

# HAVAS

# HAVAS Paris

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## **UNE NOUVELLE CAMPAGNE CREEE PAR HAVAS PARIS POUR L'ADEME, ECO-CONÇUE : « POSONS-NOUS LES BONNES QUESTIONS AVANT D'ACHETER »**

Pour sa nouvelle campagne de communication, l'ADEME (l'Agence de la Transition Écologique) a choisi d'interpeller sur la sobriété matérielle. En effet, à l'approche des temps forts commerciaux de la fin d'année et **devant l'urgence à préserver les ressources de la planète, il est devenu indispensable de repenser nos modèles et nos façons de produire et consommer.**

Accompagnée de l'agence Havas Paris, l'ADEME lance ce jour une nouvelle campagne afin d'inciter les consommateurs à se poser les bonnes questions avant d'acheter. En effet, certains achats sont davantage motivés par des offres promotionnelles ou des opportunités que par la satisfaction des besoins réels. Pourtant, d'autres solutions plus économiques et plus respectueuses de l'environnement existent et sont à notre portée.

L'ensemble de cette campagne a été éco-conçue, éco-produite et éco-diffusée à la demande de l'ADEME. C'est la première en France à recevoir le label ECOPROD avec 3 étoiles en atteignant la note de 90,7/100. C'est aussi la première campagne à utiliser la nouvelle solution « Havas Carbon Impact Calculator » de la production à la diffusion.

*« Pour promouvoir des messages en faveur de la sobriété matérielle, la campagne se devait également d'être la moins impactante possible. L'ADEME doit jouer pleinement son rôle d'annonceur conscient de ses responsabilités. C'est pourquoi nous avons mené plusieurs actions, en particulier en utilisant le calculateur d'Havas pour mesurer l'impact carbone à chacune des étapes, de la conception-production jusqu'à la diffusion. Nous sommes satisfaits aussi d'avoir obtenu le Label Eco Prod à son plus haut niveau de certification »* a déclaré **Valérie Martin, Cheffe du Service Mobilisation Citoyenne et Médias à L'ADEME.**

*« Nous ressentons beaucoup de fierté d'avoir réussi collectivement à faire converger créativité, impact du message et éco-responsabilité dans la manière de concevoir, de produire et de diffuser cette campagne »,* estime **Nicolas Favier, Partner chez Havas Paris.**

**Envie d'acheter ou besoin d'acheter ? Telle est la question que la campagne amène à se poser.**

En détournant la figure commerciale et sympathique du vendeur qui nous conseille pour nos achats au quotidien, les quatre films mettent en scène le personnage récurrent du « dévendeur » qui va porter le message de la campagne, en interrogeant nos besoins réels et mettant en avant des alternatives possibles : la location, l'emprunt, la réparation, l'achat reconditionné ou l'achat d'un produit avec un bon indice de réparabilité... La campagne comprend également un volet digital pour capter les intentionnistes dans leurs parcours d'achat, pour leur proposer des alternatives de consommation plus responsables.

En parallèle, Havas Paris a également développé le site de la campagne ([epargnonsnosressources.gouv.fr](http://epargnonsnosressources.gouv.fr)) sur lequel il est possible de trouver toutes les informations et les services pour mieux consommer.

**Pour découvrir les films :**

- [Lave-linge](#)
- [Polo](#)
- [Ponceuse](#)
- [Téléphone](#)

**Havas Carbon Impact, une solution complète pour mesurer en France l'impact carbone des campagnes créatives, média et événementielles.**

Reposant sur une méthodologie solide, cet outil s'inscrit dans l'engagement d'Havas pour accompagner ses clients dans leur transition environnementale, en leur permettant de mesurer avec précision les émissions de carbone générées par la production des campagnes créatives, la diffusion média ainsi que par l'organisation d'événements, afin de les aider à trouver des alternatives pour réduire leur empreinte environnementale.

Basé sur le Greenhouse Gas Protocol (GHGP) et les principales méthodologies et normes de référence, incluant l'ISO 14064-1 et l'analyse du cycle de vie, le Havas Carbon Impact a été élaboré en collaboration avec des consultants internationaux en climatologie et sera déployé pour toutes les agences du groupe Havas à travers le monde à compter de la semaine prochaine.

La mesure de l'impact de l'achat média est basée sur des données spécifiques communiquées par les fournisseurs de médias tiers d'Havas. Cela garantit la cohérence des mesures et un niveau de granularité des données suffisant pour permettre aux clients de comparer les plateformes et de prendre des décisions d'investissement basées sur leurs objectifs de réduction des émissions de carbone.

