

# *Campagne finale*

**"Le non-engagement"**

*free*

**CHOIX FINAL DU CLIENT**

# Persona

***“Noël est le moment où ils prennent de nouvelles résolutions ou changent leurs dépenses”***

**Mathis Brégieux**, 26 ans et en couple

Habite à **Bordeaux** depuis ses études.

**Fraichement diplômé** en finances.  
**Salarié depuis récemment** dans un  
petit cabinet de finances.

Client chez SFR mais **insatisfait**  
à cause des bugs fréquents.

**Revenus encore faibles** par  
rapport à toutes ses dépenses.

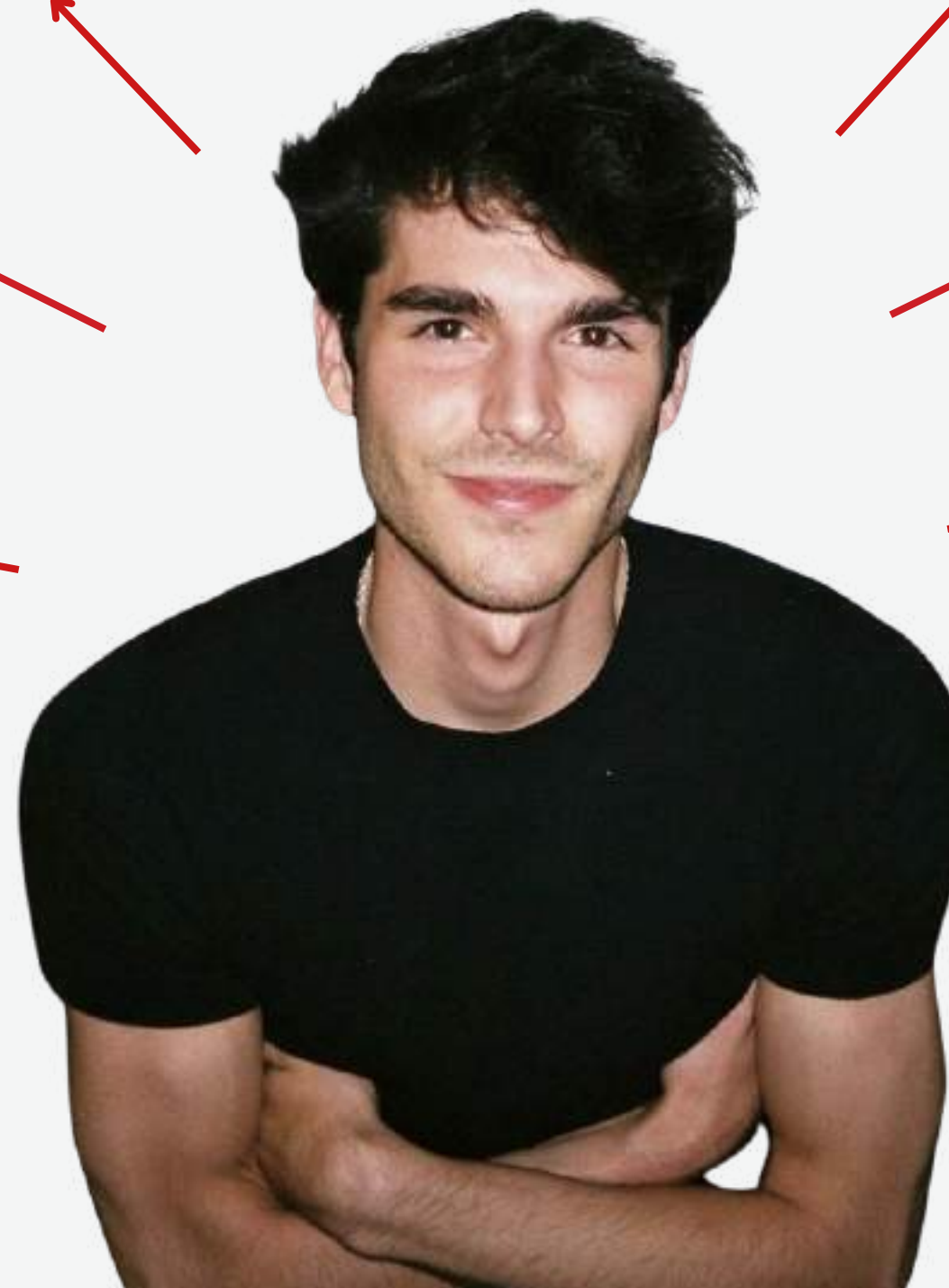
Usage de **beaucoup de données**  
mobiles à cause de sa wifi instable.

Souhaite **payer moins cher** son  
forfait sans sacrifier la qualité.

Se sent trop jeune pour **être “bloqué”**  
**par des abonnements avec**  
**engagement.**

Crainte de complications en  
changeant d'opérateur.

Peur des **hausse de**  
**prix cachées** après la  
promo.



