

ANDRA

EAU - ÉNERGIE

L'Agence nationale pour la gestion des déchets radioactifs (Andra) est un établissement public à caractère industriel. Indépendante des producteurs de déchets radioactifs, l'Andra est placée sous la tutelle des ministères en charge de l'énergie, de l'environnement et de la recherche. L'Andra met son expertise au service de l'État pour trouver, mettre en œuvre et garantir des solutions de gestion sûres pour l'ensemble des déchets radioactifs français afin de protéger les générations présentes et futures du risque que présentent ces déchets.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

**PRÉSENCE À
L'INTERNATIONAL**

706
**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**

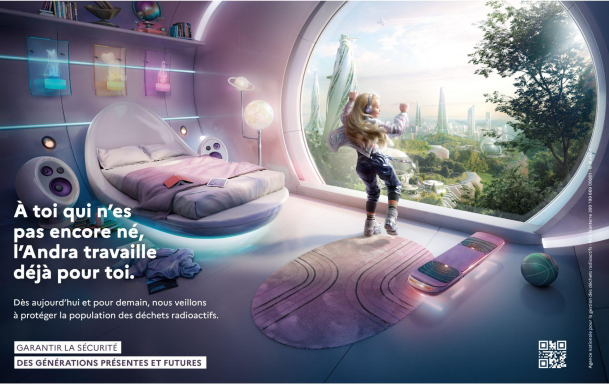
ANDRA

Lettre aux générations futures

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Si chacun sait que l'électricité française provient majoritairement des centrales nucléaires qui produisent des déchets radioactifs, beaucoup ignorent ce qu'il est fait de ces déchets et qu'il existe un organisme dédié à leur gestion. Opérateur public, l'Agence nationale pour la gestion de déchets radioactifs (Andra) assure pourtant une mission essentielle : stocker les déchets radioactifs de façon sûre afin de protéger les générations actuelles et futures du danger qu'ils représentent. Car ces déchets sont là et pour longtemps. Notre génération se doit de s'en occuper aujourd'hui, pour ne pas en reporter la charge sur les générations futures. Il était donc nécessaire pour l'Andra de rappeler l'importance de sa mission dans une période où l'attention portée aux générations futures est au cœur des enjeux sociétaux et environnementaux.



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère de l'Énergie

ANDRA
Agence nationale pour la gestion des déchets radioactifs

À toi qui n'es pas encore né, l'Andra travaille déjà pour toi.

Dés aujourd'hui et pour demain, nous veillons à protéger la population des déchets radioactifs.

**GARANTIR LA SÉCURITÉ
DES GÉNÉRATIONS PRÉSENTES ET FUTURES**

© 2023 Andra. Tous droits réservés.

NOVEMBRE 2023 - BUDGET : 339 100€

Budget total diffusion de 233k€ qui comprend : Campagne média : 89k€
Campagne affichage Decaux : 116k€ Campagne affichage ultra locale : 28k€
+ Budget production : 106,1k€ Budget total campagne : 339,1k€



ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS

ANDRA

Lettre aux générations futures

POUR QUI ?

Avec un univers de campagne onirique et futuriste, l'Andra adresse un message de réassurance et de confiance à ses différents publics : les riverains vivant à proximité de ses centres de stockage dans le Grand Est, mais aussi ceux plus éloignés. Une stratégie de campagne mobile géolocalisée a été déployée pour cibler ces communautés voisines afin de renforcer le message là où il résonne le plus. Déclinée sur Internet, la campagne vise à faire connaître et informer le grand public de la mission de l'Andra, tandis qu'un film « Lettre aux générations futures » met en avant l'engagement des salariés de l'Agence envers ceux qui nous succéderont, dans un contexte de marché de l'emploi tendu.

COMMENT ?

Comme une lettre adressée aux générations futures, la campagne 360° signée "À toi qui n'est pas encore né, l'Andra travaille déjà pour toi », réaffirme la raison d'être de l'Agence : protéger les générations à venir en assurant une gestion responsable des déchets radioactifs. Réalisée avec le studio 3D Illusion, la campagne s'appuie sur deux visuels aux touches chaleureuses et rassurantes. Déployée en novembre 2023 via des affichages digitaux et print, elle a bénéficié d'une diffusion élargie sur les réseaux sociaux en organique et en média. Une stratégie de campagne mobile géolocalisée a ciblé les communautés voisines des installations de l'Agence. Enfin la campagne se prolonge en ligne grâce à un site web dédié et des contenus (vidéo, infographies animées, espace d'expression) pour en savoir plus.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

LES RÉSULTATS

La campagne web a dépassé les attentes avec +34 millions d'impressions, atteignant ainsi son objectif de visibilité. Le print et la géolocalisation quant à eux ont permis un bon niveau de mémorisation. Le CTR a été plus de deux fois supérieur sur un benchmark sectoriel. Sur le plan quali, les retours ont été à 75% positifs, signe qu'elle a fonctionné malgré le potentiel de controverse inhérent à ce sujet. Enfin, la vidéo « Lettre aux générations futures » sur Youtube a fait un score exceptionnel au regard du sujet traité et les retours internes montrent qu'elle a renforcé la fierté et le sentiment d'appartenance des salariés.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Afin de s'assurer que le message et la campagne soient parfaitement conformes aux règles d'éthique et aux codes déontologiques mis en place par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, une consultation auprès de cette dernière a été organisée en amont de la diffusion la campagne alors même que celle-ci n'était pas vouée à être diffusée en télé. La campagne de l'Andra respecte donc les règles à appliquer pour une publicité loyale, véridique et saine.

