



#LikeABosch : Bosch lance une campagne d'image sur l'Internet des objets

07 Janvier 2019

RB 19.04 HFL/IL

Objectif : positionner l'entreprise comme le leader mondial de l'Internet des objets

- ▶ Bosch souligne ses compétences en matière d'IoT avec humour et sur fond de hip-hop
- ▶ La campagne débutera le 7 janvier 2019 au Salon de l'électronique CES 2019 de Las Vegas
- ▶ Boris Dolkhani, Directeur de la marque : « Bosch est incontournable sur l'Internet des objets »

Stuttgart, Allemagne / Las Vegas, Etats-Unis – « Like A Bosch ». Ce slogan est au cœur d'une nouvelle campagne d'image mondiale que l'entreprise de technologies et de services lancera le 7 janvier 2019 lors de l'ouverture du CES de Las Vegas, le plus grand salon mondial de l'électronique grand public. L'objectif est d'accroître la notoriété de Bosch en tant que leader des produits et solutions connectés. Cette campagne s'articule autour d'un [clip vidéo hip-hop](#) dont le personnage principal est un fin connaisseur de l'Internet des objets (IoT). « Like A Bosch » affiche une tonalité et une approche inattendues de la part de l'entreprise fondée en 1886. Cette campagne publicitaire s'appuie sur un mouvement actuel sur Internet, le phénomène « Like A Boss » qui fait l'objet de nombreux courts métrages « Like A Boss » sur le net, avec des dizaines de millions de vues. Chaque vidéo met en scène un personnage ordinaire qui réalise des cascades étonnantes ou des prouesses athlétiques, ou qui se sort de situations délicates grâce à son habileté technique. La campagne « Like A Bosch » revisite ce phénomène Internet en ne changeant que quelques lettres. Muni de son smartphone, le jeune homme mis en scène dans la vidéo Bosch est toujours maître de la situation, que ce soit en voiture, avec sa tondeuse à gazon ou encore sa cafetière intelligente, et cela toujours grâce aux solutions connectées de Bosch.

Déclencher un mouvement viral sur l'IoT

« Nous avons élaboré une approche stratégique qui s'inspire de l'engouement mondial pour Internet et le revisite avec humour », explique Boris Dolkhani, le Directeur de la marque Bosch. Bosch est incontournable sur l'Internet des objets.

C'est le message clair de la campagne. » Afin d'atteindre un large public, l'entreprise veut déclencher un mouvement viral sur l'IoT, afin que ce message soit diffusé sur tous les canaux de communication pertinents. Bosch s'appuie également pour ce faire sur ses plus de 400 000 collaborateurs, qui sont invités à liker les vidéos et à les partager. D'autres clips présentant des produits liés aux deux domaines de l'IoT que sont la mobilité connectée et la vie connectée suivront plus tard dans l'année. Créée par Jung von Matt, une agence de publicité allemande basée à Hambourg, la campagne d'image sera déployée sur les médias sociaux et numériques.

Une entreprise en pleine mutation

Bosch continue de renforcer sa position de leader de l'IoT : en 2017, la marque avait déjà vendu 38 millions de produits connectables à Internet. Sur les quelque 27 000 développeurs de logiciels que compte l'entreprise, 20 % se concentrent actuellement sur l'Internet des objets. Selon les estimations de Bosch, le marché mondial de l'IoT progressera de 35 % par an pour atteindre 250 milliards de dollars à l'horizon 2020. C'est pourquoi l'entreprise s'est fixé des objectifs ambitieux, s'efforçant d'ici là de rendre tous ses appareils électroniques compatibles avec Internet. Des services basés sur les données seront à l'avenir proposés avec chaque appareil, en s'appuyant essentiellement sur l'intelligence artificielle.

