

Communiqué de presse
24 janvier 2022

« No Energy To Waste » : ENGIE lance sa nouvelle campagne de marque avec Publicis Conseil



ENGIE a dévoilé, le 23 janvier sa nouvelle campagne de marque « *No Energy To Waste* », réalisée avec Publicis Conseil. Une campagne qui affirme l'impératif d'agir ensemble et dès maintenant pour réussir la transition énergétique. Cette campagne fait écho à la stratégie du Groupe et le recentrage de ses activités pour gagner en efficacité et renforcer son rôle en tant que leader de la transition bas carbone.

Alors que l'urgence climatique est au cœur de toutes les préoccupations, ENGIE se positionne comme un accélérateur de la transition énergétique, en conjuguant les énergies et les savoir-faire de ses collaborateurs, partenaires, parties-prenantes et clients pour rendre cette transition accessible à tous : *agir ensemble parce que chaque jour compte.*

Réalisé par Vincent Lobelle (Iconoclast), ce film nous embarque dans le monde joyeux et insouciant d'enfants qui débordent d'énergie, un casting d'enfants issus pour la plupart de collaborateurs d'ENGIE. Avec cette métaphore positive et rythmée par un célèbre tube des Ramones, ENGIE souhaite montrer que les énergies sont là pour agir et se mobiliser pour un nouveau projet énergétique, sans perdre de temps. La campagne réaffirme l'engagement du Groupe dans le développement des énergies et des solutions renouvelables et bas carbone, afin de les rendre accessibles à tous : aux territoires, aux entreprises et à chacun d'entre nous ...à tous !

Un dispositif de preuves en print et digital, qui révèle les nouveaux codes de marque autour des quatre grands métiers du Groupe, vient compléter la campagne. Un nouvel encodage qui capitalise sur les éléments identitaires forts d'ENGIE et traduit la nouvelle dynamique dans laquelle s'inscrit le Groupe.

Cette campagne a été conçue dans le cadre d'une démarche éco-responsable, en ligne avec l'engagement du Groupe. ENGIE a ainsi choisi des décors naturels, un stylisme de seconde main, un casting local et une gestion raisonnée de l'énergie sur les lieux de tournage, tout en assurant le plus haut niveau de sûreté sanitaire dans un contexte encore fortement marqué par la pandémie de COVID.



Enfin, ENGIE suivra les performances énergétiques de la campagne digitale grâce à la start-up Impact+ qui mesure l'impact environnemental de la campagne digitale tout au long de sa diffusion, avec une vision par région et par format de son empreinte carbone pour l'optimiser en continu.

Dominique Wood-Benneteau, Directrice de la Communication et de la Marque d'ENGIE, a déclaré :
« *Nous avons voulu avant tout mettre en scène notre stratégie et notre volonté d'accélérer la transition énergétique. Une stratégie qui s'appuie sur le développement des énergies renouvelables, des infrastructures décentralisées et des gaz verts. Cette campagne évolue dans l'univers des enfants, envers lesquels nous avons tous une responsabilité face à l'urgence climatique. Plus d'une centaine d'enfants de nos collaborateurs ont participé au casting de notre film : un véritable témoignage de la fierté et de la mobilisation de nos salariés, et de leur engagement pour un monde décarboné et durable.* »

Marco Venturelli, Président de Publicis Conseil en charge de la création ajoute : « *L'axe créatif choisi a été de faire un parallèle entre l'énergie dont nous avons tous besoin, au travers des enfants, et le peu de temps qu'il nous reste pour mettre en marche la transition énergétique. L'énergie des enfants, de la réalisation et d'une célèbre musique rock des Ramones servent un propos qui se veut optimiste mais aussi très engageant.* »

Découvrez le film : <https://youtu.be/ZZe2gQm3Zw8>

Pour en savoir plus : <https://www.engie.com/campagne-publicite-decryptage>

A propos d'ENGIE

Nous sommes un groupe mondial de référence dans l'énergie bas carbone et les services. Avec nos 170 000 collaborateurs, nos clients, nos partenaires et nos parties prenantes, nous sommes engagés chaque jour pour accélérer la transition vers un monde neutre en carbone, grâce à des solutions plus sobres en énergie et plus respectueuses de l'environnement. Guidés par notre raison d'être, nous concilions performance économique et impact positif sur les personnes et la planète en nous appuyant sur nos métiers clés (gaz, énergies renouvelables, services) pour proposer des solutions compétitives à nos clients.

Chiffre d'affaires en 2020 : 55,8 milliards d'euros. Coté à Paris et Bruxelles (ENGI), le Groupe est représenté dans les principaux indices financiers (CAC 40, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe) et extra-financiers (DJSI World, DJSI Europe, Euronext Vigeo Eiris - Eurozone 120 / Europe 120 / France 20, MSCI EMU ESG, MSCI Europe ESG, Stoxx Europe 600 ESG, and Stoxx Global 1800 ESG).

A propos de Publicis Conseil

Agence créative internationale basée à Paris, Publicis Conseil est en 2021 la 1ère Agence Française aux Cannes Lions Festival, D&AD Awards et Eurobest.

Dirigée par Agathe Bousquet, Marco Venturelli et Alexandra Evan, l'agence accompagne ses clients depuis la France sur leurs différents marchés internationaux et compte parmi eux : AccorHotels, AXA, BNP Paribas, Carrefour, Castorama, Citeo, ENGIE, Fnac Darty, Groupe Seb, Harrys, L'Oréal, Nestlé, Orange, Renault, Sanofi, Saint Gobain, SNCF.

Labellisée Agences Actives RSE par l'AACC et l'AFNOR avec le meilleur score de 3 étoiles, Publicis Conseil a été pour la 2ème fois agence internationale n°1 au Good Report en 2020. www.publicisconseil.fr

Contact presse Groupe ENGIE :

Tél. France : +33 (0)1 44 22 24 35

Courrier électronique : engiepress@engie.com

ENGIEpress

Contact relations investisseurs :

Tél. : +33 (0)1 44 22 66 29

Courrier électronique : ir@engie.com

Contact presse Publicis Conseil :

Héloïse Mathon : heloise.mathon@publicis.fr

06 25 35 74 47



FICHE TECHNIQUE

Campagne de marque ENGIE « No Energy To Waste »

Responsables annonceur :

Directrice de la Communication et de la Marque ENGIE : Dominique Wood-Benneteau

Directrice de la Marque ENGIE : Dounia Alno

Consultante Marque ENGIE : Camille Moëgne-Loccoz

Responsable de la publicité ENGIE : Mathieu Couzinié

Agence : Publicis Conseil

Président en charge de la Création : Marco Venturelli

Directeur Artistique : Cédric Moutaud

Concepteur Rédacteur : Jean-Christophe Royer

Responsables Commerciaux : Eric Forest, Chloé Doisneau, Mathilde Chiron, Laura El Aoufir

Planning stratégique : Alastair Maclean, Ghita Lemhandez

Maison de production : Iconoclast

Réalisateur : Vincent Lobelle

Producteur : Jean Duhamel

Post Production : Prodigious

Co-Président : Christopher Thierry

Post production image : Sophie Garrel, Nathalie Depas

Production Son : Frédéric Prados

Titre musique : Blitzkrieg Bop

Compositeurs : Tommy Ramone, Johnny Ramone, Dee Dee Ramone, Joey Ramone

Tv production : Sophie Megrous

Durée du film: 45s, 30s, 15s

1ère date antenne : 23 janvier 2022

Plan Média : TV, digital