

LA SAGA ÉLECTRIC EDF FAIT SA RENTRÉE AVEC DEUX NOUVEAUX ÉPISODES ET UNE EXPÉRIENCE DIGITALE INÉDITE SIGNES HAVAS PARIS

LES AVENTURES D'ÉRIC ET FLEX CONTINUENT SUR LES ECRANS TV ET WEB

*Alors qu'Éric est installé dans "sa super baraque", l'heure est aux travaux d'isolation. Mais encore faut-il trouver le bon artisan. Malheureusement pour lui, Éric n'a pas eu le réflexe de consulter la liste des artisans partenaires d'EDF... La saga Électric d'EDF, signée Havas Paris, fait sa rentrée et se poursuit avec un 10^{ème} épisode sur les écrans TV et Web depuis le 6 septembre. Autre épisode, autre univers... Après les travaux, EDF dévoile le 15 septembre un **second épisode inédit, directement inspiré de Minority Report** et diffusé sur Internet uniquement. Le sujet est cette fois la nouvelle solution en ligne e.equilibre qui permet aux clients EDF de suivre leur consommation d'électricité. Une mise en scène futuriste pour un service innovant, sauf qu'avec Eric Judor et son acolyte Flex, nous ne sommes jamais à l'abri d'une « galère ».*

Heureusement, les internautes pourront prendre la main sur l'épisode et venir en aide à nos héros en ajoutant les trucages et effets spéciaux qui lui manquent. **L'opération « Special & Flex » débutera le 21 septembre** et viendra conclure une rentrée pleine de nouveautés et quatre semaines de campagne pour la saga Electric.

Sous la direction créative de Christophe Coffre, Président en charge de la création, la saga Électric écrite, interprétée et réalisée par Éric Judor, n'en finit pas de plaire. Lancée en juin 2014, la 8^{ème} campagne préférée des Français (*source Ipsos Public Awards 2015*) est plébiscitée par 88% d'entre eux et attendue par 75% des Français qui veulent connaître la suite. Et la campagne dépasse les 34 millions de vues sur le web. Coté business, la série soutient les performances commerciales de l'électricien qui affiche une hausse de 50% des souscriptions en ligne.

A travers la saga Électric, EDF prend la parole sur ses valeurs phares que sont la proximité et la relation clients pour mieux asseoir sa posture d'entreprise de services auprès de ses 26 millions de clients particuliers.