# Concept de la campagne

## *Les clichés et le quiproquo*

### Pourquoi ?

Les clichés parlent à tout le monde et **nourrissent notre imaginaire collectif**. Ils sont présents partout, dans les films, dans les publicités, dans les livres... et cela depuis notre enfance. Nous avons nous-mêmes des clichés bien particuliers sur certaines périodes de la vie, notamment pour les fêtes de Noël. Ces clichés sont ainsi profondément **ancrés** en nous.

Utiliser les clichés, notamment **familiaux**, est une manière de s'adresser à notre cible d'une manière **abordable, compréhensible et mémorable**.

Cela permet de créer une véritable **proximité** avec le spectateur, de lui parler et de susciter une **réaction émotionnelle**.

Souvent, dans les conversations lors de grands repas (ici Noël), personne ne s'écoute, tout le monde parle trop fort (c'est d'ailleurs un des clichés de Noël) : parfois les choses sont donc mal comprises. L'intégration du quiproquo dans notre campagne publicitaire vient donc étayer cela et **renforcer ce lien** créé avec le spectateur à travers une situation que nous avons tous déjà vécue. Il capte son **attention**, crée la **surprise** et le maintient en haleine jusqu'à la révélation finale.

Votre campagne, reposant sur des éléments simples mais efficaces, sera à la fois **humoristique, accessible et mémorable** dans l'esprit du consommateur; offrant un moment de **complicité** et de **reconnaissance émotionnelle**.

# Choix de l'axe

## **Le non-engagement**

Nos trois axes imaginés pour votre campagne Free de forfait mobile sont : **le non-engagement, le prix et le partage.**

Notre choix final s'est porté sur le non-engagement, car il représente l'un des **piliers** les plus forts et distinctifs de l'identité de Free. Cet avantage met en avant la **liberté totale** offerte aux consommateurs : la possibilité de résilier à tout moment, sans contrainte ni durée minimale.

Dans un marché où la majorité des opérateurs imposent encore des **contrats rigides**, cet atout symbolise une **indépendance réelle** et une **autonomie de choix** pour l'utilisateur. Il permet également à Free de se différencier de la concurrence, en affirmant son positionnement historique de marque audacieuse et innovante, toujours prête à casser les codes du secteur.

Ce thème du non-engagement s'inscrit aussi dans une **évolution des usages** : les consommateurs, recherchent aujourd'hui de la flexibilité et la possibilité de changer facilement d'offre selon leurs besoins. Cette approche reflète une manière de consommer moderne et adaptée à leur **rythme de vie**. Il répond directement aux attentes de notre cible principale (des étudiants ou jeunes actifs) qui recherchent avant tout de la souplesse, n'ayant pas toujours une situation **stable ou durable**. Il met ainsi en valeur une marque proche de ses utilisateurs, à l'écoute de leurs besoins et de leur mode de vie.

De plus, le message du non-engagement est universel et facilement compréhensible. Il évoque une liberté concrète, accessible à tous, ce qui en fait un axe de communication fort et efficace.

Enfin, ce positionnement s'accorde parfaitement avec notre **concept créatif basé sur les clichés et le quiproquo**, en jouant sur l'idée que la liberté de Free peut parfois surprendre ou être mal interprétée. Ce parti pris ouvre un large champ de possibilités narratives et visuelles pour une campagne à la fois **percutante et mémorable**.

# RAPPEL

## Propositions PUB (dossier n°1)

01

Un petit groupe d'amis fête Noël ensemble dans un appartement chaleureux. Deux copines sortent sur le balcon, emmitouflées dans des plaids, un verre de vin chaud à la main.

On sent que la discussion est "sérieuse", ton intime, chuchotements, regard complice. Nous pensons que la discussion porte sur des difficultés dans une relation amoureuse (ex: "J'arrive pas à m'engager avec tu vois, non mais sérieusement, on est trop jeunes pour se projeter tu crois pas ?").

Mais finalement, la chute arrive à la fin du spot publicitaire (ex: "Non mais en vrai, t'as bien fait de rester avec Free").

Déclinaison signature : "Chez Free, pas besoin de s'engager pour que ça marche."

02

C'est la soirée de réveillon du nouvel an. Un couple est assis près du sapin, entouré de lumières, de papier cadeau et de tasses de chocolat chaud.

Ambiance cocooning, un peu romantique. Tout le monde (amis/famille) est encore dans la pièce à côté.

Lui tient une petite boîte rouge dans sa main. Elle le regarde, intriguée.

L'homme sort une petite boîte de sa poche et explique à sa compagne que c'est un cadeau qu'il a mis longtemps à choisir, mais important à ses yeux.

La femme, un peu mal à l'aise croit qu'il va lui faire une demande en mariage.

La chute : ce n'est qu'un changement d'opérateur. La femme est soulagée et éclate de rire (ex: "Mon dieu tu m'as fait peur j'ai cru que...").

Déclinaison signature : "Pas besoin de s'engager pour se faire plaisir. Free, sans engagement."

03

Une dispute éclate entre un couple dans un appartement (pièce le salon)

On n'a pas le contexte ni le début de la dispute mais on comprend qu'il s'agit d'un début de rupture.

