



Communiqué

BCW France déjà primée 10 fois en 2021 pour ses campagnes earned media

Paris, le 1er octobre 2021

2021 restera un millésime en or pour BCW, agence leader en communication intégrée, qui atteint avec les Grands Prix Stratégies 2021 remis le 21 septembre, son 10ème prix professionnel. Cette multitude de prix, dans différentes catégories, en dit beaucoup sur les forces de l'agence : sa créativité, sa multi-expertise et la puissance de ses stratégies intégrées de « earned media ».

La campagne « J'aime mon bistrot » est une pure campagne de solidarité, élaborée en 15 jours, avec une plateforme de mobilisation et une stratégie earned média. Si la solidarité n'a pas de prix, elle sait être récompensée.

Découvrez la vidéo [ici](#)



- OR au TOP/COM cat. Dispositif online
- Sabre Awards EMEA : Food Services
- OR au Grands Prix COM-ENT cat. Adaptabilité / Réactivité
- BRONZE au Grand Prix Stratégies cat. Communication spéciale crise sanitaire

La campagne « Plaquons l'homophobie » de la Ligue Nationale de Rugby est l'un des grands projets RSE de l'année 2021 pour faire bouger les lignes sur les discriminations.

Découvrez la vidéo [ici](#)



- OR au Grand Prix Stratégies cat. Inclusion et diversité
- Prix Spécial TOP/COM Grands Prix ISCOM de la RSE 2021
- ARGENT au TOP/COM cat. Relations Publiques Corporate

L'opération « **Dîner avec les poules** » élaborée pour Novotel (ACCOR) est une opération tactique en réponse à la fermeture des restaurants à 21h lors du 1er couvre-feu. Il fallait être créatif et réactif.



- *OR au Grand Prix Stratégies cat. dispositifs événementiels BtoC/ Brand experience*
- *OR au TOP/COM cat Relations Presse Corporate*

La campagne digitale « **Greener Digital** » conduite pour ENGIE illustre l'expertise de l'agence en marketing d'influence et sa capacité à mobiliser des influenceurs pour promouvoir des gestes simples la planète.

Découvrez la vidéo [ici](#)



- *ARGENT au Grand Prix Stratégies cat. Communication digitale*

À propos de BCW

BCW est une agence leader en solutions de communication intégrées. Sa mission, Moving People, est de toucher, inspirer, engager les publics en faveur des projets de ses clients. BCW propose des contenus créatifs et des communications multicanales fondées sur les data. Elle privilégie des stratégies « earned » pour engager les parties-prenantes et faire bouger les lignes. BCW compte 110 collaborateurs en France et plus de 4 000 dans le monde. L'agence fait partie de WPP (NYSE: WPP), groupe mondial spécialisé en transformations créatives. Pour plus d'information, visitez le site internet www.bcw-global.com/fr.

Contact presse

Cyndie Medeiros - cyndie.medeiros@bcw-global.com - 06 34 99 67 49