

Edito



Remy Quentin
Directeur Général
PIRELLI France

Mouvance de société, l'automobile n'est pas seulement une affaire d'hommes mais aussi de femmes. Parce qu'un automobiliste sur deux est une femme, le pneumatique doit aussi se penser au féminin. Selon un sondage TNS Sofres, les femmes représentent 1/3 des responsables d'entretien et 65 % des conductrices sont jeunes et actives avec des exigences très affirmées en matière de sécurité, fiabilité, praticité et design. Nous avons compris cette sensibilité et ce besoin de sérénité et nous tâchons d'y répondre constamment à travers nos innovations. Si la conception de nos produits requiert des technologies complexes, leur usage doit être simple et pratique !

Les dernières innovations technologiques de Pirelli vont dans ce sens : K-PRESSURE, le système de contrôle permanent de la pression, est simple, efficace et disponible sur l'ensemble du territoire depuis le début de l'année. C'est un gage de sécurité et de sérénité !

Mais c'est également le Run Flat qui offre une sécurité maximale apportant, en plus, la garantie de pouvoir rouler malgré une crevaison jusqu'au prochain garage en garantissant une tenue de route exceptionnelle : un gage de sécurité pour toute conductrice.

Côté design, l'empreinte Pirelli fait appel à son naturel originel, axé sur l'esthétique au service de la performance. Mission Zero, notre dernier court-métrage, disponible sur Internet depuis le 12 février, en fait parfaitement l'éloge avec la belle Uma Thurman. Pour elle, les nouveaux PZero font bouclier, la préservant de situations délicates ! Performance, sécurité, design et fiabilité : le PZero est le meilleur allié d'Uma Thurman.

La marque Pirelli est au service des conductrices les plus exigeantes. C'est aussi d'un œil maquillé que se regarde le pneumatique dans cette édition de mars mettant les femmes à l'honneur, ce qui est pour Pirelli une préoccupation continuelle tout au long de l'année et pas seulement le 8 de ce mois dédié à la Journée Internationale de la Femme ! ■

Actu presse

Avec le nouveau P-Zero, Pirelli consolide son leadership sur le marché haut de gamme.

C'est à Dubaï, terre de l'innovation et de la haute technologie, que Pirelli a choisi de dévoiler à la presse son nouveau PZero, les 10, 11, 12 et 13 février.



12 titres de la presse française (Action Auto-Moto, Automobiles Classiques, Auto-Hebdo, L'Argus, Auto-Plus, Échappement, Groupe Etoi, Le Pneumatique, Économie Matin, RMC, Le Point et Le Parisien Économie) étaient présents à la conférence de presse présidée par MM. Tronchetti Provera, Gori et Boicchi. « Mission Zero », le court-métrage mettant en scène les performances exceptionnelles du nouveau PZero au service de l'actrice Uma Thurman, a été présenté et mis en ligne le même jour sur www.pirellifilm.com.



À produit innovant, campagne innovante

Les journalistes ont pu tester le nouveau vaisseau amiral de la marque sur le très prisé circuit de Dubaï. L'enthousiasme était au rendez-vous ! En effet, grâce aux solutions révolutionnaires des mélanges et de la structure, le nouveau PZero affiche sa très haute performance en conduite sportive, avec un niveau de confort et de sécurité unique durant tout son cycle de vie. Le PZero a, d'ailleurs, fait l'objet de 5 nouveaux brevets qui lui permettent d'assurer des prestations du plus haut niveau durant tout son cycle de vie ainsi que des performances exceptionnelles sur sol sec comme sur sol mouillé en conduite extrême.



Le directeur marketing Pirelli France, tranquille même à grande vitesse dans cette Ferrari !

Le magazine Le Point a évoqué, dans son édition du 15 février, « l'offensive de charme » de Pirelli, insistant sur l'adhérence et la maniabilité exceptionnelles qu'offre le nouveau PZero aux automobiles les plus prestigieuses et aux conducteurs les plus exigeants.

La presse spécialisée (Échappement et Auto Hebdo notamment) a aussi fait l'éloge du dernier-né Pirelli soulignant sa résistance aux grandes vitesses et, par conséquent, son aptitude à chausser les plus grosses cylindrées du marché ! ■

Si vous désirez des extraits des précédents articles de presse, contactez Astrid SERGEANT, responsable communication, mail : astrid.sergeant@pirelli.com

Produit

Run Flat, le pneumatique intelligent et interactif.

Run Flat, la dernière génération de pneumatiques de roulage à plat intègre les dernières innovations technologiques que Pirelli a développé dans le cadre du programme « Technology in Revolution ».