L'homme dit qu'il en marre que ça ne fonctionne pas, que ça ne le fera jamais entre eux qu'il vaut mieux qu'ils arrêtent (sauf qu'il parle de l'engagement avec free), mais la femme elle s'enflamme car elle pense que son copain veut rompre avec elle.

A la fin l'homme comprend qu'elle comprend totalement autre chose et lui dit qu'il ne parle pas de leur situation mais de l'engagement avec free.



*PUB N°1*  
**“La confiance”**

*free*

# PUB N°1

Storyboard



**PLAN 1 — EXT. BALCON — NUIT — 3s**

Caméra : Plan large, ambiance cosy.

Son : Bruit léger de ville, musique douce en fond.



**PLAN 2 — RAPPROCHÉ SUR LES VISAGES — 4s**

Caméra : Lent travelling avant accentuant la gravité.

Tonalité très sérieuse, presque dramatique.



**PLAN 3 — CONTRECHAMP — 3s**

Caméra : Léger zoom dramatique.



## PLAN 4 — INSERT — 2s

Image : Gros plan sur les mains serrant le mug chaud.

Caméra : Cut sec, style émotion forte.

Ambiance : Musique se calme encore.



## PLAN 5 — RÉVÉLATION COMIQUE — 4s

Image : Retour sur la première copine qui lâche la vraie phrase, totalement décalée du ton dramatique.

Caméra : Zoom léger + rupture musicale (transition vers un ton plus léger).



## PLAN 6 — REACTION — 3s

Image : L'autre lève les yeux en l'air, moitié exaspérée moitié amusée.



**PLAN 7 — INT. SALON — 4s**

Image : Elles rentrent dans le salon où un petit groupe d'amis rigole autour du sapin. Ambiance chaleureuse, lumière festive.

Caméra : Panoramique révélant la convivialité.



**PLAN 8 — GRAPHISME OFFRE — 4s**

Voix off homme

Son : Jingle Free.



**PLAN 9 — CLOSING TV — 2s**

Voix off homme

Fondu sortant noir

Sucette  
Decaux

Forfait mobile *free*

Heureusement, avec Free, pas besoin de s'engager...

Forfait mobile Série free

Xmas 7€99 /mois pendant 1 an 120 200 Go Sans engagement

Puis 19,99 € (9,99 € pour les abonnés freebox), 200 Go au bout d'un an.

*free* sans engagement.

Forfait mobile *free*

Heureusement, avec Free, pas besoin de s'engager...

Forfait mobile Série free

Xmas 7€99 /mois pendant 1 an 120 200 Go Sans engagement

Puis 19,99 € (9,99 € pour les abonnés freebox), 200 Go au bout d'un an.

*free* sans engagement.

# PUB N°1

Print

Abris Bus  
Decaux





Devanture  
boutique Free



# PUB N°1

Print

Panneau PUB  
[3X4]



