

PRIX DU FILM INTERNE

COM-ENT D'ARGENT

LE SENS DES PRIORITÉS, UNE COMÉDIE MUSICALE SUR LE COVOITURAGE

Entreprise : Arkéa Banque Entreprises et Institutionnels

Date : 09-2022

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Promouvoir l'usage du covoiturage pour les trajets domicile / travail. Objectif en lien avec les engagements RSE du groupe de réduire son empreinte carbone.



POUR QUI ?

Pour promouvoir le covoiturage dans les trajets domicile / travail et mettre en lumière les résistances à son utilisation, nous avons réalisé une mini comédie musicale dont les comédiens sont des collaborateurs de la banque. Les chansons sont des créations originales composées et interprétées pour le film par des artistes rennais. Une chorégraphe nous a accompagnés et formés.

Pour ce projet collectif, 61 salariés ont accepté de jouer le jeu. Le film diffusé en interne, puis sur youtube en version publique, a obtenu plus de 10 000 vues en un mois. L'entreprise propose en parallèle un forfait mobilité annuel pouvant aller jusqu'à 500 euros pour encourager le covoiturage.

COMMENT ?

Pour parler covoiturage, nous avons choisi le registre de la comédie musicale, expression à mi-chemin entre le réel et le merveilleux. Elle apporte de la légèreté pour aborder frontalement un thème sensible et souligner sans culpabiliser comment, chacun de nous, seul dans sa voiture, contribue à l'émission des gaz à effet de serre et aux embouteillages.

En impliquant un maximum de collaborateurs dans ce projet (avec de nombreux figurants), nous souhaitons aussi faciliter, en douceur, les changements de comportement.

QUELS RÉSULTATS ?

- Le 8 septembre, projection en plein air et en avant-première, lors d'une soirée d'entreprise au Château d'Apigné (Rennes, 500 collaborateurs).
- Le 9 septembre sur l'intranet Groupe.
- Le 13 septembre sur la page LinkedIn et sur la page YouTube de la banque.

En tant qu'opération de communication, on peut seulement mesurer l'audience, car le covoiturage reste une démarche individuelle et privée. Sans aucun achat d'espace ou opération de push marketing, à ce jour 10 300 vues sur youtube (mise en ligne le 13 septembre 2022).

Un record pour nos vidéos internes. Première vidéo sur la chaîne Arkéa Banque E&I, la seconde réalise 5 700 vues. Et si on prend la chaîne du groupe CMA auquel est rattaché Arkéa Banque E&I, elle atteint la seconde place, derrière un film institutionnel sur la stratégie du groupe posté il y a 5 ans (12 000 vues).