



*Communiqué de presse*

*Paris, le 26 septembre 2023*

## **“Toutes les énergies décarbonées ont un rôle à jouer” avec ENGIE.**

**[Lien vers le film.](#)**

Aujourd’hui en France, les énergies renouvelables semblent avoir le vent en poupe. Elles disposent d’une image positive, et en 2023, 97% des français soutiennent au moins une filière d’énergie renouvelable\*.

En 2021, elles représentaient déjà 13% de la consommation d’énergie primaire et 19,3% de la consommation finale brute d’énergie en France\*\*. Cependant leur perception s’est récemment dégradée, notamment en raison de leur intermittence, leur capacité à fonctionner toute l’année.

Ainsi seulement 27% des français croient aujourd’hui au “tout renouvelable”. (vs 37% en 2021)\*

### **Alors comment valoriser le rôle clé des énergies renouvelables dans la transition énergétique et démontrer que toutes les énergies décarbonées sont les bienvenues ?**

L’agence heaven a imaginé pour ENGIE un film pop et rythmé, dédié aux réseaux sociaux de la marque. L’idée du film est d’appuyer visuellement l’injonction à se mettre en mouvement, à se saisir de ces sujets et à dédramatiser ce changement, le tout avec un travail de superposition d’éléments dans un univers joyeux et coloré.

Le film a été réalisé par le concours de la société de production When We Were Kids et le studio Brave.

La campagne est également diffusée avec la régie engagée Goodeed, qui reverse une partie des investissements publicitaires à l’association Green Minded (actions d’éducation et de sensibilisation à l’environnement auprès des scolaires, entreprises, citoyens et collectivités).

*\*baromètre “Les Français et les ENR” réalisé pour QUALIT’EnR en partenariat avec OpinionWay, 2022.*

*\*\* “Chiffres clés des énergies renouvelables” Ministère de la Transition Écologique, édition 2022*

—

## **CONTACT PRESSE**

Olivier Duval de Laguerce

E: [olivier.duval@heaven.fr](mailto:olivier.duval@heaven.fr)

T: 0764423906



### À propos de heaven

Heaven est une agence de publicité next-generation.

Heaven s’appuie sur sa connaissance des nouveaux comportements digitaux et sociaux pour concevoir et déployer des stratégies et des campagnes innovantes et performantes, locales et internationales qui s’invitent au cœur des conversations des internautes.

Heaven présente également depuis 2017 “Born Social”, le premier baromètre annuel de référence sur l’évolution des comportements Next Gen des moins de 13 ans.

Pour concevoir et délivrer ses campagnes, heaven s’organise autour d’expertises métiers : Influence, Social, Brand Content, Media, UX, Creative Tech et Études qui toutes viennent nourrir la création publicitaire.

Heaven, qui fait partie du groupe Hopscotch, compte parmi ses clients actifs des marques comme Adobe, Danone, Deliveroo, Dacia, Xbox, Bel, Payot, Google, Nespresso, ou encore Kinder.

L’agence est dirigée par Arthur Kannas et Sophie Noël, et est composée de 70 collaborateurs aux métiers complémentaires.

[www.heaven.paris](http://www.heaven.paris) | [facebook](#) | [twitter](#) | [instagram](#)