

Paris, le 5 juillet 2022

ici Barbès et La Cloche en campagne pour casser les clichés sur la vie à la rue

Le 4 juillet, l'association La Cloche a lancé une campagne nationale de sensibilisation, conçue par ici Barbès, pour alerter sur les idées reçues dont sont victimes les personnes sans domicile. En été, la vie dans la rue n'est pas plus facile, bien au contraire !

83 % des 300 000 personnes sans abri en France souffrent autant du manque de lien social et des préjugés que du manque de nourriture, d'eau et de logement. Dès le mois de juillet, la situation est encore plus compliquée : structures qui ferment, aides suspendues, baisse de vigilance des personnes concernées et citoyen·ne·s, moins sensibles et généreux·ses face aux personnes en situation de précarité.

Cette campagne souhaite casser le cliché qui dit qu'il est plus facile d'être sans abri quand les beaux jours reviennent et attirer l'attention du grand public pour que celui-ci change de regard et, enfin, que la société adopte des comportements plus inclusifs et solidaires.

Si boire, manger, se loger sont indispensables, se cultiver et conserver un lien social sont des besoins tout aussi fondamentaux. Le message central : nous serons toutes et tous gagnant·e·s à construire une ville dans laquelle chacun·e se sent bien et pris·e en compte.

Les deux visuels clés mettent en scène des éléments de la vie des sans-domicile : assiette en carton posée sur un trottoir, verre d'eau sur un carton. *La Joconde* apparaît dans l'assiette, tandis qu'un groupe de gens entourent le verre. Ils symbolisent, pour le premier la culture, pour le second le lien social.

Les accroches :

« *Pour les personnes sans-abri, manger est essentiel, se nourrir l'esprit aussi.* »,

« *Pour les personnes sans-abri, boire est essentiel, satisfaire sa soif de rencontre aussi.* », rappellent que, s'il est impératif pour une personne en situation de précarité de pouvoir manger et boire, il lui est tout aussi nécessaire de ne pas rester en marge de la vie sociale et culturelle.

La campagne est déployée en affichage, dans la presse, en affichage digital. Elle est également déclinée en *social media* et *display*.



Fiche technique :

Annonceur : La Cloche

Agence : ici Barbès

Directeur de la création : Alexandre Drouillard

Directeurs artistiques : Hugo Trabelsi, Gabriel Bonete

Concepteur-rédacteur : Pablo Casanova

3 D : Robin André-Bourguignon

Planneuse stratégique : Éline Canon

Responsable annonceur : Margaux Gaillard, Fleur Marques Bosio et Mina Marie- Barday

Consultantes agence : Agathe Margelidon, Cynthia Bouarab

Contact La Cloche :

Fleur Marques Bosio - fleur.marquesbosio@lacroche.org

Contact ici Barbès :

Stefan Izoret - stefan.izoret@icibarbes.com

À propos du client

La Cloche est une association à but non lucratif qui lutte contre l'exclusion des personnes en situation de précarité, notamment les personnes sans-domicile (en CHU, CHR, bidonvilles, logement de fortune, à la rue...). Depuis 2014, La Cloche cherche à donner à chacun(e) les possibilités et l'élan pour créer cette société dans laquelle tou(te)s trouvent leur place.

Chez La Cloche, nous sommes convaincu(e)s que la lutte contre l'exclusion est l'affaire de tou(te)s.

À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIX^e arrondissement de Paris.

L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :

- *le conseil stratégique et le branding ;*
- *le contenu ;*
- *le social media ;*
- *la publicité.*

Le credo de l'agence : La science des gens.

*La science répond aux attentes du marché : de la data, du ROI, de la précision mais elle ne peut pas s'entendre sans un intérêt profond pour les **gens** (bien au-delà des cibles), parce que c'est quand on les connaît bien qu'on peut leur faire aimer les marques.*

Nos clients : La Mutuelle Générale, GRTgaz, Leroy Merlin, EDF, Enedis, DomusVi, SNCF, Giphar, l'Assurance Maladie, Rexel, l'Institut national du cancer (INCa)...