Depuis les années 70, Pirelli fait évoluer la technologie Run Flat. Le cœur de son dispositif anti-crevaison high tech est le système robotisé **Mirs™** qui met en œuvre un processus de production géré par ordinateur. De cette technologie est né le pneumatique Run Flat présentant une structure sans jonction du renfort de flanc et un contrôle géométrique maximal. Développé en première monte pour une optimisation des performances de stabilité, le Run Flat offre un niveau de tenue de route et de confort amélioré. Ainsi, en cas de crevaison ou de perte importante de pression, l'automobiliste peut continuer de rouler à plat en toute sécurité à condition de ne pas dépasser les 80 km/h pendant 150 km.

Gage de sécurité et de sérénité indéniable, c'est un atout pour une conductrice.

En effet, le Run Flat limite les risques d'embarquée et de perte de contrôle sur la route. Il lui évite des situations potentiellement dangereuses comme rester à l'arrêt sur une bande d'arrêt d'urgence, devoir partir à pied en quête de secours en laissant sa voiture ou changer sa roue sur le bas-côté de la route pas toujours stabilisé et sécurisé. Le Run Flat lui permet ainsi de rouler jusqu'au garage le plus proche pour être dépannée.

La gamme Run Flat se décline du 16 au 18 pouces, avec une extension des dimensions de 19 à 20 pouces pour le segment ultra haute performance. Cette technologie sera étendue à d'autres segments tels que le segment des SUV. Le Run Flat est homologué depuis décembre 2006 pour équiper des voitures de prestige comme Audi, BMW, Cadillac, Jeep, Mini Cooper et Volvo. ■



Existe aussi en Nouveau PZero

Événement

Mission Zero, la performance et la maîtrise selon Pirelli.



Le 30 janvier 2007, lors d'une **conférence de presse très select** au Carlyle Hotel, à **New-York**, Pirelli a présenté à la **presse internationale, Mission Zero, le deuxième court-métrage de sa trilogie Pirelli**. Encore une fois, Pirelli a choisi **Internet**, media de l'avenir ; son film est diffusé exclusivement sur www.pirellifilm.com, depuis le **12 février**.

Mission Zero a séduit la presse internationale. Trois grands titres de presse français étaient présents : la chaîne de télévision **Canal Plus**, le **quotidien Le Figaro** et le magazine **Paris Match**.

Elle **symbolise de fait les deux valeurs identitaires indissociables de Pirelli**. Mission Zero rappelle ainsi que « Sans maîtrise, la puissance n'est rien. »

Dans Mission Zero, Uma Thurman partage l'affiche avec le nouveau PZero, son meilleur allié pour se sortir de situations délicates. **On y retrouve tout l'univers de Pirelli** : maîtrise, performance et sécurité sont mises en lumière avec brio par la **réalisatrice Kathryn Bigelow** (Strange Days et Point Break).



La conférence de presse a été suivie d'un entretien avec **Uma Thurman**, emblème de la puissance et de la maîtrise grâce à Kill Bill.

C'est tout naturellement que **Pirelli a choisi deux femmes** pour promouvoir ses valeurs. Avec ce film avant-gardiste, Pirelli renforce son image de marque de leader international incontestable. ■

Compétition Automobile : Pirelli met la gomme !



Année du centenaire de l'engagement de Pirelli dans la compétition automobile, l'année 2007 s'avère prometteuse. Explications. Pirelli revient en force en WRC en tant que fournisseur officiel du championnat de 2008 à 2010.

En **renouvelant son partenariat** avec le **Club Porsche France**, présidé par Philippe Brétille, Pirelli France **renforce sa présence** auprès des 2500 membres en assurant la **commercialisation exclusive de ses pneumatiques de compétition « slick »** et de la gamme PZero. Un programme Marketing exclusif et des opérations dédiées ciblant la communauté Porsche sont aussi prévus.

En outre, **Pirelli France et le Club Ferrari France** ont signé un **partenariat historique**. Peter Mann, le nouveau président du Club Ferrari France, se dit très heureux de cette association et de la relation privilégiée que nous allons construire avec les 400 membres présents en France.

Pirelli a aussi **remporté l'appel d'offre de la Fédération Française du Sport Automobile et sera le fournisseur exclusif de pneumatiques pour les saisons 2007, 2008 et 2009**. Nous proposons un niveau de qualité renforcé au service que notre prestataire apportera aux compétiteurs et un plan Marketing performant qui permettra une implication plus grande de notre marque auprès du public et des sportifs.

