COMMUNIQUE DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 22 juin 2010

Peugeot choisit Serious Factory pour promouvoir sa nouvelle 308 GTi

Boulogne-Billancourt, le 22 juin 2010 – Serious Factory, l'un des principaux éditeurs et intégrateurs de solutions 3D interactives, annonce que Peugeot a choisi de faire appel à ses services, pour promouvoir le lancement de sa nouvelle 308 GTi.

Décidé à faire de cet événement une vitrine pour la marque, le constructeur a fait appel à l'expertise de Serious Factory pour gérer sa campagne marketing virale et dynamiser sa communication online via un jeu à portée marketing – aussi appelé advergame.

Ce jeu dispose de graphismes réalistes, comprenant des décors riches et une voiture en 3D identique à la réelle 308 GTi. Deux modes de jeu ont été conçus : un mode solo pour s'entrainer sur le circuit, et un mode défi permettant de défier le joueur de son choix, le tout en musique sur le tube Banquet de Bloc Party.

Le jeu intègre également un « Facebook Connect », c'est-à-dire que les joueurs peuvent se connecter grâce à leur compte Facebook et défier leurs amis pour gagner des cadeaux. Ceci permet de créer un buzz extrêmement important autour de la nouvelle voiture de Peugeot, et génère du trafic vers le site internet et les concessions Peugeot.

Outre ses bénéfices en termes de viralité, ce jeu a également l'avantage d'être simple d'utilisation et de disposer d'un gameplay instinctif. De plus, il est 100% en ligne, directement sur le site de Peugeot, et accessible à partir de n'importe quel ordinateur.

Grâce à ce jeu, Serious Factory permet à Peugeot de faire rêver son public par une communication innovante et réaliste, en totale adéquation avec la cible masculine et sportive visée par le constructeur automobile. Cette expérience est directement accessible via l'adresse www.308GTi.peugeot.fr.

« *Ce jeu très dynamique met parfaitement en avant la puissance de la 308 GTi, particulièrement recherchée par notre cible. Grâce à lui nous pouvons communiquer de façon très forte et efficace. Il permet en outre à nos clients et prospects de se projeter dans le mythe revisité de la GTi* », explique Nicolas OLLAND, chef de produit chez Peugeot.

Contact Presse Serious Factory :
Mélanie REUZEAU
+33 1 46 08 30 01
press@seriousfactory.com

A propos de Peugeot

Constructeur européen d'envergure internationale, PSA Peugeot Citroën réunit deux marques aux gammes innovantes et aux styles différenciés : Peugeot et Citroën. Présent commercialement dans 150 pays, le Groupe a vendu près de 3,3 millions de véhicules dans le monde en 2008 et réalise plus du tiers de ses ventes hors d'Europe occidentale.
PSA PEUGEOT CITROËN s'est imposé comme un leader environnemental mondialement reconnu. En 2008, pour la troisième année consécutive, il a vendu plus d'un million de véhicules émettant moins de 140 grammes de CO_2 par kilomètre parcouru.
Le Groupe s'engage aussi en faveur de la sécurité routière, à laquelle il consacre chaque année une grande part de son budget de recherche et développement.
Pour plus d'informations : www.psa-peugeot-citroen.com

A propos de Serious Factory

Serious Factory conçoit, développe et commercialise des solutions et contenus 3D (Espaces virtuels, Configurateurs 3D, Serious Games, Films 3D), dédiés à répondre aux besoins de communication innovante, de promotion et de formation des entreprises.
Serious Factory compte parmi ses clients des leaders sur leur marché comme Peugeot, Dassault Aviation, Toyota, Colas, Renault ou Euronext, mais également des PME comme Bottin Cartographes, ou Segula Technologies.
Pour plus d'informations : www.seriousfactory.com