

NOTRE AVENIR EST ÉLECTRIQUE ET IL EST DÉJÀ LÀ EDF PRÊT POUR L'AVENIR AVEC HAVAS PARIS

En 2015, sous l'impulsion de son Président Directeur général Jean-Bernard Lévy, EDF lançait sa stratégie : Cap 2030. Dans un contexte marqué par la transition énergétique et l'accélération du numérique, le Groupe EDF réaffirme sa proximité aux clients, la volonté d'un mix de production bas carbone et le développement à l'international tout en lançant un programme de transformation pour les 15 prochaines années.

Pour accompagner cette stratégie, EDF lance à compter du 8 avril une nouvelle campagne publicitaire (Tv, web, cinéma, presse) signée Havas Paris et dévoile son nouveau positionnement : « **Notre avenir est électrique. Et il est déjà là** ». EDF raconte les bénéfices des innovations portées par l'électricité. Un client particulier peut en effet devenir acteur de sa propre énergie en la produisant lui-même grâce à Smartflower, une collectivité peut constituer un écosystème énergétique intelligent sur son territoire, développer le transport électrique, favoriser les bâtiments à énergie positive et interagir avec le réseau électrique. Des start up développent chaque jour de nouveaux projets pour l'habitat connecté et l'utilisation de l'électricité pour favoriser la e-santé ou des villes plus sûres et autonomes. EDF produit une énergie capable d'accompagner tous les usages grâce à un mix énergétique vingt fois moins émetteur de CO2 que la moyenne européenne.

Réalisé par Martin Kalina (Big) sous la houlette créative de Christophe Coffre, le film « *Le Voyage dans le temps* » (60', 45', 30', 15') précédé d'une phase de teasing en Tv et sur les réseaux sociaux (15') raconte l'histoire d'un père de famille sur la route du retour des vacances, qui va de surprise en surprise en découvrant sur son chemin des innovations électriques. Il entend parler d'hydroliennes, des lampadaires qui s'allument et s'éteignent sur son chemin, cette fleur qui déploie ses pétales photovoltaïques sous sa fenêtre... a-t-il voyagé dans le temps ou est-ce vraiment possible ?

Dans le même temps, la campagne presse (4 visuels) signée par le photographe Laurent Chéhère met en scène des innovations emblématiques de l'avenir électrique : une ville qui recharge ses batteries, une fleur qui produit de l'électricité, une énergie en accord avec la nature, un éclairage intelligent lauréat des Prix EDF Pulse.

« *La campagne qui dépeint notre avenir électrique s'inscrit dans une tonalité à la fois concrète et poétique pour mieux souligner ce qu'il y a de futuriste dans ces innovations et en même temps de déjà présent* » explique Christophe Coffre, Président en charge de la Création.

