

ÉTUDE DE CAS :

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : LE POUVOIR DE LA FRÉQUENCE

Le défi

La plus grande peur face aux voitures électriques chez les consommateurs est le risque d'électrocution. Voilà le défi auquel l'agence publicitaire John Street avait à faire face lorsqu'elle a aidé son client, Mitsubishi, à planifier le lancement de sa toute nouvelle voiture entièrement électrique.

L'objectif

On ne positionnerait donc pas l'auto en question comme une solution « verte » puisque cela limiterait la portée du véhicule et que l'un des objectifs du lancement était d'attirer un large éventail de groupes démographiques. Le message mettrait donc l'accent sur la conception de l'automobile, tant son aspect visuel que sa puissance électrique.

Le plan

Pour attirer tous les groupes démographiques, l'agence a choisi d'utiliser les journaux comme principal média pour livrer la campagne publicitaire. De plus, les journaux sont un média visuel et ils sont l'outil idéal pour livrer un message à texte. Ces deux aspects furent utilisés dans la campagne. Des titres accrocheurs furent utilisés dans les annonces plus petites. Les plus grandes présentaient plus de texte pour amener de l'avant les principaux avantages : pas d'émission de gaz à effet de serre, le kilométrage entre les branchements, les économies pouvant être réalisées. Toutes les publicités faisaient voir l'automobile elle-même de même que l'adresse du site Web pour y diriger l'achalandage.

Voilà bien un produit vraiment novateur. Nous avons donc besoin de le présenter de façon novatrice. Nous voulions rendre l'expérience amusante et les gens ont très bien répondu puisqu'ils ont dépassé la simple publicité imprimée pour aller se renseigner sur le véhicule.

- Ian Brooks, directeur de compte de groupes pour l'agence John Street.

La création

L'aspect créatif se pencherait sur la peur qu'entretenaient certaines personnes au sujet de l'électricité. Plutôt que de prendre un ton sérieux, la publicité s'amuserait un peu aux dépens de toute la question d'électricité. C'est ainsi qu'une nouvelle phobie vit le jour : l'électriphobie, de même qu'un site Web qui aiderait à surmonter cette peur : electriphobia.com qui se pencherait sur divers aspects de la voiture : comment faire le plein, où se trouve le tuyau d'échappement, et autres.

DO YOU SUFFER FROM TAILPIPE SEPARATION ANXIETY? CURE YOURSELF AT ELECTRIPHOBIA.COM

DO SILENT MOTORS GIVE YOU HIVES? CURE YOURSELF AT ELECTRIPHOBIA.COM

SHOCKING FEAR GRIPS CANADA
FEAR OF ELECTRIC CARS SWEEPS ACROSS THE COUNTRY

While the recent rise in electric vehicle purchases shows great promise for the environment, it has also resulted in the resurgence of an unexpected and troubling phenomenon - Electriphobia. According to research, this very real condition is characterized by an irrational fear of electric cars. Common symptoms include the fear of electrocution, Gas Withdrawal Anxiety (GWA), Tailpipe Separation Anxiety (TSA) and the fear of becoming a hippie (FOHAPI).

"Electriphobia has become one of the top fears for the average person."

A number of health organizations have responded to help combat this alarming affliction. The most notable of these is the Electriphobia Research Institute (ERI). This very official organization has produced a list of 10 go-to resources for any and all Electriphobia information and treatment. ERI Director Dr. Eric Ferguson summarized their mission at the World Phobia Summit, saying they are "determined to stop this epidemic, before it becomes a world by epidemic."

The ERI's official website, Electriphobia.com, contains the highest scientific and innovative therapies they have developed to cure Electriphobia permanently and for good.

Electriphobia was first discovered in 1982 by a leading psychologist who outlined several of his patients displaying unusual reactions to electric vehicles, reactions such as fainting, cold sweats and severe gastrointestinal pain.

By 1992, Electriphobia had become so widespread, it ranked the one cause of gas-powered vehicles that caused the most mental state side effects. And with the recent resurgence of electric cars, Electriphobia has again become a fear related with the likes of height, spiders and back-breaking crows.

Because recorded incidents of Electriphobia are expected to continue to grow with increased sales of the new Mitsubishi i-MiEV, the public is urged to be extremely cautious.

The i-MiEV (Mitsubishi Innovative Electric Vehicle) - is one of the first fully electric vehicles in the Canadian market. With incredible range and zero emissions, expert scientists believe it will ultimately help quell the general fear of electric cars.

Do you like the way you drive the most of you? Do you ever wonder if you have kept from doing something a little weird? Then you may be at risk. To check yourself for Electriphobia, visit Electriphobia.com.

May I like to thank Mitsubishi and the Electriphobia Research Institute for their information about Electriphobia, and for the new 2012 Mitsubishi i-MiEV. Together they're working to end Electriphobia, permanently. And for good.

"I thought it was off. Then it went on. Then I fainted."
- Simon Gordon, Electriphobia

COMMON FEARS:
• FEAR OF ELECTROCUTION
• FEAR OF SILENCE
• FEAR OF BECOMING A TOFU-EATING HIPPIE

THE CURE FOR ELECTRIPHOBIA IS HERE.

