

## Dossier | Trophées de la communication 2020

Catégorie : Campagne d'affichage

**Nom du Projet :** Campagne d'affichage Prévention « La Belle attitude ! »

### Le contexte

À la veille des vacances de la Toussaint, le Groupe Matmut, à travers Matmut Prévention a lancé une campagne de communication inédite née de sa rencontre avec Fabien Barthez. Le Groupe Matmut considère que la lutte contre l'insécurité routière fait pleinement partie de ses responsabilités et missions d'assureur. Il met en œuvre depuis 1996 une politique concrète de prévention des risques routiers auprès de ses sociétaires, via un dispositif itinérant de prévention. La sinistralité routière demeurant préoccupante, le Groupe Matmut fait donc désormais le choix d'aller encore plus loin dans son engagement, via des campagnes nationales d'affichage.



### La problématique de communication

Arriver à toucher le plus grand nombre de personnes sur des messages de sécurité routière.

### La cible

L'ensemble des automobilistes français.

## Le concept

**Grâce à la notoriété de Fabien Barthez attirer l'attention des conducteurs sur un message de sécurité routière, en utilisant sa légitimité de pilote automobile, dans la maîtrise du risque.**

Cette campagne de sensibilisation inédite est avant tout le fruit de la rencontre entre l'ancien footballeur international, champion du monde 1998, et le Groupe Matmut. Fabien Barthez est aujourd'hui pilote automobile au sein du Team AKKA-ASP. Au fil des rencontres et des échanges, le Groupe Matmut (qui compte 2,8 millions de véhicules assurés en France) et le sportif de haut niveau se sont retrouvés autour de leur vision commune des enjeux relatifs à la sécurité routière. Homme d'expérience, sur la route comme sur les circuits, rompu à la dimension collective, Fabien Barthez partage les valeurs du Groupe Matmut en matière de sensibilisation aux risques routiers : **transmettre, être bienveillant et toujours rester positif et humble dans le message.**

## La stratégie de communication

Proposer une campagne d'affichage enrichie par des bannières sur Waze pendant les périodes de vacances, lors desquelles les français se déplacent.

## Les actions mises en place

**Une campagne d'affichage Matmut Prévention siglée "La Belle attitude !", donnant la parole à Fabien Barthez sera déployée lors des vacances de la Toussaint, à une période de fort trafic routier.** Du 19 au 28 octobre, près de 900 panneaux et écrans digitaux, à proximité des grands axes routiers (rocares, autoroutes...) relayeront un message positif de sensibilisation aux dangers de la route. Déjà diffuseur de plusieurs campagnes relatives à la prévention des risques routiers sur l'application Waze, le groupe y déploiera aussi la campagne "La Belle attitude !".

La campagne d'affichage sera reconduite lors des périodes de vacances scolaires.

## Les supports développés, leurs descriptions et les résultats :

- ⇒ **Campagne d'affichage sur près de 900 panneaux** (principalement des 8 et 12m<sup>2</sup> + le dispositif digital de 27 écrans lumineux) **dans 10 grandes agglomérations** (Rouen, Paris, Lille, Strasbourg, Nantes, Tours, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Aix/Marseille) + d'une part en complément des panneaux d'affichage un enrichissement par une campagne bannière sur Waze au niveau des panneaux d'affichage et d'autre part, un complément de présence bannière Waze qui permet de couvrir les zones non pourvues de panneaux d'affichage (potentiellement 15,5 millions de conducteurs actifs – chiffre août 2020).
- ⇒ **Valorisation de la campagne sur les réseaux sociaux.** Dans un premier temps un **teasing a été réalisé du 13/10 au 15/10 sur Instagram (comptes Fabien Barthez et Groupe Matmut)** qui s'en est suivi d'actions sur les autres réseaux (Facebook, Twitter, LinkedIn) du Groupe Matmut, et d'AKKA Team pour encourager la viralité.
- ⇒ **Sur le site institutionnel du Groupe Matmut une page dédiée à « La Belle attitude ! » a été développée :** <https://www.matmut.fr/groupe-matmut/actualites/prevention-fabien-barthez.html>

- ⇒ **Un communiqué de presse a été relayé auprès des médias afin de valoriser cette campagne** (voir pièce jointe)
- ⇒ **Une newsletter spécifique aux actions de Prévention a été envoyée le 20/10 auprès de 1,4 million de sociétaires. Ils recevront également en fin d'année le magazine Matmut Info du Groupe dans lequel une double page y est consacrée.** (voir pièce jointe)
- ⇒ **Le site internet pour les particuliers s'est enrichi des informations concernant cette campagne d'affichage :** <https://www.matmut.fr/assurance/auto/service/stage-conduite>

La campagne ayant été lancée le 19/10/2020 il est à ce jour impossible d'en évaluer les impacts.