



Numéro spécial campagne de publicité

## Ils ne passeront plus sans la voir...

Le 8 novembre 2005, les entreprises de l'eau ont lancé une campagne de publicité sur l'eau du robinet avec le soutien de l'Association des Maires de France. Pourquoi, et pourquoi aujourd'hui ?

La confiance des Français dans l'eau du robinet a fortement progressé au cours de ces dernières années ; ils utilisent avec un sentiment de sécurité croissant un produit à la fois pratique et très accessible, puisque l'eau coule naturellement du robinet. Mais voilà ! Évidente, normale, l'eau du robinet est devenue... banale, à tel point que l'on oublie ses bienfaits et tout le confort qu'elle nous apporte.

Faire découvrir ou redécouvrir les valeurs de l'eau, tel est l'objectif de cette campagne : valeur d'usage pour la consommation, valeur plaisir pour le bien-être, valeur environnementale également puisque la qualité de l'eau du robinet renvoie à la protection de la ressource.

C'est la première fois que l'eau du robinet, produit essentiel du quotidien, bénéficiera d'une visibilité dans les grands médias audiovisuels nationaux, à l'instar d'autres produits de consommation courante.

Nous espérons que nos clients ne passeront plus désormais sans la voir... « Merci pour l'eau », tel est le thème de cette campagne.

Bernard Guirkingner  
Président du SPDE

## Merci pour l'eau !

Depuis le 8 novembre et durant quatre semaines, notre profession s'adresse directement aux consommateurs à travers une campagne de publicité cosignée avec l'Association des Maires de France. L'eau du robinet est aujourd'hui la vedette des messages télévision et radio.

Cette campagne illustre la volonté des entreprises de l'eau de communiquer vers le grand public, volonté qui se fonde sur un double constat : alors même qu'ils accordent leur confiance à l'eau du robinet et se déclarent satisfaits de leur service d'eau (pour 80 % d'entre eux d'après le baromètre Sofrès/C.I.Eau), les Français demandent à être encore mieux informés sur l'eau.

**L'eau du robinet est un produit peu cher, accessible à tous et sûr.** C'est un produit de qualité, c'est même l'un des produits alimentaires les plus réglementés et contrôlés. Pourtant, le paradoxe est fort : alors qu'elle représente un formidable acquis pour le confort et la santé publique, pour les consommateurs elle est devenue un bien parfaitement banal.

À travers la campagne de publicité et en mettant l'accent sur ses valeurs, les entreprises veulent rappeler que l'eau du robinet, produit de consommation courante par excellence, est aussi un produit utile à la santé, facteur de progrès, vecteur de plaisir, lequel produit nécessite le travail de dizaines de milliers de professionnels.

Afin de susciter le respect et l'affection des consommateurs pour l'eau et les



différents métiers de l'eau, **tout en rappelant aussi que l'on peut boire et utiliser l'eau du robinet en toute confiance**, les entreprises de l'eau ont choisi le thème simple, populaire et donc fédérateur du « MERCI ».

Ce « merci pour l'eau » est décliné par différents utilisateurs dans des situations de vie quotidienne évoquant le plaisir de boire, de se rafraîchir ou de se laver

### CHIFFRE-CLÉ

**4,7** c'est le **taux de répétition estimé pour le spot TV**, c'est-à-dire le nombre moyen de passages vu par le public cible durant la campagne du 8 novembre au 4 décembre. Il est de **7,1 pour les spots radio**.



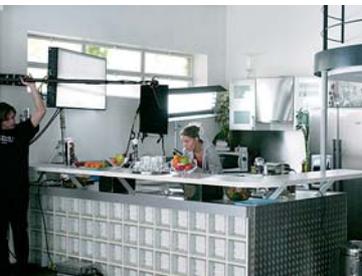
avec l'eau du robinet au travers d'un dispositif double : une campagne télévision et une campagne radio.

La réalisation du **spot TV** de 30 secondes, dont sera tirée une version 10 secondes de l'une des 5 scènes, a été confiée, par l'agence de publicité Stratéus, au comédien et réalisateur Michel Boujenah en raison de sa proximité avec le grand public, et bien sûr, de son attrait pour la comédie.