The Mitsubishi i-MiEV produces zero emissions, travels up to 155 km on a full charge and costs much less to maintain than gas vehicles. So you can wave goodbye to Electriphobia permanently. And for good. **CURE YOUR SYMPTOMS AT ELECTRIPHOBIA.COM**

Winner of the 2012 ecoENERGY Award for the Most Fuel-Efficient Car in Its Class.

AFRAID THE ELECTRIC CAR WILL TURN YOU INTO A HEMP-WEAVING, TOFU-EATING, DRUM-CIRCLING HIPPIE?

CURE YOUR SYMPTOMS AT ELECTRIPHOBIA.COM

We got it. You don't want to be seen as some tree-hugging, crunchy granola type for going "electric". Not to worry, with a top speed of 130 km/h and up to 155 km on a single charge, the 2012 i-MiEV has your ultimate solution - we've got to catch you first.

Winner of the 2012 ecoENERGY Award for the Most Fuel-Efficient Car in Its Class.

Flag Mitsubishi DS401
Saskatoon
604-284-7411
flag@mitsubishi.ca

Metrolife Mitsubishi DS7672
Regina
604-284-2488
metrolife@mitsubishi.ca

NewType Mitsubishi DS0625
Richmond
604-221-9200
richmond@mitsubishi.ca

MITSUBISHI MOTORS

GOODBYE GAS PUMPS.
THE FULLY ELECTRIC MITSUBISHI i-MiEV IS HERE.

ELECTRIPHOBIA.COM

MITSUBISHI MOTORS



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

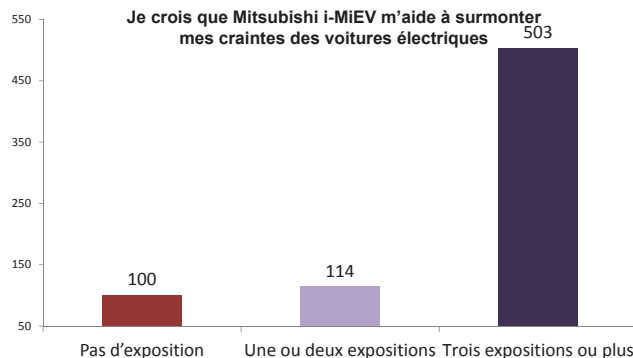
ÉTUDE DE CAS :

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : LE POUVOIR DE LA FRÉQUENCE

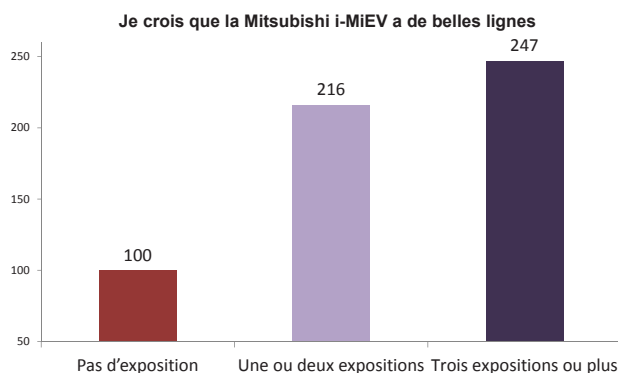
Les résultats

Totum Research a entrepris une étude pour déterminer l'impact de la publicité. Ceci a permis de découvrir que la publicité dans les journaux était très efficace, particulièrement pour quiconque est exposé au message plus souvent.

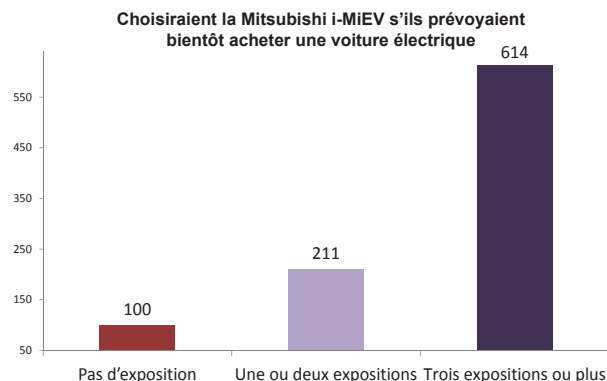
Les publicités ont permis aux Canadiens de dépasser leurs craintes face aux voitures électriques. Le tableau fait voir que plus les Canadiens recevaient le message, mieux ils se sentaient.



Toutes les publicités Mitsubishi faisaient voir l'automobile en question. Les lecteurs ont répondu de façon très positive en indiquant qu'elle avait de belles lignes. Il n'est pas surprenant que pour ce facteur, la réponse s'est fait sentir quasi immédiatement.



Enfin, et ce qui est le plus important, les lecteurs de publicités des journaux ont indiqué qu'ils choisiraient d'acheter la Mitsubishi i-MiEV bientôt.



Les journaux ont livré le message par le biais d'éléments visuels attrayants jumelés à des titres accrocheurs pour acheminer les lecteurs vers Internet... et plus ils ont vu ces publicités, mieux ils y ont répondu!

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez www.journauxcanadiens.ca



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS