**< ENGIE et TBWA n’oublient personne dans la transition énergétique>**

Aujourd’hui, l’énergie, au travers de la transition énergétique, est devenue un sujet de société majeur. Ce défi, qui doit nous amener à lutter contre le changement climatique, montre des changements de plus en plus rapides et c'est une excellente nouvelle.

A côté de cela, cette transition a un impact direct sur le portefeuille des clients car ils savent désormais que réduire leur consommation a un effet considérable sur leur facture. Bref, une double motivation, car il s'agit à la fois de contribuer à un défi sociétal tout en maîtrisant ses dépenses.

« Cependant, ces changements soulèvent de nombreuses interrogations » reconnaît Gaetano Palermo, Head of Brand Advertising & Media chez ENGIE, « Entre la facture, les changements régulatoires et la palette d'actions possibles pour diminuer sa consommation, il y a beaucoup d'informations à intégrer. ». Voilà pourquoi ENGIE a renforcé l'équipe de son service clientèle, afin de mieux répondre à toutes ces questions.

C'est dans cette optique que TBWA dit "STOP, prenons une pause pour vérifier qu'on n'oublie personne". Cette campagne met en lumière le rôle de conseiller d'ENGIE en abordant 3 thèmes importants: la facture, le suivi de la consommation et la mobilité électrique. Plus que jamais, ENGIE met toute son énergie du côté de ses clients.

Un film réalisé par Florent Koziel (Karat), diffusé à la télévision, en ligne et au cinéma, dramatise ces questions à travers des personnes qui se sentent bloquées par des doutes ou des interrogations dans leur transition énergétique. Le reste de la campagne est soutenu en radio, en posters et en ligne.

La campagne a débuté par un volet plus corporate en PQ et en ligne. « Dans un contexte médiatique difficile, nous avons décidé d’intégrer une campagne réputationnelle à la campagne commerciale. Nous voulons montrer que chaque jour, 7000 collaborateurs d'ENGIE travaillent activement à la transition énergétique, développent des solutions innovantes et répondent aux milliers de questions de nos clients. Sans oublier le volontariat : nous sommes une entreprise socialement responsable », explique Florence Muls, Head Of Communication & CSR Benelux.

**<Insert contact TBWA: Hien Molly Vu Duc>**

**<Insert contact TBWA: Nell Dumortier>**

**<Insert contact: Gaetano Palermo>**