



RTE

EAU - ÉNERGIE

RTE (Réseau de Transport d'Électricité) est le gestionnaire du réseau français à haute et très haute tension. Fondée en 2000, cette entreprise publique assure la sécurité et la performance du système électrique national, facilitant le transport de l'électricité sur tout le territoire. RTE joue un rôle essentiel dans la transition énergétique, en favorisant l'intégration des énergies renouvelables et en développant des infrastructures innovantes pour répondre aux défis futurs de l'électricité.

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

CHIFFRE D'AFFAIRES

7 800 000 000

**PRÉSENCE À
L'INTERNATIONAL**

9 000

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**



RTE

RTE - "Protect The 99"



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

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Les entreprises sont plus que jamais exposées aux menaces "cyber". Les failles sont bien souvent humaines... mais le sujet, malheureusement, n'intéresse pas. Les publics internes des entreprises se sentent peu concernés. RTE assure 99,99% de continuité d'alimentation électrique sur le territoire français. Une cyber attaque de son infrastructure pourrait provoquer un effondrement du système électrique européen !

Comment interpeller, sensibiliser et engager les 9000 collaborateurs de RTE pour leur transmettre les bonnes pratiques et leur faire adopter les bons comportements ? Nous avons développé une campagne de communication interne immersive et gamifiée basée sur une structure narrative hyper impactante utilisant tous les codes des séries d'espionnage et du jeu à énigmes.

SEPTEMBRE 2023 À MAINTENANT - BUDGET : 110 000€

Ce budget comprend : Concept, Stratégie éditorial et créative, scénarisation, film, plateforme de jeu digitale et kit de communication interne



DES
**ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS**

POUR QUI ?

Un public cible hétérogène en bureau ou sur le terrain se sentant peu concerné par le sujet et les enjeux de la cybersécurité.

Et pourtant, leur vigilance et l'adoption de bons comportements sont primordiales pour la cybersécurité de RTE.

Le dispositif devait pouvoir toucher ces différents profils en poste ou sur le terrain. Le format "On The Go / Mobile" de la plateforme de jeu et des vidéos favorisait différents comportements de consommation de l'information (Sur ordinateurs au bureau, mais aussi sur smartphone n'importe où...)

COMMENT ?

- Affiche piège / hameçon avec vidéo recrutement par l'agence de la DGSi cachée
- Affichage interne dans tous les bureaux RTE en France (salles de pause, bureaux, cantines, ascenseurs...)
- Diffusion vidéo bande annonce du jeu sur les écrans internes + QR code sur supports print
- Emailing 7 vagues (1 annonce + 6 invitations aux 6 missions)
- Landing page hébergeant informations, bonnes pratiques, vidéos immersives et "true stories" sur la cybersécurité
- Plateforme de jeu digitale mobile accessible uniquement avec code
- Communication sur le réseau social interne RTE + 6 articles de blog
- Diffusion dans le magazine interne collaborateurs

RTE

RTE - "Protect The 99"

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

LES RÉSULTATS

La campagne lancée en septembre 2023 en est à la 4ème mission sur 6 à déployer. Le dispositif se veut durable dans le temps et restera actif sur plusieurs années.

Dès le lancement, + de 5000 collaborateurs ont été exposés à la campagne, + de 2800 visites uniques sur les contenus pédagogiques et + de 1200 joueurs uniques dès les premiers jours. 14 minutes d'apprentissage par session en moyenne.

La viralité interne est en cours et le nombre de joueurs ne cesse d'augmenter depuis. Les données comportementales permettent aux équipes de sensibilisation et à la direction des systèmes d'information de RTE d'identifier les sujets et lacunes sur lesquels travailler à l'avenir.

Les remontées de campagne témoignent d'un intérêt fort.

Ce dispositif "d'éducativité" marque les esprits en disruptant la sensibilisation et la com interne.


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS