



BILAN DE ROAD-LIGHT

1 septembre 2019 – 29 février 2020

La Toile des Médias

David PILO / Sylwia RUS

06 20 67 70 37 / 04 66 72 68 55

dpilo@latoildesmedias.com



Point sur les résultats pour la période

Septembre 2019 - Février 2020

Ci-dessous vous trouverez un point fait sur les résultats de notre action sur les 6 derniers mois. Une première partie d'activité relations presse basée sur le lancement de Clic-Light Cycle et les shoppings Noël pour Clic-Light Moto (**septembre 2019 – novembre 2019**) et l'annonce du dispositif Universal Clic-Light (**décembre 2019- janvier 2020**), suivie par une deuxième partie avec les participations aux salons (**Autonomy Paris –septembre 2019, 2 Roues Lyon –février 2020**), ainsi que la mission du CES à Las Vegas (**décembre 2019-janvier 2020**).

En détail :

Retombées presse : 75 (septembre 2019 à février 2020) soit une moyenne de 13 retombées/mois.

- Septembre 4
 - Octobre 10
 - Novembre 13
 - Décembre 12
 - Janvier 29
 - Février 3
- + Retombées en attente de parution : 4

Interviews : 24

24 interviews réalisées (dont 13 pendant le CES) soit une moyenne de 4 interviews/mois : (TF1 Toulouse, Europe 1, La Marseillaise, Radio Vinci Autoroute, Citycycle, Le Journal des Entreprises, L'Opinion Indépendante...).

Communiqués de presse : 5

Communiqués envoyés pendant la période septembre 2019 – février 2020:

1. **Clic-Light, offrir la sécurité en cadeau de Noël ! Une innovation pour les fans de deux roues.**
2. **Clic-Light : l'innovation lumineuse qui renforce la sécurité routière de tous les utilisateurs de moyens de locomotion présents au Salon Autonomy Paris !**
3. **Road-Light dévoile Universal Clic-Light pour sa 3^{ème} participation au CES Las Vegas.**
4. **Universal Clic-Light goes to Las Vegas !**
5. **L'Innovation lumineuse Clic-Light au Salon du 2 Roues à Lyon !**

Tests produits :

Total de produits envoyés et testés: 8 Clic-Light Moto (Auto Plus, Le Parisien, Men's Up, Le Café du Geek, Planet Sans Fil, Blog Nord Domotique...). Tous les médias en question ont traité le sujet, soit en faisant une news sans photos réelles (comme par exemple Le Parisien ou Auto Plus), soit un article complet avec des vraies photos du produit, comme Blog Nord Domotique ou Le Café du Geek.

Tests en cours : 2 (le 27/02) : Auto Moto TV (diffusion en mai 2020), Media Prod (Moto Service / Moto Classique...) (parution dès que possible).

Demandes de tests pour la version vélo/universelle : 16 (La Libre, Bein Sport, VéloChannel, Prima, Journal du Geek, Vélo Club du Net...)

Analyse & Commentaires (septembre 2019 – février 2020) :

- **Retombées :**

La mission a été marquée par une couverture presse qui se maintient en nombre de retombées par rapport à la mission précédente, en revanche, avec moins de médias Grand Public. Les parutions étaient diversifiées, avec un mix d'articles dans la presse spécialisée moto & vélo (Caradisiac, Motors Addict, Asso-Scooter, La Vie de la Moto...), dans des médias régionaux qui ont valorisé le développement de la société (TF1 Toulouse, Midi Libre, L'Indépendant, Entreprise Occitanie...), ainsi que des médias nationaux qui ont mis en avant les avantages du produit côté sécurité routière (Via Grand Paris, Cnews, Neozone, Mag in France, DNA, Ville Intelligente...).

- **Tests :**

Les tests ont généré des retours positifs et des articles qualitatifs, notamment auprès des journalistes moto dans des médias spécialisés (La Vie de la Moto, Moto Revue Hors-Série, City Ride, Trail Adventure Mag...) et High-tech (Planet sans Fil, Le Café du Geek, Blog Nord Domotique..). En revanche, nous n'avons pas pu compter sur le lancement de Clic-Light Cycle comme prévu initialement en septembre, ce qui justifie le nombre restreint de tests organisés, focalisés sur la version Moto. L'installation était pour certains journalistes « contraignante », ce qui a limité le nombre de produits envoyés. Plusieurs journalistes qui font des tests produits et disposent d'une moto (mise à disposition par la rédaction), n'étaient pas en mesure de faire les manipulations nécessaires (par exemple de couper les fils).

Les relances concernant la version vélo/trottinette ont généré multiples retours positifs puisque les journalistes demandent un produit simple à installer. La preuve, pour Clic-Light Cycle nous avons 16 demandes en attente. Néanmoins, pour la bonne image de la startup nous avons décidé de mettre en pause cette action étant donné que le produit n'est plus disponible. Nous mettrons à nouveau les tests en place dès que la version Universal sera disponible (juillet 2020).

Conclusion sur les tests : **il y a une très forte attente pour la version Universal**, très attendue des journalistes et qui va certainement générer beaucoup de tests.

- **Axes variés pour approcher plusieurs types médias :**

Capitalisant sur l'actualité touchant à l'environnement de la marque (en se basant sur les chiffres communiqués par la Sécurité Routière, accidents trottinette/vélo etc.), nous avons obtenu des news dans les médias régionaux et nationaux, notamment deux beaux passages TV dans Cnews Matinale et Via Grand Paris.

Nous pensons qu'il faut renforcer cet axe de sécurité routière avec des partenariats et des actions variées sur le terrain. Nous préconisons une stratégie centrée sur le lancement d'Universal Clic-Light avec des actions presse qui permettent d'aller plus à la rencontre des journalistes, type un Press-Tour en juin pour le pré lancement du produit, un évènement presse pour le lancement officiel du produit en octobre (*proposition à suivre*), un évènement en collaboration avec une auto-école, un festival des motards etc.

- **Salons :**

La 3^{ème} participation de Road-Light au CES a généré plusieurs parutions dans les médias régionaux (La Dépêche du Midi, Le Journal des Entreprises, La Marseillaise Occitanie, La Tribune Toulouse, TF1 Toulouse, Midi Libre...). La participation aux salons nationaux et internationaux permet d'organiser des RDV sur place et donner la possibilité aux journalistes de tester le produit directement sur le stand en condition réelles.

Préconisations RP 2020 (avril – juillet 2020) :

Pour la prochaine campagne de relations presse, nous préconisons ci-dessous des actions RP variées et « terrain » pour accompagner le lancement de la version Universal attendue pour septembre :

- Press Tour de pré-lancement en Juin/juillet pour faire une démonstration du nouveau Universal Clic-Light au sein de rédactions des magazines spécialisés (moto & vélo). A organiser en juin dès la réception du prototype.
- Evénement presse « lancement officiel du produit » en septembre/octobre, en collaboration avec la Sécurité Routière pour annoncer et présenter la nouvelle version universelle (*proposition en cours*).
- Maximiser les envois Clic-Light Cycle en test pour promouvoir la version universelle dès que Road-Light reçoit la version Universal. Plus de freins rencontrés !
- Faire de nouveaux visuels pour les prochains CP, dossiers, demandes. Notamment pour cibler la presse Grand Public (médias féminins, quotidiens, rubriques shopping-vie pratique).
- Aller chercher des médias Grand Public à la fin de l'année et faire de Road Light une marque phare pour la sécurité urbaine.