

## La CSIAM redéfinit la liberté en 2-roue motorisé avec Saatchi & Saatchi France

La Chambre Syndicale Internationale de l'Automobile et du Motocycle (CSIAM) fait confiance à Saatchi & Saatchi France pour lancer sa nouvelle campagne : « *Le 2-roues motorisé, se protéger en toute liberté* », suite à un appel d'offres.



Paris, le 1<sup>er</sup> mars 2021

Le 2-roues motorisé rime avec liberté de se déplacer. C'est pourquoi en cette période si particulière, la CSIAM choisit de redéfinir cette liberté de manière utile et contextualisée : le 2-roues motorisé, ce n'est pas seulement la liberté de se déplacer ; c'est aussi la liberté de se protéger du virus en évitant les contacts.

Un parti-pris créatif fort que Pierre Viallaneix, Directeur de la Création chez Saatchi & Saatchi France, décrit ainsi : « *Nous voulions réaliser une campagne qui soit empreinte de liberté malgré un contexte actuel compliqué, tout en offrant aux utilisateurs une expérience digitale unique.* »

Innovante, cette expérience utilise l'Application Programming Interface (API) Street View pour permettre à chaque internaute de visualiser son trajet en temps réel à travers la France. Grâce à des animations personnalisées utilisant les services TomTom, Google Maps et Google Place, ce dernier peut connaître la durée de son trajet, ainsi que le temps gagné en 2-roues motorisé par rapport à la voiture ou aux transports en commun.

Pour les équipes digitales Saatchi & Saatchi France : « *Il s'agit d'une grande nouveauté : nous proposons une expérience digitale étonnante regroupant sur une même interface différents outils calculant le temps de trajet, pour les mettre au service de tous les conducteurs de 2-roues motorisés présents et à venir.* »

En outre, la campagne s'appuie sur un film immersif propulsant le spectateur à la place du conducteur du 2-roues, lui permettant de ressentir le plaisir de conduire, mais aussi le sentiment de liberté qui accompagne chaque trajet. En période de crise sanitaire, ces sensations viennent s'opposer aux inconvénients et aux risques de déplacements liés à la voiture et aux transports en commun. Une illustration démontrant que, grâce au 2-roues motorisé, il est possible de circuler en toute liberté, mais aussi de protéger les autres, ainsi que soi-même, en limitant les risques de contagion.

Pour toucher la bonne personne, au bon endroit et au bon moment, la CSIAM et Saatchi & Saatchi France misent sur une stratégie purement digitale alliant ciblage affinitaire et dispositifs contextualisés. Une direction choisie pour se situer au plus près du consommateur et de ses aspirations.

Cette campagne, élaborée avec tous les constructeurs de 2-roues motorisés en partenariat avec AMV, est accessible à partir du 1<sup>er</sup> mars. Pour découvrir l'expérience, rendez-vous sur la landing page **[jepasseau2roues.fr](http://jepasseau2roues.fr)**.

Voir le film : <https://youtu.be/nKcZ9pdszpY>

#### **À propos de la CSIAM :**

La Chambre Syndicale Internationale de l'Automobile et du Motocycle a été créée en septembre 1921. Depuis elle n'a de cesse de représenter les filiales françaises des constructeurs internationaux de véhicules, des voitures aux 2-roues en passant par les bus ou les quadricycles. Il s'agit d'un réseau d'acteurs qui fait vivre les territoires via ses distributeurs et les sites industriels français.

#### **À propos de Saatchi & Saatchi France :**

Saatchi & Saatchi France est une agence à taille humaine de 130 personnes, animée par le même état d'esprit: « Nothing is impossible ! ». Elle accompagne de grandes marques comme SFR, HSBC, Playstation, VISA, Teisseire... sur des dispositifs de communication intégrés dans lesquels la création est toujours au service de l'efficacité des campagnes.

#### **Contacts presse :**

Valérie Rudler - [valerie.rudler@publicis.fr](mailto:valerie.rudler@publicis.fr)