

ZOOM SUR LA CAMPAGNE

The Race : dispositif publicitaire

Le 17 septembre 2017 :

Diffusion du film « The Race »
2 versions : 30" et 45"
TV (hertzien, TNT et CabSat), cinéma
et affichage digital (aéroports Paris et régions)

À partir du 10 septembre 2017 :

Campagne social media
8 instagramers participants : @nathparis,
@celinemarks, @fotomaniak @spleenstyle
@sebastian_runner @jabbourjoseph
@raulcabrera et @indolatinox

Les 15 et 18 septembre 2017 :

Partenariats média
Couverture CNews Matin
Portrait Libération

27 septembre 2017 :

Lancement d'un filtre Snapchat

Le 28 octobre 2017 :

Partenariat avec « Danse avec les Stars » (TF1)

THE RACE

SUR LES ÉCRANS LE 17 SEPTEMBRE 2017





UN FILM
JUBILATOIRE
POUR RACONTER
LE MIX ÉNERGÉTIQUE
D'EDF

Quand Zizi Jeanmaire enchante l'énergie

« The Race » (45" et 30"), c'est l'histoire de la chevauchée fantastique de personnages aux montures imaginaires, survolant à toute allure des villages, des forêts, des champs ... mais aussi des panneaux solaires, barrages hydrauliques, champs d'éoliennes ou centrales nucléaires. Entièrement fabriqué en images full 3D, monté sur une chanson française, « Mon truc à plumes » de Zizi Jeanmaire, ce voyage jubilatoire, magnifiquement réalisé et brutalement interrompu par une scène de vie quotidienne, est le point d'orgue de la prochaine campagne publicitaire d'EDF lancée le 17 septembre (TV, digital, cinéma, social media).

Réalisé par Thierry Poiraud (Insurrection) sous la direction créative de Christophe Coffre (Havas Paris), ce film de divertissement servi par des images ultra-réalistes (3D animation et post prod par Mathematic) et une musique inattendue (HCRLS), nous raconte un sujet sérieux : le mix énergétique ou comment EDF produit de l'électricité à 97% sans émission de CO₂, grâce à un mix compétitif et diversifié (nucléaire, hydraulique, éolien, solaire, thermique) à l'heure où les enjeux énergétiques sont devenus une préoccupation pour tous les Français.

« Notre électricité bas carbone alimente vos émotions »

Et pour cause, cette course poursuite se révèle être le jeu vidéo qu'un père et ses enfants sont obligés d'interrompre en cours de partie. Mais la démonstration ne s'en tient pas là. Dans ce film, qui dévoilera différentes fins au fil des mois, nos héros survolent avec allégresse les sites de production EDF reproduits à l'identique.

Les décors, réalisés en images de synthèse, ont été entièrement recréés par les équipes de Mathematic (3D animation et post prod) à partir de la documentation fournie par la marque (photos et vidéos).

La campagne est accompagnée d'un volet social media (Socialyse/Havas Media). Quelques jours avant le reveal du film, des Instagramers à forte communauté posteront une photo d'un site de production EDF (champs d'éoliennes, de panneaux solaires ou de barrages hydrauliques, centrales nucléaires) en arrière-plan duquel passent d'étranges créatures...

EDF, un producteur d'énergie responsable et engagé

Pour répondre aux enjeux de la transition énergétique, EDF produit une électricité bas carbone, compétitive. Depuis 1990, EDF a divisé par 3 ses émissions de carbone et en 2016 a produit 97% de son électricité en France sans émission de CO₂. Pour nous permettre d'allumer la lumière, de nous chauffer, de recharger notre téléphone ou encore de jouer à notre jeu vidéo préféré... EDF combine, sur tout le territoire la production nucléaire, hydraulique, éolienne, solaire et thermique. Trop peu de Français ont conscience de ce mix énergétique et de ses atouts à une époque où les enjeux énergétiques sont devenus majeurs et perçus comme tels par les Français.

EDF, une marque populaire et friendly

En l'espace de 3 ans, EDF s'est transformée pour devenir une marque proche, attentive, sympathique, en prise avec son époque. La saga ElectRIC, lancée en juin 2014, a initié le mouvement en montrant que cette marque patrimoniale savait jouer de l'humour populaire et investir de nouveaux formats pour créer de l'attachement que ce soit en télévision ou sur les réseaux sociaux (campagne FB avec des contenus commerciaux dédiés, aventures du petit cousin de Judor sur le compte Snapchat @EDFofficiel). Le film à grand spectacle « The Race », ponctue la démarche pour plaire au plus grand nombre, notamment aux jeunes générations, avec la même exigence de divertissement, de modernité et de justesse.



« Ce film connecte de façon ludique et je crois, jubilatoire, les moyens de production d'EDF et les usages des Français. Ce divertissement est un savant mélange de poésie, d'adrénaline, d'humour qui raconte une marque patrimoniale à la fois intemporelle, multigénérationnelle, au cœur des usages et à la pointe de la technologie. »

Christophe Coffre, président directeur de la création Havas Paris.

« Avec *The Race*, la marque EDF s'inscrit une nouvelle fois dans son époque et relève le défi d'une narration divertissante pour parler d'un sujet complexe. Après avoir recréé du lien avec les Français et suscité de l'attachement, la marque fait une entrée dans le monde d'après. »

Julien Villeret, directeur de la communication d'EDF



« Il a été très agréable de se voir confier un projet publicitaire qui ait l'ambition généreuse de divertir. Avec ce film, j'ai eu le plaisir de revenir à mes premières amours, celui de créer un univers animé inédit et retrouver le plaisir (enfantin) de donner vie à des personnages. Le plus difficile a été de garder une certaine poésie dans le design des personnages et le découpage du propos, alors que le film est très technique. *The Race*, c'est un film sur la nature, une balade sauvage au coucher du soleil portée par les vents du sud. Un spot ludique dans tous les sens du terme. »

Thierry Poiraud, réalisateur (Insurrection)

« Pour parler du mix, quoi de mieux que de mettre dans un mixeur une scène de vie d'aujourd'hui, les techniques d'images de demain et une musique d'hier. Cela donne un film de culture populaire au service d'un sujet qui nous concerne tous, du plus grand au plus petit. »

Edouard Dorbais et Rémi Arnaud, concepteur rédacteur & directeur artistique Havas Paris.

