*Communiqué de presse – Juin 2020*

**Hellio sur les écrans de télévision avec un premier spot publicitaire**

**Après le parrainage de la météo et plus récemment du programme court « Alors on s’adapte[[1]](#footnote-1) », Hellio lance une campagne de communication TV d’envergure ! Avec son tout premier spot publicitaire, le spécialiste des économies d'énergie de l'habitat qui accompagne les ménages dans leurs projets de rénovation énergétique, du conseil à la réalisation, en passant par leur financement, orchestre jusqu’en juillet une campagne de communication TV nationale. Hellio entend ainsi se positionner en 2020 comme L’expert des économies d’énergie !**

**UNE PRÉSENCE MULTI CHAÎNES PENDANT DEUX MOIS**

Hellio s’engage pour la première fois dans une opération de séduction autour de sa marque pour gagner en notoriété auprès du grand public. Le spécialiste des économies d’énergie s’adresse aux particuliers via une série de 387 (il y en aura plus je pense ?) spots TV de 20 secondes diffusés depuis le 1er juin et jusqu’à la mi-juillet.

Pour gagner en visibilité, Hellio a privilégié les chaînes nationales TF1, TF1 Séries Films, TFX, NRJ12 et la chaîne d’informations BFM TV. Cette campagne TV conçue par nom de l’agence, prévoit de toucher les 25-59 ans, soit X millions de personnes, chacune susceptible de visionner le spot quasiment 4 fois au cours de la vague.

Les programmes à l’occasion desquels les spots publicitaires sont diffusés correspondent à la cible d’Hellio : jeux emblématiques et programme de divertissement diffusés le midi et en access prime time sur TF1 (Qui veut gagner des millions, Les douze coups de midi, les plus belles vacances), ou encore la météo de BFMTV (Peut être ajouter aussi les émissions de NRJ12, TFX ?).

« *Pour notre premier spot publicitaire TV, nous avons décidé de capitaliser sur des témoignages vidéo de particuliers qui ont fait appel à nos services car comme le dit le slogan « Notre meilleure publicité, ce sont nos clients qui la font* » ! », explique Julien Sévère, responsable communication et marketing d’Hellio.

Le scénario voit défiler plusieurs témoignages avec comme items “Chaudière financée à 100 %”, “30% d’économie de chauffage”, “Intervention rapide et de qualité”, en écho aux domaines d’intervention d’Hellio : isolation, chauffage, rénovation.

**GAGNER EN NOTORIÉTÉ ET ÊTRE RECOMMANDÉ PAR TOUS**

Choisir de s’adresser aux particuliers à travers une grande campagne de communication TV permet à la fois de gagner en notoriété auprès de cette cible, pour qui les consommations énergétiques constituent l’un des premiers postes de dépenses, et de valoriser les entreprises et les artisans partenaires d’Hellio qui réalisent les travaux.

Avec cette présence, Hellio entend faire partie des solutions du monde de l’après crise, en permettant aux Français de réaliser des économies d’énergie par le biais de travaux de rénovation énergétique (isolation de combles, planchers bas, changement de chaudière, etc.).

« *Avec cette campagne de communication nationale, Hellio espère gagner en notoriété et s’imposer comme une marque forte, de confiance et recommandée par les Français, dans un secteur où les arnaques sont malheureusement nombreuses !* », conclut Julien Sévère.

1. Programme court qui délivre des conseils pratiques, des gestes faciles à adopter pour mieux vivre en confinement mais aussi toute l’année, en préservant la santé et l’environnement. Diffusé actuellement sur France 3 et Public Sénat. [↑](#footnote-ref-1)