



MICHELIN Trendy Drivers crea el primer estilo musical que ayuda a respetar la distancia de seguridad en carretera

MICHELIN Trendy Drivers lanza BrakeBeat, una campaña de sensibilización basada en un nuevo género musical que ayuda a los conductores a mantener la distancia de seguridad escuchando música mientras se conduce.

MICHELIN Trendy Drivers, el programa de sensibilización para mejorar la seguridad vial entre los jóvenes de Michelin, ha creado BrakeBeat, un nuevo género musical pensado para ayudar a los conductores a mantener la distancia con el vehículo que circula delante de forma amena, útil y sencilla, mientras se escucha música a bordo.

BrakeBeat está basado en la conocida como “Regla de los 3 Segundos”, que se aplica en los manuales y reglas básicas para una conducción segura para determinar la distancia de seguridad. Esta regla consiste en tomar un objeto fijo como punto de referencia (un árbol, una señal de tráfico, un poste de teléfono, etc) cuando el vehículo que circula delante pasa por dicho punto, y contabilizar al menos tres segundos hasta alcanzar ese mismo punto. Gracias al BrakeBeat, basta con esperar a que se repita el ritmo de la canción, en lugar de contar mentalmente esos 3 segundos.

El primer tema original de BrakeBeat se llama “Tres Segundos” y ha sido compuesto por Chuty, el freestyler ganador nacional de la Red Bull Batalla de los Gallos 2013 y 2017, sobre una base de Nerso&Verse. Además, MICHELIN Trendy Drivers ha creado una lista en Spotify en la que se podrán escuchar más canciones que siguen el ritmo BrakeBeat sin pretenderlo.

Para que el mensaje llegue a más jóvenes, MICHELIN se ha aliado con Red Bull Batalla de los Gallos, y sorteará entradas para las semifinales más una entrada doble para la final nacional entre sus seguidores, quienes tendrán que aceptar el reto de improvisar sobre la base de la canción de Chuty y crear su propio tema con ritmo BrakeBeat, prestando su voz a una buena causa, la seguridad vial.

WYSIWYG*, que continúa trabajando para Trendy Drivers por segundo año consecutivo, ha ejecutado y creado esta campaña que consta de las siguientes piezas:

- Link videoclip: <https://www.youtube.com/watch?v=Jasp2UMIEIA>
- Link web campaña: <https://trendydrivers.michelin.es/brakebeat>
- Link Spotify: <http://sptfy.com/157x>

Como con anteriores campañas, el objetivo de MICHELIN Trendy Drivers con BrakeBeat es contribuir activamente a un cambio en el comportamiento de los jóvenes frente a la seguridad vial, fomentando una conducción más segura y responsable para que asuman y aumenten las normas de tráfico, y se conviertan



en tendencia por sus hábitos de conducción. Los canales de MICHELIN Trendy Drivers en redes sociales son los siguientes:

- Facebook: <https://www.facebook.com/TrendyDrivers/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/trendydrivers/>
- Twitter: <https://twitter.com/trendydrivers>

Michelin tiene la ambición de mejorar de manera sostenible la movilidad de sus clientes. Líder del sector del neumático, Michelin diseña, fabrica y distribuye los neumáticos más adaptados a las necesidades y a los diferentes usos de sus clientes, así como servicios y soluciones para mejorar su movilidad. Michelin ofrece igualmente a sus clientes experiencias únicas en sus viajes y desplazamientos. Michelin desarrolla también materiales de alta tecnología para la industria en torno a la movilidad. Con sede en Clermont-Ferrand (Francia), Michelin está presente en 170 países, emplea a 114.100 personas y dispone de 70 centros de producción en 17 países que en 2017 han fabricado 190 millones de neumáticos. (www.michelin.es).

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

Avda. de Los Encuartes, 19

28760 Tres Cantos – Madrid – ESPAÑA

Móvil: +34 609 452 532 – angel.pardo-castro@michelin.com