

DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

Nom de l'entité déposante :
W2P Production

agence

annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur :
Agence : W2P Production
Annonceur : Eau Thermale Avène

NOM DE LA CAMPAGNE :
#TimeToSpray

CATÉGORIE : **AUDIOVISUEL**

DATE DE CAMPAGNE : 2019

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : WEB / Réseaux Sociaux / MONDE

À SAVOIR



- Les 10 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, **en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.** Aucun autre modèle ne sera accepté.
- L'ensemble de votre dossier ne doit pas dépasser 20 slides.

Vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE de vos campagnes / actions au Coup de cœur du Public. Cocher la case suivante pour sélectionner ce dossier :

je souhaite participer au COUP DE COEUR DU PUBLIC

Dossier à renvoyer avant le : 16 septembre 2019

Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slider à remplir en 3 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

Campagne digitale BtoC autour des 11 gestes de soins possibles avec le spray **d'Eau thermale d'Avène**.

W2P Production a imaginé un dispositif vidéos international #TimeToSpray et produit un kit digital de 33 vidéos de 15'' à 22'' dans les formats 16/9, carrés et verticaux, soit plus de 400 vidéos !

2 RAPPEL DE LA DEMANDE

- Remettre **au centre de la communication** le Spray d'Eau thermale d'Avène en 2019.
- Redonner au Spray sa place de **produit emblématique** au sein de la marque Eau Thermale Avène.
- **Valoriser le Spray d'eau thermale d'Avène** auprès des consommateurs dans toutes ses dimensions (et ne pas le réduire à un simple geste fraîcheur).

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Développer des **contenus vidéos courts** à destination des consommateurs autour des **gestes de soins** du Spray d'Eau thermale d'Avène.

4 LA PROBLEMATIQUE

- Maximiser le nombre de formats afin de permettre à Eau Thermale Avène d'être présent sur tous les supports digitaux.
- Avoir un format compréhensible dans le monde entier, facilement éditable et déclinable.
- Se différencier des formats existants / concurrents
- Format identifiable facilement : Eau Thermale Avène prend la parole

#UnHashtagCommeSignature

- Donner une **identité #social immédiate**, et donc induire le partage et l'échange.
- Souvent **en anglais**, pour gagner en efficacité et en faire le socle commun de tous ces contenus dans leurs déclinaisons internationales.
- Enfin et surtout, il est **court, synthétique**, et peut incarner la signature de l'ensemble des prises de parole d'Avène sur le spray d'Eau Thermale.

Des contenus passés au filtre de la simplicité

- Des **vidéos sans dialogues**, pour être certain d'être adapté au support de diffusion pour faciliter la déclinaison internationale.
- Des **messages courts et clairs**, pour bien assimiler les gestes. Et aussi, pour **émerger** plus facilement dans le bruit et le flux constant d'informations des supports.
- Enfin et surtout, pour contribuer à la « **couleur** » **globale de la marque** et du produit : tout en authenticité et sans besoin d'artifices pour prouver son intérêt.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

#TimeToSpray

#TimeToSpray : le spray d'Eau thermale d'Avène accompagne les moments d'inconfort quotidien de tous les utilisateurs
L'idée est de montrer, dans un format court, les situations d'inconfort du quotidien. Comment un geste avec le spray d'Eau Thermale d'Avène apporte confort et apaisement à l'utilisateur. Chaque vidéo est déclinable en format (carré, vertical, horizontal) et adaptable pour chaque pays de la marque.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

Univers

L'univers présenté est très sobre. Nous sommes dans un studio, les arrière-plans sont clairs, les lumières aussi.

Les éléments de contexte que l'on trouvera (situation, ambiance, moment de la journée...) seront signifiés par des accessoires. Une étagère de salle de bain, un hublot pour le voyage, des altères pour le sport, un oreiller ou une blouse pour l'hôpital...

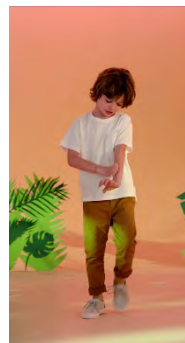
Tournage Multi-formats

Sur un court temps de tournage et dans un souci d'optimisation des coûts, nous avons écrits chaque script afin que l'on puisse filmer en 3 ratios de formats chacune de nos prises : Horizontal (YouTube), Carré (Facebook & Instagram), Vertical (Insta Stories).

8 LES VISUELS



#TimeToSpray
Et vous, quel est
votre moment ?



8 LES VISUELS



Les différentes vidéos produites
<https://www.w2p-production.com/projet/eau-thermale-avene-timetospray/>



Le making of du projet
<https://vimeo.com/318028202>

9 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- Chaque pays a pu déployer de manière autonome son plan d'action pour répondre aux attentes consommateurs avec le kit digital de 33 vidéos adaptés à sa langue
- Exemple Italie : Sponsoring plus massif à hauteur de 30K€ est à venir dans les mois qui arrivent.
- Exemple Afrique du Sud : Création de contenus locaux en lien avec #TimeToSpray. Engagement sur Facebook de manière organique.
- Exemple Maroc : Communication sur Facebook + trafic vers le site de marque.

10 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Campagne digitale douce et ancrée dans les valeurs d'Eau Thermale Avène
- Direction artistique colorée et originale. Toute en simplicité.
- Multiplicité des formats
- Campagne bien reçue au sein du groupe Pierre Fabre et de ses pays

11 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...) ?

- Facebook : + de 1M de vues – Taux d'engagement moyen 2%
- Instagram : 50.000 vues pour + de 120 commentaires
- Fort taux d'engagement en Italie, Allemagne, Espagne
- Appropriation de la campagne en Afrique du Sud, le pays a créé du contenu autour de ce produit emblématique et des différents gestes de soins quotidiens
- Bon trafic vers le site de la marque au Maroc (12% d'engagement)

12 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

W2P Production est signataire de l'engagement EcoProd : pour des productions audiovisuelles respectueuses de l'environnement.

W2P Production s'engage ainsi à toujours garder en tête la règle des 3R : Réduire, Réutiliser, Recycler (et lorsque l'on doit jeter, on trie !).

A l'agence :

- Utilisation de produits recyclés, locaux et éco-responsables. Privilégier les visioconférences aux déplacements. Dématérialisation comptable. Impression recto-verso des documents sur papier recyclé et avec cartouches recyclée. Choix d'équipements économes en énergie, organisation du recyclage des déchets ...
- Pendant les tournages & la post-production : moyens de déplacement bas carbone, optimisation des déplacements, choix de techniques de diffusion virtuelle et d'archivage numérique, gestion du catering avec des produits locaux ...

13 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : W2P PRODUCTION / EAU THERMALE AVENE
- NOM DE LA CAMPAGNE : #TimeToSpray

- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE :

Valoriser les différents gestes de soins possibles avec le Spray d'Eau thermale d'Avène

- STRATEGIE ADOPTÉE :

Campagne digitale & social media avec une multiplicité de contenus audiovisuels, adaptés à tous les supports de diffusion (Facebook / Instagram / YouTube)

- RESULTATS :

Excellente appropriation de la campagne par les utilisateurs avec du trafic vers le site de Marque