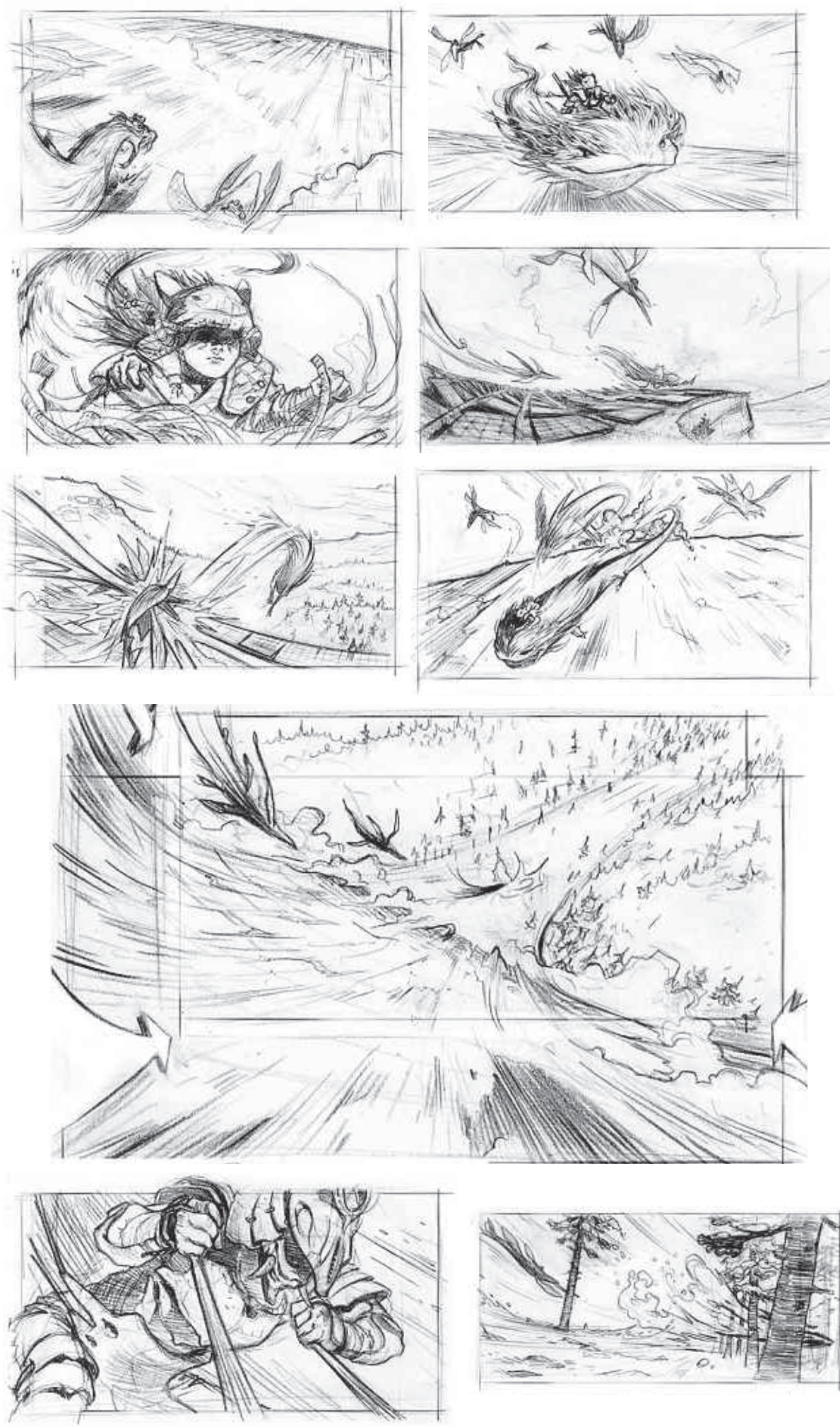


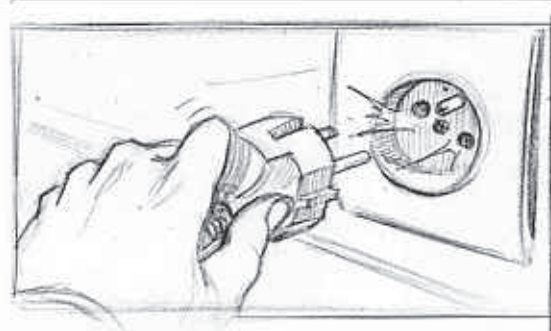
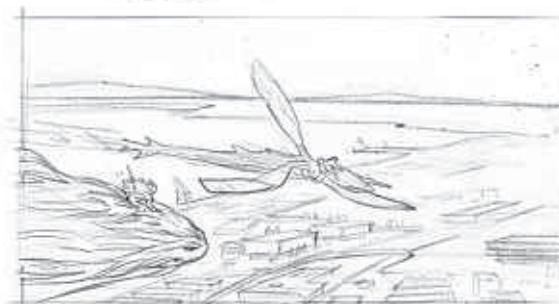
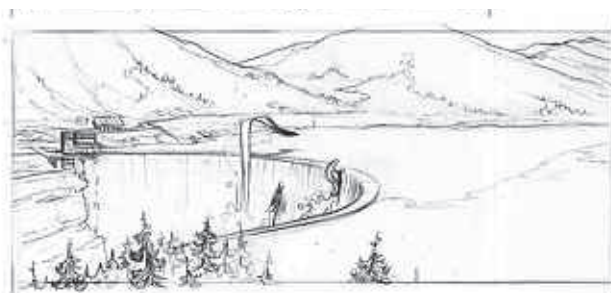
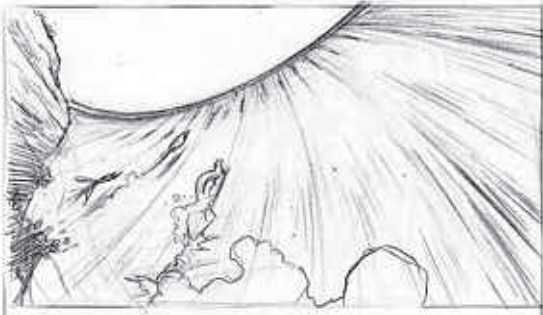
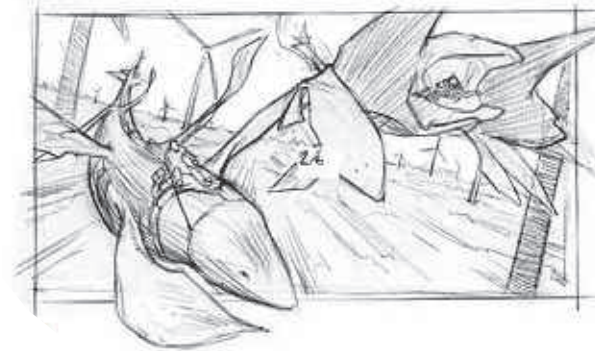
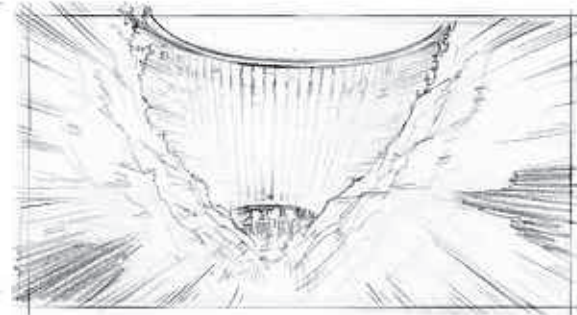
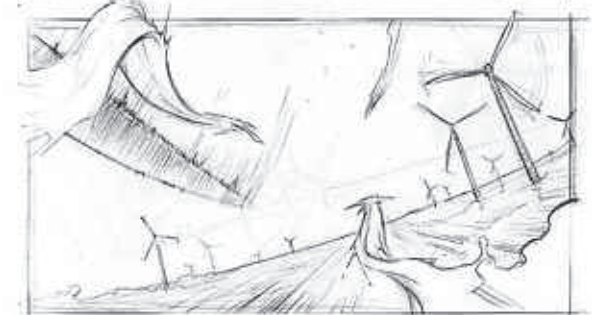
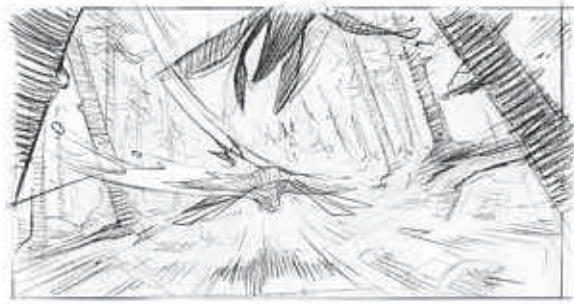