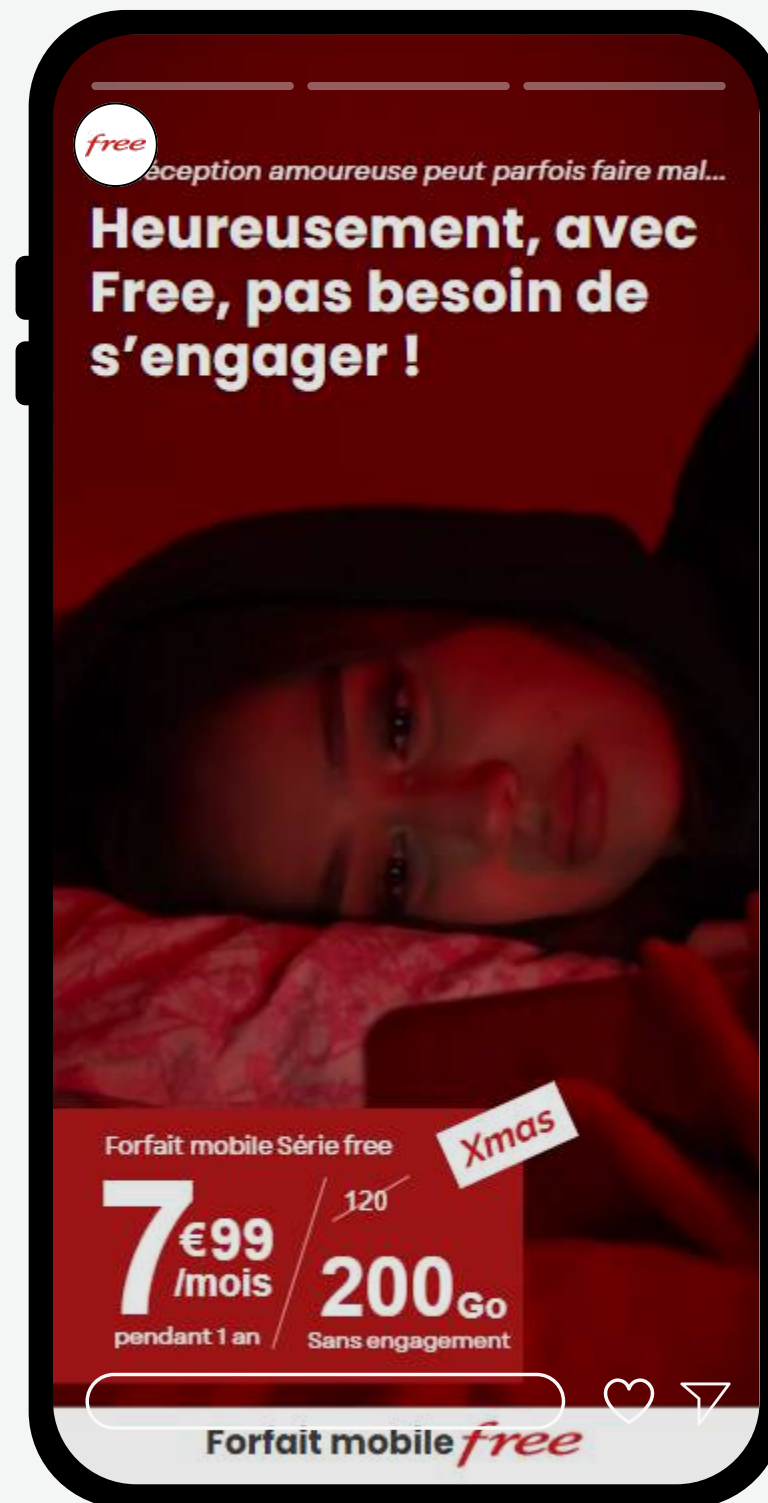
# PUB N°1

Réseaux sociaux

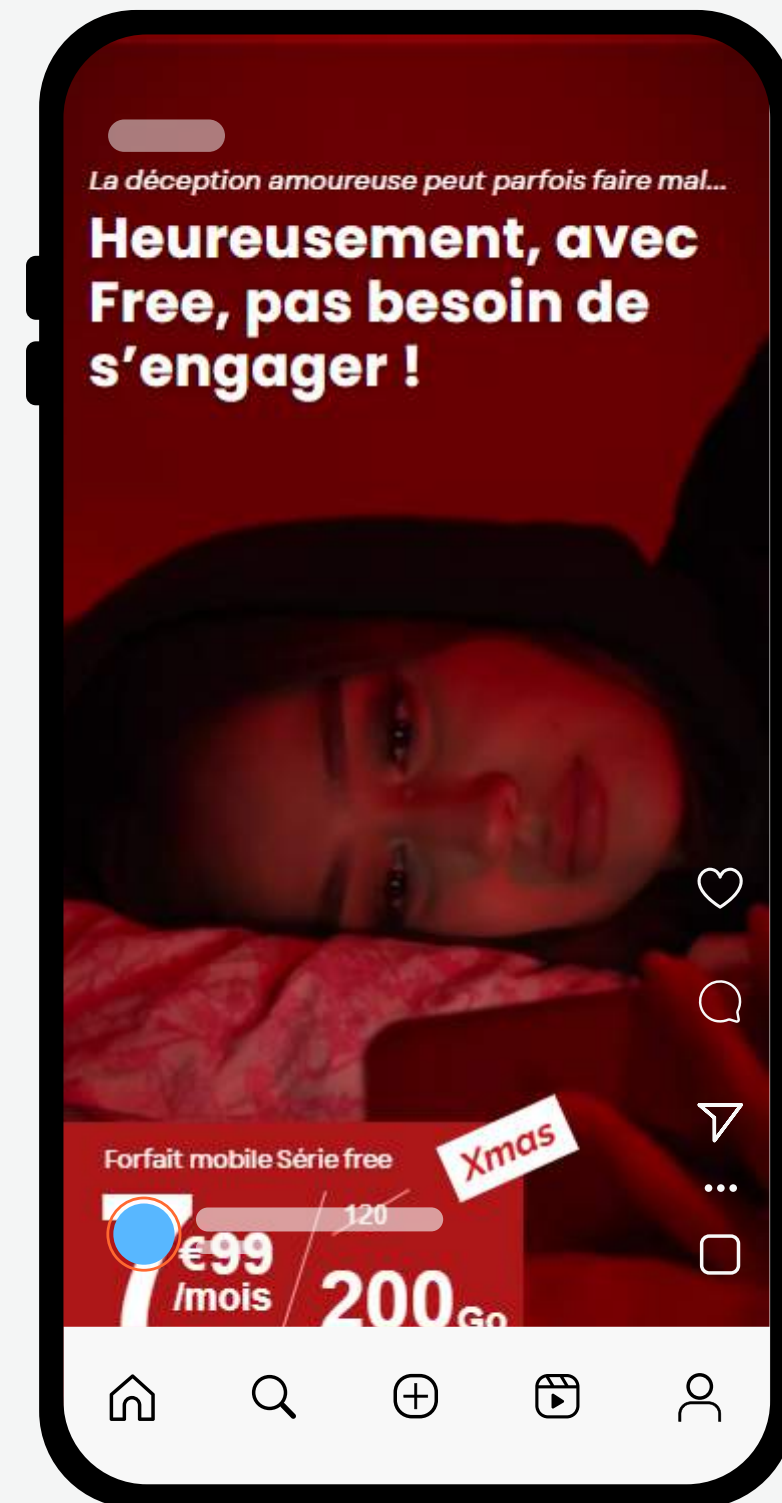
## Instagram



Post



Story



Real



*PUB N°2*

**“La demande”**

*free*

# PUB N°2

Scénario

**“La demande”** | Durée 30 secondes. | Axe : non-engagement / humour / fête de fin d’année.

## [SCÈNE 1 – INT. SALON / SOIR – RÉVEILLON DU NOUVEL AN]

*(Musique de fond douce, lumières du sapin, ambiance chaleureuse.  
On entend au loin les rires et les discussions de la famille dans la cuisine.)*

