



Communiqué de Presse

CHAUFFEUR PRIVE LANCE UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

« TELLEMENT FRANÇAIS »

Le leader français des VTC, Chauffeur Privé, lance mardi 3 avril une campagne qui réaffirme les piliers de son positionnement et son statut de challenger.

Paris, le 5 Avril 2018.

Chauffeur Privé lance à partir du mardi 3 avril sa cinquième campagne publicitaire sur le thème « tellement français », revendiquant avec humour son ADN de start-up française, grâce aux illustrations de l'artiste Blexbolex.

Pour cette campagne d'affichage publicitaire, Chauffeur Privé a en effet décidé de jouer avec certains clichés généralement adressés aux français, dans un style inspiré des grands affichistes du siècle dernier.

Dès le 3 avril, les différentes annonces de la campagne seront diffusées dans le métro parisien (affiches 12m² et entrées de métro) ainsi que sur le réseau extérieur parisien de JC Decaux (8m²). Les visuels seront également affichés dans les grandes gares parisiennes ainsi qu'à Lyon Part-Dieu à compter du 11/04, alors que plusieurs diffusions Presse sont également prévues courant avril (CNews et 20 minutes). Enfin, cette campagne sera également visible sur le digital, via de gros carrefours d'audience, tels que Facebook, Twitter, ou encore Le Monde et L'Equipe.

Comme en témoigne cette campagne, Chauffeur Privé est une entreprise résolument locale, dont le siège est basé en France, payant ses impôts en France, embauchant en France, collaborant avec 18 000 chauffeurs partenaires en France et permettant à l'Île de France, Lyon et la Côte d'Azur d'être dotées d'une solution de transport abordable, sûre, moderne et ouverte à tous.

Anne-Carole Coen, directrice marketing de Chauffeur Privé, déclare : « *Nous sommes fiers chez Chauffeur Privé de réussir à porter haut les couleurs de la French Tech. Tout notre savoir-faire est resté en France pour que chaque jour nous puissions participer à la construction de l'économie française. Cette campagne a pour objectif de démontrer qu'un acteur local a la capacité de challenger des acteurs internationaux qui ne jouent pas toujours avec les mêmes règles du jeu que nous. Nous espérons ainsi continuer à générer une prise de conscience des utilisateurs de VTC afin qu'ils fassent le choix de Chauffeur Privé pour leurs déplacements.* »

A propos de Chauffeur Privé :

Lancé en mars 2012, Chauffeur Privé est le **leader français sur le marché des sociétés VTC**. La plateforme compte aujourd'hui 1,5 million de clients qui ont adopté ce service et effectuent plusieurs centaines de milliers de courses en **Ile-de-France, à Lyon et sur la Côte d'Azur** chaque mois.

A l'écoute de ses usagers, soucieux de garantir un **service de qualité** et une prestation irréprochable, la société de VTC sélectionne soigneusement ses chauffeurs. Ce n'est pas moins de **18 000 chauffeurs** qui sont aujourd'hui partenaires de l'application Chauffeur Privé.

Côté clients, en plus d'offrir des prix fixes et la possibilité de commander une course immédiate ou à l'avance, Chauffeur Privé propose le **tout premier programme de fidélité VTC**, en fonction du nombre de courses effectuées sur une année, qui permet de bénéficier de courses offertes et de réductions sur la majoration.

En Décembre 2017, le groupe automobile Daimler a pris une participation majoritaire dans Chauffeur Privé.

A propos de Blexbolex :

Blexbolex (Bernard Granger) est un sérigraphe et illustrateur français vivant à Berlin. En 2009, son imagier fut élu « plus beau livre du monde » à la foire du livre de Leipzig.