« Ce film EDF était un très beau challenge, une opportunité de créer un film full 3D à la fois dynamique et poétique. La complexité résidait dans le double objectif de réaliser des décors vastes et réalistes et de développer des personnages charismatiques, immédiatement incarnés, originaux et surtout dans la même veine ce qui se fait aujourd'hui dans l'entertainment. Nous rêvons déjà d'une suite. »

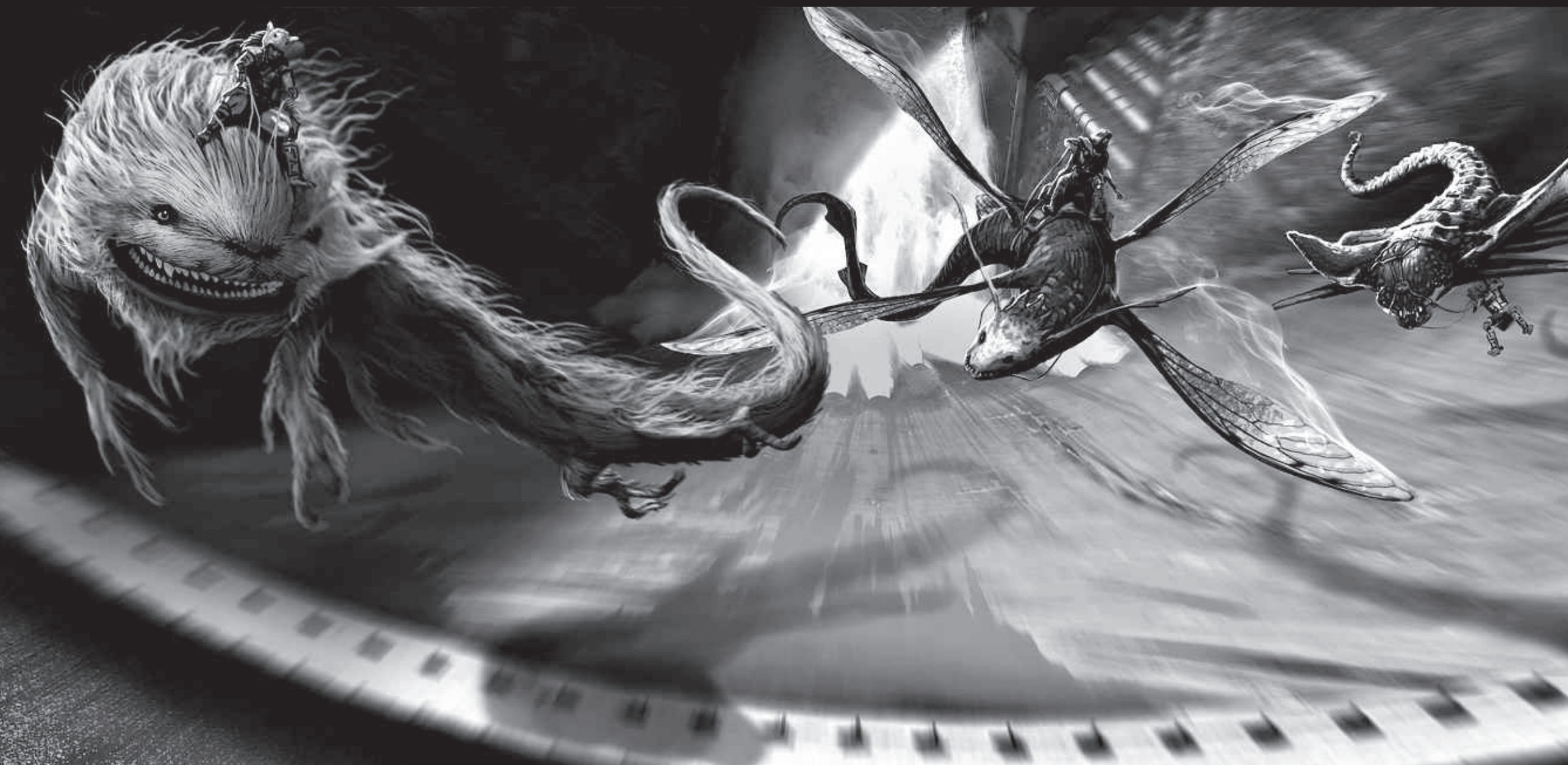
Guillaume Marien, VFX animation producer Mathematic

