

LA SAGA ÉLECTRIC D'EDF REMPORTE UN LION AU FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA CRÉATIVITÉ 2015

Un lancement en juin 2014, 2 saisons et 9 épisodes plus tard... la saga ElectRIC d'EDF écrite, interprétée et réalisée par Éric Judor sous la direction créative de Christophe Coffre, Président en Charge de la création de l'agence Havas Paris se voit couronnée d'un Lion d'argent (catégorie Brand Content) au Festival International de la créativité 2015. Une fierté pour l'agence et une reconnaissance de la créativité de ce format nouveau, directement inspiré des séries télé et de la récurrence de formats courts, qui mêle avec réussite authenticité et humour populaire. A travers la saga ElectRIC, l'électricien 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.

« Je suis d'autant plus fier de ce prix qu'il récompense une grande marque populaire et l'une des campagnes préférées des Français » se félicite Christophe Coffre, Président en charge de la création d'Havas Paris. *« Cette campagne incarne le meilleur de ce que peuvent offrir les nouveaux formats mais surtout une rencontre entre une marque, une agence et un artiste. »*

Inspirée de la série Platane, la saga ElectRIC raconte, épisode après épisode, les aventures de Eric Judor, client EDF et son comparse Flex confrontés aux diverses galères de la vie quotidienne (du simple règlement de facture au déménagement) avec le conseiller EDF, attentif et capable de s'adapter aux demandes les plus improbables. Conçue pour mettre en scène la relation client autour des services EDF (un service par épisode) et créer des temps relationnels, la série s'inscrit dans un dispositif intégral qui mêle aux spots TV (30' ou 45'), cinéma et web, des spots radios, des contenus additionnels sur un mini site dédié electric.edf.com, de l'affichage in store dans les boutiques EDF, des opérations d'activation digitale, des emailing abonnés ainsi qu'un partenariat avec Allo ciné.

Reconnue par ses pairs*, la saga n'en finit pas de plaire aux Français. 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. Sur le web, la saga dépasse les 34 millions de vues aujourd'hui. Coté business, la série booste les performances commerciales de l'électricien qui affiche une progression de 126% de ses objectifs commerciaux en 2014 et une hausse de 50% des souscriptions en ligne.

La saga se poursuivra en 2015 avec 6 nouveaux épisodes inédits.

*Prix obtenus par la saga ELECTRIC d'EDF en 2015

CRISTAL FESTIVAL

Argent pour la Saga Electric d'EDF –Catégorie Flim Craft / Best casting

GRAND PRIX BRAND CONTENT

Prix Or pour la saga Electric d'EDF –Cat Services

ONE SHOW

Merit pour la Saga Electric d'EDF –Cat Writing

D&AD

Wood Pencil pour la Saga Electric d'EDF –Cat TV Campaign

NEW YORK FESTIVAL

Finalist pour la Saga Electric d'EDF –Cat Branded entertainment

Grand Prix Stratégies DE LA PUBLICITÉ

Prix Or pour la Saga Electric d'EDF –Cat Énergie