

# Communiqué de Presse



Bois-Colombes, le 3 juin 2021

## AVIVA FRANCE DÉVOILE LE 1<sup>er</sup> JUIN 2021 UNE NOUVELLE CAMPAGNE DE PRÉVENTION SUR LES RISQUES D'ACCIDENTS DE LA ROUTE LIÉS À L'USAGE DU TÉLÉPHONE

- Aviva France, acteur majeur de l'assurance, lance une campagne de prévention routière pour interpeller et sensibiliser les jeunes urbains aux risques liés à l'usage du téléphone mobile à pied, en vélo, à trottinette ou en voiture.
- Cette campagne audacieuse et immersive, intitulée « Dans le panneau », prend en flagrant délit - en affichage extérieur sur panneau digital - les piétons scotchés à leur smartphone dans la rue pour les sensibiliser aux risques qu'ils prennent.
- Cette campagne, mise en œuvre par l'agence Romance, s'appuie sur un dispositif pluri-media puissant (street marketing, partenariat media, social media et digital) concentré sur le mois de juin 2021.

### Une campagne au service des ambitions stratégiques

En tant qu'assureur, Aviva France s'est engagé auprès de la Fédération Française des Assurances (FFA) sur la thématique de la Prévention Routière et notamment dans la lutte contre les facteurs d'accidents liés à l'usage du téléphone.

« La prévention est au cœur de notre métier d'assureur. Nous avons précédemment lancé des campagnes médiatiques sur l'usage du téléphone au volant. Dans cette nouvelle campagne, nous souhaitons continuer à faire émerger ce sujet mais sans se limiter aux conducteurs puisque nous voyons désormais que le téléphone peut causer des accidents via d'autres types de mobilité (à pied, à vélo, à trottinette, etc.). Cette campagne immersive nous permet à la fois d'alerter le grand public mais également de renforcer notre visibilité en tant qu'assureur engagé. », déclare **Nancy Hays**, Directrice de la communication et de la marque Aviva France.

### Une campagne qui s'appuie sur un phénomène de société : les smombies

#### **Mettre les passants au cœur du dispositif afin de maximiser l'impact du message.**

Destinée au grand public, la nouvelle campagne de marque sensibilise au danger de l'utilisation du téléphone. Son usage inattentif peut créer certaines mésaventures ou réels accidents lors de déplacements.

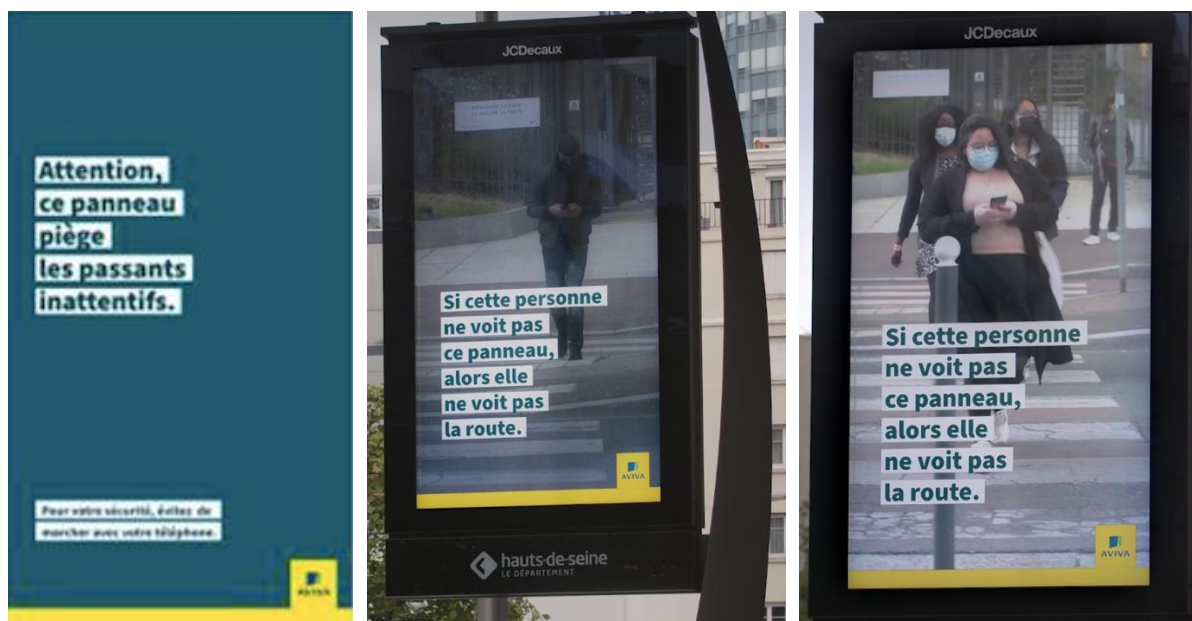
« Au quotidien, l'usage du téléphone est devenu un réflexe. Cela paraît normal de répondre au volant, à vélo, en trottinette ou à pied. Les usagers ne se rendent pas compte de l'impact que cela a sur leur concentration, leur comportement et, par conséquent, sur les autres. Or,

