

Together we are road safety

Charte Européenne de Sécurité Vial

Concours de Bonnes Pratiques pour la sélection des

Prix d'Excellence de Sécurité Vial 2016

SECTION 1: INFORMATION DE L'ORGANISATION

	REEMPLIR CETTE COLONNE	Information
Nom de l'organisation	Fondation VINCI Autoroutes pour une conduite responsable Association Ferdinand	
Type d'organisation	Fondation d'entreprise Association	ONG, entreprise, autorité local, école, etc.
Activité principale de l'organisation	Sécurité routière	Domain d'activité
Pays	France	De l'organisation
Web site	http://fondation.vinci-autoroutes.com/ http://www.roulons-autrement.com/ http://associationferdinand.fr/	De l'organisation
Personne de contact	Sébastien Béraud	Pour le suivit de la candidature
Poste de la personne de contact	Assistant communication	
Email de la personne de contact	sebastien.beraud@vinci-autoroutes.com	
Téléphone de la personne de contact	0033155947141	

Partenaire/s dans l'initiative	<ul style="list-style-type: none"> • Fondation VINCI Autoroutes pour une conduite responsable • Association Ferdinand • La Chaîne du Cœur • Lionceau Films • Chaînes de télévision : Groupe M6, BFMTV, TF1, France Télévisions • Cinémas : Fédération nationale des cinémas français, Cinéville, UGC, Gaumont-Pathé 	
--------------------------------	---	--

SECTION 2: DESCRIPTION DE L'INITIATIVE

	REPLIR CETTE COLONNE	Information
Date du début et fin de l'initiative	Diffusion du court-métrage à partir du 20 mai 2015	Ça peut être une nouvelle initiative ou la continuité des activités existantes. Elle peut avoir finit ou être en cours.
Sections/personnes qui participent internement	Patrick Chesnais François-Brice Hincker Bernadette Moreau Delphine Redondo	Au cas de personnes, indiquez le poste
Portée géographique des activités	Diffusion en France et à l'international	Indiquez où-est-ce que les activités ce sont implémenté

Résumé de l'initiative	Le pari de l'association Ferdinand et de la Fondation VINCI Autoroutes est de chercher à interpeller les jeunes sur les comportements à risque sur la route en misant sur leur appétence pour l'image en général, et l'univers cinématographique en particulier. A la suite de Guillaume Canet, qui avait réalisé "Ivresse" en 2013, Patrick Chesnais a ainsi proposé à Eric Toledano et Olivier Nakache ("Intouchables") de réaliser un court-métrage sur l'alcool au volant.	Décrivez l'initiative en remarquant le thème, le propos et les principales activités proposées. Max: 100 mots
Caractère innovateur	Contrairement aux campagnes de prévention classiques, celle-ci choisit de suggérer plutôt que de montrer. L'innovation de ce court-métrage est de célébrer la vie de tous les jours, de montrer en quelques images très cognitives des scènes de vie intenses de la jeunesse et une amitié sincère. Le choc vient du fait de montrer la vie comme quelque chose de beau et qui n'a aucune raison de s'arrêter brutalement, avec un message aussi peu moralisateur que possible.	Le cas échéant, décrivez en quoi votre activité est différente en tant que propose des nouvelles stratégies ou pratiques Max: 100 mots
Problèmes abordés	Les 18-24 ans ne représentent que 9% de la population française, mais 25% des personnes tuées sur les routes. L'alcool au volant est ainsi la première cause de mortalité sur la route dans cette tranche d'âge. Mais s'ils sont particulièrement exposés au risque routier, les jeunes sont également peu réceptifs aux messages traditionnels de prévention. C'est pourquoi les toucher impose d'explorer des modes de communication originaux, évitant l'écueil des discours moralisateurs, des postures institutionnelles et des stéréotypes.	Décrivez quels sont les problèmes identifiés pour avoir implémenté postérieurement ces activités Max: 100 mots
Activités implémentées	<ul style="list-style-type: none"> • Pilotage du projet : Fondation VINCI Autoroutes pour une conduite responsable & Association Ferdinand • Réalisation du court-métrage : Eric Toledano et Olivier Nakache • Communication : La Chaîne du Cœur et l'équipe de Roulons-Autrement.com • Production : Lionceau Films • Diffusion à la télévision : Groupe M6, BFMTV, TF1, France Télévisions • Diffusion dans des salles de cinémas : Fédération nationale des cinémas français, Cinéville, UGC, Gaumont-Pathé 	Décrivez toutes les activités incluses dans les activités et le cas échéant, spécifiez la participation de partenaires/experts externes Max: 600 mots