PLAN LARGE :

*Le couple est assis sur le canapé, un peu à l’écart. Papiers cadeaux, guirlandes et  
plaid un peu partout.*

PLAN RAPPROCHÉ :

*Lui joue nerveusement une petite boîte rouge. Elle le remarque.*

FEMME

— T’as l’air stressé, tout va bien ?

HOMME *(souriant maladroitement)*

— Ouais, ouais... c’est juste que... j’ai pris du temps à prendre ma décision, mais j’ai un  
truc important à te dire.

FEMME *(l’air attendri, mais un peu paniquée)*

— *(petit rire nerveux)* Attends... tu vas pas faire ce que je pense, hein ?

*(Il prend une grande inspiration. Suspense. Musique romantique qui monte.)*

## [SCÈNE 2 – LE GRAND MOMENT]

PLAN TRÈS RAPPROCHÉ :

*Il ouvre lentement la boîte rouge.*

PLAN SUR SON VISAGE À ELLE :

*Les yeux écarquillés. Elle retient son souffle.*

PLAN SUR LA BOÎTE :

*Silence. Dedans... une carte SIM Free soigneusement posée.*

*(Petit “pop” sonore comique, musique qui retombe.)*

HOMME *(tout fier)*

— J’m suis enfin décidé à changer d’opérateur. Sans engagement.

FEMME *(restant figée 2 secondes, puis éclatant de rire)*

— Sérieux ?! J’ai cru que t’allais me demander en mariage !

HOMME *(en rigolant)*

— Ah non, je suis pas prêt à m’engager à ce point !

# PUB N°2

Scénario

***“La demande”***

Durée 30 secondes.

Axe : non-engagement / humour / fête de fin d’année.

## **[SCÈNE 3 – LA CHUTE]**

*(Ils rient ensemble. Elle lui prend la boîte.)*

FEMME *(taquine)*

— Bon... au moins là, t’as fait le bon choix.

*(Elle cligne de l’œil. Il sourit, soulagé.)*

## **[SCÈNE 4 – FIN / SIGNATURE PUB]**

*(La caméra recule doucement : on les voit rire devant le sapin, la lumière est douce et dorée.)*

VOIX OFF :

“Pas besoin de s’engager pour se faire plaisir. Free, sans engagement.”

*(Logo Free qui apparaît sur fond rouge, avec un petit clin d’œil visuel : la carte SIM scintille comme une bague.)*

free



# PUB N°2

Print

Les affiches reprennent les **moments clés** du spot publicitaire : un couple partage un instant complice devant le sapin, dans la douce lumière d'un soir de fêtes.

À travers la fenêtre, on devine la **chaleur du foyer** et la tendresse de la scène. L'homme tend un petit **coffret rouge** à sa compagne, rappelant les codes d'une demande en mariage... mais l'humour de Free renverse l'attente : à l'intérieur se cache une **simple carte SIM**.

L'image de gauche mêle **romantisme et légèreté** tandis que celle de droite reprend la **chaleur** et met en avant la **chute** finale. Typiques de la période de Noël, ces ambiances jouent en même temps sur le **double sens** du mot « engagement ». En détournant les codes de la romance et du cadeau précieux, Free affirme une nouvelle fois son ton complice et impertinent.

Le slogan « **Pas besoin de s'engager pour se faire plaisir** » vient conclure avec justesse cette mise en scène, célébrant la liberté et la simplicité du forfait mobile Free.

L'affiche résume ainsi l'esprit de la campagne : festive, drôle et résolument libre.

Forfait mobile *free*

Pas besoin de  
s'engager pour  
se faire plaisir.

*free* sans engagement.

Forfait série free XMAS / 200Go / 7.99€ par mois pendant 1 an / Sans engagement

Forfait mobile *free*

Forfait mobile Série free

7€99  
/mois  
pendant 1 an

120 200 Go

Sans engagement

Xmas

Pas besoin de s'engager pour se faire plaisir.  
*free* sans engagement.

