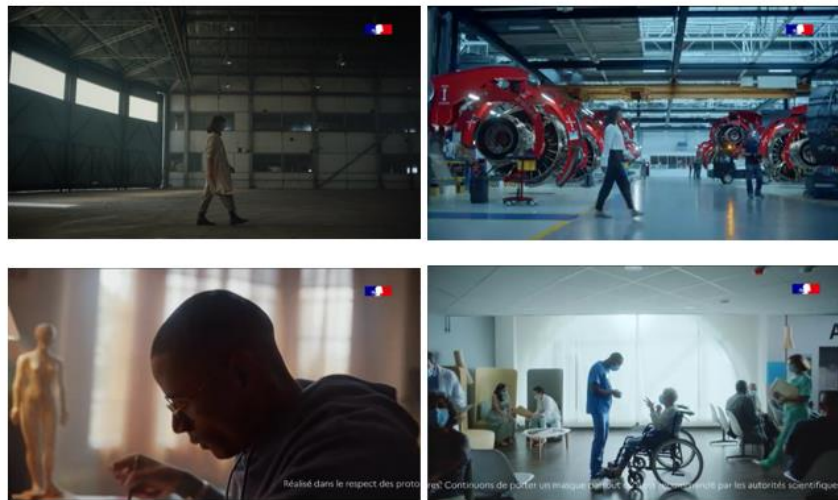




COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 30 septembre 2021

AUTOUR DE FRANCE RELANCE, LE GOUVERNEMENT DEPLOIE UNE COMMUNICATION PAR ET POUR LES FRANÇAIS



Depuis son lancement, le 3 septembre 2020, le plan « France Relance » - 100 milliards d'euros d'investissements mis en œuvre sur deux ans pour relancer l'économie et favoriser l'emploi - offre **une occasion unique de déployer une stratégie de communication ambitieuse pour «faire union»**, en mettant le citoyen au cœur du dispositif.

Pilotée par le Service d'information du Gouvernement (SIG), cette stratégie répond à un objectif ambitieux : faire comprendre le sens et l'ambition transformative du plan en mettant en avant les bénéficiaires de la relance, et ainsi permettre au plus grand nombre de s'en saisir.

INCARNER – TERRITORIALISER – SYSTEMATISER : TROIS PILIERS POUR UNE STRATÉGIE À LA FOIS GLOBALE ET LOCALE

La stratégie mise en place par le SIG se déploie à travers 3 piliers :

- Incarnar les effets et les bénéfices concrets de France Relance, pour tous et dans toute la France.
- Territorialiser les actions de communication autour de France Relance, c'est-à-dire mettre en avant son ancrage territorial.
- Systématiser l'approche pour atteindre l'ensemble de la population et de toucher chacun des citoyens, notamment leurs cibles prioritaires, comme la jeunesse.

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@conseil.publicis.fr – 06 25 35 74 47



Partie intégrante de ce dispositif, la campagne « [La France qui se réalise](#) », conçue par l'agence **Publicis Conseil**, diffusée en ce moment, donne à voir comment la France de demain se construit dès aujourd'hui.

Cette campagne « vision » nous plonge dans la vie des Français, acteurs de la relance, qui ont su saisir les opportunités du plan pour ouvrir la voie vers un meilleur avenir !

L'objectif est de montrer que les Français bénéficiant des mesures du plan France Relance, peuvent participer à la transformation du pays. La relance est un élan dont chacun doit se saisir et ne peut être qu'une réussite collective.

Pour donner de l'ampleur à la campagne, un dispositif multi-support est déployé avec :

- **Une campagne nationale avec un film de 45s et un film de 30s, diffusés durant 3 semaines en TV.**
- **Une campagne d'affichage national et dans la presse**
- **Une campagne de vidéo online** sur les réseaux sociaux notamment mais aussi de nombreuses autres régies.
- **Un écho de la campagne dans les réseaux gouvernementaux** avec des affiches qui reprennent les situations clés des films.

Cette campagne s'inscrit directement dans la continuité de deux autres campagnes aspirationnelles thématiques lancées avant l'été :

- La campagne « [Trouver sa place](#) », qui promeut, à travers une histoire poignante, les formations d'avenir financées par France Relance, grâce au Plan d'Investissement dans les compétences, dans le cadre du plan « 1 jeune 1 solution » ;
- La campagne « [La Quête](#) », une fresque sociale qui met en scène les liens de convivialité permis par la transformation numérique, pilier du plan, autour d'un événement fédérateur.

L'approche coordonnée d'homogénéisation des campagnes dédiées à la relance a participé à l'effet de massification recherché pour permettre à toujours plus de Français de se saisir du plan.

A propos de Publicis Conseil

Publicis Conseil, 1ère agence française au Cannes Lions Festival 2021 et 1ère agence française aux D&AD Awards 2021. Agence créative internationale basée à Paris, Publicis Conseil est dirigée par Agathe Bousquet, Alexandra Evan et Marco Venturelli. L'agence accompagne ses clients depuis la France sur leurs différents marchés internationaux et compte parmi eux : AccorHotels, AXA, BNP Paribas, Carrefour, Castorama, ENGIE, Fnac Darty, Groupe Seb, Harrys, L'Oréal, Nestlé, Orange, Renault, Sanofi, Saint Gobain, SNCF.

Contact Presse :

Héloïse Mathon – heloise.mathon@conseil.publicis.fr – 06 25 35 74 47