

**« Rouler sans assurance, c'est risquer des sanctions pénales » :  
la Matmut déploie une vaste campagne de sensibilisation, sur la  
route des vacances**

**800 000 conducteurs roulent aujourd'hui, en France, sans assurance\*. Pour sensibiliser le plus grand nombre sur ce fléau et les risques encourus, la Matmut déploie à partir du 13 juillet une vaste campagne, au ton volontairement décalé.**

**« Sur la route de Fleury-Merogis », « En chemin vers Les Baumettes », « Grand départ vers Fresnes », la campagne d'affichage urbain détourne les codes des vacances pour mettre en avant que « Rouler sans assurance, c'est risquer des sanctions pénales ».**

**En septembre, une nouvelle campagne sera déployée, toujours sur le sujet du défaut d'assurance, mais relative aux NVEI (Nouveaux Véhicules Electriques Individuels), comme les trottinettes électriques.**



**ROULER SANS ASSURANCE,  
C'EST RISQUER DES  
SANCTIONS PÉNALES**

**matmut**  **PRÉVENTION**

## Une campagne pour sensibiliser sur le défaut d'assurance

« Sur la route de Fleury-Merogis », « En chemin vers Les Baumettes », « Grand départ vers Fresnes »... A partir du 13 juillet, dans de nombreuses villes françaises et sur les axes routiers, les automobilistes découvriront la campagne d'affichage déployée par la Matmut, assureur de près de 3 millions de véhicules en France, sur le thème : « Rouler sans assurance, c'est risquer des sanctions pénales ».

Avec 800 000 conducteurs roulant aujourd'hui en France sans assurance et une proportion d'accidents de la route avec dommage corporel impliquant un véhicule non assuré en forte progression\*, le défaut d'assurance est un fléau.

Les conséquences peuvent être dramatiques, pour les conducteurs concernés, qui s'exposent en cas de circonstance aggravante à des sanctions pénales et peuvent être amenés toute leur vie à rembourser les sommes, en cas d'accident. Elles le sont, plus largement, pour la communauté des assurés et des usagers de la route, notamment, à terme, en matière de pouvoir d'achat.

« La convention d'Etat 2023-2027 signée par les assureurs nous engage à poursuivre notre action contre la non-assurance. Pourtant, ce sujet est encore trop ignoré et insuffisamment évoqué dans le débat public. C'est pourquoi la Matmut fait le choix d'une campagne de sensibilisation au ton volontairement accrocheur. Certes, des mécanismes de solidarité existent, lorsque des accidents de la route impliquent des automobilistes non assurés, avec le Fonds de garantie des victimes. Mais ils sont la conséquence de l'irresponsabilité de certains conducteurs. En tant qu'assureur-préventeur, la Matmut est dans son rôle afin d'encourager à ne pas prendre de tels risques, pour soi et pour les autres, au volant. » **souligne Stéphane Muller, membre du Comité Exécutif du Groupe Matmut, en charge de la Direction Générale Déléguée Assurances.**

## Une campagne au ton décalé et un vaste dispositif d'affichage urbain

Afin d'avoir le meilleur impact et attirer l'attention sur un sujet sociétal d'importance, la campagne de sensibilisation détourne les codes des vacances et en particulier de la route des vacances, avec de beaux paysages et un décalage avec le fond du message affiché : « Rouler sans assurance, c'est risquer des sanctions pénales ».

« Naturellement, la période choisie pour déployer notre campagne n'est pas neutre. En juillet, nous sommes en pleine période de départs en vacances, avec un trafic routier important. Avec des visuels et un message à impact, nous profitons de ce moment partagé par des millions de nos concitoyens pour rendre visible un sujet de prévention trop méconnu. Nous utilisons notamment le média affichage, idéal pour ce type de dispositifs, avec des emplacements stratégiques, au plus près des automobilistes. Notre credo en matière de prévention des risques est "Plus jamais seul pour agir" et la campagne en est une nouvelle illustration » **précise Stéphanie Boutin, membre du Comité Exécutif du Groupe Matmut, en charge de la Direction de la Communication.**

Par ailleurs, puisque la problématique du défaut d'assurance ne touche pas que les voitures, mais aussi les NVEI (Nouveaux Véhicules Electriques Individuels), comme les trottinettes électriques, la Matmut mettra en place, en septembre, une campagne de sensibilisation dédiée, dans le contexte de rentrée.

Là encore, le ton sera volontairement décalé, afin de faire réagir le plus grand nombre.

## La campagne « Sur la route des vacances », en détail

- A partir du 13 juillet et durant 4 semaines : toile rétro-éclairée en LED d'une surface de 70 m<sup>2</sup>. Située sur l'autoroute A1, visible de la bretelle d'accès au périphérique et pour accéder à Paris Centre.
- Du 13 au 19 juillet : 1 670 écrans digitaux (DOOH - *Digital Out-Of-Home*) situés dans les stations-essence à Paris, Marseille, Toulon, Rouen, Lyon, Strasbourg, Perpignan, Bayonne, Lille, Vannes, Nantes, Rennes, Montpellier, Bordeaux, Grenoble et Nice.
- Du 15 au 21 juillet : 986 panneaux d'affichage urbain de 8m<sup>2</sup> situés dans des zones à vitesse de circulation réduite à Lille, Lyon, Marseille, Strasbourg, Toulouse, Nice, Nîmes, Bordeaux, Montpellier, Perpignan, Paris, Avignon.
- En juillet et août et en complément, un dispositif sur les médias sociaux (Instagram, LinkedIn).
- Agence créative : Saatchi & Saatchi.  
CEO : Olivier Desprès  
Directrice générale : Cécile Arsac  
Directeur de la création : Pierre Viallaneix  
Creative Leads : Franck Mazeran & Rémi Soumagne  
Teams créas : Cyril Hucleux & Benoit Lagalle, Aurélien Arqueros & Hadrien Hannoun, Dario Pereira & Dimitri Real  
Stratégie : Olivier Bailloux  
Commerciaux : Florence Bridier, Leïla Akodjenou, Mathilde Chiron, Manon Laroque, Manon Bacquet, Nell Granier-Chermat  
Motions Designers : Arnaud Lacoche et Jamal Baadil
- Agence médias : Havas.  
Conseil : Ayumi Tiron (Senior Manager), Lola Boivin (Consultant Media), Romain Merielle (Partner), Alexandre Leguy (Directeur Conseil)  
Affichage : Leslie Aumord (OOH-DOOH Team Lead), Hugo Derotteleur (chargé media junior), Théo Fontenit (Head of OOH-DOOH Strategy & Development)

\* *Baromètre annuel de la non-assurance routière 2025 du Fonds de Garantie des Assurances Obligatoires (FGAO) et Bilan annuel de l'accidentalité routière paru en mai 2026 l'ONISR (Observatoire interministériel de la sécurité routière)*

## À propos de la Matmut

Groupe mutualiste français, le Groupe Matmut est, avec 5 millions de sociétaires et 8,9 millions de contrats d'assurance gérés à fin 2025, 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 7 000 collaborateurs. La SGAM Matmut a réalisé un chiffre d'affaires (primes acquises et collecte épargne) de 3,7 milliards d'euros en 2025