

## Profitez de Paris en économisant avec l'option UberPool



Depuis 6 ans qu'Uber est implantée en France, notre positionnement a évolué, notre offre s'est élargie et les attentes des passagers ont changé. Et, au sein de l'application, il y a désormais 6 options disponibles : UberPool<sup>1</sup>, UberX<sup>2</sup>, Berline<sup>3</sup>, UberVan<sup>4</sup>, UberGreen<sup>5</sup> et UberAccess<sup>6</sup>. On vous l'accorde, cela peut faire beaucoup et nous n'avons pas toujours été clair quant à ce qu'on pouvait attendre de ces différentes propositions. C'est pour cette raison que nous revenons dessus et tout spécialement sur l'option UberPool avec une [campagne dédiée](#).

### **Vous connaissez UberPool ?**

UberPool est l'option de course partagée disponible sur l'application Uber à Paris et dans le Grand Paris depuis 4 ans déjà. Le principe est simple : partager sa course et payer moins cher. Aujourd'hui en France, Uber est l'une des seules applications VTC à proposer ce type de course et cette option représente en moyenne 20% des courses réalisées à Paris.

---

<sup>1</sup> Option de course partagée

<sup>2</sup> Option standard aux prestations classiques

<sup>3</sup> Option premium réunissant les chauffeurs proposant la meilleure qualité de service

<sup>4</sup> Véhicule avec 6 places

<sup>5</sup> Option qui permet de réaliser sa course en véhicule hybride ou 100% électrique

<sup>6</sup> Option dédiée aux personnes à mobilité réduite ou nécessitant une assistance spécifique



En mai dernier et après 3 mois de tests - sur le fonctionnement du produit, la pertinence de chaque point de prise en charge et de dépose - et échangé avec les chauffeurs, nous avons fait évoluer l'option UberPool. Pour mieux coordonner les courses des différents passagers, limiter les détours intempestifs et faire gagner du temps à tous les utilisateurs, aussi bien chauffeurs que passagers, il faut ainsi marcher un peu pour pouvoir économiser sur le prix de la course.

Nous dévoilons ainsi une [nouvelle campagne](#) qui clarifie le positionnement de l'option UberPool : c'est l'option la plus abordable disponible dans l'application Uber dédiée à tous et surtout aux jeunes Parisiens. Cette campagne revient sur le principe même de l'option UberPool : partager une course et payer moins cher. L'objectif ? Profiter de ce bon plan pour se déplacer et profiter au maximum de ce que Paris offre chaque jour grâce à chaque euro économisé avec UberPool.



Réalisée avec les agences 72andSunny Amsterdam, OMD et Frenzy Paris, cette campagne adopte un ton direct et une iconographie très parisienne pour incarner les grands principes 'partage et économise - marche et économise' que nous avons choisi de décliner en 6 situations :

- *Marche un peu. Économise beaucoup.*
- *L'union fait la force. Et les économies.*
- *Marche et réduis le prix de ta course.*
- *Pour payer ton trajet moins cher, il faut franchir le pas.*
- *Plus vous êtes, moins tu paies.*
- *Découvre une colocation qui dure le temps d'un trajet.*

Lancée le 5 novembre, cette campagne sera présente pendant près de quatre semaines en VOD, au 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 [Arnaud Derouidilhe](#) accompagné de [6 visuels](#) et le second par une mini série intitulée "**Ceux qui savent**" en partenariat avec VICE réalisée par [Aaron Chervenak](#) et Manon Heugel qui sera diffusée dès le 12 novembre et qui met en scène Marie Papillon, Emmanuel Peña, Jonathan Beteg et Charlotte Vannuchi afin de revenir sur 3 des thématiques préférées des Parisiens : la food, le style et le son et comment ils peuvent en profiter tout en respectant leur budget.

*"Nous souhaitons pouvoir proposer une option alternative qui convient à tous les budgets et la meilleure expérience utilisateur que ce soit pour les chauffeurs et les passagers. Avec cette campagne dédiée à l'option UberPool, nous affichons un positionnement plus clair en expliquant les bénéfices immédiats et en nous adressant directement aux utilisateurs d'UberPool. En partageant et en économisant avec l'option la plus abordable disponible sur l'application Uber, les Parisiens peuvent ainsi profiter chaque jour des bons plans dont regorge Paris et ses alentours."* déclare Michelle Lamberti, Directrice Marketing d'Uber France, Suisse et Autriche.