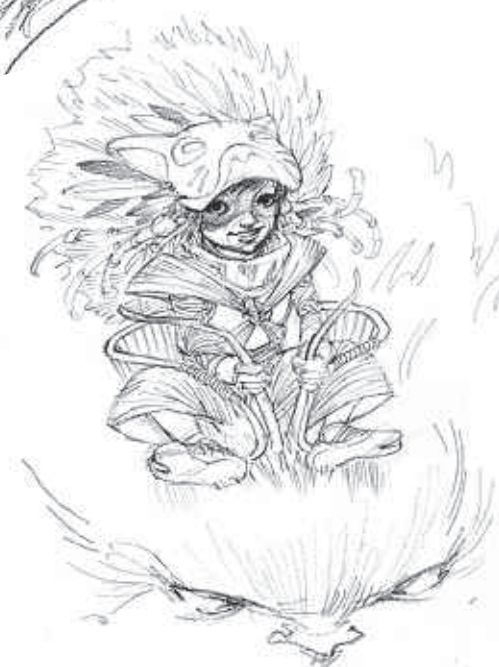
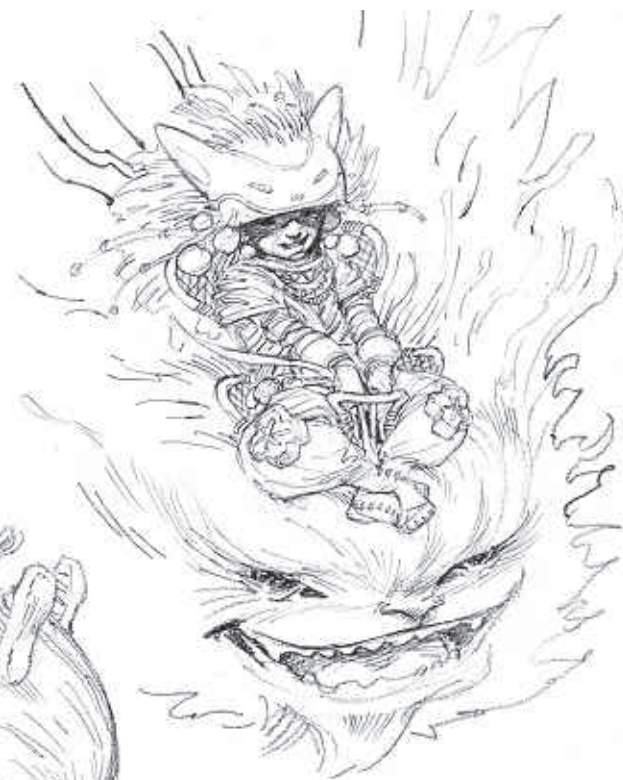


