



ELECTRIC

UNE SAGA D'ÉRIC JUDOR



| PARIS

Huit ans après l'ouverture du marché de l'énergie, EDF fait face à une concurrence de plus en plus offensive.

Fourniture d'électricité moins chère, innovations de services, économies d'énergie, nouveau marketing de l'offre, ..., les nouveaux acteurs challengent progressivement le leadership business et image d'EDF.



GDF SUEZ Dolce Vita
Campagne Economies d'énergie (2014)



Schneider Electric
Campagne Smart Home (2014)



Direct Energie
Campagne Tarifs (2013-2014)

Aujourd'hui, la marque doit réussir le défi de la digitalisation de sa relation client.

Parce que les usages de ses clients se sont digitalisés, sous le coup de la démocratisation technologique et des standards installés par d'autres secteurs (banque, téléphonie, internet, etc.).

Parce qu'avec 26 millions de clients, 30 millions d'appels téléphoniques et 110 millions de factures papier par an, la digitalisation est un relais de business majeur.

Des services aussi basiques qu'une souscription en ligne, une facture électronique, un relevé de compteur en ligne, etc. deviennent ainsi générateurs de valeur :

- Une valeur d'image, parce qu'ils montrent la faculté de la marque à s'adapter à la vie de ses clients ;
- Une valeur économique, parce qu'ils allègent les charges de traitement de la base clients.

DANS CE CONTEXTE,
**COMMENT REDONNER À NOS CLIENTS DE
BONNES RAISONS DE (RE)PRÉFÉRER EDF ?**

En se recréant une actualité auprès de nos clients,
pour regagner en dynamique commerciale ;

En leur donnant envie d'une relation plus régulière avec EDF,
pour regagner la bataille de la relation client.

L'IDÉE STRATÉGIQUE

EXPERIENCE A NEW ELECTRIC WAY OF LIFE.

EXPERIENCE A NEW ELECTRIC WAY OF LIFE

A TRAVERS DES SERVICES QUI RÉVÈLENT UNE NOUVELLE DIMENSION
DE L'ACCOMPAGNEMENT PAR EDF.

Une marque qui sait s'adapter à mes usages ;

Une marque qui me facilite la vie ;

Une marque qui peut m'accompagner dans le temps.

EXPERIENCE A NEW ELECTRIC WAY OF LIFE À TRAVERS UNE NOUVELLE FAÇON DE S'ADRESSER À SES PUBLICS.

Plus qu'une campagne, une saga : pour raconter non pas plusieurs histoires de services, mais une histoire de relation entre la marque et un client.

Plus qu'une saga, une série : pour s'inscrire par la forme même dans un usage quotidien des gens, et créer de la préférence par le divertissement.

Plus qu'une série, un spin off : pour s'appuyer sur une personnalité attachante et son univers décalé, Eric Judor et sa série Platane.

L'IDÉE CRÉATIVE

**ÉLECTRIC,
LE PREMIER SPIN-OFF PUBLICITAIRE
D'UNE SÉRIE TV À SUCCÈS**

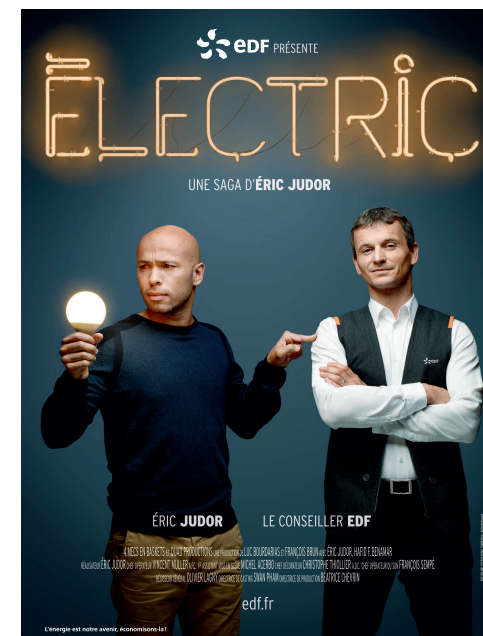


Électric, une saga d'Eric Judor pour EDF

Entre deux tournages, Eric Judor (toujours dans son propre rôle) déménage. Entraîné par Flex, son acolyte et sa mauvaise conscience, il transforme chaque étape de son installation en galère avec sa mauvaise foi habituelle.