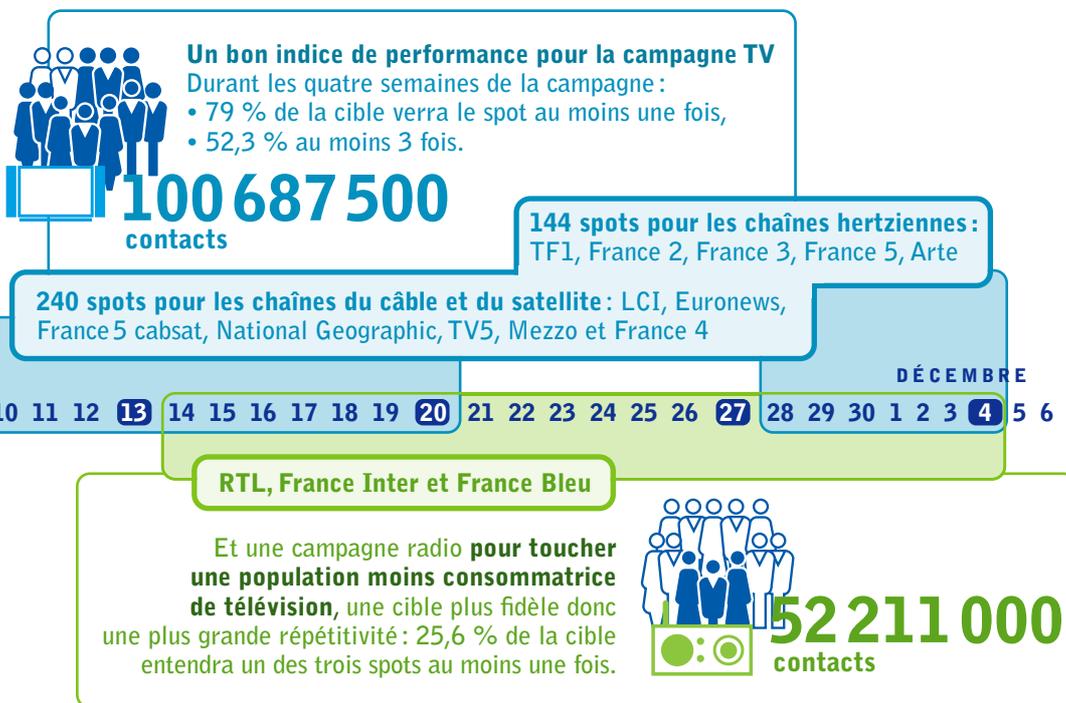
Les trois **spots radio** placent, quant à eux, l'eau dans un contexte plus décalé et humoristique :

le « Merci pour l'eau du robinet » est prononcé lors de cérémonies et ovationné par le public.

La campagne vise à déclencher un réflexe de civilité et de respect à l'égard de l'eau et indirectement à l'égard des professionnels du service de l'eau. **Le texte en voix off souligne en effet les efforts de ceux qui, de la ressource au robinet, traitent, contrôlent, acheminent l'eau et la gèrent dans le cadre réglementaire qu'impose le respect des normes de santé publique.** ●



## L'eau en vedette sur nos écrans



Comédien humoriste et résolument homme de scène, **Michel Boujenah** a reçu le César du Meilleur second rôle masculin 1985 avec *Trois Hommes et un couffin* et a connu un autre succès populaire en 1991 grâce à *La Totale*.

Sa métamorphose pour *Le Nombriil du monde* en 1992 lui permet de casser son image faussement naïve et de décrocher une nomination au César du Meilleur acteur.

Après avoir retrouvé Coline Serreau pour *18 ans après*, Michel Boujenah est reconnu et applaudi en 2004 pour son premier long métrage en tant que réalisateur, *Père et fils*.

« Ce qui compte, c'est l'émotion, c'est ce qui se passe entre le public et une œuvre d'art. » Michel Boujenah vise ce même objectif lorsqu'il réalise un film publicitaire. Concernant notre campagne ses intentions sont franchement affirmées : « N'être jamais éloignés du public, [...] nous sommes dans la vraie vie avec de vrais besoins, de vrais métiers ! [...] Dans chaque vignette, je prendrai soin qu'un plan sur la pureté, l'arrivée de l'eau par le robinet... s'intègre parfaitement dans l'action. »

## Filmer la vraie vie avec de vrais besoins, de vrais métiers

**Aqua** La Lettre du Syndicat Professionnel des Entreprises de Services d'Eau et d'Assainissement (SPDE).  
 83, avenue Foch, 75116 Paris. Tél. : 01 53 70 13 58. Fax : 01 53 70 13 41. E-mail : spde@spde.org  
 Directeur de la publication : Tristan Mathieu. Responsable de la rédaction : Igor Semo.  
 Comité de rédaction : Michel Cordier, Astrid Désveaux, Isabelle Helliou, Laurent Maillard, Daniel Villéssot, Martine Vullierme.  
 Ont collaboré à ce numéro : Dominique Ogeron et Hélène Valade.  
 Crédits photo : agence Stratéus.  
 Conception et réalisation : ConnexConsulting.

Le SPDE regroupe les sociétés de Générale des Eaux, Lyonnaise des Eaux, Saur France ainsi que Sogedo, Alteau, Sefo et Saede.