



Saint-Gobain

Industrie manufacturière

Saint-Gobain : leader mondial de la construction durable. Conçoit, produit et distribue des matériaux et services pour les marchés de l'habitat et de l'industrie. Ses solutions se trouvent partout dans la vie quotidienne : bâtiments, transports, infrastructures et applications industrielles. Présent dans 79 pays, 168 000 collaborateurs dans le monde dont 35 000 en France - Confort, performance et durabilité au cœur des enjeux du Groupe, afin de répondre aux défis de décarbonisation. Engagé à zéro émission nette en carbone d'ici 2050 - L'engagement du Groupe est guidé par sa raison d'être « Making the world a better home.

- **CHIFFRE D'AFFAIRES : 47 900 000 000€**

- **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Oui**

- **168 000 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**



Saint-Gobain

#VISERPLUSHAUT POUR MIEUX HABITER LE MONDE : LA CAMPAGNE DE SAINT-GOBAIN, SUPPORTEUR OFFICIEL DE PARIS 2024

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

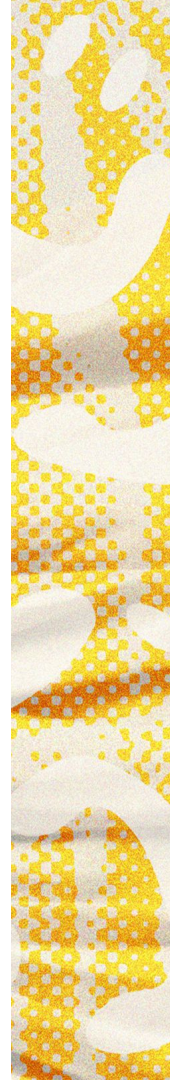
OBJECTIFS DE COMMUNICATION INTERNE

- fédérer l'ensemble des collaborateurs autour de ce partenariat sportif mondial
- renforcer la cohésion et le sentiment d'appartenance au Groupe en s'appuyant sur le partenariat comme levier stratégique (renforcer sa raison d'être)
- mobiliser les équipes autour de la contribution du Groupe aux jeux olympiques et paralympiques 2024
- inviter les collaborateurs à participer au rayonnement des valeurs de l'Olympisme / Paralympisme

OBJECTIFS DE COMMUNICATION EXTERNE

- renforcer la visibilité du Groupe Saint-Gobain (savoir-faire, expertise..)
- développer la notoriété de la marque
- promouvoir l'attractivité de Saint-Gobain en tant qu'employeur

06-2023 / 12-2024



Saint-Gobain

#VISERPLUSHAUT POUR MIEUX HABITER LE MONDE

POUR QUI ?

CIBLE INTERNE : 168 000 collaborateurs (France, International)

CIBLES EXTERNES:

- Clients-artisans
- Grand Public(+Médias)
- Partenaires institutionnels

COMMENT ?

Un dispositif de 14 MOIS autour de :

3 activations sportives urbaines, olympiques : le running, le football, le skate

- RUNNING (cible: interne): un défi accessible à tous via une application mondiale de course à pied. 4 mois de challenges individuels et collectifs

- FOOTBALL (cibles: interne (80%) & externe): 5 mois de tournois de Foot à 5 mixte dans 21 villes de France, 16 pays réunissant collaborateurs et clients-artisans, avec une grande finale à Paris

- SKATE (cible: externe): la conception d'un skatepark unique 100% 3D béton de 400m2 au cœur de la Défense accessible au Grand Public pendant la période des Jeux

...et incluant: 3 RDV #VISERPLUSHAUT: Talks mensuels, 1 Showroom des Jeux, 1 programme d'hospitalité-client

- 3 TEMPS FORTS COLLABORATEURS pour mobiliser et célébrer

- 1 PLAN DE COMMUNICATION A 360° pour contenus & impact

Saint-Gobain

#VISERPLUSHAUT POUR MIEUX HABITER LE MONDE

LES RÉSULTATS

KPIS INTERNES

- RUNNING: 1,5M kms parcourus, 42192 collectés pour la Fondation, 16 Marathoniens, 5 porteurs de Flamme.

- FOOTBALL: 38 tournois internationaux, 5000 joueurs, 25% de femmes.

RDV #VISERPLUSHAUT : 9 talks mensuels, 3400 salariés touchés, 34000 connexions collab.

ENQUETE IPSOS*: 84% des collab. « fiers » du partenariat, 88% considèrent le partenariat comme vecteur d'image positive. 75% ont adhéré au slogan #ViserPlusHaut.

KPIS EXTERNES

- 1645 226€ de retombées médias au global (équival pub) audience cumulée de 18 915 729 pers, 2 340 684 impressions (organiques) sur les RS.

- SKATEPARK: 3000 visiteurs, 762 014 € retombées médias, 162 818 impressions sur les RS.

HOSPITALITÉ: 2679 tickets (Paral)Olympiques Paris 2024 distribués.

SHOWROOM: 300 visiteurs/mois. (*Enq. interne Ipsos, 30K collab)

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

INCLUSIVITE/DIVERSITÉ AU CŒUR DES ACTIONS ! Activations sportives ouvertes à tous (valides, invalides, hommes, femmes).

Ex: Foot à 5: 25% de femmes inscrites.

Dotations/jeux: parité respectée, tickets autant pour les JO que Paralympiques. 9 Talks sur le sport/bien-être & santé.

5 Porteurs de Flamme incl. des pers en situation d'handicap.

Enquête interne Ipsos* : esprit d'équipe

(51%), diversité/inclusion (33%), engagement (33%): les 3 mots-clés choisis par les collab. pour décrire l'ambition du partenariat.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL : un skatepark conçu 100% 3D béton (réduction des déchets/GES) transmis en héritage à la ville de Puteaux pour perdurer la culture skate.

Showroom réutilisant un lieu existant, valorisant 52 projets durables du Groupe. (*Ipsos interne, 12/11-31/12/24, 30K collab)