MOLSHEIM
04/03/2019

BUGATTI LANCE SA NEWSROOM NUMÉRIQUE

Plus rapide, plus clair et plus moderne. À l'occasion du 110e anniversaire de la société Bugatti, la marque de luxe française modernise son Media Lounge et inaugure pour la première fois une Newsroom numérique. Cette étape était nécessaire sur la voie d'une nouvelle ère numérique. Mais Bugatti ne se contente pas du statu quo offert par la technologie et lance, comme à son habitude, ses propres tendances. Tout comme les super sportives, la Newsroom est d'une élégance intemporelle et se concentre sur les multiplicateurs pour se placer à l'avenir comme véritable précurseur sur le plan technique : des outils de communication multicanaux tournés vers l'avenir et un réseau de diffusion de contenu assurent une expédition ultra-rapide dans le monde entier. Un design évolutif et une grande ergonomie mettent les représentants des médias en valeur. Vous recevrez ainsi plus rapidement des informations de première main sur différents canaux. La plateforme de travail pour journalistes et représentants des médias propose une offre numérique complète sur les innovations, les modèles, la technologie, les portraits et l'histoire.

Bugatti exploite ainsi les opportunités de communication du segment des marques de luxe, tout en se rapprochant de ses valeurs de marque. « Grâce à la nouvelle Newsroom, nous numérisons

2025 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

nos communications et regroupons toutes les informations sur Bugatti, explique Tim Bravo, Head of Communications chez Bugatti. Cela nous permet d'améliorer notre flux d'informations et, en même temps, notre transparence. Bugatti devient ainsi bien plus accessible, avec une communication également plus rapide et plus efficace. » L'objectif de la Newsroom est de soutenir les médias, mais elle offre également à d'autres groupes cibles une interface plus pratique vers l'offre d'informations de Bugatti.

Les représentants des médias et les personnes intéressées trouvent sur une seule et même page différents canaux de communication clairement exposés : en plus des communiqués de presse actuels, cela inclura à l'avenir des sites de médias sociaux tels que Facebook, Instagram, YouTube et Twitter.

Comme la marque alsacienne, la nouvelle Newsroom est synonyme de clarté, design, efficacité, performance et crédibilité. Elle propose des dossiers de presse numériques sur la marque, les modèles, l'entreprise, l'histoire et la technologie qui comprennent encore plus d'informations, des histoires, des photos, des vidéos, des nouvelles, des portraits et des connaissances de base. Les contenus sont spécialement préparés pour travailler dessus, les lire et les télécharger. Les rubriques « Entreprise », « Produits », « Tradition », « Technologie » et « Lifestyle » regroupent clairement les différents contenus d'une thématique. Les contenus et les fonctions de la Newsroom sont continuellement mis à jour et développés. À l'avenir, ils pourront être personnalisés pour une meilleure expérience utilisateur et un environnement de travail plus confortable.

« À l'instar de nos super sportives exclusives Chiron et Divo, nous continuerons également à développer la Newsroom. Cette année, nous prévoyons de franchir encore deux nouvelles étapes dans notre expansion, dont une pour une communication multicanal optimisée. Fidèle à la devise du fondateur Ettore Bugatti « La perfection ne sera jamais atteinte », nous nous efforçons également de nous rapprocher le plus possible de la perfection au sein de la communication numérique. Celle-ci deviendra un pilier de notre communication et accompagnera la marque de manière globale », déclare Tim Bravo.

La nouvelle Newsroom Bugatti est désormais disponible sur https://newsroom.bugatti ou https://www.newsroom.bugatti.

La conférence de presse Bugatti au Salon de l'Automobile de Genève 2019 sera retransmise en direct au nouveau Newsroom Bugatti le mardi 5 mars de 9h00 à 9h15 CET (8h00-08h15 GMT).