Heureusement, il découvre qu'il peut compter sur son conseiller EDF... et va peut-être même s'appuyer un peu trop sur lui.

Episode après épisode, le conseiller EDF raconte une marque proche, attentive, capable de s'adapter même aux demandes les plus improbables de ses clients.



ELECTRIC, 8 PREMIERS ÉPISODES EN 2014

à retrouver sur electric.edf.fr et dans la playlist [youtube](#) d'EDF #ElectricEDF



E01 : MONSIEUR JUDOR ?



E02 : COMMENT JE FAIS...



E03 : ALLUMETOUT !



E04 : BAH ON S'ÉQUIPE



E05 : EDF, ILS EN FONT ?!



E06 : MADE IN FRANCE



E07 : SORTEZ DU VÉHICULE



E08 : ILS DOIVENT HALLUCINER...

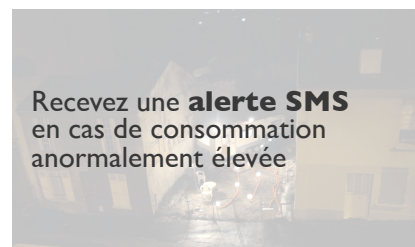
A CHAQUE ÉPISODE, UN SERVICE EDF



E01 : MONSIEUR JUDOR ?



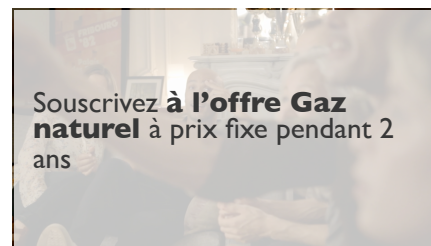
E02 : COMMENT JE FAIS...



E03 : ALLUME TOUT !



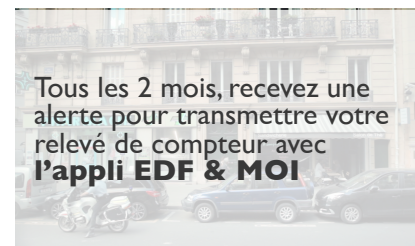
E04 : BAH ON S'ÉQUIPE



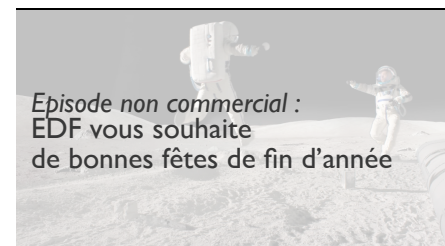
E05 : EDF, ILS EN FONT ?!



E06 : MADE IN FRANCE

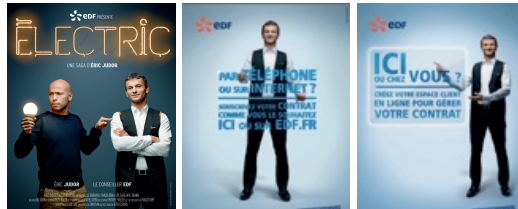


E07 : SORTEZ DU VÉHICULE



E08 : ILS DOIVENT HALLUCINER...