Sur cette plateforme, très simple d'utilisation, toutes les agences d'Havas, média ou créa, peuvent obtenir l'impact carbone d'une campagne en équivalent CO<sub>2</sub>, réparti entre les différentes étapes ou formats, ainsi que les catégories d'émissions. Pour une campagne créative, quel que soit son format (spot TV, radio, print,...) l'énergie, le transport de

passagers, les achats, le transport de matériel et les déchets sont pris en compte. Pour la diffusion média (comprenant la presse, l'affichage, la télévision et la rediffusion, la radio, le numérique, le cinéma, les SMS et les mails, les dépliants et les bannières), le calculateur mesure les centres de données, la transmission par réseau, l'utilisation des appareils et leur cycle de vie.

L'intégration de la mesure de la création, des médias et des événements dans un seul outil permet aux agences de travailler ensemble de manière transparente pour présenter l'impact complet d'une campagne à des clients communs.

**D'après Raphaël De Andréis, Président Directeur Général d'Havas France :** *“Le lancement du Havas Carbon Impact réaffirme l'engagement d'Havas pour soutenir ses clients dans leur démarche durable en les aidant à mesurer et à réduire les émissions liées à la publicité sur toute la chaîne de valeur. Nous sommes incroyablement fiers de cette solution complète qui nous aidera à continuer d'engendrer des changements positifs dans notre industrie.”*

*« En respectant les recommandations de l'initiative Oneframe de l'Union de l'Union des marques, le calculateur d'Havas participe à accompagner concrètement les annonceurs dans leur démarche de décarbonation de la communication », a ajouté Sophie Roosen, Directrice Marque & Impact chez Union des marques.*

#### **À propos d'Havas**

Fondé à Paris en 1835, Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde, avec plus de 22 000 collaborateurs dans plus de 100 pays, unis autour d'une même raison d'être : « Make a meaningful difference », au service des marques, des entreprises, et de la société dans son ensemble. Havas a développé un modèle d'agences totalement intégré, avec 70 Havas Villages à travers le monde regroupant tous les métiers de la communication. Les équipes des trois divisions Creative, Media, et Health &You, travaillent avec agilité et en parfaite synergie pour proposer des solutions sur mesure et innovantes à leurs clients et les accompagner dans leur transformation. Le groupe œuvre chaque jour à la formation d'une culture permettant à tous ses talents de s'épanouir et d'évoluer. Depuis 2017, Havas est totalement intégré au sein du groupe Vivendi, leader mondial dans les médias, l'entertainment, et la communication. Plus d'informations sur [www.havas.fr](http://www.havas.fr).

#### **Crédits**

---

##### **Annonceur : ADEME**

Directrice de la Mobilisation pour la Transition Ecologique : Katia LEFEUVRE  
Cheffe du service Mobilisation Citoyenne et Médias (SMCM) : Valérie MARTIN  
Responsable de la campagne au SMCM : Johann THION

##### **Agence : HAVAS PARIS**

DGA : Nicolas FAVIER  
Directrice Associée : Caroline SU  
Consultante junior : Céline RAT  
Productrices : Ségolène CATALANO, Fabienne MERIC-ROUGIER  
Directeur de création : Thomas REICHLIN-MELDEGG  
Directrice artistique : Anaïs GRANDGEORGE  
Conceptrice-rédactrice : Mélanie CHINARDET  
TV Producer : Ingrid VASSEUR, Pauline SALLAN  
Directrice Associée digital : Albane WEIL

Directeur de projet digital : Jacques TRY  
Consultante digital junior : Coraline MANDET

**Production : ALLSO**

Producteur : Franck ANNESE  
Productrice : Louise MORAND  
Responsable éco prod : Lisa-marie FOUSSADIER  
Chef OP Julien Meurice  
Chef Electro Basile Barniske  
Styliste Mélanie Sednaoui  
Maquilleuse Marie Gombeaud Antoine  
Coiffeuse Marie Gombeaud Antoine  
Décorateur Rudy Annese  
Cantine Nathalie Lariviere  
**Post-production image et son : HRCLS**

**Conseil en production audiovisuelle responsable : A Better Prod**

---

**À propos d'Havas Paris**

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France.  
Pour de plus amples informations : [www.havasparis.com](http://www.havasparis.com)

---

**Contact Presse Havas Paris**

Sophie Liebermann  
M : [sophie.liebermann@havas.com](mailto:sophie.liebermann@havas.com)  
T : 06 16 55 80 29

**HAVAS**  
Paris

---