Enfin, le **rallye sera particulièrement à l'honneur cette année**, mais nous y reviendrons dans notre prochain numéro. ■



Les femmes à l'honneur

Interview



Marianne MICHEL

Directeur de la Communication Speedy

Fondée en 1978 et dirigée par Gilles CHAUVEAU, Speedy appartient au groupe Kwik-Fit, leader européen du marché de l'entretien et de la réparation rapide automobile. Avec 510 centres en France et les Dom-Tom et 2600 salariés qui effectuent 3 millions d'interventions par an, Speedy a réalisé, en 2006, un CA de 280 M€. L'enseigne se développe avec succès à l'international, avec 70 centres répartis sur 7 pays en Europe et Afrique du Nord.

PP : *Quel a été votre parcours professionnel ?*

MM : J'ai travaillé 10 ans chez PSA Peugeot Citroën, occupant différentes fonctions au sein de la Direction Marketing interne du groupe pendant 4 ans avant d'être responsable du placement de la marque Peugeot au cinéma et à la télévision. J'étais aussi en charge de différentes actions de Marketing événementiel en France. De 2004 à octobre 2006, j'étais Responsable Communication de la Zone Asie et Pacifique.

PP : *Pourquoi avez-vous orienté votre carrière professionnelle vers le secteur automobile ?*

MM : L'attrait du produit ! Occuper des fonctions de Communication et de Marketing dans ce domaine est passionnant. C'est forcément très enthousiasmant d'entrer dans les arcanes de sa promotion.

Par ailleurs, Peugeot est une multinationale formidable, avec de vraies valeurs et des opportunités de carrière variées et très enrichissantes sur les plans professionnel et personnel. Chez Speedy, j'aborde le métier sous une forme plus opérationnelle. C'est aussi une **très belle marque**, avec une culture d'entreprise forte. Le challenge est exceptionnel, c'est un défi qu'on ne peut que relever !

PP : *Quelle est selon vous la relation des femmes à l'automobile, leurs attentes et besoins ?*

MM : Les femmes sont moins sensibles que les hommes à la puissance et aux performances de leur voiture. Par contre, le design est déterminant ; **elles privilégient aussi la compacité, la maniabilité et l'ergonomie**. Mais, l'entretien est vécu comme une contrainte souvent par manque de connaissances techniques.

Chez Speedy, nos équipes ont à cœur que les femmes aient confiance dans leur savoir-faire et les prestations proposées et facturées au juste prix.

PP : *Pirelli a aussi développé le K-PRESSURE pour les femmes et vous en êtes le partenaire exclusif. Quelle est votre stratégie à ce sujet ?*

MM : Les femmes sont sensibles à la praticité, mais **elles privilégient aussi l'environnement et la sécurité**, tout particulièrement, parce qu'elles transportent leurs enfants. **Elles ne peuvent qu'apprécier le K-PRESSURE qui réunit toutes ces qualités**. Je sais que nos équipes sauront les sensibiliser sur toutes les vertus de ce produit.

Voulez-vous prendre la parole lors d'un prochain numéro ? Contactez Astrid Sergeant, mail : astrid.sergeant@pirelli.com



Interview

Nathalie LEVINDRÉ

Logistique Pirelli

PP : *Comment définissez-vous votre activité chez Pirelli ?*

NL : En tant que **responsable de l'ensemble des flux logistiques du premier équipement Auto et Moto**, je suis en charge de la planification des approvisionnements dans les dépôts afin de couvrir les besoins des usines. Je gère les stocks des dépôts ainsi que le contrôle de la qualité de ces derniers. Je veille au respect des procédures via Ewals sur la mise en place de la distribution. Cela consiste à gérer les non-conformes, respecter les délais de livraison et traiter les anomalies.

PP : *Quelles sont les compétences primordiales pour assurer cette activité ?*

NL : Il faut de la **maîtrise et une connaissance opérationnelle des autres services**. Je m'appuie sur mes 15 années chez Pirelli dans différents services qui m'ont donné une vision globale de l'entreprise !

PP : *Quelle valeur ajoutée apporte une femme à cette fonction ?*

NL : **L'ouverture d'esprit et la compréhension, c'est indéniable !** Après des fournisseurs, j'use de ma force de persuasion tout en restant pédagogue. La femme possède un pouvoir fédérateur qui favorise des relations plus consensuelles. Mais il faut du caractère dans cet univers masculin !

PP : *Quelles sont les forces de la logistique Pirelli par rapport à nos clients ?*

NL : Notre **grande réactivité face aux imprévus !** Il y a une **communication excellente au sein de l'équipe**, avec notre partenaire logistique Ewals et notre maison-mère à Milan. Si nous bénéficions de la pleine confiance de nos clients, c'est parce que nous **respectons nos engagements sur la qualité du service et la disponibilité des produits**.



ASTRID SERGEANT
Responsable communication
mail : astrid.sergeant@pirelli.com

PIRELLI TYRE SpA
Rédaction : Equipe Marketing PIRELLI