Matériel et informations complémentaires sur la campagne « Like A Bosch » : iot.bosch.com

Bosch au CES 2019

- **CONFERENCE DE PRESSE: lundi 7 janvier 2019 de 9h00 à 9h45** (heure locale) au Mandalay Bay Hotel, **South Convention Center, Level 2** ; Mandalay Bay Ballrooms B, C & D
- **STAND : du mardi 8 au vendredi 11 janvier 2019** au Central Hall, stand n° 14020
- **SUIVEZ L'ACTUALITE** de Bosch au CES 2019 Highlights sur Twitter : **#BoschCES**

PANELS AVEC DES EXPERTS BOSCH :

- **Mercredi 9 janvier 2019, de 9h00 à 10h00** (heure locale)
[« Connected Home Innovations »](#) avec Anne Rucker, Global Head of Digital Strategy, Venetian, Level 4 Marcello 4405
- **Mercredi 9 janvier 2019, de 9h00 à 10h00** (heure locale)
[« Technology, Jobs, and the Future of Work »](#) avec Charlie Ackerman, Senior Vice President of Human Resources North America, Las Vegas Convention Center, North Hall N258

- **Mercredi 9 janvier 2019, de 14h15 à 15h15** (heure locale)
[« IoT to the Max, Thanks to 5G »](#) avec Davie Sweis, Vice President of Global Digital Business at Bosch in North America, Las Vegas Convention Center, North Hall N256

Contact presse :

Peter & Associés

Isabel Lebon/Patricia Jeannette

ilebon@peter.fr/pjeannette@peter.fr

Tél : + 33 1 42 59 73 40

Le Groupe Bosch est un important fournisseur mondial de technologies et de services. Avec un effectif d'environ 402 000 collaborateurs dans le monde (au 31/12/2017), le Groupe Bosch a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 78,1 milliards d'euros. Ses activités sont réparties en quatre domaines : Solutions pour la mobilité, Techniques industrielles, Biens de consommation et Techniques pour les énergies et les bâtiments. En tant que société leader de l'Internet des objets (IoT), Bosch propose des solutions innovantes pour les maisons intelligentes, les villes intelligentes, la mobilité connectée et l'industrie connectée. Le Groupe utilise son expertise en matière de technologie des capteurs, de logiciels et de services, ainsi que de son propre Cloud IoT pour offrir à ses clients des solutions inter-domaines et connectées à partir d'une source unique. L'objectif stratégique du Groupe Bosch s'articule autour des solutions pour la vie interconnectée. Avec ses produits et services à la fois innovants et enthousiasmants, le Groupe Bosch entend améliorer la qualité de la vie, en proposant dans le monde entier des « Technologies pour la vie ». Le Groupe Bosch comprend la société Robert Bosch GmbH ainsi qu'environ 440 filiales et sociétés régionales réparties dans près de 60 pays. En incluant les partenaires commerciaux, le Groupe Bosch est alors présent dans la quasi-totalité des pays du globe. Ce réseau international de développement, de fabrication et de distribution constitue l'élément clé de la poursuite de la croissance du Groupe. Bosch emploie 64 500 collaborateurs en recherche et développement répartis sur 125 sites dans le monde.

L'entreprise a été créée par Robert Bosch (1861-1942) en 1886 à Stuttgart sous la dénomination « Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik » (Ateliers de mécanique de précision et d'électrotechnique). La structure particulière de la propriété de la société Robert Bosch GmbH garantit la liberté d'entreprise du Groupe Bosch. Grâce à cette structure, la société est en mesure de planifier à long terme et de réaliser d'importants investissements initiaux pour garantir son avenir. Les parts de capital de Robert Bosch GmbH sont détenues à 92 % par la fondation d'utilité publique Robert Bosch Stiftung GmbH. Les droits de vote liés à ce capital social sont confiés majoritairement à la société en commandite Robert Bosch Industrietreuhand KG, qui exerce la fonction d'associé actif. Les autres parts sont détenues par la famille Bosch et par la société Robert Bosch GmbH.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site www.bosch.fr, www.bosch-presse.de, [www.twitter.com/BoschPresse](https://twitter.com/BoschPresse) et [www.twitter.com/BoschFrance](https://twitter.com/BoschFrance).