

Communiqué de presse

Le 22 septembre 2020

Hopening à l'honneur!

GRAND PRIX STRATÉGIES DU DIGITAL OR 2020

pour la campagne « Les Animaux Imaginaires » au profit du WWF France

Le Grand Prix Stratégies du Digital valorise la qualité, la pertinence, l'innovation et la créativité des campagnes de communication digitales. Avec ce trophée OR, attribué dans la catégorie « CAMPAGNES DIGITALES », le travail des équipes de Hopening en coopération avec l'agence Integer est récompensé pour les solutions apportées au WWF France permettant de répondre à la problématique de sensibilisation sur la disparition des espèces et du recul de la biodiversité.



Nous sommes fiers du travail effectué par les collaborateurs de Hopening, d'Integer et du WWF France, et pour leur capacité à travailler de concert afin de donner vie à cette campagne digitale innovante. Cette reconnaissance par le milieu professionnel, vient saluer notre capacité à créer des dispositifs digitaux novateurs de sensibilisation et de collecte.

Un grand merci à Isabelle Autissier, Aure Atika, Emmanuel Rondeau, Benoit Allemane, Yannick Jaulin et tout le studio Schmooze, ainsi qu'à JCDecaux et au réseau média France TV Publicité qui ont contribué au succès de l'opération.

Le dispositif :

- La mécanique principale de cette campagne 360° repose sur un dispositif inédit : la mise en ligne et la diffusion de la première série de podcasts intégrant un appel à dons.
- Les Podcasts ont été imaginés sous formes de 5 contes pour adultes et enfants, écrits et racontés par des conteurs, écrivains et personnalités impliqués dans la sauvegarde des espèces et autour de 5 espèces emblématiques : tigre, dugong, rhinocéros, ours polaire et abeille.

hopening

- La campagne a d'abord été diffusée sous forme de teasing en Social Média, sur les réseaux propriétaires du WWF (Facebook, Twitter et Instagram) avec un **#STOPEXTINCTION** « n'attendons pas qu'ils deviennent imaginaire ».
- Des visuels de campagnes très « impactants » ont été imaginés pour promouvoir la campagne en 360° : offline et online, et pour inviter à la viralisation. Les contes étaient également présents dans les mailings et e-mailings adressés aux donateurs.
- Un mini-site conçu par l'équipe digitale a été créé pour reprendre pour chaque espèce, un conte en format Podcast, des visuels et textes de sensibilisation sur l'espèce, un appel au don avec renvoi sur le module de don. Le site de l'opération : <https://agir.wwf.fr/stopextinction>

Les résultats :

Cette première campagne de collecte par Podcasts ciblant spécifiquement les familles et les Millennials enregistre + 500 000€ de dons et 100 000 écoutes.

Nous remercions le Jury de professionnels de STRATÉGIES pour la reconnaissance apportée à cette campagne. Et bien sûr, nous adressons toute notre gratitude à WWF France et les équipes de Benoit DUCHIER, Directeur de la Générosité Publique pour nous avoir donné l'occasion de contribuer à faire avancer la cause de la protection animale et pour la confiance qu'elles nous ont exprimée durant la construction de ces projets.

Les équipes de Hopening, Integer et WWF France :

Directeurs de création	Jérôme Barbe (Hopening), Matthieu Chanvrin (Integer)
Directeur artistique et Concepteur rédacteur	Grégoire Mirandel (DA), Thomas Marmol (CR)
Equipe WWF France	Benoît Duchier, Alix Evrain, Jennifer Hallot, Marion Lazic, Laetitia Lesné, Michael Neveu, Camille Richer
Responsables agences	Éric Dutertre (Hopening), Catherine Michaud (Integer)
Maison de production	Production audio : Schmooze Studio
Équipes commerciales, digitales et conseil	Anne-Céline Corre, Béatrice Atallah, Béatrice Vuillaume, Marianne Sagardoyburu, Jeanne Le Barbenchon

Lien vidéos et Audio

Case : <https://www.youtube.com/watch?v=XrPzENM5Nck>

Pour écouter les podcasts « Les animaux imaginaires » :

les fées mellifères, raconté par Aure Atika <https://agir.wwf.fr/stopextinction/abeille/>

