



**Du 16 février au 1<sup>er</sup> mars 2015**  
**Sur les ondes radio,**  
**la référence en matière de sécurité, c'est Picard Serrures**

Concepteur et fabricant d'équipements anti-effraction pour l'habitat, Picard Serrures lance une nouvelle campagne radio pour la cinquième année consécutive. Nouveauté en 2015, l'industriel français diversifie ses messages pour s'adresser à un public plus large en investissant les ondes de trois stations : Chérie FM, Nostalgie et Rire et Chansons.

**Picard Serrures omniprésent sur les ondes**

Pour développer sa notoriété et toucher une cible plus variée, parmi laquelle les femmes car souvent prescriptrices dans le domaine de la sécurité, Picard Serrures a choisi de s'adresser, du 16 février au 1<sup>er</sup> mars 2015, aux auditeurs de Chérie FM (2,4 millions quotidiens), Nostalgie (3,3 millions) et Rire et Chansons (2 millions). Ce sont 300 spots au total qui seront ainsi diffusés, harmonieusement répartis entre les trois stations, à raison de 8 à 9 spots par jour.

D'autres vagues de communication sont prévues dans l'année.

**Des témoignages qui rassurent les auditeurs**



Pour cette nouvelle campagne de communication, Picard Serrures a choisi de créer deux spots d'une durée de 20 secondes chacun diffusé en alternance. Sous forme de témoignaux, ces messages mettent en scène des particuliers, nouveaux heureux propriétaires d'une porte blindée, qui expliquent aux auditeurs pourquoi ils ont choisi de faire confiance à Picard Serrures.

Dans le premier spot, Picard Serrures met l'accent sur sa porte blindée pavillonnaire A2P BP1 Diamant Sérénité dont les performances thermiques ont été considérablement améliorées afin de la rendre éligible au crédit d'impôt de 30%.

Le second message, plus généraliste, fait découvrir aux auditeurs les deux activités de Picard Serrures, les serrures haute sécurité et les portes blindées, ainsi que la fiabilité de ses produits, avant de conclure « une fabrication 100 % française, ça rassure ! ».

