

Communiqué de presse 27/06/2023

**(« Qu'est-ce qu'on a ? »)
Bouygues Telecom change de style
avec une saga policière**

Lien Youtube (2x50'' RP) : <https://youtu.be/IWJiddUkFi0>

Lien Youtube (3x20'' RP) : <https://youtu.be/YAsm1IO-Kyc>

Le numérique fait désormais partie intégrante de nos vies. Pour maintenir les relations avec nos proches, partager des souvenirs, se divertir en famille devant un film, en apprendre davantage sur le monde qui nous entoure, étudier, télétravailler, le numérique prend de plus en plus de place dans notre quotidien, chez soi ou partout ailleurs. À tel point qu'on a parfois du mal à s'en passer, et qu'au moindre problème... c'est le drame. Une coupure de réseau, un WiFi qui lâche, un téléphone cassé, un smartphone piraté, autant d'événements qui peuvent soudainement paraître catastrophiques. **Chaque problème numérique est vécu comme un désastre.**

Face à ce constat, Bouygues Telecom et son agence BETC lancent un nouveau territoire publicitaire, au service de la plateforme de Marque « On est fait pour être ensemble » :

- en démontrant à quel point les solutions numériques proposées par Bouygues Telecom sont une réponse efficace aux besoins quotidiens de ses clients
- en dédramatisant ces problèmes de connectivité via un genre populaire, qui rassemble des millions de personnes derrière leurs écrans : l'enquête policière.

Bouygues Telecom et BETC présentent donc la Force d'Intervention Bouygues Telecom, (F.I.B) composée de 3 spécialistes qui mettent fin aux problèmes numériques.

Ce territoire, c'est aussi une nouvelle saga publicitaire, capable de porter l'ensemble des preuves de Bouygues Telecom, tout au long de l'année. L'occasion pour la marque de mettre au cœur de son discours son expertise, son métier d'opérateur fixe et mobile, la qualité de ses réseaux 4G et 5G et l'ensemble de ses solutions aux problèmes de connexion des Français. C'est un événement pour Bouygues Telecom.

La saga est lancée dans un premier temps avec deux campagnes : Bbox Fibre WiFi 6E puis les Solutions Sécurité Smartphone, diffusée dès le 25 juin pour la première. À la réalisation, la marque a pu compter sur le talent de Vincent Lobelle et celui d'Iconoclast à la production. La campagne vivra dans un écosystème global : un film TV décliné en 45, 30 et 15 secondes, 3 VOL ciblées de 15 secondes et une multitude d'assets digitaux reprenant les codes de l'enquête pour présenter la richesse de l'offre fixe de l'opérateur.

Des campagnes qui s'inscrivent dans une démarche d'éco-production entreprise par Bouygues Telecom.

Bouygues Telecom et BETC ont mis en place pour la réalisation de ces films publicitaires plusieurs règles pour maîtriser l'impact carbone de ces projets.

- Une production 100% réalisée et produite en France imposant le transport en train.

- Un seul tournage pour 2 campagnes TV, mais aussi une campagne d’affichage et une grande variété d’assets digitaux : mutualiser les productions permet de réduire l’empreinte carbone de la réalisation de ces films de Bouygues Telecom.
- En consultant un acteur tiers pour une meilleure optimisation de la production : le début d’une collaboration avec « A Better Prod », acteur qui accompagne les entreprises dans leur transition environnementale et sociétale.

Contacts presse

BETC

Camille CHANG

camille.chang@betc.com

BOUYGUES TELECOM

Stephanie BRUN

sbrun@bouyguetelecom.fr