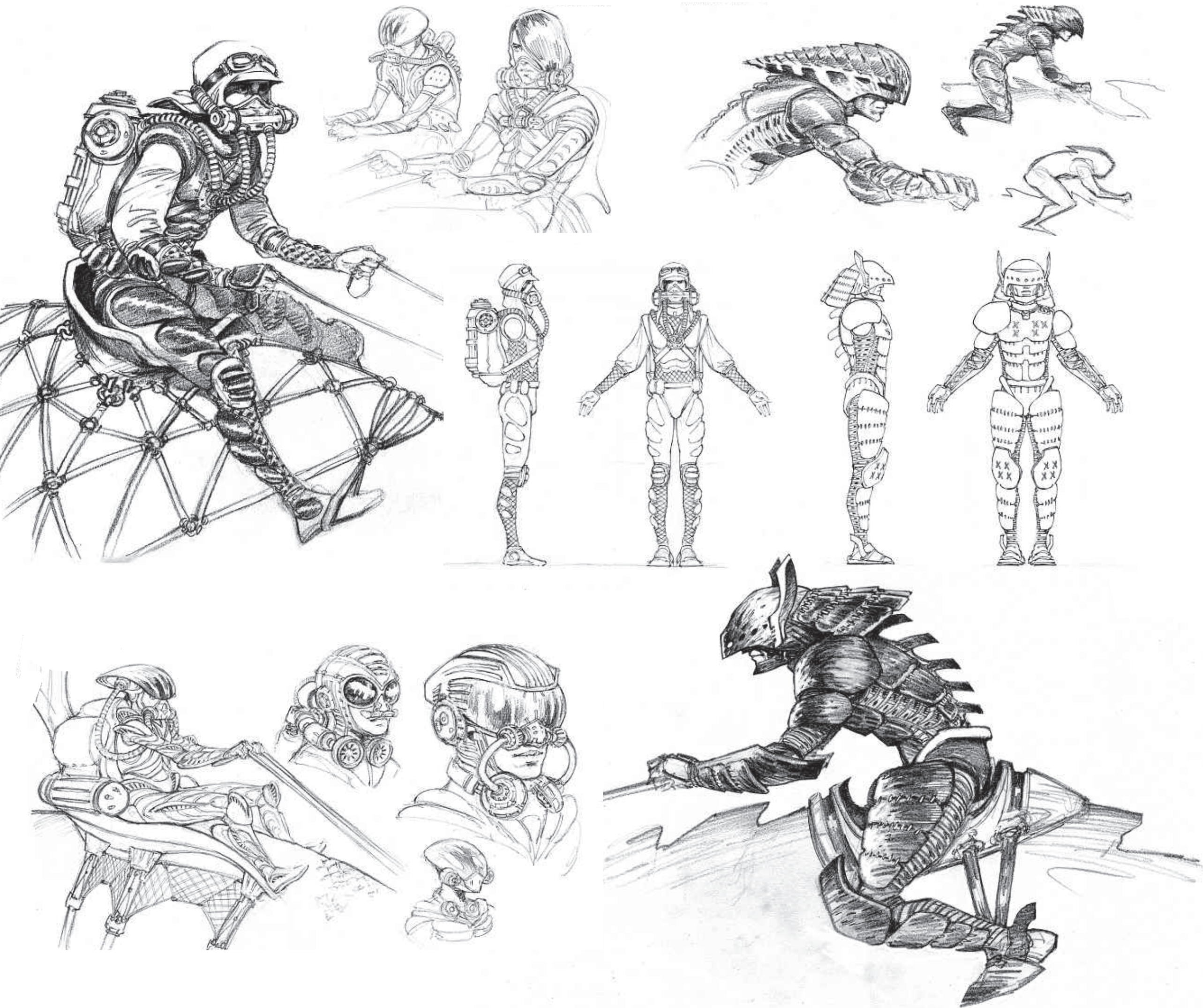
Storyboard

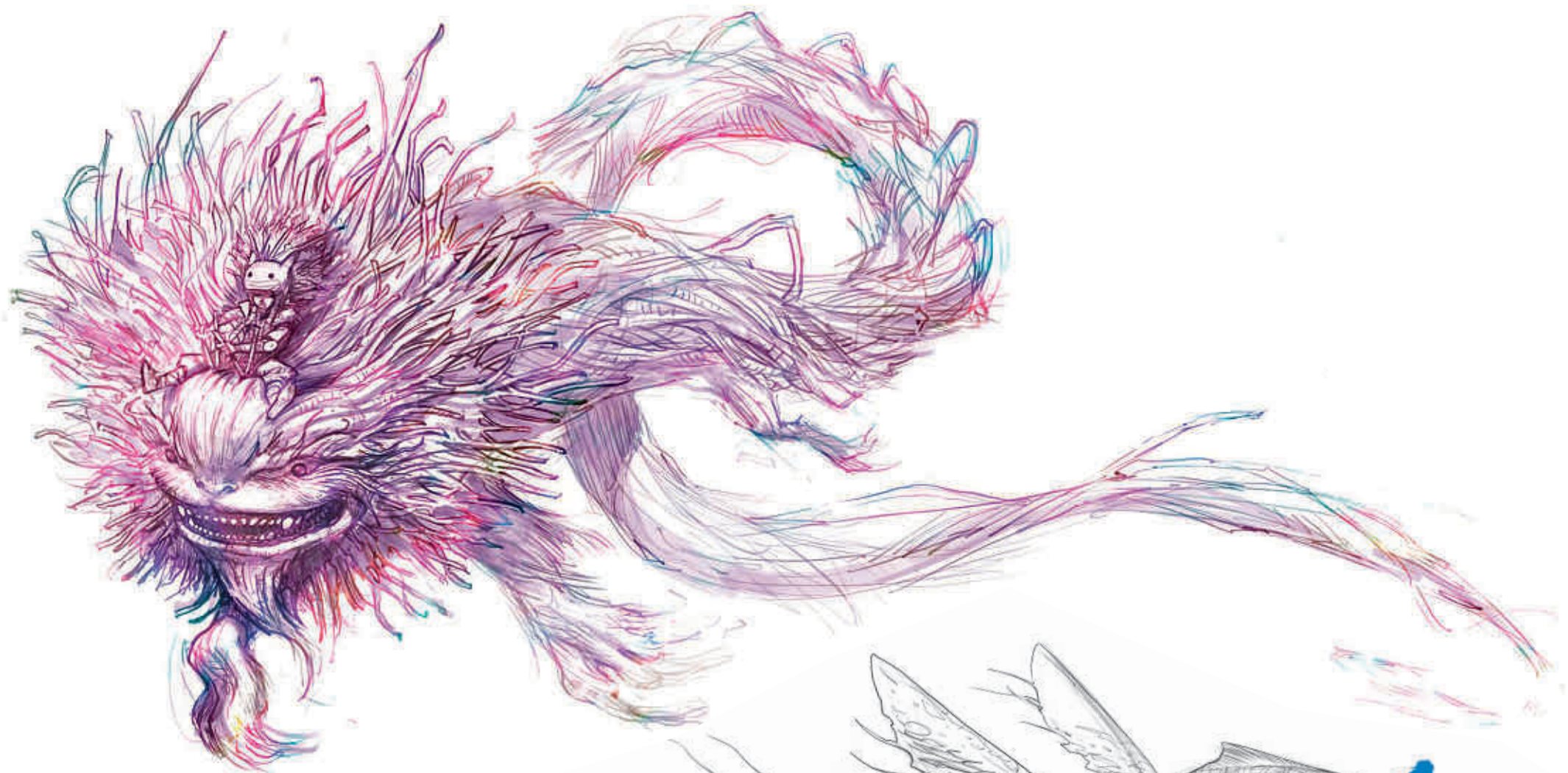