Genèses	L'association Ferdinand et la Fondation VINCI Autoroutes ont lancé conjointement, en janvier 2013, Roulons-autrement.com, une plateforme web multimédia destinée à rassembler la culture audiovisuelle mondiale en matière de sécurité routière. Des centaines de campagnes vidéos de sensibilisation, issues des cinq continents, y sont accessibles en un espace unique, et largement partagées par le jeu du bouche à oreille numérique, notamment via sa page Facebook et sur Twitter (@RoulonsA). La démarche de réalisation de court-métrages sur les risques de l'alcool au volant avait commencé en 2013 avec Guillaume Canet, qui avait signé le premier opus, « Ivresse ».	Raisons pour lesquelles vous avez choisit cette initiative Max: 100 mots
Transmission et effet multiplicateur	Le site Roulons-Autrement, fruit du partenariat de l'Association Ferdinand et de la Fondation VINCI Autoroutes, a pour vocation de relayer les campagnes de prévention routière du monde entier. Il recense ainsi les initiatives semblables à celle du court-métrage « Le Bon Vivant » et montre les bonnes pratiques à adopter au volant.	Décrivez comment l'initiative pourra être transférée, divulguée, répliquée ou comment seront appliqués les résultats, l'expérience, la connaissance et la bonne pratique à grande échelle Max: 200 mots
Promotion et divulgation	Grâce à une importante chaîne de solidarité des diffuseurs du cinéma et de la télévision, « Le Bon vivant » a été distribué à partir du 20 mai 2015 dans les salles des réseaux Gaumont-Pathé, UGC, Cinéville et celles de nombreux exploitants indépendants, via la Fédération nationale des cinémas français (FNCF). Le film a bénéficié simultanément d'une large diffusion sur France 2, BFMTV, les chaînes du groupe TF1 et les chaînes du groupe M6. Visionné plus de 2 millions de fois sur le web, le film a également été le sujet d'une importante communication sur les réseaux sociaux où il a été relayé de manière très large.	Décrivez comment vous aller faire la publicité pour l'initiative (publications, organisation des événements, web sites, CD-ROM, etc.). Max: 100 mots
Continuité	Les court-métrages réalisés par Guillaume Canet puis par Eric Toledano et Olivier Nakache marquent le début d'un cycle de campagnes de sensibilisation impliquant une importante chaîne de solidarité et ayant un écho médiatique fort. Ils seront suivis d'autres court-métrages célébrant l'importance de rester en vie.	Indiquez si c'est prévue la continuité de quelques activités pendant les prochaines années Max: 100 mots

<p>Evaluation des activités</p>	<p>Le court-métrage a eu un retentissement important : en plus de la télévision et du cinéma, il a été visionné plus de 2 millions de fois sur le web. Les internautes ont partagé leurs émotions autour du hashtag #AmuseToiMaisResteEnVie sur Twitter et Facebook. Les trois quarts des personnes ayant vu ce film sur internet ont entre 18 et 24 ans, la population cible de la campagne.</p>	<p>Le cas échéant, décrivez le mode d'évaluation et la qualité des résultats obtenues en relation aux objectives prévues</p> <p>Max: 100 mots</p>
<p>Des autres informations à remarquer</p>	<p>Synopsis du court-métrage :</p> <p>Lucas et sa bande, ce sont cinq jeunes d'aujourd'hui, drôles et attachants, qui vont à la fac, sortent en soirées, croquent la vie à pleines dents, comme on sait si bien le faire quand on a 20 ans et toute la vie devant soi.</p> <p>Lucas est le « bon vivant » de la bande, celui qui assure l'ambiance en toutes circonstances et a toujours un plan sympa dans lequel embarquer ses potes.</p> <p>Un soir, alors que la fête bat son plein, les cinq inséparables vont être brutalement rattrapés par la réalité.</p> <p>http://www.roulons-autrement.com/le-bon-vivant</p>	<p>Informations qui peuvent aider au jury sélectionner votre initiative</p> <p>Max: 100 mots</p>