

Québec, le 24 avril 2007

Honda Canada
Monsieur Richard Jacobs
Directeur des communications
715, Milner Avenue
Toronto (Ontario) M1B 2K8

Monsieur le Directeur,

Dans le contexte de l'Année de la sécurité routière, le ministère des Transports et la Société de l'assurance automobile du Québec tiennent à féliciter Honda pour sa campagne publicitaire télé au Québec, campagne audacieuse et distinctive, mettant en vedette l'humoriste Martin Matte.

En effet, ces messages misent sur l'humour et traitent de sécurité routière et non de performance du moteur ou de caractéristiques liées à la vitesse, un facteur qui représente encore une des principales causes d'accidents de la route au Québec. Cette approche rompt avec le ton généralement employé par l'industrie automobile et traduit une compréhension du rôle social que peuvent jouer les constructeurs d'autos dans l'amélioration du bilan routier.

De plus, l'efficacité de cette campagne ainsi que la notoriété qu'elle a acquise auprès du public québécois démontrent bien que Honda a eu raison d'emprunter cette voie pour promouvoir ses produits. Nous souhaitons que d'autres constructeurs automobiles s'en inspirent et en fassent la norme des campagnes publicitaires de l'industrie automobile.

Coup de chapeau à votre heureuse initiative!

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, nos salutations distinguées.

Le directeur des communications du
ministère des Transports,


Christian Therrien

La directrice des communications de la
Société de l'assurance automobile du
Québec,


Danièle Noël

c.c. Marie-Claude Ducas, directrice générale des contenus, InfoPresse