ELECTRIC, UN DISPOSITIF INTEGRAL



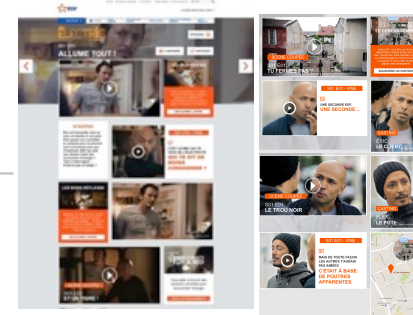
Affichage In-Store (réseau de boutiques EDF)



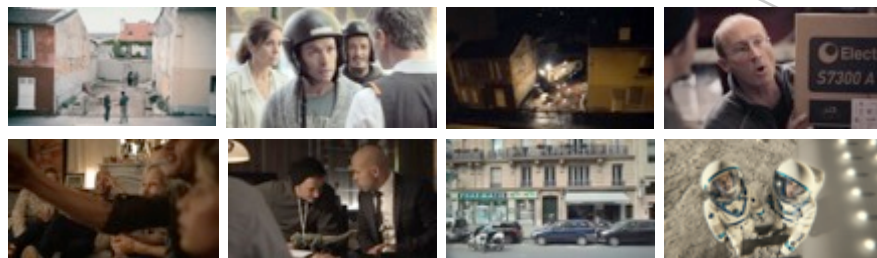
Display et Radio centrés sur les services



Emailings abonnés Electric



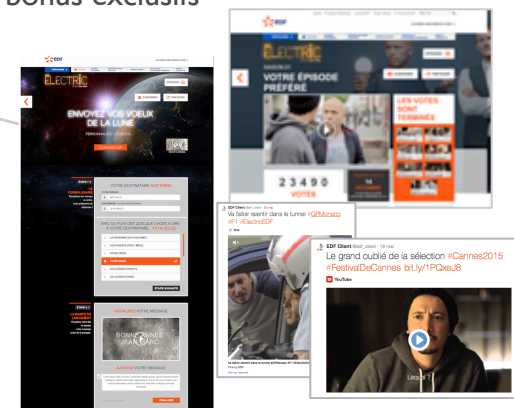
electric.edf.fr et ses bonus exclusifs



8 épisodes diffusés en 2014



Partenariat Allociné

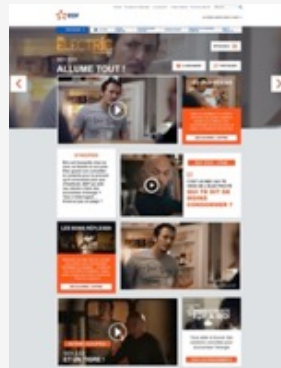
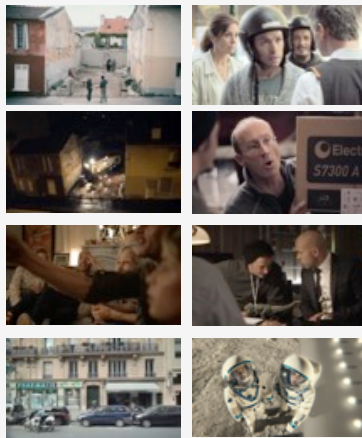


Opérations d'activation digitale

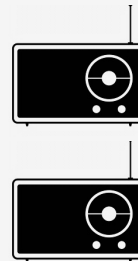


ELECTRIC, UN DISPOSITIF CONÇU POUR...

METTRE EN SCÈNE LA RELATION CLIENT AUTOUR DES SERVICES EDF




ASSURER LA NOTORIÉTÉ DES SERVICES ET RECRUTER DE NOUVEAUX CLIENTS




CRÉER DES TEMPS FORTS RELATIONNELS AUTOUR DE LA SAGA



UNE AUDIENCE NATURELLE DE 3,4 MILLIONS DE FANS AVEC LA PAGE FB D'ÉRIC & RAMZY


Eric et Ramzy
 1 octobre, 20:38 · 🌐

EDF - Episode 7 - 45 sec



4 751 360 personnes atteintes

J'aime · Commenter · Partager · 👍 44 492 💬 778 ➦ 7 828

4 751 360 Personnes atteintes

1 284 047 Visionnages de vidéos

63 596 Mentions J'aime, commentaires et partages

53 603 Mentions J'aime	44 492 Sur la publication	9 111 Sur les partages
1 878 Commentaires	885 Sur la publication	993 Sur les partages
8 115 Partages	7 828 Sur la publication	287 Sur les partages

