



Paris le 07 juillet 2023

Communiqué de presse

366 et iProspect ont accompagné Accor pour le lancement de la première campagne de publicité de sa marque greet. Lancée en 2019, greet donne vie à un mouvement d'hospitalité circulaire, en adéquation avec les nouvelles façons de voyager, plus engagées et plus durables des consommateurs.

greet, une proposition responsable cohérente

Dans cet esprit plus responsable, 366 a proposé à ACCOR, conseillé par son agence média iProspect (groupe dentsu), de diviser par 2 les émissions carbone de sa campagne vidéo, en appliquant les conditions optimisées de son offre '[bas carbone](#)'.

Cette offre, appuyée sur la calculatrice carbone développée depuis 2021 par DK, intègre 100% des recommandations du référentiel élaboré par le [SRI](#).

La phase 1 de la campagne s'est déroulée du 09/03 au 31/03 et a obtenu les résultats suivants :

- 3 234 384 impressions diffusées
- 2 424 945 impressions vues à 100%
- Un VTR de 74,97% vs un objectif de 70%
- Un taux de visibilité de 92,7% vs un objectif de 70%
- Un ciblage contextuel « écologie » plus performant que le ciblage data sur les KPIs VTR et visibilité

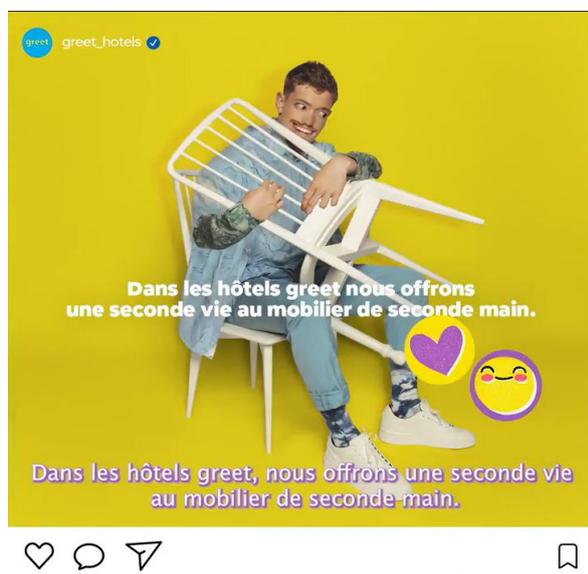
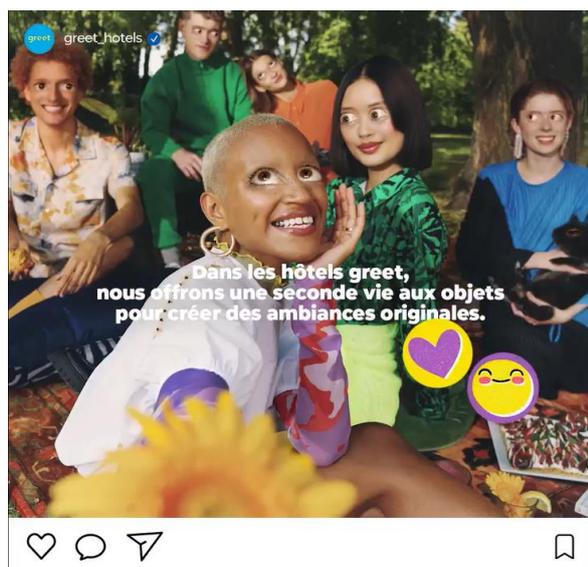
La phase 2 de la campagne s'est déroulée du 14/04 au 05/05 et a obtenu les résultats suivants :

- 1 840 717 impressions diffusées
- 1 478 594 impressions vues à 100%
- Un VTR de 80,3% vs un benchmark de 75%
- Une visibilité de 92,2% vs un benchmark de 70%
- Communication sur le ciblage contextuel qui avait mieux performé sur la phase 1 vs le ciblage data

366

#COMMUNITIES

Au final, les deux volets de la campagne ont émis au total l'équivalent de 514,44 kg de CO2, soit **56% d'émissions carbone en moins** qu'une campagne non optimisée de puissance équivalente.



Les vidéos sont accessibles ici :

1. <https://vimeo.com/829728044?share=copy>
2. <https://vimeo.com/829727001?share=copy>
3. <https://vimeo.com/829725931?share=copy>



Pour Antoine DUBOIS, Head of Marketing, Communication, Guest Experience & Loyalty Accor Europe & North Africa du groupe ACCOR « *L'attention portée aux conditions de diffusion de la campagne était un prérequis compte tenu du positionnement de la marque **greet**, qui prône de nouvelles pratiques dans le tourisme. Avec iProspect, nous sommes fiers d'explorer de nouvelles façons de travailler plus responsables, en tirant le fil depuis nos hôtels greet, jusque dans nos communications de marque*

Pour Bruno RICARD, DGA chez 366, « *Cette prise de parole digitale était intégrée au sein d'un plan media plus large, comprenant également des activations complémentaires au sein des éditions print de PQR du groupe 366. Ces supports ont généré un gain de notoriété de 7 pts auprès des exposés PQR vs les non exposés selon Kantar* »

Pour Marianna Bardolle, Directrice Associée chez iProspect « *Cette campagne reflète parfaitement l'engagement de dentsu de contribuer à rendre la communication plus responsable et démontre qu'il est tout à fait possible de combiner performances et sobriété numérique. Elle montre par ailleurs les vertus et l'efficacité du ciblage sémantique dès lors que ce ciblage développe des valeurs communes entre les marques et les internautes.* »

Pour Bruno RICARD, DGA chez 366, « *Notre démarche en matière de RSE est structurée de façon cohérente entre nos pratiques internes et les propositions que nous pouvons faire à nos parties prenantes, notamment les annonceurs. Nous constatons que ce mouvement vers plus de sobriété prend de l'ampleur avec des annonceurs pionniers comme greet.* »



A propos

366 est une régie publicitaire fondée en 2014 qui réalisait 100 M€ de chiffre d'affaires en 2022, en progression chaque année depuis 6 ans. Initialement dédiée à la commercialisation publicitaire des espaces de la PQR elle a étendu son métier aux inventaires audio (podcasts) et vidéo (VOL). En mars 2021, 366 a créé 366TV pour étendre son activité aux télévisions locales. En janvier 2023 la régie lance, conjointement avec les éditeurs de PQR, **DIVERTO** : un magazine dédié au divertissement dans les territoires. La vocation de la régie 366 est de constituer un pôle de médias ayant un ancrage territorial fort afin de proposer au marché publicitaire des solutions de communication de proximité diversifiées et puissantes. La régie opère une offre permettant de toucher chaque jour 20 millions de personnes et chaque mois 43 millions de français, soit plus de 80% de la population française.

Contact 366 :

Perrine SZUBINSKI, Responsable Communication et RSE perrine.szubinski@366.fr

A propos d'iProspect

iProspect (groupe dentsu) est une agence media nouvelle génération, 100% omnicanale à dimension internationale. En associant les équipes iProspect (200 experts digitaux) à celles de Vizeum (60 experts en stratégies de marques), nous avons la volonté de construire une nouvelle proposition de valeur au service de l'accélération des marques en rapprochant le branding et la performance pour ne faire plus qu'un.

La promesse d'iProspect repose sur le principe d'intersection : notre singularité réside dans le croisement des idées, des expertises, des profils, des points de vue. Notre force consiste à concevoir pour les marques que nous accompagnons des stratégies média performantes et résilientes à l'intersection de la culture, de la technologie, du commerce, et du contenu. Notre objectif ? Proposer des expériences de marque utiles et transformatives.

iProspect accélère durablement la croissance des marques les plus emblématiques telles que Le Groupe Accor, Shiseido, Kering, Zalando, Groupe SEB, Le Groupe BMW, Cofidis, et bien d'autres. iProspect rassemble plus de 8000 experts des médias et de la performance répartis dans 93 pays.

En France, l'agence regroupe 250 talents, et est dirigée par Emilie Rouganne.

iProspect.com | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Linkedin](#)



A propos de dentsu :

Dentsu international est l'un des principaux groupes de communication mondiaux. Dirigé par Wendy Clark, Global CEO, il Dentsu est l'un des grands groupes de communication mondial, présent dans quatre régions (Japon, Amériques, EMEA, APAC), dirigé par Hiroshi Igarashi et qui compte 65 000 collaborateurs dans 143 pays. Membre de Dentsu Group Inc., son siège social se trouve à Tokyo, au Japon.

Dentsu est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication : conseil média et stratégies de communication intégrée, performance marketing, création de contenus, expérience consommateur, martech, data management et événementiel, dentsu revendique la collaboration radicale grâce à la diversité des talents et l'éventail des expertises.

En adoptant une approche de la transformation de l'entreprise centrée sur les individus, dentsu s'appuie sur des insights propres pour connecter la marque, le contenu, le commerce et l'expérience soutenus par une créativité moderne.

Le savoir-être des collaborateurs s'allie à leur savoir-faire pour répondre aux besoins des consommateurs et de leurs marques à travers 3 engagements : responsabilité, simplicité et transparence.

En France, présidé par Pierre Calmard, dentsu est composé de 4 agences (Carat, dentsu X, iProspect et Dentsu Creative) et d'expertises transverses. Le groupe compte 1000 collaborateurs.

www.dentsu.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Linked In](#) | [Instagram](#) | [Spotify](#)



Contact dentsu communication groupe :

Florine Fondadouze | Responsable Communication Externe dentsu France

Florine.fondadouze@dentsu.com | communication@dentsu.com | 06 75 39 28 96

GREET

Lancée en 2019, greet s'adresse à tous ceux qui se soucient de l'impact de leurs voyages, tout en appréciant l'accessibilité et le confort. Marque engagée qui prône une philosophie de sincérité, de partage et de convivialité, greet donne vie à un mouvement d'hospitalité circulaire, invitant les clients, le personnel et les partenaires à rejoindre un cycle vertueux de réduction, de réutilisation et de recyclage. L'ambition : minimiser la production de biens, mieux gérer les déchets et réduire l'impact environnemental global. Promettant un séjour confortable, économique et respectueux de l'environnement, en donnant une impression de différence, greet complète le portefeuille des marques économiques de Accor en offrant une expérience d'hospitalité non standardisée guidée par une mission de bien-être proche des gens, de



l'environnement et de l'hospitalité positive. Après des débuts réussis en France et en Allemagne, la marque a l'ambition de se développer, en planifiant l'ouverture de 300 hôtels d'ici 2030, y compris des lieux phares comme à Paris, Londres, Lyon et Vienne. greet fait partie de Accor, un leader mondial de l'hospitalité, fort de 5 400 hôtels dans plus de 110 pays, et de l'écosystème ALL - Accor Live Limitless - le programme de fidélité qui donne accès à un large éventail de bénéfices, de services et d'expériences.

Contact presse Accor :

Alexis Blottiere

Relations médias & RP Accor Europe & Afrique du Nord

+33 6 60 46 99 43