



JCDecaux

LA FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE L'AUTOMOBILE ET JCDECAUX LANCENT LA PREMIÈRE CAMPAGNE MONDIALE DE COMMUNICATION EXTÉRIEURE DÉDIÉE À LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Paris, le 10 mars 2017 – Jean Todt, Président de la Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) et Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux étaient à Paris aujourd'hui pour lancer la première campagne mondiale de communication extérieure dédiée à la sécurité routière. Portée par des ambassadeurs de renom, elle fait la promotion de messages simples et universels pour lutter contre ce fléau, responsable de 3 500 décès par jour dans le monde.

Page web dédiée à la campagne : www.fia.com/3500lives
Hashtag de la campagne : #3500LIVES



Un enjeu de santé publique

Tous les jours, 3 500 personnes meurent dans le monde dans des accidents de la route soit plus de 1,25 million tous les ans. Une situation particulièrement alarmante chez les 15-29 ans pour qui les accidents de la route constituent la première cause de décès.

Si la tendance se confirme, d'ici à 2030, les accidents de la route pourraient devenir la première cause de mortalité dans le monde avec près de 2 millions de morts par an. Véritable sujet de santé publique, la sécurité routière constitue un enjeu et une priorité pour tous les États du monde et leurs citoyens. En ce sens, le Pape François a exprimé son



soutien à la campagne, et à cette cause, lors de son entrevue avec Jean Todt au Vatican le 25 février dernier.

Une campagne engageante, optimiste et universelle

À travers une approche concrète et positive, la campagne #3500LIVES vise à sensibiliser et à encourager cyclistes, piétons, motocyclistes et automobilistes à adopter des règles simples, facilement applicables et à l'efficacité prouvée.

La campagne présente dix « règles d'or¹ » incarnées par 13 ambassadeurs de renom :

- des sportifs comme Yohan Blake, Haile Gebreselassie, Antoine Griezmann, Vanessa Low, Rafael Nadal et Wayde van Niekerk
- des pilotes comme Fernando Alonso, Felipe Massa, Marc Marquez et Nico Rosberg
- des artistes comme Pharrell Williams et Michelle Yeoh, et
- des personnalités politiques comme Anne Hidalgo.

Tous se sont engagés pour défendre cette cause personnellement, et bénévolement ([Link to YouTube videos](#)). Ces messages seront également portés par des institutions mondiales comme le Comité International Olympique (CIO). Le 20 février 2017, la FIA et le CIO ont signé un protocole d'accord concernant la promotion de campagnes de sécurité routière communes sur leurs plateformes partagées et en amont des événements sportifs.

Cette campagne souligne à travers sa signature « Sign up, stay safe, save lives² », le rôle que chacun peut jouer pour rendre la route plus sûre pour tous ses usagers. Ces derniers sont par ailleurs appelés à manifester leur engagement en signant un manifeste (www.fia.com/3500lives) visant à inciter les gouvernements à faire de la sécurité routière une priorité, par la mise en place effective de législations sur les principaux facteurs de risques routiers.

Traduite dans près de 30 langues, la campagne #3500LIVES est visible d'ores et déjà dans 30 villes du monde et sera déployée dans plus de 70 pays en 2017. Dès le lancement, la campagne générera un nombre de contacts estimé à plus d'1 milliard.

La FIA et JCDecaux : un partenariat stratégique autour d'une vision partagée

Le partenariat entre la Fédération Internationale de l'Automobile, qui représente 245 clubs, et JCDecaux, qui offre ses espaces dans le monde entier afin de lui assurer une visibilité maximale, fait de cette campagne un dispositif de prévention d'une ampleur inédite.

« J'encourage chacun à promouvoir et partager les messages clés de cette campagne, ainsi qu'à signer notre manifeste en faveur de l'action des gouvernements » a indiqué Jean Todt, Président de la FIA. *« Nous sommes fiers d'avoir collaboré avec JCDecaux sur cette campagne, ainsi qu'avec 13 ambassadeurs remarquables et exemplaires dans leurs domaines, en particulier pour les jeunes, première population touchée par les accidents de la route ».*

¹ Respecter les limitations de vitesse, ne pas prendre la route quand on a bu, utiliser un siège adapté pour les enfants, rester vigilant sur la route, attacher sa ceinture, ne pas envoyer de sms en conduisant, faire une pause en cas de fatigue, porter un casque, vérifier ses pneus, être visible sur la route

² « Engagez-vous, restez prudents, sauvez des vies »



« La communication extérieure est au cœur de toutes les mobilités et nous sommes heureux et fiers de contribuer grâce à la puissance de nos implantations à la diffusion de ces messages à travers le monde », explique Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux. « Cet engagement est également cohérent avec notre Responsabilité Sociétale d'Entreprise et l'ensemble des collaborateurs de JCDecaux, qui œuvrent quotidiennement pour la qualité de vie en ville, sont heureux de s'engager dans cette cause d'intérêt général : la promotion de la sécurité routière des citoyens du monde ».

A PROPOS DE LA FIA

La Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) est l'instance de gouvernance du sport automobile et la fédération des principales organisations automobiles du monde entier.

Fondée en 1904, et ayant son siège à Paris et Genève, la FIA est une organisation à but non lucratif. Elle regroupe 245 Clubs mobilité et Clubs de sport automobile dans 143 pays sur cinq continents. Ses Clubs Membres représentent plus de 80 millions d'utilisateurs de la route ainsi que leurs familles.

La FIA promeut une mobilité sûre, durable et accessible pour tous les utilisateurs de la route, partout dans le monde.

