

Communiqué de presse



GDF SUEZ ouvre le dialogue dans sa nouvelle campagne de publicité

9 octobre 2013

Dès le 14 octobre, GDF SUEZ lance une nouvelle campagne de communication en France, dans laquelle, il ouvre le dialogue, et apporte ses réponses aux interrogations du public dans le domaine de l'énergie. L'accent est mis sur un échange direct entre le public et les collaborateurs de GDF SUEZ. Cette nouvelle campagne aborde ainsi plusieurs thématiques sur lesquelles le Groupe réaffirme sa place et met en avant ses actions.

« Avec cette nouvelle campagne de communication, le Groupe participe ainsi au débat énergétique à travers l'échange et rappelle ses valeurs et ses ambitions. La démarche innovante du dialogue crée une relation plus directe et personnalisée avec les consommateurs », a souligné Valérie Bernis, Directeur Général Adjoint en charge des Communications, Marketing et Développement Durable de GDF SUEZ.

Dans les médias, le dialogue est matérialisé par un visuel clé : deux pièces de puzzle qui s'emboîtent, l'une portant l'interrogation des citoyens et l'autre apportant la réponse de GDF SUEZ.

GDF SUEZ laisse également la parole aux internautes. Chacun pourra ainsi, sur internet, interroger le Groupe sur ses activités, ses engagements, ses défis ou toute autre question en lien direct avec ses activités. Le Groupe répondra dans un délai de 48 heures aux questions posées sur le site de GDF SUEZ (www.gdfsuez.com).

Enfin des vidéos développant les thématiques de la campagne seront également à disposition sur le site de GDF SUEZ et sur YouTube, chacune d'entre elles apportant des éléments de compréhension clairs et pédagogiques. (exemple : <http://www.youtube.com/watch?v=Smb8dtN3aVo>)

Exemple de visuel :

Notre pouvoir d'achat baisse et le coût de l'énergie augmente

Chez GDF SUEZ, vous pouvez choisir une offre électricité-gaz à prix fixe pendant 2 ans*

Acteur mondial de l'énergie : électricité, gaz naturel, services à l'énergie.

Plus de réponses sur gdfsuez.com
*Hors évolution des impôts, taxes et contributions de toute nature.
Voir conditions sur gdfsuez.com
L'ÉNERGIE EST NOTRE AVENIR, ÉCONOMISONS-LA !

GDF SUEZ
ÊTRE UTILE AUX HOMMES

À propos de GDF SUEZ

GDF SUEZ inscrit la croissance responsable au cœur de ses métiers (électricité, gaz naturel, services à l'énergie) pour relever les grands enjeux énergétiques et environnementaux : répondre aux besoins en énergie, assurer la sécurité d'approvisionnement, lutter contre les changements climatiques et optimiser l'utilisation des ressources. Le Groupe propose des solutions performantes et innovantes aux particuliers, aux villes et aux entreprises en s'appuyant sur un portefeuille d'approvisionnement gazier diversifié, un parc de production électrique flexible et peu émetteur de CO₂ et une expertise unique dans quatre secteurs clés : la production indépendante d'électricité, le gaz naturel liquéfié, les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique. GDF SUEZ compte 138 200 collaborateurs dans le monde pour un chiffre d'affaires en 2012 de 82 milliards d'euros. Coté à Paris, Bruxelles et Luxembourg, le Groupe est représenté dans les principaux indices internationaux : CAC 40, BEL 20, DJ Euro Stoxx 50, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe, ASPI Eurozone, Euronext Vigeo Eurozone 120, Vigeo World 120, Vigeo Europe 120 et Vigeo France 20.

Contact Presse :

Tél France : +33 (0)1 44 22 24 35
Tél Belgique : +32 2 510 76 70
E-Mail : gdfsuezpress@gdfsuez.com

Contact Relations Investisseurs :

Tél : +33 (0)1 44 22 66 29
E-Mail : ir@gdfsuez.com

 [@gdfsuez](https://twitter.com/gdfsuez)

FICHE TECHNIQUE

Responsables annonceur GDF SUEZ

Directeur Général Adjoint en charge des Communications, Marketing et Développement Durable :
Valérie Bernis

Directeur de la communication interne et externe :
Christophe Morange

Responsable de la communication externe et de l'image du Groupe :
Karine Rachmann

Agence de publicité : **Publicis Conseil**

Directeur de Création : **Hervé Riffault**

Achat d'Art et Production

Achat d'Art : **Jean Luc Chirio et Aurélie Lubot**

Photographe : **Bill Gentle**

Production (Prodigious) : **Gaël Cheval et Dorothée Lemaitre**

1^{ère} date de diffusion : 14 octobre

Plan média : presse, affichage et internet

- Presse :

- une vague nationale à partir du 14 octobre de 8 semaines au sein de 33 titres nationaux (13 quotidiens, 12 hebdomadaires et 8 mensuels),
- une vague régionale à partir du 17 octobre dans 63 titres de presse quotidienne régionale.

- Internet :

une prise de parole coordonnée sur 3 types de dispositifs, du 14 octobre au 30 novembre :

- une prise de parole sur les portails qui va délivrer 108 198 031 PAP,
- 6 sites affinitaires qui vont délivrer 28 327 966 PAP,
- des prises de parole associées à des ciblage spécifiques qui vont délivrer 24 300 000 PAP.

- Affichage :

- une vague nationale de 2 semaines, du 4 au 17 décembre, comprenant 1 513 faces dans 22 agglomérations et 30 aéroports.
- un dispositif ad hoc de recharge, du 4 au 17 décembre, sur 10 aribus à Paris, 4 aribus à Marseille et 3 aribus à Lyon proposant de recharger leurs mobiles grâce à des cordons reliés à des batteries en lithium-fer-phosphate.