

Communiqué de presse  
25 août 2014

## En cette rentrée, Brother lance une campagne TV inédite pour mettre en lumière ses étiqueteuses P-Touch

**Brother, spécialiste de la gestion et du partage de l'information et du document, dévoile à partir du 25 août, un spot TV inédit pour promouvoir sa gamme d'étiqueteuses. Le film, dont la réalisation a été confiée à l'agence Rosa Park, vise à faire découvrir au grand public la solution d'étiquetage P-Touch de la marque, et d'en révéler certains usages de manière humoristique et décalée.**



Ce film, de cinquante secondes, nous permet de suivre les déboires d'un technicien son et lumière vivant son premier jour de travail dans un cirque. Après une formation express, à son tour d'actionner les différents boutons de sa console pour assurer le bon déroulement du spectacle. Mais il active successivement les mauvaises commandes pour l'éclairage de la scène, le lancement de la musique, ou

encore l'entrée en piste des fauves... Résultat : un véritable chaos qui aurait pu être évité grâce à la solution d'étiquetage P-Touch de Brother ! Une évidence : « Pensez à étiqueter » - comme l'indique le spot – pour faciliter son quotidien et éviter les mauvaises surprises.

Visible du 25 août au 14 septembre sur quatre grandes chaînes hertziennes et de la TNT (TF1, D8, TMC et D17), cette campagne P-Touch est également déclinée sur supports print et digital. En effet, Brother a souhaité marquer un grand coup pour initier le grand public aux usages de ses étiqueteuses. Du matériel pour les points de vente, des dépliants, des affiches et des bannières ont été développés pour permettre de découvrir d'autres utilisations de l'étiqueteuse au travers de nouvelles situations tout aussi cocasses.

Par le biais de cette opération, Brother poursuit sa volonté de toujours montrer son engagement au plus près des besoins de ses clients, particuliers comme professionnels.

### La gamme P-Touch, c'est quoi ?



Avec sa gamme P-Touch, la marque facilite le quotidien, à la maison comme au travail. Pratiques, esthétiques et ludiques, ses étiqueteuses sont conçues pour donner une longueur d'avance dans l'étiquetage. Elles aideront le plus grand nombre à aborder la rentrée sereinement. Rien de plus simple que la P-Touch pour étiqueter les vêtements et fournitures des enfants, aider à classer, trier, identifier et archiver les montages de

dossiers éparpillés sur le bureau, clés USB, DVD, préparations culinaires. Elles garantissent par ailleurs pour chaque situation un étiquetage durable, propre et lisible.

Brother offre un large choix de tailles et de couleurs de rubans, garantissant une durée de vie maximale et une adhésion à un plus grand nombre de surface. Conçus avec six couches de matières assemblées finement, ils résistent à l'abrasion, à la température, aux produits chimiques et à la lumière.



Nous vous invitons à découvrir le spot TV P-Touch  
sur notre [chaîne Youtube](#) :

#### A propos de Brother

Créée au Japon en 1908 et aujourd'hui mondialement reconnue, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses solutions sont vendues dans plus de 100 pays à travers le monde.

D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, fort d'un savoir-faire dans les systèmes de karaoké en ligne et dans le partage de données et acteur majeur sur le marché de l'impression et de l'étiquetage, Brother centre son expertise sur le partage et la gestion de l'information et du document. Parce qu'accompagner ses clients au quotidien est une priorité pour le Groupe, sa volonté principale est de rendre les technologies accessibles au plus grand nombre. Brother développe toute une gamme de solutions permettant à chacun de maîtriser l'information qu'elle soit transmise sur un document ou partagée de manière instantanée et d'en tirer tous les avantages pour son entreprise... et pour soi-même.



Brother France est réélu Service Client de l'Année pour la deuxième année consécutive. Cette récompense conforte le Groupe japonais dans sa philosophie « At your side. ». Par ailleurs, Brother tient compte de l'impact environnemental de ses solutions auprès de ses partenaires à travers sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth ». Brother France soutient quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

Plus d'informations sur [www.brother.fr](http://www.brother.fr)

\*Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2013 sur le principe du client mystère au moyen de 210 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails et navigations Internet.

#### Contacts presse :

##### **OXYGEN pour Brother**

Carole Da Silva : 01 41 11 35 45 / [cdasilva@oxygen-rp.com](mailto:cdasilva@oxygen-rp.com)  
Monique Kindrebeogo: 01 41 11 23 99 / [monique@oxygen-rp.com](mailto:monique@oxygen-rp.com)  
Adeline Babel: 01 41 11 37 82 / [adeline@oxygen-rp.com](mailto:adeline@oxygen-rp.com)

##### **Brother**

Elodie Seng – Responsable comm. transversale : [eseng@brother.fr](mailto:eseng@brother.fr)  
Amy Charbonnier – Chargée de comm. transversale :  
[acharbonnier@brother.fr](mailto:acharbonnier@brother.fr)