

Business

et CRÉATIVITÉ

STEVE POUR VISION DU MONDE



**ENTENDRE LA VIOLENCE. PUIS L'ÉCOUTER. POUR AGIR.
AVEC "IMMONTRABLES" LA CAMPAGNE DE L'ONG VISION
DU MONDE SIGNÉE DE L'AGENCE STEVE, LA CRÉATIVITÉ
IMPRIME LA CONSCIENCE.**

S'appeler Vision du Monde, et ne rien montrer... voilà le parti pris paradoxal de cette ONG qui vient en aide aux enfants, premières victimes des pays en guerre ou touchés par la famine, le réchauffement climatique, les maladies, la pauvreté, etc. « Il nous fallait trouver un moyen d'interpeller le grand public sur ces situations extrêmement difficiles dans différentes régions vulnérables, depuis les violences sexuelles engendrées par les mariages forcés, en passant par la crise alimentaire ou les conflits armés », explique Camille Romaindes Boscs, directrice générale de Vision du monde en France. Le tout sans jamais tomber dans la caricature sensationnaliste, ou voyeuriste ni le tire-larmes... Mission délicate relevée haut la main par Steve. « L'agence a su utiliser la puissance de la suggestion et réussi le défi de respecter à tout prix les enfants, leur image et leurs corps », ajoute Camille Romaindes Boscs. Mais comment marquer les esprits via des films et des prints

sans choquer ni rebuter le public avec des sujets si durs ? « Nous aurions pu montrer une vision douce et optimiste de l'action de Vision du monde qui permet d'aider et de sauver ces enfants, mais cette campagne était aussi une campagne d'alerte, une campagne de notoriété pour cette ONG encore trop peu connue, et enfin une campagne de récolte de dons et de parrainages, explique Edouard Dorbais, directeur de création chez Steve. Nous avons choisi de relater les faits, de parler du sort terrible de ces enfants, mais sans jamais montrer purement "gratuitement" des images horriblement choquantes. » Sur fond noir, prints et films révèlent donc, dans un style froid, distant et épuré, quasi journalistique et documentaire une réalité qu'on préfère ne pas voir : les bruits des violences faites aux enfants ou encore des faits de guerre relatés crûment par écrit. Pas besoin des images pour imaginer le pire... Cette campagne donne la chair de poule et joue son rôle de « lanceur d'alerte ». Quand une ONG communique, difficile de parler de « business »... Mais le bilan prouve que la créativité permet de générer des dons et de la notoriété. Et un tout petit budget (minime pour l'agence et



Édouard Dorbais est directeur de création chez Steve.

la production, et des diffusions gratuites dans les médias) additionné à la créativité suscitent émotion, engagement et mémorisation... Ainsi, les internautes ont passé deux fois plus de temps sur le site qu'en temps normal. L'ONG a enregistré +35 % de trafic sur la période de diffusion, dont une grande part de nouveaux visiteurs. « Ils se sont informés sur nos actions, notre approche, ont consulté les différents articles liés aux théma-



CAMPAGNE

"LES IMMONTRABLES"

SORTIE | DÉCEMBRE 2022

Catégories aux Cannes Lions :

- Not-for-profit / Charity / Government (Print & Publishing; Posters, cinema Film).
- Breakthrough on a Budget - Culture & Context.
- Outdoor - Photography.
- Print & Publishing - Photography.
- Use of Radio or Audio as a Medium - Innovation in Radio & Audio.

BILAN

+25 %

de visites sur les pages parrainages

PLUS DE 50 % de nouveaux donateurs sur la collecte d'urgence suite aux tremblements de terre en Turquie et Syrie. Ce n'était pas le cas lors des précédentes campagnes.

362

conversions de promesses de dons enregistrées, ce qui est équivalent aux résultats de l'année passée alors que le contexte économique actuel pèse lourdement sur les conversions.



" LES VISITEURS ONT DEMANDÉ DES BROCHURES, SE SONT ABONNÉS À LA NEWSLETTER, AUX RÉSEAUX. "

CAMILLE ROMAIN-DESBOSC,
VISIONS DU MONDE

tiques de la campagne : la faim, les mariages précoces et les conflits. Ils ont demandé des brochures, se sont abonnés à la newsletter, aux réseaux, +231 % d'abonnés sur Facebook par rapport au mois précédent par exemple », conclut Camille Romain-des Boses. ■

SOPHIE STADLER

Des prix



Mention
au 48^e Grand
Prix de la
Communication
Extérieure



ONE SHOW
2023
Silver Pencil,
Bronze Pencil,
2 Merits
(prints),
1 shortlist
(films)



Club des DA
2023 Shortlist
Film (films
et prints)*:
7 shortlists



★★★
au Hit Parade
CB News de
février 2023
(prints)

★★★
au Hit Parade
CB News de
mars 2023
(films).