



DOSSIER DE CANDIDATURE Edition spéciale Galerie 7.5

Si vous êtes une agence, renseignez le client pour lequel vous avez réalisé cette campagne/action.

Si vous êtes annonceur, renseignez la ou les agences qui ont réalisé la campagne/action.

Si votre campagne/action a été réalisée en interne laissez ce champs vide.

Nom de l'entité déposante : NOVASANCO

agence annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur :

NOM DE LA CAMPAGNE : QUAND TOUT BASCULE

QUELLE CATEGORIE ? Cette année, à simple titre indicatif. Un doute sur la catégorie ?
Consultez-les ici > <https://tropheesdelacom.so/le-concours/les-categories/> :

CATEGORIE : AUDIOVISUEL

DATE DE CAMPAGNE : 07/2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : FRANCE

À SAVOIR



- Les 11 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.
- Aucun autre modèle ne sera accepté.
- Ce Power Point contient 13 slides (pages), vous pouvez développer vos explications en rajoutant, si nécessaire, des slides supplémentaires pour quelques rubriques. Attention, l'ensemble de votre dossier ne doit toutefois pas dépasser 20 slides.

Pour cette édition spéciale {Trophées} La Galerie 7.5, vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE campagne / action de communication. Celle-ci sera rendue visible sur la Galerie du site www.tropheesdelacom.so et soumise au vote du public. Les 5 campagnes ayant obtenu le plus grand nombre de votes bénéficieront d'une mise en lumière sur un support vidéo. Les autres auront une chance d'être citées à travers des articles « étude de cas » publiés sur les blogs des sites internet des Trophées de la Com. Sud-Ouest, de l'Apacom et du Club de la Com.

Dossier à renvoyer avant le : mercredi 30 septembre 2020

Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RÉSUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slide à remplir en 3 à 5 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

La crise du coronavirus peut-elle changer votre regard sur le handicap ? “Quand tout bascule...” est un film d’animation de sensibilisation qui questionne le spectateur sur le quotidien des personnes atteintes de handicap en faisant le parallèle avec le confinement dû au covid19.

2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)

- Création d'une campagne de sensibilisation sur le handicap en lien avec l'actualité pour en révéler des similitudes
- Explorer des techniques de Film d'animation pour mettre en évidence l'invisible (handicap invisible, Virus, confinement, isolement...)

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

CIBLES

- RH et décisionnaires d'entreprises

OBJECTIFS

- Sensibiliser aux conséquences sur notre quotidien de l'arrivée imprévisible d'un handicap et à l'existence de handicaps invisibles
- Amener le public à se sentir concerné au travers d'une actualité qui nous a tous touchés

4 LA PROBLEMATIQUE

- **Comment amener le public à se sentir concerné par le sujet du Handicap beaucoup moins médiatisé que le Covid-19, alors qu'il est la première cause de discrimination en France pour la 3^{ème} année consécutive ?**

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Détourner l'actualité de la crise du coronavirus, pour en révéler **les similitudes entre les conséquences ressenties par l'ensemble de la population suite au coronavirus et les conséquences ressenties pour une personne touchées subitement par le Handicap au cours de sa vie.**
- **Cacher la campagne de sensibilisation Handicap derrière ce sujet d'actualité** qui a touché et mobilisé le monde entier en même temps. Le sujet du Handicap, sensible et souvent effacé, est révélé en cours de campagne afin de surprendre le spectateur.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- La vidéo clôture une campagne de sensibilisation plus complète, composée d'un sondage et d'une page web dédiée expliquant le concept de détournement de l'actualité
- Film d'animation 3D avec une écriture graphique mettant en image des concepts invisibles (discrimination, handicap invisible, isolement, confinement, le virus...)

7 LES VISUELS



La vidéo : <https://vimeo.com/novasanco/quandtoutbascule>

La page web dédié à la campagne : <https://client.novasanco.fr/covid-19/>



8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

Structure complète de la campagne dans laquelle s'inscrit notre vidéo :

1 – **Un mailing** : informant que nous mettons en place un dispositif spéciale Covid-19. Ce dispositif est en réalité une campagne de sensibilisation cachée.

2 – **Un sondage** d'apparence sur le sujet du Coronavirus. Par simple « bascule sémantique », toutes les questions sur le Coronavirus auxquelles vous avez répondues peuvent être transposées par le sujet du handicap.

3 – **une page web de conclusion incorporant la vidéo** révèle la campagne de sensibilisation cachée. Le parallèle entre les conséquences dues au Coronavirus et au Handicap sont expliquées par une vidéo et une synthèse informative.

9 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Nous proposons une campagne de sensibilisation multisupports digitaux "cachée" qui met en avant des situations pour déconstruire les idées reçues sur le Handicap et démontrer la nécessité de construire une société inclusive et résiliente.

10 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...)?

Les premiers chiffres autour de cette campagne lancée en juillet 2020 :

- 4 clients avec 640 salariés sensibilisés
- Environ 200 participants RH et décisionnaires au sondages
- Déjà 2300 vues de la vidéo uniquement sur Vimeo
- Globalement, 3140 personnes déjà sensibilisés
- 2 partenaires : La Fondation pour la Recherche Médicale et AGIPHF
- Témoignage client NOVEANE : « Le questionnaire et la vidéo ont été très bien réalisés et nous devrions selon moi faire des campagnes de ce type plusieurs fois dans l'année, cela fait énormément réfléchir même pour les personnes non touchées par un handicap. En vous remerciant pour la qualité de votre travail et votre accompagnement. »

Campagne toujours en cours de diffusion



11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : NOVASANCO
- NOM DE LA CAMPAGNE : QUAND TOUT BASCULE...
- **OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE** : Sensibilisation au handicap
- **STRATEGIE ADOPTÉE** : campagne caché par symétrie avec le confinement.
- **RESULTATS** : 3140 personnes déjà sensibilisées.