

Communiqué de presse

Le 18 décembre 2023

La Matmut et l'agence Saatchi & Saatchi lancent « Les Codes Promesses », pour rentrer chez soi en toute sécurité le soir du Nouvel An

"Ce soir, promis, je ne rappelle pas mon ex", "Ce soir, promis, je ne bois pas de shot"... La Matmut et son agence Saatchi & Saatchi, lancent les Codes Promesses. La première campagne de prévention des risques routiers qui transforme les promesses de soirées en bons Uber¹ pour rentrer chez soi en toute sécurité, la nuit du Nouvel An.

Le dispositif est déployé du 18 au 28 décembre auprès des jeunes conducteurs sur Instagram, Snapchat et Tik Tok et via une campagne d'affichage, en prévision de la soirée du réveillon du 31 décembre.



Un concept plein de promesses pour lutter contre l'alcool au volant

En France, près d'un quart des accidents de la route mortels nocturnes se produit entre 2 et 6 heures du matin. Une plage temporelle qui exacerbe les comportements à risques comme celui de l'alcool au volant. Un constat renforcé pendant la période des fêtes de fin d'année, où la consommation d'alcool est particulièrement accidentogène.

C'est dans ce contexte et dans le cadre de sa politique de lutte contre l'insécurité routière que le Groupe Matmut lance son dispositif des Codes Promesses.

Il s'agit d'une activation digitale à destination des jeunes, développée avec l'agence Saatchi & Saatchi pour inciter les usagers à partager la promesse qu'ils se sont faite pour la soirée du Nouvel An. « Ce soir, promis, je ne rappelle pas mon ex », « Ce soir, promis je ne bois pas de shot »... Autant de promesses transformées immédiatement en bons Uber d'une valeur de 20 €¹ offerts à leurs émetteurs, afin qu'ils ne prennent pas le volant et pour les

aider à tenir la seule promesse qui compte vraiment : rentrer en toute sécurité après la soirée.

Une manière décalée d’aborder le sujet de l’alcool volant, qui selon Pierre Viallaneix, Directeur de la Création de l’agence Saatchi & Saatchi, s’inscrit de façon plus juste dans les modes de vie des jeunes : « *Quand on observe ce qui se fait en matière de prévention sur le sujet, on se rend compte qu’on utilise encore énormément d’images chocs et de récits culpabilisants sur les pratiques liées à l’alcool au volant. C’est pourquoi on a voulu prendre le sujet sous un nouvel angle pour développer un discours plus juste sur les habitudes des jeunes, mais surtout pour garantir à notre message de prévention d’avoir le meilleur impact auprès de la cible. »*

Une campagne de prévention multicanale

Au total, près de 2 000 **Codes Promesses** (bons UBER) seront distribués via une activation sur [le compte Instagram Matmut](#), mais aussi par le biais de micros-trottoirs diffusés sur **TikTok** et imaginés avec **Everyday Content** et deux créateurs stars de la plateforme, [l’écureuil Curieux](#) et [Selim Chelbii](#).



En parallèle, une campagne de prévention à grande échelle sera déployée dès le 18 décembre en affichage et en DOOH² dans les lieux festifs de grandes villes françaises et également sur des supports ultra-tactiques dans les bars et les discothèques pour distribuer les Codes Promesses via un QR Code à flasher.



En fin d’opération, les promesses les plus décalées seront utilisées pour habiller les prises de paroles de prévention de la Matmut sur les réseaux sociaux. Une manière de rendre encore plus pertinente cette initiative prometteuse afin de limiter les risques d’accidents de la route liés à l’alcool.

Un concept qui enrichit la politique de sécurité routière du Groupe Matmut

Les Codes Promesses s’inscrivent dans la lignée des engagements de la Matmut, assureur de près de 3 millions de véhicules, en France, en matière de lutte contre l’insécurité routière. **Matmut Prévention œuvre notamment toute l’année, via une politique concrète et de proximité. Partout en France, des stages de conduite préventive sont proposés gratuitement aux sociétaires de la Matmut.** En savoir plus en cliquant [ici](#).

¹ Dans la limite de 2 000 bons, valables du 31.12.2023 au 01.01.2024 minuit

² DOOH : Digital Out Of Home (publicité extérieure numérique)
matmut.fr/assurance/auto/codes-promesses

Commentant la campagne des Codes Promesses, Stéphane Muller, membre du Comité Exécutif du Groupe Matmut, en charge de la Direction Assurances IARD, déclare :

« Durant les fêtes, alors que les automobilistes circulent pour se retrouver en famille, se rendre à des soirées, il nous semble important de continuer à les sensibiliser sur les sujets de sécurité routière. En complément des stages de conduite que nous déployons tout au long de l’année, nous profitons de cette période pour accentuer notre campagne auprès d’une cible plus jeune. Nous cherchons en permanence, à coller aux préoccupations du moment et aux réelles problématiques des automobilistes. Je suis convaincu que le dispositif des Codes Promesses remplit cet objectif. »

À propos du Groupe Matmut

Avec 4,5 millions de sociétaires et 8,2 millions de contrats d'assurance gérés, le Groupe Matmut est un acteur majeur sur le marché français de l'assurance. Il offre à tous – particuliers, professionnels, entreprises, associations – une gamme complète de produits d'assurance des personnes et des biens (auto, moto, bateau, habitation, responsabilités, protection de la famille, santé, prévoyance, protection juridique et assistance) et de services financiers et d'épargne (crédits auto, projet, assurance emprunteur, livret d'épargne, assurance vie, plan d'épargne retraite...). Le Groupe Matmut compte aujourd'hui 6 500 collaborateurs. La SGAM Matmut a réalisé un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros en 2022.

À propos de Saatchi & Saatchi France

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

Crédits Saatchi & Saatchi France

Equipe Créative : **Pierre Viallaneix** (Directeur de la Création), **Rémi Soumagne** (Creative Lead), **Franck Mazeran** (Creative Lead), **Julie Gérard** (Directeur Artistique), **Charles Salvatori** (Concepteur-Rédacteur)

Equipe Commerciale : **Leïla Akodjenou** (Directrice Conseil), **Sophie Lourdelle** (Directrice Client), **Louise Andrieux** (Cheffe de Publicité),

Social Media : **Jules Simonnet** (Directeur Client social media)

Contacts presse

Marion Falourd (Matmut) - 02 27 08 84 07 - falourd.marion@matmut.fr

Nadja Massinot (Saatchi & Saatchi France) – 06 73 28 18 50 – nadja.massinot@saatchi.fr