dans le futur. Un futur dans lequel la marque a confiance et pour lequel elle crée d'ores et déjà des véhicules et des systèmes innovants au service des consommateurs.

"Bring on Tomorrow" : une plateforme de communication ambitieuse qui marque un virage

La nouvelle campagne "Bring on Tomorrow" dévoile les principes d'une toute nouvelle orientation et d'une vision renouvelée de la marque emblématique.

Avec l'agence BBDO Londres, Ford bouscule les codes traditionnels du marketing en dévoilant une campagne innovante à bien des égards :

- Le réalisateur Nicolai FUGLSIG est à l'origine de tous les films pour affirmer une véritable identité visuelle
- L'équipe de production est également la même pour tous les lancements des [Mustang Mach-E](#), [Puma \(All-OutetSpacemakers\)](#) et [Kuga](#) (à venir prochainement)
- La [musique de Kanye West \(Power\)](#) est la même pour l'ensemble des films
- L'identité visuelle a été repensée : logo, tagline, charte graphique
- Dans chaque communication, le ton est enthousiaste, convaincant, énergique, audacieux

Ce virage dans la communication s'appuie sur un plan media multicanal et ambitieux :

### OFFLINE

#### CINÉMA

Du 28 janvier au 18 février

428 salles de cinéma couvertes

#### AFFICHAGE DYNAMIQUE CINÉMA(DOOH)

Du 28 janvier au 18 février

90 salles de cinéma couvertes

### ONLINE

#### SOCIAL MEDIA

Du 26 janvier au 16 février

Relai des films sur les pages Ford

#### DIGITAL

Du 26 janvier au 16 février

Desktop + mobile + tablette

387 écrans répartis sur 129 triptyques

Plan 100% vidéo

2 films en rotation

## TÉLÉVISION

Du 26 janvier au 16 février

2 films en rotation

## AFFICHAGE

Du 5 au 12 février

2 formats 8m<sup>2</sup> et 2m<sup>2</sup>

9 650 faces

Plus qu'une plateforme de communication, un véritable tournant stratégique qui s'illustre par un portefeuille produits centré sur l'électrification.

14 véhicules électrifiés sont annoncés pour 2020, utilitaires compris :

	Véhicule	Lancement
1	Puma mHEV	Début 2020
2	Mondeo FHEV	Début 2020
3	Tourneo Custom mHEV	Début 2020
4	Tourneo Custom PHEV	Début 2020
5	Transit Custom mHEV	Début 2020
6	Transit Custom PHEV	Début 2020
7	Transit 2T mHEV	Début 2020
8	Kuga PHEV	Mi-2020

9	Kuga mHEV	Mi-2020
10	Fiesta mHEV	Mi-2020
11	Focus mHEV	Mi-2020
12	Explorer PHEV	Mi-2020
13	Kuga FHEV	Fin 2020
14	Mustang Mach-E	Fin 2020

Les 4 piliers fondamentaux de la plateforme "Bring on Tomorrow":

### #1 - Innovation

La marque n'hésite pas à collaborer avec des partenaires qui partagent sa vision et ses ambitions pour aller toujours plus loin dans l'innovation : de jeunes entrepreneurs, des pépites en devenir sont sollicités pour réfléchir à des enjeux cruciaux. Notamment :

- L'immersion ambitieuse de Ford dans l'eSport avec la création de son équipe, [Fordzilla](#), animée en France par [Donald Reignoux](#).
- [La collaboration avec la start-up Agility Digit](#), créatrice d'un robot bipède livreur de colis. Ford en a été le premier acheteur, permettant à la marque de continuer d'étudier l'avenir du transport de marchandises. Une acquisition qui va permettre à Ford d'évaluer comment les robots et les véhicules autonomes vont pouvoir collaborer dans un futur proche.
- Le lancement de la Mach-E s'accompagne d'une expérience numérique unique : les utilisateurs pourront ainsi réserver leur Mustang Mach-E sur la plateforme de e-commerce dédiée et lancée pour l'occasion.
- Ford innove également avec des partenaires qui s'engagent de plus en plus pour un futur plus propre. En témoigne [la collaboration de la marque avec McDonald's](#) par exemple, pour transformer l'enveloppe des grains de café en pièces automobiles.

### #2 - Connectivité

Ford affirme également résolument sa modernité en améliorant la connectivité de ses véhicules et le développement d'innovations uniques pour en faciliter l'usage :

- L'application [FordPass](#) pour gérer toute la connectivité des véhicules Ford équipés d'un modem 4G
- Le système multimédia [SYNC nouvelle génération](#) (inauguré sur la Mustang Mach-E) : avec reconnaissance vocale et interface multitâches, le tout sur un écran tactile. Cette technologie s'appuie sur le Machine Learning afin de suggérer des solutions personnalisées et améliorer l'expérience à bord.

- Ford Co-Pilot360 et les véhicules autonomes : nouveau système de conduite assistée sur la Mustang Mach-E, testé sur route ainsi que virtuellement.
- Smart Cities: le logiciel [Ford City Insights Platform](#) permet aux villes d'étudier et d'aider à résoudre les problèmes de circulation, de manière dynamique en tirant parti du stationnement, des transports en commun, des données sur le trafic, la sécurité et les flux piétons.
- [Local Hazard Information](#) permet d'aider les conducteurs à anticiper et éviter des dangers en amont de leur trajet. Lorsque les conducteurs qui précèdent rencontrent des embouteillages soudains, des accidents ou des obstacles sur la voie, le conducteur derrière - qui ne voit pas nécessairement le danger - reçoit un avertissement préalable.
- Le Wifi est disponible à bord des véhicules Ford avec un abonnement gratuit de 3 mois ou 3 Go - activable dans le véhicule via l'application FordPass.

### #3 - Expérience utilisateur

La modernité et chaque innovation ne peuvent se concevoir sans être au service de l'utilisateur. "Moins mais mieux" est le mantra qui guide toutes ses actions. Chaque utilisateur devient alors un ambassadeur clé. C'est pour cette raison que Ford souhaite accentuer la notion d'expérience privilégiée à bord mais aussi à travers des événements ouverts au public :

- Go Electric: le premier événement européen itinérant œuvrant à la vulgarisation des pouvoirs de l'électrification, qui permet notamment de tester l'accélération d'une Mustang Mach-E GT dans un simulateur.
- Gamescom et Paris Games Week: le lancement de Ford dans l'eSport s'est traduit par sa participation à la Gamescom en août dernier ainsi qu'à [la Paris Games Week au mois d'octobre avec son ambassadeur Donald Reignoux](#).

### #4 - Valoriser l'image de Ford

- La nouvelle campagne publicitaire a pour objectif de valoriser l'image de marque de Ford auprès des Français et les premiers tests européens sont particulièrement positifs : "innovante", "futuriste", "durable", "visionnaire" sont les mots les plus souvent associés à Ford après visionnage de cette campagne.
- Le virage pris par Ford s'illustre également par la réaffirmation du concept de famille à travers une signature et non plus un logo. Ford est un nom, celui de son fondateur, Henry Ford, qui a su créer, plus qu'une entreprise, une véritable famille. C'est pour cette raison que sur tous ses supports de communication, la marque adoptera désormais la signature d'Henry Ford et non plus le logo ovale.
- Entre Ford et les Millenials, plus particulièrement ciblés par cette campagne, le point de convergence est l'envie d'aller de l'avant, de provoquer le changement, de créer un futur meilleur, avec enthousiasme et passion. Cette nouvelle signature, c'est "Bring On Tomorrow", que nous traduisons en français par : "Que le Futur Commence !"

Cette campagne donne ainsi naissance à une nouvelle déclaration de marque, un manifeste que voici :

Le milieu de l'automobile est en pleine mutation, il évolue vite, très vite.

Certains ont peur du changement. Pas nous.

La route est longue, alors nous accélérons.

Nous ne lançons pas quelques modèles électriques, nous électrifions tous nos véhicules.

Nous avons de l'ambition, des idées et des rêves. Et nous leur donnons vie avec passion.

Nous n'imaginons pas le futur pour les autres, nous le créons pour eux.

Que le futur commence !