Sucette  
Decaux



# PUB N°2

Print

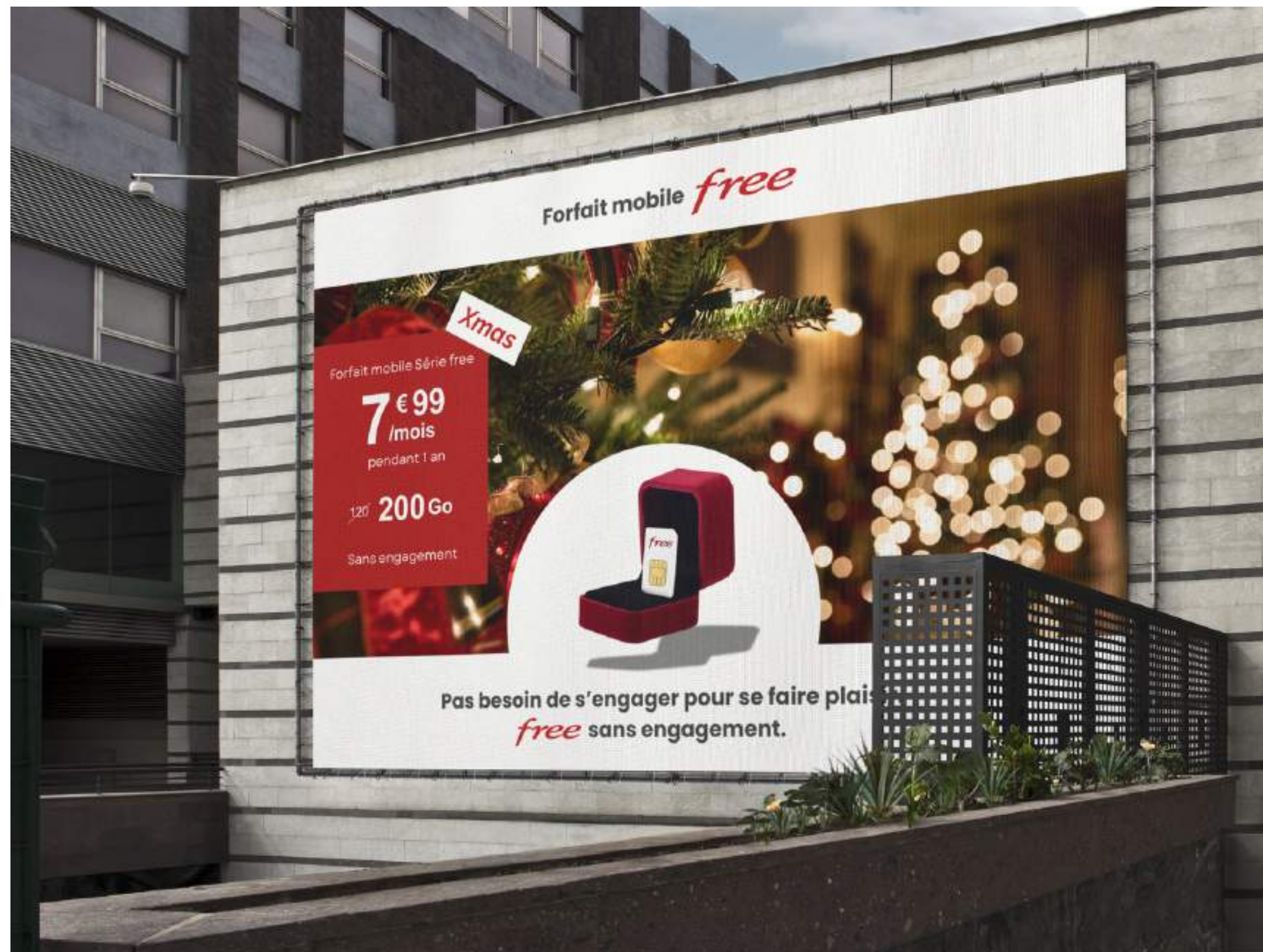
Abris Bus  
Decaux



# PUB N°2

Print

Panneau PUB  
[4X3]



# PUB N°2

Réseaux sociaux

## Instagram



Post



Story



Real



*PUB N°3*

**“La rupture”**

*free*

# PUB N°3

## Scénario

**“La rupture”** | Durée 30 secondes. | Axe : non-engagement / humour / quiproquo

### [INT. SALON / SOIR – UN SOIR DE DÉCEMBRE]

Le salon est décoré dans une ambiance de Noël : guirlandes, sapin illuminé, bougies...  
Un couple est assis sur le canapé, chacun concentré sur son téléphone.  
L’ambiance calme, mais un peu tendue. On entend des bruits de notifications et de clics.

**L’HOMME** – (soupirant)  
Purée, ça marche pas... J’en ai marre.

*(Il tape sur son écran, la connexion rame.)*

**L’HOMME** – (grommelant)  
Je savais que je voulais pas m’engager... Franchement, faut qu’on arrête.

**LA FEMME** – (levant brusquement la tête, choquée)  
Quoi ?! Tu veux arrêter ?

**L’HOMME** – (sans la regarder, concentré sur son téléphone)  
Bah oui, ça fonctionne pas. Depuis le début, je sens que ça le fera jamais de toute façon...  
J’ai besoin de plus de liberté.