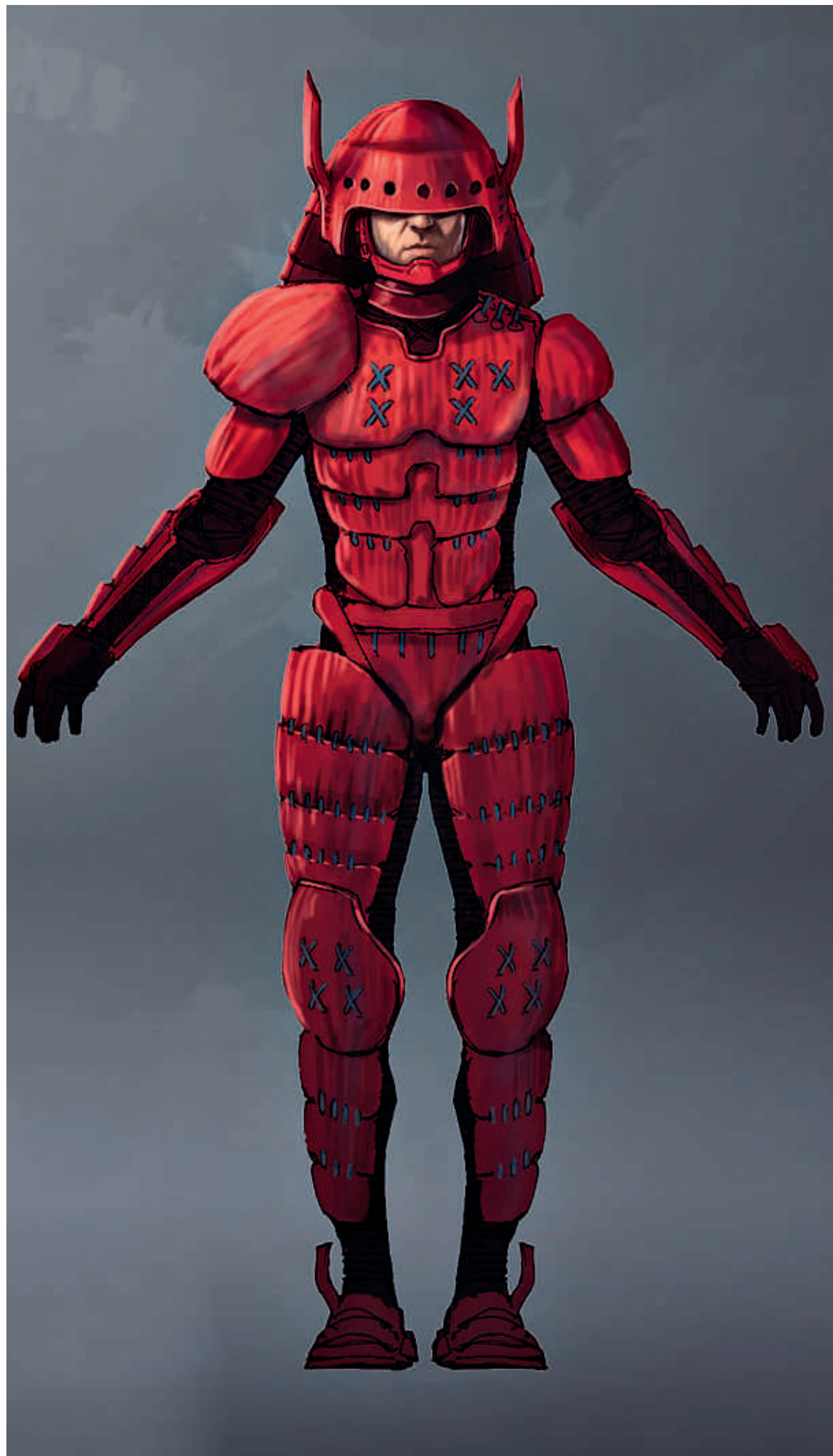


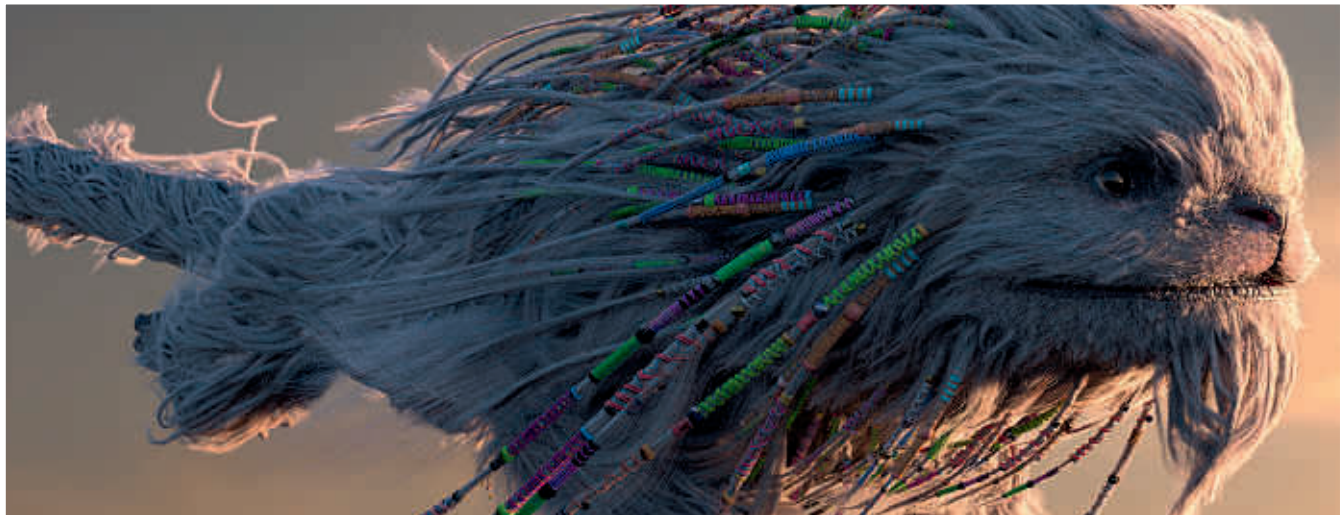
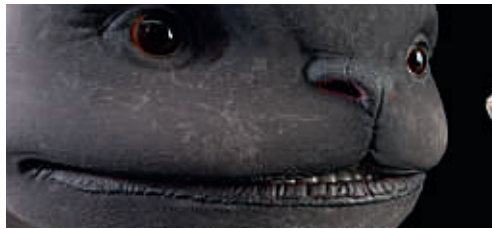


