

CET ÉTÉ, HEETCH FAIT LA PUB DE SON CONCURRENT : UBER.

**Pour garantir sa totale disponibilité aux Franciliens,
la marque de VTC Heetch invite des millions de
touristes à utiliser Uber.**

Découvrez l'opération : <https://youtu.be/3ltxOegyTw0>

Juillet 2024, Paris – Cet été, des millions de touristes du monde entier affluent dans la capitale pour un événement historique. **La question de la mobilité à Paris est critique et le moindre déplacement se transforme en cauchemar** : des transports en commun mis en grande difficulté à cause de travaux ayant pris du retard, des métros pleins à craquer et des bus accumulant les retards, des vélos et scooters en libre-service pris d'assaut, des pistes cyclables saturées, des zones entières interdites à la circulation... l'été 2024 se place sous le signe de l'angoisse pour les habitants d'Ile -de-France.

Heetch saisit cette opportunité pour démontrer aux Franciliens que la marque fera tout, absolument tout, pour leur simplifier la vie. La solution ? Inviter les millions de touristes présents dans la capitale à utiliser Uber, **en faisant la pub du concurrent, partout dans Paris.**

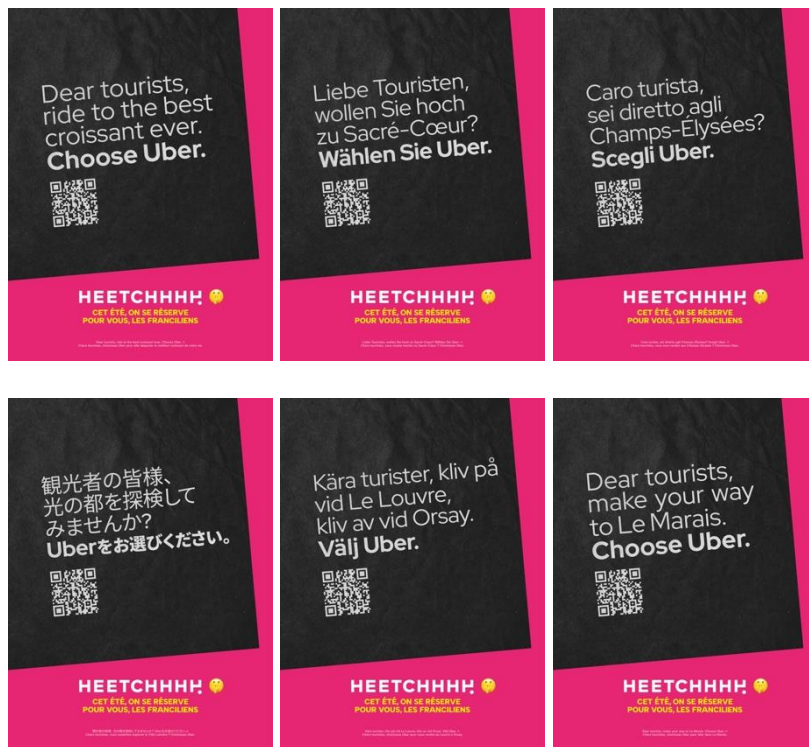
Pour s'assurer un maximum de visibilité et avoir la garantie de toucher un maximum de touristes, la marque de VTC et son agence BETC ont imaginé un plan de communication multi-supports déployé en 12 langues dans tout Paris, avec un message on ne peut plus clair : « Chers touristes, cet été, pour tous vos déplacements dans Paris, Choisissez Uber ! ».

Un pari osé pour **Heetch qui se prive de milliers de rides potentiels**, comme le rappelle Renaud Berthe, CMO Heetch : *"Les événements sportifs cet été représentent un afflux de passagers immense venu des 4 coins du monde. C'est une **opportunité de plusieurs dizaines de millions d'euros pour le marché du VTC.** Mais chez Heetch, on a choisi de passer notre tour, parce qu'absorber cette population dégraderait la **qualité de service pour les franciliens qui sont une priorité absolue pour nous**, encore plus en cette période où l'on sait que les transports vont être perturbés."*

*« C'est rare qu'une marque accepte de faire la pub de son concurrent. Mais c'est la plus belle **déclaration d'amour aux franciliens.** Se priver de milliers de rides potentiels pour leur assurer une disponibilité constante, le tout dans la tonalité Heetch, avec une campagne déployée en 12 langues »,* ajoute Olivier Aumard, Directeur de la création chez BETC.

A noter que **la marque a ajouté sur tous les éléments de communication un QR code renvoyant directement vers la page de téléchargement de l'application Uber** dans l'App Store et Google Play.

HEETCH. & BETC



La campagne sera présente dans tous les endroits les plus fréquentés par les touristes : aéroports, hôtels, brasseries et cafés populaires, musées, attractions touristiques, lieux d'épreuves olympiques.

Via un plan média exhaustif comprenant des OOH aux abords de lieux de passage, des DOOH mobiles embarqués sur bus et vélos arpentant les *hot spots* de la capitale, de la presse et une myriade de supports tactiques (médiatables, enveloppes de baguettes en boulangerie, portes-crêpes, cornets de frites etc), la marque a un objectif : maximiser la visibilité de sa campagne auprès des visiteurs de la *Ville Lumière*.

Heetch, jusqu'au-boutiste, a également incité ses chauffeurs ainsi que de nombreux influenceurs pour porter le message et encourager les touristes à choisir Uber via des capsules sur les réseaux sociaux. Féru d'innovations, la marque a eu l'idée de traduire ces vidéos dans les langues des touristes qui seront les plus présents dans la capitale grâce à l'IA HeyGen.

En investissant son budget media pour donner de la visibilité à son plus gros concurrent, Heetch réaffirme avec cette initiative audacieuse son rôle de partenaire privilégié.

KIT PRESSE COMPLET

<https://betc.box.com/v/Heetchhhhhhhh>

CONTACTS PRESSE

Agence BETC

Camille Chang – Julie Claezman

camille.chang@betc.com – julie.claezman@betc.com

Agence Marie-Antoinette

Simon Dalmont – Elodie Pascal

simon@marie-antoinette.fr - elodie.p@marie-antoinette.fr

HEETCH. & BETC

À PROPOS DE HEETCH

HEETCH est l'application de VTC française n° 1.

Son ambition est de construire un marché sain entre passagers, chauffeurs et plateformes.

Sa mission est d'offrir une mobilité inclusive et accessible à toutes et tous.

Grâce à sa commission la plus faible du marché, la transparence de son algorithme, la suppression de la notation et sa collaboration quotidienne avec sa communauté de chauffeurs, HEETCH a été élue plateforme VTC la plus juste et la plus vertueuse, dans le rapport Mahjoubi en 2021.

HEETCH s'engage également auprès de la jeunesse, en étant par exemple partenaire des équipes jeunes du Red Star FC et du Paris Basket. La marque est devenue bien plus qu'un simple service de VTC, faisant à présent partie de la culture Pop.

HEETCH s'exporte à présent à l'international, en Europe (France et Belgique) et en Afrique (Algérie, Mali, Sénégal, Côte d'Ivoire et Angola).

Pour en découvrir plus sur Heetch, rendez-vous sur heetch.com/fr ou sur la page [Instagram](#) de l'entreprise.