



Communiqué de presse
5 septembre 2018

Kiloutou est une marque qui déteste la moindre *sardine* au sol et qui souhaite que chacun puisse poser une *pieuvre* sereinement. Mais c'est surtout une marque qui fait tout pour passer facilement du *Tig* au *Mag*, des *araignées* aux ciseaux, des surfaceuses aux *pieds de mouton*.

KILOUTOU ET ROSAPARK LANCENT LA PREMIÈRE CAMPAGNE QUE PERSONNE NE COMPREND

Les professionnels du bâtiment ont leur propre rythme, leurs propres habitudes, mais aussi leur propre jargon. « Pieuvre », « Mig-Mag », « Sardines », « Pied de mouton »... tous ces mots font partie de leur quotidien.

Pour bien les accompagner, il faut savoir parler le même langage qu'eux.

Kiloutou, qui prend sa signature « *Parlons pro* » au sérieux, a décidé de lancer la première campagne que personne ne comprend... sauf les professionnels. Une façon de rappeler qu'entre sa large gamme de matériels et son relationnel hors-pair, elle est la marque qui comprend le plus les pros et qui sait donc parfaitement les aider dans leurs missions.

Composée de six prints avec des accroches comme « *Une bonne gazelle, ça aide toujours pour poser une pieuvre au plafond* » ou « *Switchez facilement du mig au tig en passant par le mig mag* », la campagne incompréhensible montre aux pros que Kiloutou les connaît mieux que personne et aux autres que la marque est uniquement dirigée vers les pros.

Rendez-vous dans toute la France pour découvrir cette nouvelle campagne, même si vous risquez... de n'y rien comprendre.

À propos du Groupe Kiloutou

4^{ème} loueur européen et acteur majeur de la location de matériel en France, le Groupe Kiloutou apporte des solutions produits et services à une clientèle diversifiée : grands comptes nationaux, entreprises du BTP, artisans, collectivités et administrations, industries, services, PME. Le groupe propose la gamme la plus large du marché avec environ 1 000 références et plus de 250 000 matériels dans des domaines variés : matériels d'élévation de personnels, de terrassement et de construction, gros œuvre et second œuvre, véhicules utilitaires, et événementiel. Avec un chiffre d'affaires de 606 millions d'euros en 2017 et un effectif de 4 500 personnes en Europe, Kiloutou poursuit son développement et représente aujourd'hui un réseau de près de 500 agences, comprenant 437 en France, dont 14 dans la division spécialités, 30 en Pologne, 19 en Espagne, 3 en Allemagne et 10 en Italie.

À propos de Rosapark

Fondée en 2012 par Jean-Patrick Chiquiar, Gilles Fichteberg et Jean-François Sacco, ROSAPARK est un nouveau modèle d'agence ambitieux, qui offre puissance et séniorité au sein d'une structure courte, décloisonnée et ultra agile. Rosapark est une agence qui sait construire des marques fortes et dynamiques dans un monde toujours en mouvement. Et la meilleure preuve de ce savoir-faire, ce sont les campagnes que l'agence développe chaque jour pour ses clients : Monoprix, Thalys, ŠKODA, ING, Cdiscount, OuiGo, Europcar, Bonduelle, Marionnaud ...

www.kiloutou.fr - @Kiloutou

Service de Presse : CLC Communications - Tél. : 01 42 93 04 04

Gilles Senneville (g.senneville@clccom.com) - Elisabeth Meston (e.meston@clccom.com)

Marion Dupont (m.dupont@clccom.com) – Urielle Affainie (u.affainie@clccom.com)