

La sécurité routière là où l'on ne l'attend pas

Une campagne de communication surprenante et décalée. « Dans les toilettes »...

En Maine et Loire, sur les cinq dernières années, 1/3 des usagers alcoolisés impliqués dans un accident mortel ont entre 18 et 24 ans.

Face à ce constat, et alors qu'une bonne partie des jeunes Français s'apprêtent à fêter les résultats de leur baccalauréat, la coordination sécurité routière, préfecture de Maine et Loire a choisi le réseau Next One pour mener une action de sécurité routière auprès des jeunes angevins et les sensibiliser sur la conduite à risques sous l'emprise de l'alcool.

Cette action de communication vise à rappeler aux lycéens, à l'occasion de ces festivités et durant toute la période estivale qu'il convient :

- d'être conscient du risque à consommer de l'alcool et d'avoir le réflexe éthylo-test
- de ne pas se laisser surprendre et de prévoir son retour
- de ne pas conduire ou monter avec quelqu'un qui a bu.



Pour cette campagne post-bac, la coordination sécurité routière avec Next One a ainsi mis en avant un visuel qui interpelle, qui questionne.

La campagne s'affiche du 25 juin au 08 juillet sur 50 panneaux publicitaires dans les toilettes de plus de 30 bars, brasseries, restaurants, salle de fitness, lieux de sortie de Angers.

Les panneaux (de format A3) sont placés au-dessus des lavabos et des urinoirs, ainsi que dans les cabines des W.C.

Ce type de publicité dans les toilettes utilise tous les atouts du « wait marketing ». Elle permet de profiter d'un temps d'attente pour capter l'attention des consommateurs, là où ils sont les plus réceptifs :

- 54 secondes pour les hommes,
- 105 secondes pour les femmes.