



Paris, le 27 mai 2024

VIAMICHELIN SE RÉINVENTE ET LE FAIT SAVOIR EN DÉPLOYANT UNE CAMPAGNE MEDIA INÉDITE

En mai 2024, ViaMichelin dévoile ses nouvelles ambitions et son nouveau positionnement : transformer un simple déplacement en moment unique. Un nouveau site et une nouvelle app sont ainsi révélés, autour de cette nouvelle proposition de valeur. Pour lancer cette réinvention majeure depuis sa création, ViaMichelin lance le 27 mai prochain une campagne inédite autour d'un programme court, l'occasion de jouer la pédagogie auprès de futurs utilisateurs.

En accompagnant tous les voyageurs dans la planification de leurs itinéraires et en leur proposant une expérience augmentée de la route, ViaMichelin s'adapte aux besoins de mobilité de tous en puisant dans l'expertise du groupe Michelin : cartographie Michelin, contenu éditorial, mise à disposition des sélections des Guides MICHELIN avec les sites touristiques, les restaurants et les hôtels... **Aujourd'hui, ViaMichelin combine toutes ses forces pour innover et proposer une expérience de voyage différenciante, personnalisable, enrichie, et donc unique, qui offre à ses utilisateurs - actuels et futurs - les moyens de redécouvrir le plaisir du voyage « au gré des routes ».**

C'est pour l'expliquer et la partager au plus grand nombre que ViaMichelin a pensé avec ses agences partenaires – Havas International et Havas Play – au parrainage d'une série télévisuelle, bien nommée « Au gré des routes ». Est ainsi né un concept de programmes courts : 8 épisodes produits par M6 et en collaboration avec le créateur de contenu spécialiste des voyages @julien_audigier. Chaque épisode le suivra dans ses escapades pour faire découvrir et explorer ce que la route a à offrir, en mode Slow Travel.

« Au gré des routes » emmènera le téléspectateur visiter diverses destinations : le lac d'Annecy, la Normandie, le Jura ou encore la région des Volcans d'Auvergne (...), pour leur montrer une autre manière de vivre le voyage, avec des détours et autres étapes sur la route des vacances.

Sponsorisée par ViaMichelin pour inspirer les téléspectateurs, la série sera dévoilée sur M6 et W9 du 27 mai au 17 juillet, à des heures de grandes audiences, avec des écrans ViaMichelin en entrée et sortie de programme permettant l'identification et la connexion au contenu.

Le programme sera également déployé en digital sur M6+ en première et deuxième vague de conquête poussant ainsi la campagne jusqu'en septembre, ainsi que sur les réseaux sociaux du Groupe M6.



« Nous avons volontairement choisi un concept différenciateur qui permet au téléspectateur de se projeter, d'être inspiré par les aventures vécues sur la route par @julien_audigier. Ce programme court va engager la réassurance des valeurs de ViaMichelin auprès de ses fidèles utilisateurs mais aussi de la transmission de nouveaux insights aux nouvelles cibles qui se dessinent : slow travelers, familles ...

La médiatisation de ces 8 épisodes sur M6 et sur M6+ va nous permettre de capter 10 millions de contacts médias.

C'est véritablement la première campagne d'envergure pour ViaMichelin ! Elle sera d'ailleurs associée à du CRM pour choyer nos utilisateurs actuels ainsi qu'à des relais sur nos plateformes : sites, app et réseaux sociaux. »

Caio Favero Teixeira, DG ViaMichelin

Editorial ViaMichelin

ViaMichelin propose également un magazine digital avec de nombreux contenus inspirants sur des destinations ou road trips à découvrir. Sans oublier des contenus plus pratiques autour de l'éco-mobilité et des conseils pour bien préparer ses trajets. Ce magazine est à retrouver directement sur le site.

ViaMichelin en quelques lignes

- Un site et une application disponibles en 7 langues, dans 11 pays en Europe
- Un outil de planification d'itinéraires uniques
- Le voyage sur-mesure comme enjeu majeur
- Tout l'univers et savoir-faire Michelin en 1 seul clic
- Un magazine inspirant avec des contenus voyage et éco-mobilité
- Près de 300 millions de visites sur le site en 2023

À propos de ViaMichelin

Que ce soit en France ou en Europe, ViaMichelin guide ses utilisateurs pour que la route soit aussi importante que la destination. Disponible dans 8 langues, sur son site web ou sur son application gratuite, ViaMichelin est l'outil de planification d'itinéraire et de cartographie du groupe Michelin. Pour des vacances, escapades ou trajets du quotidien, en 2022 ce sont plus de 15 millions de personnes par mois qui ont utilisé le service ViaMichelin pour planifier leurs itinéraires. ViaMichelin propose de nombreuses options telles que la recherche d'un hébergement, d'un site touristique ou encore la réservation d'un restaurant et permet de transformer chaque trajet en une expérience unique.

À propos de Michelin

Michelin, entreprise leader dans le secteur de la mobilité, a pour mission d'améliorer la mobilité et la durabilité de ses clients ; en concevant et en distribuant les pneumatiques, les plus adaptés aux besoins de ses clients ; en offrant des services numériques, des cartes routières et des guides pour enrichir leurs voyages et déplacements afin d'en faire des expériences uniques ; et en développant des matériaux de haute technologie destinés à de nombreux secteurs. Basé à Clermont-Ferrand, en France, Michelin est présent dans 175 pays, compte 132 200 employés et dirige 67 sites de fabrication de pneumatiques pour une production totale d'environ 167 millions de pneus en 2022 (www.michelin.com).



A propos d'Havas International Paris

Havas International est un hub regroupant des experts media de plus de 20 nationalités et gérant des comptes internationaux depuis la coordination de réseaux, le conseil en stratégie jusqu'aux activations globales et locales. Havas International Paris fait partie du réseau Havas Media Network et capitalise plus de soixante références comme Hermès, Michelin, Cap Gemini, Amundi, Lactalis, la Commission Européenne, Mc Cain...

À propos de Havas Play

Havas Play connecte les marques aux fans, en activant les territoires de passions (musique, sport, gaming, etc.), centres d'intérêt et sujets de préoccupation qui les réunissent, pour créer un impact business, sociétal ou environnemental durable. Havas Play dispose d'un avantage unique pour façonner son community planning : analyse des comportements des fans, accès aux territoires de passions, IP des éditeurs et collaboration avec les meilleurs talents culturels et des médiatiques du moment. L'agence déploie une approche créa et média unique sur le marché, pensée pour déployer des campagnes à impact fort et mesurable auprès de communautés engagées.

A Propos de M6 Publicité

M6 Publicité est la régie publicitaire du Groupe M6 qui rassemble chaque mois 94% des Français autour de ses programmes fédérateurs et éducatifs. 2^{ème} régie plurimédia de France, M6 Publicité accompagne ses clients annonceurs et agences dans leurs enjeux de communication en mettant à leur disposition une large palette de solutions sur mesure pour s'adresser à tous les publics. Ces dispositifs vont de la vente d'écrans publicitaires à la conception d'opérations de brand content en passant par le parrainage d'émissions, le ciblage ou l'influence marketing. M6 Publicité s'appuie sur les actifs du Groupe M6 en TV (13 chaînes dont M6, chaîne de TV préférée des Français, et sa plateforme AVOD M6+), radio (3 stations dont RTL, 1^{ère} radio privée française), digital et influence. Plus d'informations : <https://m6pub.fr/>