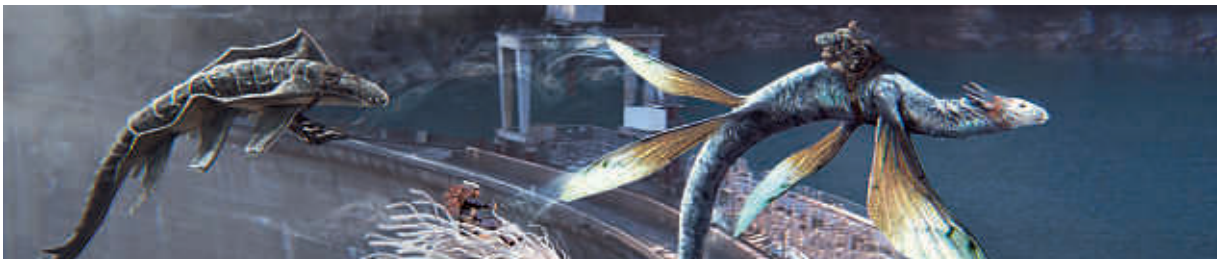


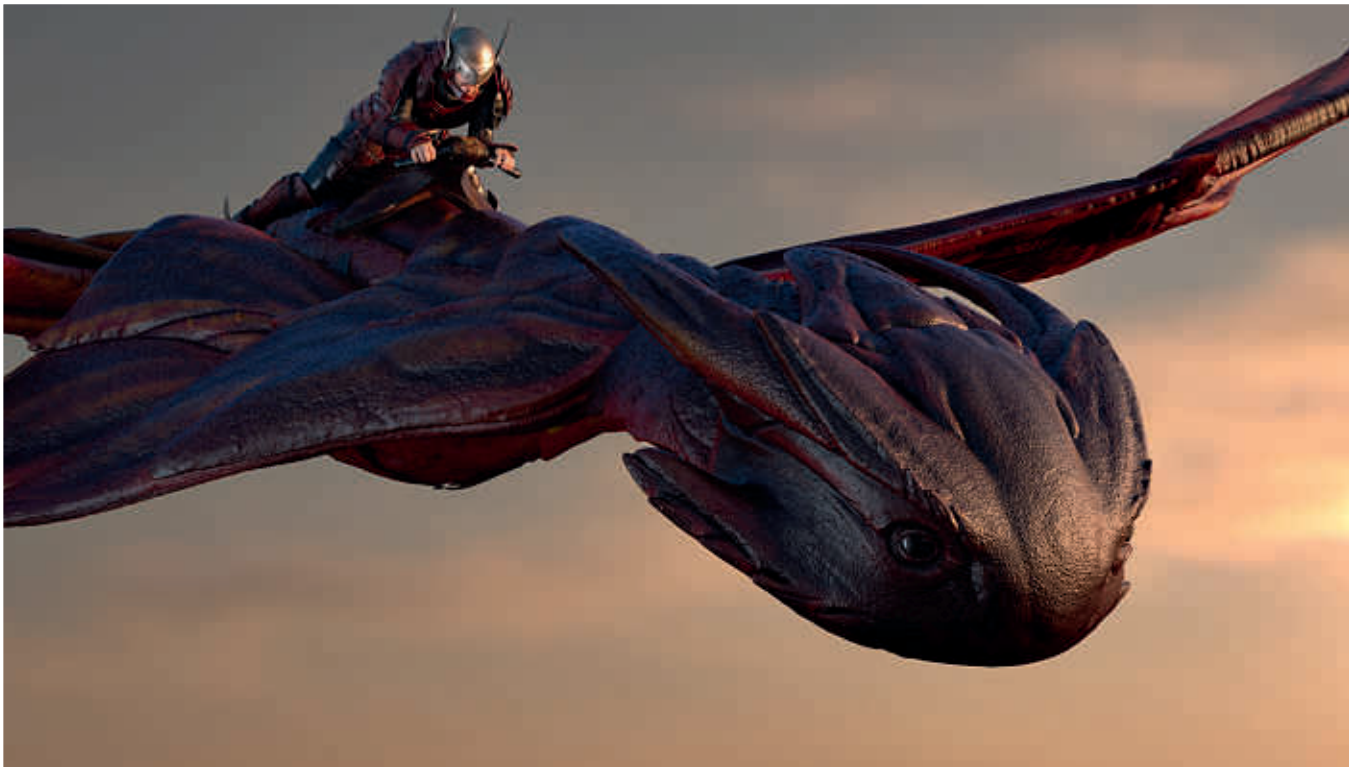


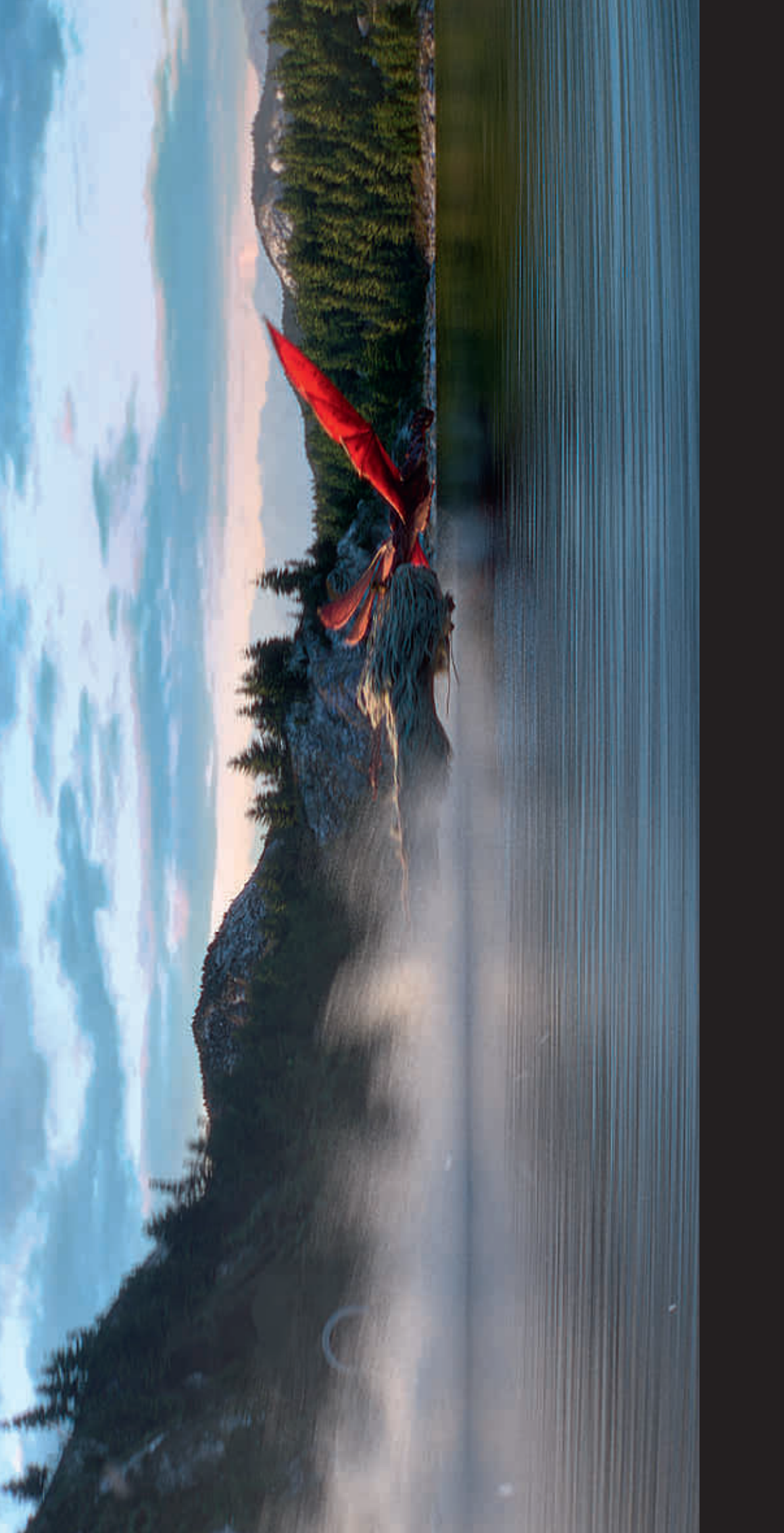


















Fiche technique

Campagne

The Race

Responsables Annonceurs : EDF
Directeur de la communication : Julien VILLERET
Directeur marque image et communication interne : Pierre VIRIOT
Chef du pôle publicité : Virginie MAILLEBUAU
Pôle publicité : Sonia DIAZ, Nadia PINON, Ismail BERRADA

Responsables Agence : HAVAS PARIS
Directeur général : Fabrice CONRAD
Partner : Aurélien PERNOT
Directrice conseil : Pauline BAILLON
Consultante senior : Caroline SU
Président en charge de la création : Christophe COFFRE
Directeur artistique : Rémi ARNAUD
Concepteur rédacteur : Edouard DORBAIS
TV productrice : Virginie MELDENER, Muriel ALLEGRI
Productrice : Fabienne MERIC-ROUGIER

Responsables Agence de Production : INSURRECTION
Producteur : Erinn LOTTHE GUILLON
Directeur de production : Benoît ROQUES
Réalisateur : Thierry POIRAUD
1er assistant réalisateur : Grégoire BARACHIN

Responsables Animation : MATHEMATIC
VFX Producteur : Guillaume MARIEN
Line Producteur : Guillaume AUDIBET
VFX Coordinateur : Julien LAMBERT
LAYOUT TEAM :
Sebastien EBALLARD
Mickael LYNEN
Cyril CASSAIGNE
Bruce NGUYEN
Marion DEMARET
Pierre Vincent PAPALLARDO
CONCEPT ARTISTS :
Olivier PUECHBERTY (environnement)
Karl LINDBERG (dossier compétition)
Benoit GODDE (dossier compétition)
Fred REMUZAT (Character + Creature Design)
Matthieu VAVRIL (Creature Design)
Fabien OUVRARD (Creature Design)

RIG TEAM :
Jules GIRAUD (Lead)
Laurent MERCEREAU
Sebastien EBALLARD

3D SCULPT ARTISTS :
Dylan VERRON (Lead)
François RIMASSON
François BONNIÈRE
