

## PRIX DE LA COMMUNICATION RSE



COM-ENT D'ARGENT

### CAMPAGNE RAISON D'ÊTRE

Entreprise : **Transdev Group** Agence : **Paul Wauters**

Date : 03-2022 / 10-2022

#### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Le Groupe Transdev est un acteur mondial de la mobilité implanté dans 18 pays en 2022 et opérateur et intégrateur de modes de déplacement adaptés et respectueux de l'environnement pour une mobilité durable et inclusive. Parce que la mobilité est essentielle pour se rencontrer, travailler, étudier... ou tout simplement vivre, « Transdev permet à chacun de se déplacer chaque jour grâce à des solutions sûres, efficaces et innovantes au service du bien commun ».

C'est notre Raison d'Être qui est la boussole de nos 82,000 collaborateurs, qui guide nos décisions au quotidien, au service des collectivités territoriales et de nos passagers. En 2022 nous avons souhaité rassembler nos collaborateurs autour de cette Raison d'Être et l'incarner à travers une grande campagne de communication interne et externe.



## POUR QUI ?

Les cibles de la campagne sont doubles :

- Externe : clients et cible institutionnelle (partenaires), grand public
- Interne: les 82 000 collaborateurs Transdev à travers le monde.

## COMMENT ?

En incarnant notre raison d'être à travers la diversité des missions quotidiennes de nos collaborateurs qui œuvrent tous pour le bien commun, sur des sujets RSE : « Être partie prenante de la transition écologique », « désenclaver les territoires », « faire avancer les talents », « faire bouger les lignes (pour les femmes) », c'est notre quotidien .

La campagne est riche de nombreux supports, diffusés sur l'ensemble des réseaux sociaux du groupe et des pays où nous sommes présents, sur notre site web, dans nos réseaux de transport et via nos canaux de communication interne. Un film 'vision' met en avant des collaborateurs qui expriment leur contribution au bien commun, et des supports print et digitaux renvoient vers des témoignages vidéo individuels, afin d'enrichir l'histoire à travers de nombreux points de contact.

## QUELS RÉSULTATS ?

Une campagne suscitant un fort engagement :

- Nombre total de vues sur les vidéos de la campagne : 875 631
- Nombre total d'engagements : 121 704 (clics, likes, partages) dont 1 246 partages et un taux d'engagement organique de 12,5%
- Nombre de visites sur la page web de la campagne: 6 658
- Téléchargements des outils de la campagne sur plateforme interne : 2 180

Les équipes communication des pays s'en sont saisie et continuent encore aujourd'hui à publier du contenu dans la continuité de celui de la campagne, portant notre Raison d'Être encore un peu plus loin.