



ScrOOn et Duke lancent le premier site communautaire de Nissan pour faire vrombir le débat chez les amateurs de voitures de sport

« Adrenaline Addicts » contre « Gentlemen Drivers » : choisissez votre camp sur le site Sportscars Battle de Nissan

Nissan ouvre le débat parmi les amateurs de voiture de sport

Paris, le 28 octobre 2009 – ScrOOn, l'agence Social Media des marques, des agences et des médias, et Duke, partenaire digital de Nissan, annoncent aujourd'hui l'ouverture de www.sportscars-battle.com, le premier site communautaire de Nissan en France.

Dans la grande famille des amateurs de voitures de sports, deux conceptions s'opposent. Nissan lance le débat sur Internet et ouvre un site de témoignages et d'échanges. Sportscars Battle propose aux amateurs d'adrénaline et de performances qui flattent le bitume, aiment la gomme et les sensations de vitesse, de rejoindre le clan des Adrenaline Addicts et d'affronter les Gentlemen Drivers, ceux pour qui conduire est un art de vivre, ceux qui chérissent l'odeur du cuir et l'image que leur voiture de sport renvoie d'eux.

Sportscars Battle : le site social media pour faire valoir sa vision des voitures de sport

Sportscars Battle propose aux membres qui ont créé un profil personnel et choisi un camp de partager leur conception de la voiture de sport. Ils consultent les témoignages vidéo, échangent des messages sur leur page personnelle, réagissent et postent des droits de réponse, le cas échéant décrivent leur voiture, et participent, en vidéo et en commentaires textuels, à la vie de leur clan dans la zone communautaire où fusent les news, les vidéos et les débats.

Nissan alimente les échanges et poste des interviews filmées des membres, venant illustrer les prises de position de chaque camp. Adrenaline Addicts et Gentlemen Drivers sont invités à réagir en votant pour les vidéos de leur camp et en postant à leur tour une vidéo UGC ou un commentaire. Ils défendent leur parti et convient leurs amis à les rejoindre par un dispositif de partage sur leurs réseaux sociaux (Youtube, Facebook, Delicious, Twitter...) et des flux RSS.

Un kit du militant, contenant le manifeste du clan, des fonds d'écran, des logos et des signatures pour les forums, est téléchargeable pour permettre aux adhérents de porter fièrement leurs couleurs sur la toile.

Njara Zafimehy, Directeur général de ScrOOn, se réjouit : « Duke et ScrOOn ont su développer des synergies d'expertise et des complémentarités métiers remarquables qui ont permis de réaliser le tour de force de lancer ce site innovant en 5 semaines seulement ! Il répond parfaitement à la stratégie de prise de parole forte et provocatrice de Nissan sur les voitures de sport. Grâce à la Sportscars Battle, Nissan emmène les passionnés sur le terrain de leurs émotions ».

Tanguy Hugoo, directeur Conseil chez Duke précise : « Sportscars Battle permet d'engager l'amateur de voitures de sport en lui proposant de rejoindre une communauté de passionnés et en l'invitant à choisir son camp. C'est une façon habile pour Nissan d'ouvrir une brèche dans le peloton des marques de sports et de faire parler du nouveau 370 Z et de la GT-R. »

SPORTSCARS BATTLE
C'EST LE MOMENT DE FAIRE VOTRE CHOIX

LA BATTLE ↓ GENTLEMEN DRIVERS 👑 | ADRENALINE ADDICTS 👑

CRÉER UN COMPTE
Connexion

L'ÉCHANGE DU JOUR

« Les japonaises, c'est grossier »
Posté par **COMMENDATOIRE** le 09/10/2009
Votes : 👍 5 🗨️ 14

VS

« quoi, ma gueule? »
Posté par **FOMEX** le 08/10/2009
Votes : 👍 9 🗨️ 2

TOUS LES DÉBATS RSS

POSTER UNE VIDÉO POSTER UNE VIDÉO

Organiser l'affichage par : ▲ Date ▲ Nombre de vues ▲ Nombre de réponses vidéo ▲ Nombre de commentaires ▲ Nombre de votes

« Audi R8 vs Ferrari »
Posté par **AUDIMAN** le 11/10/2009
172 vue(s) / 0 réponse(s) vidéo(s) / 1 commentaire(s)
Votes : 👍 6 🗨️ 1

« Ce qui manque aux japonaises »
Posté par **RACINE DRIVERS** le 09/10/2009
170 vue(s) / 1 réponse(s) vidéo(s) / 3 commentaire(s)
Votes : 👍 3 🗨️ 5

« Les japonaises, c'est grossier »
Posté par **COMMENDATOIRE** le 09/10/2009
200 vue(s) / 1 réponse(s) vidéo(s) / 3 commentaire(s)
Votes : 👍 5 🗨️ 14

« Ma voiture te met un boulevard »
Posté par **AUTOMOBILES** le 09/10/2009
600 vue(s) / 1 réponse(s) vidéo(s) / 9 commentaire(s)
Votes : 👍 30 🗨️ 6

« 80 % plaisir ? 20 % frime ! »
Posté par **PATRICK75** le 09/10/2009
131 vue(s) / 2 réponse(s) vidéo(s) / 0 commentaire(s)
Votes : 👍 7 🗨️ 2

« Ma GT-R roule plus vite que ma Ferrari »
Posté par **EVILZ** le 09/10/2009
300 vue(s) / 1 réponse(s) vidéo(s) / 1 commentaire(s)
Votes : 👍 15 🗨️ 3

A propos de ScrOOn

ScrOOn est l'agence Social Media des marques, des agences et des médias.

ScrOOn développe des stratégies communautaires sur les réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Twitter...) et les prolonge sur les sites web et mobiles des marques grâce au Social Hub™, la plateforme de marketing communautaire de ScrOOn.

ScrOOn opère à l'international pour le compte de clients prestigieux parmi lesquels Diageo, Monster, MTV, le groupe RTL, Lagardère / Hachette Filipacchi ou le Groupe Orange. Plus d'informations sur www.scroon.com

A propos de Duke

Duke est une agence interactive fondée en 1999. L'équipe de Duke compte 170 personnes à Paris. Au travers du réseau international Razorfish qui compte 2000 collaborateurs dans 21 agences, elle est présente en Europe, USA, Asie et Australie. Duke positionne et accompagne les marques dans l'univers digital.

Principaux clients : Nissan West Europe, PlayStation, McDonald's, VanClef&Arpels, Nike, Champagne Louis Roederer, Levi's Europe, SNCF, CIO...

Plus d'informations sur www.duke-interactive.com

Contacts presse

Agnès Teulières
ScrOOn
ateulieres@scroon.com
+33 (0)1 73 03 56 36

Anne-Marie Gibert
Duke - A Razorfish Company
anne-marie.gibert@duke-interactive.com
+33 (0)1 53 44 19 51