*(La femme reste bouche bée. Silence.)*

**LA FEMME** – (émue, la voix tremblante)  
Attends... Tu dis ça comme ça, d’un coup ? Après tout ce qu’on a vécu ?!

**L’HOMME** – *(la regarde enfin, surpris)*  
*Hein ? Bah oui, ça rame, ça coupe tout le temps...*

**LA FEMME** – *(commence à s’énerver)*  
*Mais t’es sérieux ?! Tu pouvais pas le dire avant ?!*

*(Il la regarde, complètement perdu.)*

**L’HOMME** – (confus)  
Mais je parle de la connexion ! Pas de nous ! Je veux juste passer chez Free, pour rester libre !  
En plus on a pas eu le choix de s’engager, maintenant faut attendre pour résilier !

*(Silence. Elle explose de rire.)*

**LA FEMME** – (soufflant)  
Ah oui oui la connexion. Évidemment.

**L’HOMME** – (amusé)  
T’inquiète, avec Free, y’a plus d’engagement.

**VOIX OFF** –  
Avec Free, vous êtes libres. Sans engagement. Et sans prise de tête.

*(Logo Free apparaît à l’écran. Musique légère et optimiste.  
Lumières du sapin qui clignotent.)*

# PUB N°3

Print

## Explications

L'affiche reprend la scène centrale du spot télévisé : un couple, un soir de décembre, se retrouve dans un **quiproquo autour du mot "engagement"**. Dans la vidéo, l'homme parle de sa connexion internet, tandis que la femme croit qu'il veut rompre. L'affiche capture ce moment précis, avec la **réaction choquée** de la femme et le **regard concentré** de l'homme.

L'ambiance est **chaleureuse et familière**, avec une lumière douce et des décorations de Noël, renforçant le **réalisme et la proximité** avec le public. Le ton est **humoristique et complice**, typique de Free, qui détourne ici le langage amoureux pour parler de téléphonie.

Le slogan « On ne vous demande pas de vous engager » joue sur le **double sens du mot**, à la fois amoureux et commercial, pour valoriser la **liberté sans contrainte** offerte par Free. Ainsi, l'affiche condense parfaitement le **message et l'esprit du spot** : simple, drôle et humain.



Forfait mobile *free*

On ne vous  
demande pas de  
vous engager.

7 € 99  
/mois  
pendant 1 an  
200 Go  
Sans engagement.

Puis 19,99 € (9,99 € pour les abonnés freebox), 200 Go au bout d'un an.

*free* sans engagement.

