

**Le Mondial de l'Auto et Le Mondial de la Moto**  
**Sobriété et dérision**  
**pour la campagne publicitaire de l'édition 2018**  
**« Manners matter. Good looks are bonus. Humour is a must. »**

5 septembre 2018 - Après le reveal au printemps de la nouvelle identité graphique pour l'ensemble de ses marques, le Mondial de l'Auto et le Mondial de la Moto dévoile la campagne publicitaire de son édition 2018 (4 au 14 octobre). Imaginée par l'agence Havas Paris, la campagne du salon mondial de l'automobile et de la moto, qui se décline en presse et en affichage, s'orchestre autour de 4 petits films sur nos écrans TV et cinéma à compter de la rentrée. D'une grande sobriété, elle illustre avec humour et auto-dérision la passion pour le monde roulant.

Coté presse et affichage, c'est le photographe d'art irlandais Cormac Hanley, qui signe la série des 4 visuels dont l'élégance s'inspire clairement des codes du luxe. Sur fond noir, on y voit des mains d'hommes et de femmes qui miment la conduite automobile et moto. Plus originale encore, la série des 4 petits films publicitaires (4x 30") qui mettent en scène Stephan Fahr-Becker, designer automobile passionné repéré sur la toile pour ses prouesses de bruiteur et dont c'est la première apparition publicitaire. Dans une performance de mimes et de bruitages très convaincante, il simule alternativement la conduite d'une voiture de sport, d'un véhicule électrique, d'une moto et d'un scooter. Le décor est minimaliste et l'autodérision inversement proportionnelle à la nudité du plateau.

*« Que l'on soit petit ou grand, que l'on aime les cabriolets, les motos sportives, les voitures électriques ou les scooters, le Mondial promet une expérience forte en émotion. Cette campagne de marque mise sur l'expérience, son imaginaire et ses plaisirs. »* explique Lucas Mongiello, Art Supervisor de l'agence Havas Paris.

Avec pour ambition de redonner de la valeur et du statut au Mondial de l'Auto et au Mondial de la Moto, la campagne conserve intactes les valeurs de la passion et l'émotion qui caractérisent ce rendez-vous historique depuis 120 ans.

**A propos du Mondial**

Premier salon automobile au monde par sa fréquentation et son exposition médiatique, le Mondial de l'Auto est la plus ancienne manifestation consacrée à la voiture, symbole d'une invention... française ! C'est en 1898 que le Jardin des Tuileries accueille la première exposition internationale consacrée aux grandes marques automobiles. Mais n'expose pas qui veut. Pour y prétendre, les voitures doivent parcourir un aller-retour Paris-Versailles et démontrer qu'elles sont de véritables automobiles. Trois ans plus tard, le salon prend ses quartiers au Grand Palais pour les 60 années qui suivent. Deux guerres mondiales n'auront pas eu raison de cet événement qui franchit le cap du million de visiteurs en 1954 et s'installe à la porte de Versailles à partir de 1962. Le Mondial se décline aujourd'hui en plusieurs marques : le Mondial Paris Motor Show, Mondial de l'Auto, Mondial de la Moto, Mondial de la Mobilité, Mondial.Tech et reçoit le soutien du CCFA (Comité des Constructeurs Français d'Automobiles), de la FIEV (Fédération des Industries des Équipements pour Véhicules), de la CSIAM (Chambre Syndicale Internationale de l'Automobile et du Motocycle), de la FFC (Fédération Française de Carrosserie Industries et Services).