Maxime GALAND

HAIR & FUR TEAM :
Guillaume VIEUGUE (Lead)
Stéphane ROGEON

LOOKDEV TEAM :
Arnaud RICHIR (Lead)
Manuel QUINTO
David LABELLE

ENVIRONMENT TEAM :
Yann GLICA (Lead)
Fabien JULVECOURT

Arthur GRANDJEAN
Sandro BERTCHI
Guillaume VIEUGUE
Kevin BAUDELLE
Romain THIBAUT
Bastien MULLER (Canada)
Sylvain DALLIET
Delphine JOBIN
Kevin DE GARIDEL
TEXTURE ARTIST : Armelle MASSONET
ANIMATORS : Mikael LYNEN (Lead)
Cyril CASSAIGNE
Fred BOULIN
Vivien GUIRAUD
Pierre Vincent PAPALLARDO
COMPOSITING TEAM :
Fabrice LAGAYETTE (Lead)
Anthony LYANT
Nicolas MILLOT
Sonia FERREIRA
Maeva SOL
Bertrand AVRIL
FX ARTISTS :
Thomas VAN MAELE
Alexandre LEROUGE
Achraf AYADI
Arnaud MALHERBE
Laura LANGUILLET (Canada)
FLAME ARTIST : Fred BRANDON

Responsables Post-production son : HRCLS
Producteur : Benoît DUNAIGRE
Supervision musicale : Laureen ARNOU-SANCHEZ
Sound design : KOUZ
Musique : « Mon truc en plumes »
Auteur/compositeur : Zizi JEANMAIRE

Comédiens :
La mère : Laurie CATRIX
Le père : Thierry SIMON
La fille : Lilly-Rose DEBOS
Le fils : Guillaume Cloud ROUSSEL

Responsables Agence Media : HAVAS MEDIA
Partner : Florence DESTANG
Senior Manager : Antoine MINVIELLE-DEBAT
Consultants : Theophile TEURCQ, Pierre DA RUGNA

Responsables Partenariats : HAVAS MEDIA NATIVE
Directrice commerciale : Estelle DEMENIER
Chargé media OPS : Floris YVINOU

Responsables Social Media : SOCIALYSE
Senior social media strategist : Nicolas MASSON
Relation influenceurs : Meriam AAMMOUR

Un document créé par Julie Bernheim & produit par Havas Factory

& remerciements



Flashez pour revoir le film



Contact Havas Paris :
Yael Dorfner
yaeldorfner@havas.com
tel : 06 09 66 27 55