



Paris, le 28 janvier 2016

## FICHE CAMPAGNE

### « Onde de choc »

#### La nouvelle campagne de communication de la Sécurité routière

*A travers une nouvelle campagne de communication, la Sécurité routière met en exergue l'onde de choc dramatique d'un accident, une onde de choc qui touche bien plus de personnes que l'on ne pense. En rappelant à chacun qu'il est une victime, directe ou indirecte, des accidents de la route, la Sécurité routière s'adresse à la société française dans son ensemble. Chacun aura la possibilité de s'emparer du sujet, d'échanger avec ses proches et de contribuer à apaiser les comportements sur la route.*

#### Le dispositif de la campagne

**La campagne « Onde de choc » se décline à travers la diffusion d'un film chapeau, de deux spots radio et d'un dispositif digital. Au cours de l'année, la campagne se déploiera également par la diffusion de 4 films thématiques (conduite en Deux-Roues motorisés, distracteurs, vitesse ou alcool), tous réalisés par Bruno Aveillan, avec un seul et même code créatif.**

#### 1-Le FILM « Onde de choc »

« L'Onde de choc » est portée par un **1<sup>er</sup> film symbolique de 45 secondes, qui lance la campagne**. A la seconde même du choc entre la voiture d'Etienne et de Sophie, les destins tourbillonnent et tout est emporté. Grand-père, père, mère, enfant, ami, l'onde de choc que provoque l'accident dévaste bien au-delà des seules personnes accidentées. Au moment où la mortalité routière est à la hausse, « Onde de choc», le film réalisé par **Bruno Aveillan**, veut provoquer une prise de conscience et une mobilisation des Français contre le relâchement des comportements au volant.

*Le film existe aux formats 30', 45' et 80'.*

#### 2-Deux spots radio pour raconter le poison de l'après-accident

Le principe créatif de la campagne a été décliné en spots radios, diffusés sur les ondes à partir du 6 février 2016. Guetter chaque jour par la fenêtre l'épouse qui ne reviendra jamais, parler à son frère devant une tombe comme s'il vous entendait, élever un fils sans celui qui l'a conçu, un père, une sœur, une épouse...tous les proches de victimes de la route, racontent l'absence et la désespérance après l'accident.

### **3-Le dispositif digital : 20 bonnes actions pour changer de comportement sur la route**

Le lancement de la campagne « Onde de choc » intègre un dispositif digital d'engagement qui s'appuie sur la plateforme RoutePlusSure.fr et les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

Il est possible d'agir tout de suite et maintenant en se rendant sur la plateforme et en cliquant sur l'une des 20 actions à appliquer sur la route. Changer ses mauvaises habitudes sur un mode simple et accessible à tous. #TousTouchés

Découvrir : [www.routeplusure.fr](http://www.routeplusure.fr)

### **4-Le plan média**

A travers un **lancement multicanal qui s'étendra du 29 janvier au 23 mars 2016**, la Sécurité routière souhaite provoquer un impact fort, à l'image du concept de la campagne.

- **900 diffusions du film 45'' en TV** du 29/01 au 13/02 sur les grandes chaînes.
- **2 642 diffusion dans les cinémas** du 10 février au 1<sup>er</sup> mars **aux formats 47''**
- **1 497 diffusions des Spots radio 30''** – 06/02 au 09/02, 13/02 au 16/02, 20/02 au 23/02 février sur des antennes à fortes audiences.
- **En digital**, le film se décline aux formats 80', 45' et 30' **sur les réseaux sociaux et plateformes grand public.**