*"Notre volonté avec cette campagne est de connecter avec les jeunes Parisiens d'aujourd'hui, surtout ceux qui vivent avec des budgets serrés et des bourses étudiantes,"* expliquent David Diankanguila et Dimitri Deneuve, ex-Parisien et créatifs chez 72andSunny Amsterdam. *"Avec Laura Visco, notre directrice de création, nous avons pour mission de montrer que l'option UberPool est pensée pour la réalité de leur quotidien. Se déplacer de façon pratique, sûre et en payant le minimum pour sa course, c'est une proposition forte pour cette cible qui vit au rythme de la ville. Un rythme que nous avons eu à coeur de retrouver aussi bien dans le film que dans les affiches."*

*"Grâce à l'humour et à la liberté de ton qui caractérisent VICE, je crois que nous avons pu faire vibrer les valeurs d'UberPool dans cette série, qui est à mes yeux bien plus qu'une campagne. C'est un véritable moment de partage et de découverte, une nouvelle manière d'aborder la ville sous un angle plus fun, plus convivial et ouvert d'esprit."* déclare Manon Heugel, Art Director VICE. *"Cela fait de nombreuses années que je filme des projets de contenus originaux pour des marques avec VICE et ce que j'aime le plus, c'est l'attention qu'ils portent aux concepts authentiques et le soin qu'ils attachent à rester fidèle à leur identité de marque. Cela a également été le cas pour le projet UberPool. Nous avons pris le plus grand soin de respecter le message d'UberPool étape par étape et ils nous ont laissé la liberté de laisser libre cours à l'esprit de VICE. Merci à toutes les personnes impliquées, ce fut un plaisir !"* ajoute Aaron Chervenak, Art Director VICE.

## **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 500 communes et 15 métropoles, l'application Uber permet à plus de 3 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 28 000 personnes de devenir chauffeurs indépendants en utilisant régulièrement l'application en France.

## **À propos de 72andSunny Amsterdam**

72andSunny est une agence de publicité internationale qui crée de l'impact culturel au service des marques. L'agence a été reconnue par Fast Company comme l'une des "Most Innovative Companies" (agences les plus innovantes) deux années d'affilées et est deux fois primée "Agency of the Year" (agence de l'année) par Advertising Age et Adweek. Avec des bureaux à Amsterdam, Los Angeles, New York, Singapour et Sidney, les clients de 72andSunny incluent Activation, adidas, Axe, Ciroc, Comcast, Coors, Dropbox, eBay, ESPN, Instagram, Google, General Mills, Seventh Generation, Simonoff, Starbucks, Tillamook et Uber. Pour plus d'informations, vous pouvez visiter [72andSunny.com](http://72andSunny.com).

### **Contacts presse :**

Uber : Manon Guignard - [manon.guignard@uber.com](mailto:manon.guignard@uber.com)

Agence 72andSunny Amsterdam : Ines Saraiva - [ines.saraiva@72andsunny.com](mailto:ines.saraiva@72andsunny.com)

## **Fiche crédits**

### Fiche technique FILM

Agence créative: 72andSunny Amsterdam

Responsables Annonceur : Michelle Lamberti (Marketing Director), Julie Touyarot (Brand & Strategy Lead), Pauline Rigommier, Julie Combe et Joo-Hyung Lee (Campaign Managers), Jerome Austria (ECD EMEA) et Chris Burney (Art Director EMEA)

### Fiche technique PRINT

Agence créative: 72andSunny Amsterdam

Responsables Annonceur : Michelle Lamberti (Marketing Director), Julie Touyarot (Brand & Strategy Lead), Pauline Rigommier, Julie Combe et Joo-Hyung Lee (Campaign Managers), Jerome Austria (ECD EMEA) et Chris Burney (Art Director EMEA)

### Fiche technique VICE

Directed by Aaron Chervenak and Manon Heugel

### OMD

International Business Director : Olivier Félix

Business Manager Senior : Thierry Deshayes

International Account Manager : Caroline Manaud