

AVANCER AVEC VOUS



Il y a 8 ans, Uber est née d'une idée simple : "et si on pouvait se déplacer d'un point A à un point B, en seulement quelques clics ?" Et de cette idée simple est née une culture résolument entrepreneuriale, portée par plus de 15 000 employés à travers le monde, partageant une même conviction : grâce à la technologie, nous pouvons améliorer le quotidien de millions de personnes, passagers comme chauffeurs. En France, depuis 5 ans, Uber permet à plus de 20 000 chauffeurs professionnels de transporter 2 millions de passagers dans plus de 10 villes françaises.

Avancer ensemble

En 5 ans, nous avons pris des milliers de routes avec vous.

En 5 ans, nous sommes allés vite, parfois trop vite.

En 5 ans, nous avons beaucoup essayé, mais surtout beaucoup appris.

Nous avons appris que pour avancer, il faut aussi écouter et mettre l'échange avec les passagers, les chauffeurs et les villes au cœur de nos priorités. Depuis le début de l'année, nous mettons tout en oeuvre pour mieux écouter les préoccupations de nos premiers partenaires : les chauffeurs. En juin dernier nous expliquions ce changement d'approche et faisions état d'investissements humains, financiers et techniques importants pour garantir plus d'écoute, plus de transparence et une meilleure rentabilité pour les chauffeurs.

Le dimanche 17 septembre, nous dévoilerons notre toute première [campagne TV](#) en France. Le message que nous souhaitons porter à travers cette campagne est l'illustration du virage stratégique que nous opérons depuis le début d'année : **mieux écouter et avancer ensemble**.

Réalisée avec l'aide de l'agence DDB cette campagne nationale revient sur le parcours d'Uber en France ces dernières années et marque le virage stratégique important pris ces derniers mois par nos équipes en France. La campagne sera présentée le jeudi 14 septembre en avant première à plusieurs centaines de chauffeurs rassemblés à l'occasion d'une journée qui leur est dédiée et au cours de laquelle de nombreuses activités seront organisées pour **continuer à avancer ensemble**.

"En grandissant, nous avons compris que pour avancer, il faut aussi et surtout écouter. Avec cette première campagne TV, nous voulons marquer le début d'un nouveau chapitre dans l'histoire d'Uber. Mieux écouter pour avancer ensemble avec toujours la même conviction : améliorer le quotidien de millions d'utilisateurs, chauffeurs et passagers." déclare Michelle Lamberti, Directrice Marketing d'Uber France.

Lancée le 17 septembre à 20h30 en TV, cette campagne sera présente pendant plus de trois semaines en TV, VOD, cinéma, mais également en affichage, presse, ainsi qu'en digital et social media. La campagne s'articule autour de deux volets : le premier porté par un film réalisé par Niclas Larsson et Iconoclast accompagné d'un manifesto qui traduit ce nouvel angle stratégique, et le second qui apporte un certain nombre de preuves via l'affichage, réalisé par le photographe londonien Benedict Redgrove.

"Dans un monde où beaucoup de choses se font avec appréhension et retenue, j'admire le courage de Uber. Cette campagne est d'une maturité et d'une humilité remarquable pour une marque qui n'a que 5 ans." déclare Alexander Kalchev, Directeur de création chez DDB.

"L'écoute dont Uber fait preuve est quelque chose qui nous a réellement frappé lors du temps passé avec les équipes en interne mais également à l'espace d'accueil des chauffeurs à Aubervilliers." déclare Paul Ducré, Directeur Général de DDB.

À propos d'Uber en France

Uber est une entreprise de technologie, dont l'application pour smartphones met en relation des chauffeurs indépendants avec des passagers inscrits sur la plateforme, dans plus de 600 villes dans le monde.

Aujourd'hui disponible en France dans plus de 300 communes et 10 métropoles, l'application Uber permet à plus de 2 millions d'utilisateurs Français de se déplacer de manière fiable, sûre et économique. Elle est accessible 7j/7 et 24h/24 et a permis à plus de 20 000 personnes de devenir chauffeurs indépendants en utilisant régulièrement l'application en France.

FICHE CRÉDITS

Fiche technique FILM

Directeur de création : Alexander Kalchev
Copywriter : Benoit Oulhen
Directeur artistique : Clément Oberlin
TV prod : Sophie Megrous
Réalisateur : Niclas Larsson
Directeur de la photographie : Rasmus Videbaek
Production : Iconoclast
Responsables Annonceur : Michelle Lamberti (Marketing Director), Joséphine Ceccaldi (Campaign Lead), Pauline Rigommier et Joo-Hyung Lee (Campaign Managers)
Responsables Agence : Paul Ducré, Isaure Goetz, Marine Blachère, Sébastien Genty



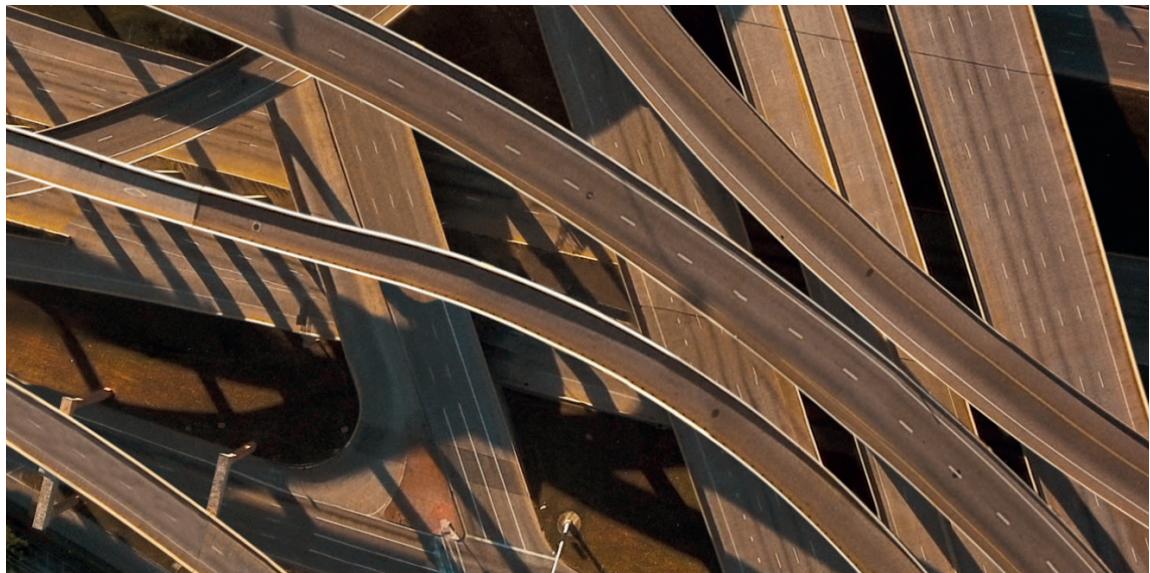
Fiche technique PRINT

Directeur de création : Alexander Kalchev
Copywriter : Benoit Oulhen
Directeurs artistiques : Clément Oberlin, Nicolas Malcorps
Acheteur d'art : Quentin Moenne Loccoz
Photographe : Benedict Redgrove
Production : Continental Productions
Responsables Annonceur : Michelle Lamberti (Marketing Director), Joséphine Ceccaldi (Campaign Lead), Pauline Rigommier et Joo-Hyung Lee (Campaign Managers)
Responsables Agence : Paul Ducré, Isaure Goetz, Marine Blachère, Sébastien Genty



Le film

<http://t.uber.com/avanceravecvous>



L'affichage

<http://t.uber.com/PRassets>