Le tigre, ce monstre sacré par Emmanuel Rondeau <https://agir.wwf.fr/stopextinction/>

Le dernier rhinocéros, écrit par Erik L'Homme <https://agir.wwf.fr/stopextinction/rhinoceros/>

L'appel de la sirène par Isabelle Autissier <https://agir.wwf.fr/stopextinction/dugong/>

L'ours de Borée par Yannick Jaulin <https://agir.wwf.fr/stopextinction/ours-polaire/>

Visuels de la campagne

Site internet spécifique



Campagne d'affichage



Réseaux sociaux



hopening

À propos de Hopening : Hopening est le premier groupe français spécialisé en conseil et solutions fundraising et communication de mobilisation à destination du secteur philanthropique, associatif, et des entreprises citoyennes. Spécialiste de la générosité, Hopening a, en plus de 30 ans, accompagné et collecté 4,5 milliards d'€ pour plus de 400 organisations. Le groupe intervient dans tous les secteurs de l'intérêt général : de la solidarité, la culture, l'enseignement, la recherche, la santé, la protection animale et de l'environnement... Le Groupe Hopening déploie toutes les disciplines de la collecte de fonds, du marketing relationnel à la communication de mobilisation, du fundraising digital (agence Hopening) en passant par les stratégies et le conseil mécénat et RSE (Philanthrôpia), de la gestion de la data (QualiData) au crowdfunding sécurisé (Commeon). « Donner à la générosité de nouveaux moyens de grandir "est notre raison d'être. Hopening conçoit ses campagnes au sein de l'hopenspace, plateforme créative ouverte et riche de plus de 30 talents salués par de nombreux prix (Instahits, Prix média courrier La poste, Grand Prix Stratégies, Nuit des rois, The Sabre award, EMEA, Communication sans frontières...). Hopening est aussi membre du club des DA. www.hopening.fr

À propos de Integer : Éluée agence de l'année, nous sommes de véritables partenaires business pour nos clients, nous mettons au cœur la réflexion stratégique business et portons toute notre attention sur ce qui a le plus de valeur pour eux : leurs clients, leurs utilisateurs, leurs publics... les shoppers. **Notre philosophie :** comprendre les shoppers. Car aujourd'hui, la vie d'un shopper ne commence plus à la porte du magasin, ou au clic sur un site e-commerce. Elle est désormais faite d'un nombre infini de moments de vérité, permettant d'acheter partout, tout le temps. Nous nous plongeons dans l'analyse des comportements des shoppers et nous immergeons dans leurs parcours pour éclairer la conception d'un plan stratégique marketing et business et apporter des solutions innovantes et utiles aux marques et aux enseignes. Integer France fait partie du réseau international The Integer Group, membre de Omnicom Group Inc. et du groupe TBWA. The Integer Group compte plus de 1,100 collaborateurs dans 25 pays. <http://integerfrance.com/>

À propos de WWF France : Le WWF est la première ONG mondiale de protection de la nature et de l'environnement, présente dans 100 pays. Le WWF France créé en 1973, agit pour mettre un terme à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où l'humanité vit en harmonie avec la nature. La Fondation développe 4 modes d'actions : agir sur le terrain, sensibiliser l'opinion, influencer les pouvoirs publics, engager les entreprises. Pour le WWF : « Ensemble, nous sommes la solution »

Contact Presse Hopening :
Rebecca PREVITERA \
+33 (0)7 63 88 23 86
rebecca.previtera@hopening.fr

Contact Presse Integer :
Elodie SORIANO \
+33 (0)6 95 45 14 41 -
elodiesoriano@integer.com

S **STRATÉGIES**
GRAND PRIX
OR **DU DIGITAL 2020**
www.strategies.fr

Hopening, 4 rue Bernard Palissy
92800 Puteaux
Téléphone : + 33 1 78 99 46 46
www.hopening.fr

Integer, 50-54 Rue de Silly,
92100 Boulogne-Billancourt
Téléphone : + 33 1 49 09 89 51
www.integerfrance.com