

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Avec le projet 'DON'T BE SQUARE' Kärcher utilise VICE Belgique pour atteindre les jeunes.

Wilrijk, 29 avril 2019 – Kärcher, la la marque spécialisée dans le nettoyage à haute pression, utilise le savoir-faire de VICE Belgique pour sensibiliser les plus jeunes à leurs produits. Kärcher et VICE Belgique lancent aujourd'hui une campagne de sensibilisation sur l'ensemble du réseau belge de VICE pour attirer l'attention des jeunes sur les produits de nettoyage extérieur.

Dans la vidéo de la campagne, les produits sont utilisés de manière non conventionnelle et dans une situation à laquelle les jeunes peuvent s'identifier. Avec la vidéo, VICE Belgique sort Kärcher de l'environnement où le consommateur s'attend normalement à trouver ses produits (jardins et allées d'entrée en banlieue) et les place dans un environnement urbain surprenant, en phase avec le style de vie des jeunes.

Dans la vidéo, Sam Scarpulla, un street artist belge, offre à la Place Louis Morichar à Bruxelles un relooking temporaire. La place est le cœur coloré du quartier et un lieu où jeunes et vieux se rencontrent. Sam crée un cœur symbolique sur cette place en remplaçant son pinceau habituel par le nettoyeur haute pression Kärcher.

Il va ensuite supprimer sa propre création avec une aisance ludique, en utilisant les mêmes appareils.

Bart Hullebroeck, Marketing Manager Kärcher N.V.:

« Une marque vit et respire à l'image des habitants d'une ville. Cette campagne reflète le dynamisme et la diversité de Kärcher.

L'expertise de VICE Belgique aide Kärcher à toucher les jeunes et à nouer des relations avec eux. »

Contact presse :

Bart Hullebroeck
Responsable marketing
Kärcher N.V.
Boomsesteenweg 939
2610 Wilrijk (Anvers)

T +32 (0)3 340 07 11

bart.hullebroeck@be.kaercher.com

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La campagne se déroule jusqu'au 15 juin sur les plateformes VICE.

Regardez ici la vidéo :

https://www.vice.com/fr_be/partners/karcher/dont-be-square