

Dans le cadre du Tour de France, Continental lance #ShareTheRoad, un jeu pour changer de regard sur le partage de la route

Paris, le 28 juin 2023. À l'occasion du Tour de France 2023, Continental réaffirme son engagement pour la sécurité sur les routes, avec le lancement de #ShareTheRoad, un jeu conçu comme un parcours ludique à travers les différents types de mobilités, pour se mettre dans la peau de tous les usagers de la route et changer de regard sur ses pratiques en déplacement.

Sensibiliser au partage de la route pour assurer la sécurité de tous

Lancé dans le cadre du renouvellement du partenariat historique entre le Tour de France et Continental, #ShareTheRoad est un jeu qui propose une approche ludique et pédagogique de la sécurité pour tous les usagers, à travers la notion du partage de la route. Acteur majeur des mobilités depuis près d'un siècle et demi, Continental est le seul équipementier à maîtriser l'ensemble des éléments de stabilité et de liaison au sol du véhicule, des freins aux pneumatiques. Du pneu vélo, au tracteur, en passant par les voitures électriques ou les poids lourds, Continental fournit l'ensemble des mobilités. Inspiré de l'esprit Pixel Art, #ShareTheRoad veut sensibiliser à l'ensemble des mobilités et aux enjeux de sécurité qui en découlent. Parce que bien partager la route, c'est assurer la sécurité mutuelle de tous les usagers, le jeu se pense comme un code de la route version gaming et multi-mobilité avec un quizz interactif, accessible à tous quel que soit l'âge et le type de mobilité privilégié.

Oliver Schneider, Directeur Général Délégué de la Division Commerce de Continental France SAS explique : *"En tant qu'équipementier, nous nous engageons pour que chaque usager de la route se déplace en toute sécurité. Cela passe par la sensibilisation aux bonnes pratiques à respecter ainsi qu'au bon équipement. C'est dans cette veine qu'est né le jeu #Share The Road ! Avec ce jeu, nous rappelons notre engagement à l'égard de toutes les mobilités, qu'il s'agisse des piétons, cyclistes, véhicules motorisés et automobiles. Cette activation prendra vie à l'occasion du Tour de France, dans le cadre de notre beau partenariat autour de la sécurité."*

Conçu avec l'agence Hopscotch, le jeu #Share The Road est accessible depuis un ordinateur ou un smartphone. En testant ses connaissances sur les différentes mobilités, le joueur va prendre conscience des spécificités de chacune d'elle (angles morts sur les poids lourds, etc.) et ainsi permettre de mieux saisir les enjeux liés à la sécurité, pour tous les usagers de la route - piétons, cyclistes, trottinettes, motards, voitures, camping-car, poids-lourds - pour que chacun soit acteur de sa sécurité et de celles des



autres grâce à des équipements et des comportements adaptés. Le jeu se présente en 9 étapes au cours desquelles le joueur devra gagner son badge de co-partage après avoir effectué un chemin semé d'embûches !

Aude Skorodensky, Directrice marketing, *“Avec le jeu #Share The Road, nous avons à cœur de sensibiliser aux enjeux liés à la sécurité de façon pédagogique, pour faire vivre une nouvelle expérience aux usagers de la route. Le jeu s’ajoute à notre palette d’activations sur le Tour de France. Il présente une nouvelle manière d’aborder la sécurité et de réaffirmer nos engagements. Nous souhaitons faire changer le regard porté sur ces enjeux et espérons y parvenir avec ce jeu.”*

Porter un regard différent sur la sécurité sur les routes

Ce n'est pas un hasard si Continental a choisi de lancer le jeu #Share the Road au moment de la messe annuelle du cyclisme français. En tant que partenaire majeur du Tour de France, Continental veut sensibiliser le plus grand nombre, quel que soit l'âge. Depuis plusieurs années de présence sur le Tour de France, Continental propose des animations pour se déplacer en toute sécurité. Avec ce jeu, Continental va un cran plus loin, en démontrant que toutes les mobilités sont concernées et qu'il est essentiel d'être informé des bonnes pratiques et des bons équipements à adopter en fonction des situations et de l'environnement.

Il sera donc possible de découvrir le jeu #Share The Road sur les Espaces Grand Public du Tour de France. Aussi, un QR code sera visible sur les voitures de la caravane Continental ou bien directement en tapant le nom du jeu dans la barre de son navigateur, afin d'y jouer en attendant le passage des coureurs.

À propos

Continental développe des technologies et des services pionniers pour une mobilité durable et connectée des personnes et de leurs biens. Fondée en 1871, l'entreprise technologique propose des solutions sûres, efficaces, intelligentes et abordables pour les véhicules, les machines, la circulation et le transport. En 2022, Continental a réalisé un chiffre d'affaires de 39,4 milliards d'euros et emploie actuellement environ 200 000 personnes dans 57 pays et marchés.

La division Tire compte aujourd'hui 24 sites de production et de développement dans le monde. Continental est l'un des principaux fabricants de pneus avec 57 000 employés et a réalisé un chiffre d'affaires de 14 milliards d'euros en 2022 dans ce secteur du groupe. Continental se classe parmi les leaders technologiques dans la production de pneus et offre une large gamme de produits pour les voitures particulières, les véhicules commerciaux et spéciaux ainsi que les deux-roues. Grâce à un investissement continu dans la recherche et le développement, Continental apporte une contribution majeure à une mobilité sûre, rentable et écologiquement efficace. Le portefeuille de l'activité pneus comprend des services pour le commerce des pneus et les applications de flotte, ainsi que des systèmes de gestion numérique pour les pneus.

HOPSCOTCH est un groupe de communication international créé en France, dirigé par ses fondateurs et ses managers, tous guidés par une vision d'entrepreneurs portée par la complémentarité des expertises. Le credo d'HOPSCOTCH ? Les « Global PR » qui s'articulent autour d'un mix inédit entre influence, digital, événementiel, relations publics et marketing services. HOPSCOTCH réunit, au sein de son Hub parisien, à Lyon, à Lille, à Marseille et à l'international plus de 800 collaborateurs experts dans tous les métiers de la communication : influence, événement, activation, digitalisation, communication interne, affaires publiques, marketing services... Convaincu que la valeur d'une entreprise ou organisation réside dans le soin apporté à son capital relationnel, HOPSCOTCH structure ses expertises autour de sa marque propre « Hopscotch » (Event / PR / Travel / Décideurs / Congrès / Luxe / Sport), et d'agences spécialisées : AD crew, Alizeum, heaven, Sagarmatha, Human to Human, Le Public Système PR, Le Public Système Cinéma et Hopscotch Sopexa, Sport&Co et Uniteam. HOPSCOTCH dispose aujourd'hui d'un réseau international intégré, avec 36 bureaux répartis sur 5 continents, permettant une capacité d'intervention dans plus de 60 pays. Coté sur Euronext Growth Paris (Code ISIN : ALHOP FR 00000 6527 8), le groupe représente un volume d'affaires de 246,9 millions € et 86,1 millions € de

marge brute en 2022. Pour nous suivre : www.hopscotchgroupe.com et sur LinkedIn / Twitter / Instagram
@HOPSCOTCHgroupe