1 142 482 Clics sur la publication


550 360 Clics pour lire 📖	36 Clics sur des liens	592 086 Autres clics 📱
-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------


COMMENTAIRES NÉGATIFS

763 Masquer la publication	439 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	133 Je n'aime plus la Page



Miko Nacnac la touche platane a chaque fois!!genial!
 J'aime · Répondre · 👍 1 · Hier, à 20:57 · Modifié


Benoit Lemire Mais c'est vous qui vous arrêtez!!! Trop bon vous m'avez tué!!!!!!
 J'aime · Répondre · 👍 1 · il y a 9 heures


Arno Bellame J adore ! Continuez c mieux que les vieilles pubs soporifique qu on nous sert tous les jours
 Je n'aime plus · Répondre · 👍 39 · 25 septembre, 19:40


Didier Cortès Des barres de rire!!!De mieux en mieux! Des mini-sketches carrément, j'adore! Flex Benamar est "magique", hahahahaha
 Je n'aime plus · Répondre · 👍 4 · 25 septembre, 19:18


Athenalista Pegaz PTDR Merci à lui, Eric, tjrs là pour ns faire marrer ;). Qnt à EDF, cette campagne publicitaire fait mouche, avec cette fraîcheur dans le style allée à la fraîcheur de l'humoriste. Edf, meme des annees de carrière^^ et tjrs renouvelé, et qui tente de rester jeune en y parvenant ;).
 J'aime · Répondre · il y a 9 heures


Thomas Uzan La meilleure de vos pubs EDF, ceux qui connaissent Platane et H ont forcément kiffé.
 Je n'aime plus · Répondre · 👍 12 · 25 septembre, 18:25

UNE TRACE DURABLE DANS L'ESPRIT DES CLIENTS EDF
UNE SAGA QUI PLAÎT

88% d'agrément
(vs une norme à 84%)

+23% de hausse
de l'agrément
à l'exposition
(vs une norme à 10%)

75% veulent
voir la suite !

34 M
de vues à 100% sur Internet

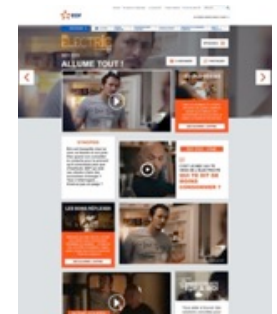
UNE TRACE DURABLE DANS L'ESPRIT DES CLIENTS EDF **UNE SAGA QUI PLAÎT**

**Dans le TOP 10 « Films »
des campagnes préférées des Français**

Dans le TOP 3 « Ecosystème performant »

Source : Publics Awards 2015 d'Ipsos

Chaque année, les Public(s) Awards récompensent des campagnes performantes, en termes d'agrément du consommateur, mais également en termes de trace mémorielle.



UNE TRACE DURABLE DANS L'ESPRIT DES CLIENTS EDF
UNE SAGA QUI MARQUE

46% de souvenir
spontané
(vs une norme à 27%)

+13% de hausse
du score prouvé
à l'exposition
(vs une norme à 5%)

+33% de hausse
du souvenir
à l'exposition
(vs une norme à 14%)

UNE TRACE DURABLE DANS L'ESPRIT DES CLIENTS EDF
UNE SAGA QUI BOOSTE LES PERFORMANCES D'EDF

126%

des objectifs commerciaux
remplis en 2014

Près de

50 % de
hausse

des souscriptions en ligne
pour les offres et services EDF

70% des Français

ont envie d'en savoir plus
sur les services EDF

80%

des Français
trouvent que la campagne
apporte des informations nouvelles.

82%

des Français
trouvent intéressants
les services soutenus.



ELECTRIC

UNE SAGA D'ÉRIC JUDOR



PARIS