A PROPOS DE JCDECAUX

JCDecaux, N°1 mondial de la communication extérieure, joue un rôle majeur dans la transformation des univers urbains. Le Groupe est aujourd'hui présent dans plus de 75 pays et 4 280 villes de plus de 10 000 habitants et détient des concessions publicitaires dans plus de 220 aéroports et ainsi que 260 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways. Tout a commencé en 1964 lorsque Jean-Claude Decaux installe les premiers abribus publicitaires à Lyon, motivé par la volonté d'embellir les villes en y installant gratuitement du mobilier urbain en échange de l'exclusivité de son exploitation publicitaire à des emplacements privilégiés.

Depuis plus de 50 ans, les produits et services proposés aux villes par JCDecaux sont considérés comme la référence en matière de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. Grâce au savoir-faire de ses collaborateurs, l'excellence des réalisations du Groupe, notamment en matière d'entretien et la maintenance, est reconnue mondialement par les villes, les autorités aéroportuaires et de transports, ainsi que les annonceurs. Pionnier en matière de communication extérieure digitale et acteur majeur de la ville intelligente, JCDecaux participe à l'émergence d'une cité connectée toujours plus humaine, ouverte et durable.

Engagé activement auprès de nombreuses associations humanitaires et caritatives au service de la lutte contre la maladie ou la préservation de l'environnement, JCDecaux est heureux de s'engager aux côtés de la FIA en affichant gracieusement sa campagne sur la prévention routière dans l'ensemble de ses pays.

A PROPOS DE LA CAMPAGNE

Photographe : Vanessa von Zitzewitz

Vanessa von Zitzewitz est connue pour ses portraits de stars ainsi que pour ses photos de chevaux sous l'eau. Au-delà de ses collaborations prestigieuses, elle est très engagée et participe à de nombreuses actions solidaires avec la Croix Rouge notamment pour des causes qui lui tiennent à cœur comme la lutte contre le cancer ou la sécurité routière.



JCDecaux

Création : Meanings

Créée en 2004, à la convergence des histoires et des expériences de ses fondateurs, Bruno Scaramuzzino et Manuel Lagny, - rejoints en 2014 par Armelle Weisman et Marie Georges -, Meanings est une agence conseil en communication corporate, indépendante et intégrée. Elle travaille à la justesse du sens, à la précision des signes, et s'efforce de témoigner d'une réelle sensibilité relationnelle.

Affichage événementiel place de la Concorde : du 10 au 13 mars 2017, à l'occasion du lancement de la campagne, une toile événementielle de 218m² (28 m de long sur 7,80 m de haut) est déployée sur la façade de l'Automobile Club de France sur la place de la Concorde par JCDecaux Artvertising.

Contacts Presse:

FIA

Astrid Paul – Little Wing
astridpaul@little-wing.fr
06 64 53 92 11

JCDecaux

Agathe Albertini
agathe.albertini@jcdecaux.com
01 30 79 34 99

AUJOURD'HUI
3,500
 PERSONNES
 VONT MOURIR
 SUR LA ROUTE

N'ENVOYEZ PAS DE SMS EN CONDUISANT

PHARRELL WILLIAMS
 CHANTEUR, COMPOSITEUR ET PRODUCTEUR



SOYEZ VISIBLE SUR LA ROUTE

HAILE GEBRESELASSIE
 CHAMPION OLYMPIQUE ET CHAMPION DU MONDE DE COURSE DE FOND

Haile



NE LAISSEZ PAS VOS AMIS CONDUIRE S'ILS ONT BU

WAYDE VAN NIEKERK
 MEDAILLE D'OR OLYMPIQUE ET CHAMPION DU MONDE DU 400 M

Wayde



UTILISEZ UN SIÈGE ADAPTÉ POUR VOS ENFANTS

MICHELLE YEOH
 ACTRICE, PRODUCTRICE ET AMBASSADRICE DE BONNE VOLONTÉ DU FMIID

Michelle



REGARDEZ AVANT DE TRAVERSER

FELIPE MASSA
 PILOTE DU CHAMPIONNAT DU MONDE DE FORMULE UN DE LA FIA

Felipe



VÉRIFIEZ VOS PNEUS

RAFAEL NADAL
 JOUEUR DE TENNIS, VAINQUEUR DE 14 TOURNIS DU GRAND CHELEM

Rafael



FAITES UNE PAUSE EN CAS DE FATIGUE

ANTOINE GRIEZMANN
 JOUEUR DE FOOTBALL INTERNATIONAL

Antoine



FAITES DE LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE UNE PRIORITÉ

ANNE HIDALGO
 MAIRE DE PARIS ET PRÉSIDENTE DU C40

Anne Hidalgo



PORTEZ UN CASQUE

MARC MÁRQUEZ
 TRIPLÉ CHAMPION DU MONDE DE MOTOGP

Marc Márquez



NE PRENEZ PAS LA ROUTE SI VOUS AVEZ BU

NICO ROSBERG
 CHAMPION DU MONDE 2016 DE FORMULE UN DE LA FIA

Nico



ATTACHEZ VOTRE CEINTURE

FERNANDO ALONSO
 DOUBLE CHAMPION DU MONDE DE FORMULE UN DE LA FIA

Fernando



RESTEZ VIGILANT

VANESSA LOW
 MEDAILLE D'OR PARALYMPIQUE DE SAUT EN LONGUEUR

Vanessa



RESPECTEZ LES LIMITATIONS DE VITESSE

YOHAN BLAKE
 CHAMPION OLYMPIQUE DU 4x100M ET CHAMPION DU MONDE DU 100M

Yohan



SIGNEZ LE MANIFESTE EN FAVEUR D'UNE SÉCURITÉ ROUTIÈRE MONDIALE SUR:

FIA.COM

#3500LIVES