# Communiqué de Presse



*l'utilisation du téléphone augmente significativement le risque d'accidents. Notre volonté à travers cette campagne originale est de mettre la lumière sur ces risques. », ajoute **Nancy Haye, Directrice de la communication et de la marque Aviva France.***

Fort de ce constat, le concept créatif de cette campagne créée par l'agence Romance, repose sur le phénomène des « smombies », contraction des mots smartphone et zombie, en prenant en flagrant délit ces piétons scotchés à leur smartphone dans la rue, si focalisés sur leur écran qu'ils en oublient les potentiels dangers notamment à l'approche d'un passage piéton.



En affichage dynamique, la campagne amplifie ce concept avec une tonalité très directe à travers une série d'accroches explicite comme par exemple « Si cette personne ne voit pas ce panneau, alors elle ne voit pas la route ».

## Un dispositif media complet

Diffusée à l'échelle nationale au mois de juin 2021, cette campagne globale inclut des vidéos web ainsi que de la promotion via des activations dédiées aux réseaux sociaux et des collaborations avec des influenceurs. Un plan media web, ainsi que des activations imaginées pour les plateformes sociales viennent enrichir le dispositif.

Le partenariat initié avec Konbini favorisera le relai de la vidéo ainsi que la publication de deux articles disponibles sur le site internet et les divers réseaux sociaux du media (YouTube, Facebook, Instagram). Une immersion au cœur des plateformes sociales sera activée via 8 influenceurs ciblant les millenials et la Gen Z, qui feront le relai de la campagne par le biais d'anecdotes ou de partage de la vidéo dans leur story Instagram.

Lien vers le communiqué de presse [ici](#)

# Communiqué de Presse

---



## Contacts presse

### Aviva

Karim Mokrane – 01 76 62 76 85 – [karim.mokrane@aviva.com](mailto:karim.mokrane@aviva.com)

Caroline Chalindar – 01 76 62 73 05 – [caroline.chalindar@aviva.com](mailto:caroline.chalindar@aviva.com)

### Enderby

Damien Piganiol – 06 46 45 21 23 – [dpi@enderby.agency](mailto:dpi@enderby.agency)

Marie Grillet – 06 45 42 91 00 – [mgr@enderby.agency](mailto:mgr@enderby.agency)

Myriam Baghdadi – 07 50 63 47 61 – [mba@enderby.agency](mailto:mba@enderby.agency)

## A propos d'Aviva France

Acteur majeur de l'assurance en France et forte de 180 ans d'expérience, Aviva France propose une gamme complète de produits et services d'assurance, de protection et d'épargne à plus de 3 millions de clients (particuliers, artisans commerçants, professions libérales et petites et moyennes entreprises). Aviva France propose ses produits à travers une approche multicanale adaptée aux besoins des clients : un réseau de distribution implanté sur tout le territoire (1000 agents généraux et 860 agences, 1000 courtiers, 90 conseillers [Epargne Actuelle](#)), une banque patrimoniale ([UFF](#)) et une approche directe avec les 185 conseillers téléphoniques [Eurofil by Aviva](#). Aviva France est par ailleurs le partenaire historique de l'[AFER](#), la première association d'épargnants en France (756 620 adhérents). Entreprise responsable souhaitant faire émerger une société d'acteurs pour un avenir positif, Aviva s'appuie sur 4 engagements envers ses parties prenantes : donner à ses clients les moyens de faire face à l'incertitude ; agir localement pour un impact positif sur les territoires ; développer le potentiel de ses 4300 collaborateurs et collaboratrices ; contribuer à une société plus éthique, équitable et inclusive. Pour plus d'informations sur Aviva France, consultez [l'espace presse](#) et suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#) et [Facebook](#).