# PUB N°3

Print

Sucette  
Decaux



# PUB N°3

Print

Abris Bus  
Decaux



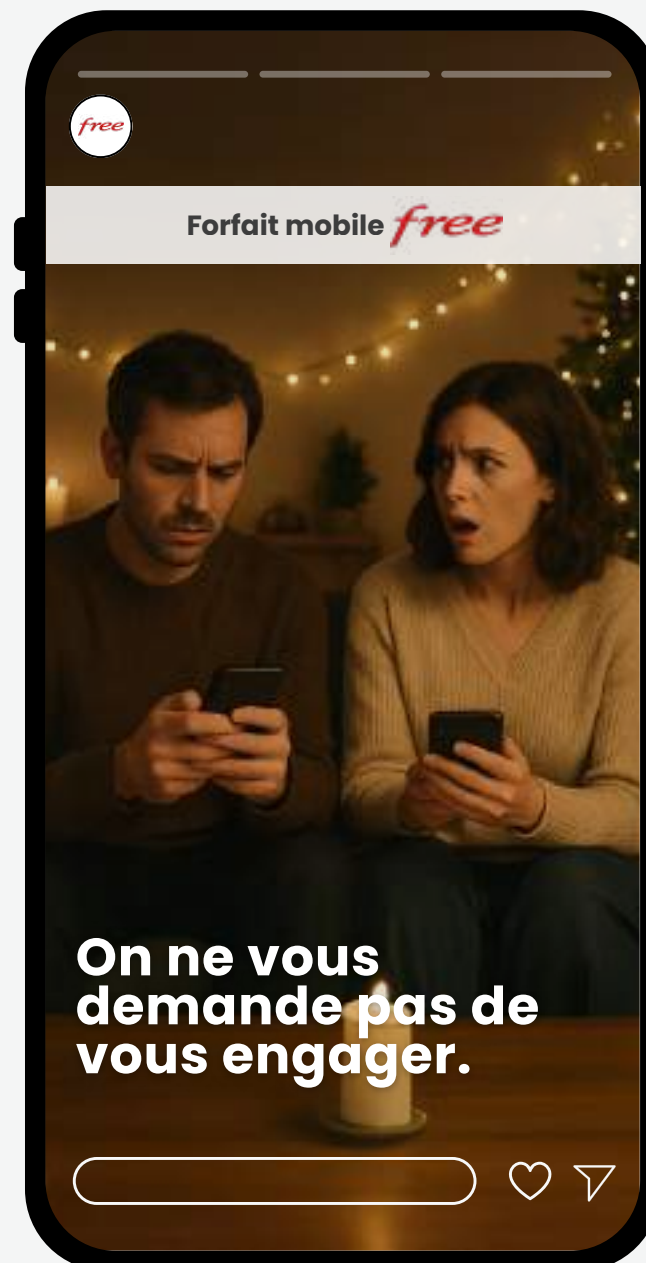
# PUB N°3

Réseaux sociaux

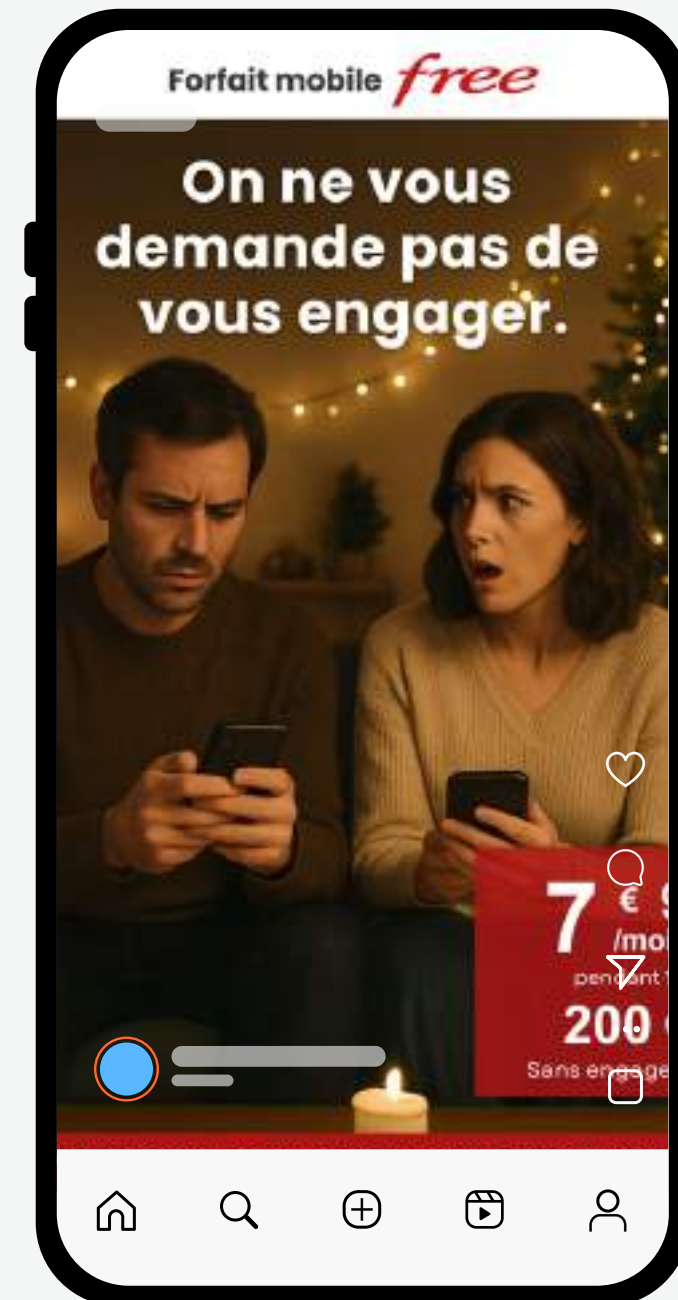
## Instagram



Post



Story



Real

# PUB

## Animation en boutique

Durant la période de la campagne, vos boutiques Free seront décorées en cohérence avec l'univers visuel et le ton de la campagne, afin d'assurer une expérience homogène entre la communication digitale et physique. L'objectif est de plonger le client dans l'ambiance de la campagne dès son entrée en boutique, à travers des éléments de décoration reprenant les couleurs, les visuels et les messages clés du concept.

En complément, nous vous recommandons de mettre en place une animation participative inspirée du célèbre "Whisper Challenge", un jeu viral très populaire sur les réseaux sociaux. Cette activité, simple et ludique, se joue à deux : l'un des participants porte un casque diffusant de la musique pendant que l'autre lui fait deviner une phrase.

Cette animation permettrait de créer un moment convivial et engageant en boutique, tout en mettant en scène le concept de quiproquo au cœur de notre campagne. Les malentendus et incompréhensions amusantes générées par le jeu feraient écho à notre idée créative, tout en suscitant le rire et la complicité entre participants.

De plus, cette activité offre un fort potentiel de visibilité sur les réseaux sociaux : les clients pourraient être invités à filmer leur participation et à la partager avec un hashtag dédié à la campagne, renforçant ainsi la notoriété de Free et l'interaction avec sa communauté.

En résumé, cette action permettrait d'allier expérience client, cohérence de marque et engagement digital, tout en diffusant un message fidèle à l'esprit libre, décalé et accessible de Free.



# PUB

Publicité magazine

Texte et de visuel à placer dans un encart publicitaire de magazine

**“Free sort le grand jeu pour noel !”**

“Avec sa nouvelle offre série Xmas, free nous propose une offre exceptionnelle de 200 Go pour 7€99/mois, de quoi profiter pour les fêtes de fin d’année, sans avoir à s’engager (ou pas ;) !”





*free*



# Moodboard campagne



**MERCI !**

*Fin de la présentation.*

**“Le non-engagement”**

*free*

**CHOIX FINALE DU CLIENT**