

ARSEP X PUBLICIS CONSEIL

Contact RP : Laurence Bernier - laurence.bernier@conseil.publicis.fr

LA SCLÉROSE EN PLAQUES EST UNE MALADIE QUI TOUCHE 110.000 PERSONNES EN FRANCE ET QUI EST LA 1^{re} CAUSE DE HANDICAP CHEZ LES JEUNES.

Pourtant cette maladie reste très méconnue du grand public et aucun traitement curatif n'existe.

Les symptômes liés à cette maladie sont très nombreux, le plus souvent très douloureux ou handicapants, et surviennent de manière imprévisible. Pour permettre à la Fondation Arsep de faire connaître cette maladie et de lever des fonds pour contribuer à la recherche médicale, Publicis Conseil a imaginé la campagne QUI GAGNE PERD.

L'agence a ainsi créé une campagne qui traduit ce qui se passe dans la tête d'un patient atteint de la sclérose en plaques lorsqu'un nouveau symptôme survient : une sorte de jeu TV dans lequel le patient fait tourner une Roue des Symptômes, à la manière d'une roue de l'infortune, qui d'un instant à l'autre peut attribuer aux malades atteints de SEP un symptôme allant de Faiblesse Motrice aux troubles de la vision en passant par les douleurs, troubles urinaires et perte de libido ... très traumatisants pour les jeunes.

La campagne est déclinée en TV, digital, DOH, affichage et sera visible au cinéma.





La campagne a été créée avec l'aide de la Jungle de Publicis Conseil, l'incubateur de jeunes talents créatifs de l'agence dirigée par Gurvan Prioul et Nathanaël Rouas. Cet incubateur permet aux jeunes talents créatifs de l'agence d'être exposés à des briefs à fortes valeurs créatives, tout en continuant leur apprentissage auprès de seniors qui mettent la formation et la pédagogie au cœur de leur travail. La réalisation de la campagne a été faite par Prodigious avec Mikael Arslanyan et James Maciver comme réalisateurs.

Depuis 50 ans, La Fondation Arsep est à côté des patients atteints de sclérose en plaques pour les informer ainsi que leur entourage et lever des fonds pour financer la recherche médicale avec pour vocation de mettre fin à cette maladie qui malheureusement touche de plus en plus de patients.

LORSQUE L'ON EST ATTEINT DE LA SCLÉROSE EN PLAQUES, LES SYMPTÔMES SURVIENNENT DE MANIÈRE IMPRÉVISIBLE. POUR METTRE FIN À CE JEU DE HASARD, FAITES UN DON À LA FONDATION ARSEP SUR: WWW.ARSEP.ORG

CRÉDITS

Annonceur : Fondation Arsep
Agence : Publicis Conseil
Responsables Annonceur :
Anne-Marie Moussu, Marie-Gabrielle Alterio
Responsables Agence :
Valerie Albou, Emmanuelle Monset, Cathy Pianko
Création : la Pepinière de jeunes talents créatifs de Publicis Conseil : Maxime Konieczynski, Juliette Sananes, Anthony Da Silva, Jules Lamoril, Pauline Lagadec, Vincent Teffene, Thomas Kouri.

Producteur : Romain Guilbert.
Directeur de Production : Augustin Gregoire.
Chargée de Production : Mégane Guetta.
Réalisation : Mikael Arslanyan et James Maciver.
Post-production image et son : Prodigious.
Etalonnage : William Ferré.
DOP : Theo Reynal.

Sous la direction de Gurvan Prioul et Nathanaël Rouas

Date de démarrage de la campagne : 3 Juillet 2019