

LOVE
CHANGE

PUBLICIS
CONSEIL

CONSEIL

LOVE
CHANGE

LOVE
THE
CHANGE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, 13 janvier 2023

Santé publique France lance sa nouvelle campagne Alcool « La bonne santé n’a rien à voir avec l’alcool » avec Publicis Conseil



Avec la période des fêtes, le mois de janvier est souvent synonyme de célébrations accompagnées de consommations d’alcool, pour se souhaiter une bonne année et trinquer « à la santé » de ses proches et de sa famille. Pourtant, l’alcool n’a rien à voir avec la bonne santé.

En France, chaque année, plus de 40 000 décès sont attribuables à l’alcool. Sa consommation, même à faible dose, multiplie les risques de cancers, d’accidents vasculaires cérébraux hémorragiques (AVC) et de troubles du rythme cardiaque, ce qui en fait une préoccupation majeure de santé publique.

C’est la raison pour laquelle Santé publique France lance, en partenariat avec le Ministère de la santé et de la prévention, la campagne « La bonne santé n’a rien à voir avec l’alcool ».

Le film, réalisé par Publicis Conseil, montre une diversité de contextes où l’on trinque avec de l’alcool. Il met en scène une série d’instantanés de convivialité dans des scènes de vie quotidienne où chacun peut s’identifier (réussite d’un diplôme, pot professionnel, dîner au restaurant...), ou liés aux vœux de la nouvelle année, pendant lesquelles des personnes trinquent en se souhaitant « bonne santé » ou « santé ».

L’un des enjeux, était d’être au plus proche de la réalité des Français, d’être inclusif, en représentant toutes les classes sociales, tous les territoires (y compris les départements d’outre-mer), d’illustrer une grande diversité de moments de consommation d’alcool. Le film se termine par une scène de ce début d’année, un déjeuner familial, à l’occasion de la galette des rois, réunissant plusieurs générations.

Contact Presse :

Publicis Conseil - Héroïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47



LOVE
CHANGE

PUB
LICIS

CON
SEIL

LO
VE
CHA
NGE

LOVE
THE
CHANGE

Concernant l'exécution créative, les réalisateurs, ont souhaité composer une ambiance visuelle propre à chaque scénette, afin d'aider à la compréhension des différents moments de consommations.

Enfin, le rythme du film, est construit de manière crescendo : les premières séquences prennent le temps de s'installer, les suivantes s'accroissent, rythmées par le bruit des verres qui trinquent et par la répétition du mot « santé », créant un effet d'accumulation et de saturation. Le spot s'achève avec le slogan de la campagne, « La bonne santé n'a rien à voir avec l'alcool », et rappelle les risques à long-terme associés à la consommation d'alcool, même pour des faibles consommations.

L'objectif est de souligner le paradoxe de l'association alcool-bonne santé et de marquer les esprits.

La campagne diffusée du 9 au 31 janvier 2023, vise à débanaliser la consommation d'alcool en interpellant sur le caractère absurde de se souhaiter une « bonne santé » ou « santé » en trinquant avec des verres d'alcool, de prévenir et réduire les risques qui y sont associés et de proposer des outils d'aide via le dispositif d'aide à distance Alcool Info service.

Multi-supports, la campagne est composée d'un film de 30 secondes, diffusé à la TV et au cinéma, ainsi que d'un spot radio qui reprend le concept du TVC.

En digital, deux VOL et des formats de 10 secondes, à destination des réseaux sociaux (Snapchat, Facebook, Instagram et Tik Tok) viennent compléter le dispositif. Les formats courts bouclent sur l'un des protagonistes du film qui interpelle le public, face caméra, sur l'absurdité de se souhaiter la bonne santé en trinquant.

L'ensemble des supports de cette campagne (vidéo, audio, digital) redirige vers le site alcool-info-service.fr pour inviter le public à se renseigner sur ses propres habitudes de consommation et à trouver des conseils pour réduire sa consommation d'alcool.

Découvrez le film [ici](#)

FICHE TECHNIQUE

Annonceur : Santé Publique France

Agence : Publicis Conseil

Responsables Annonceur : Viêt Nguyen-Thanh, Claudine Tanguy, Victoria Leboulanger, Virginie Bresson

Président en charge de la création : Marco Venturelli

Directeurs de la création : Kamel Makhloufi, Julien Colas

Concepteur Rédacteur : Anthony Clouet

Directeur Artistique : Nicolas Denis

Responsables Agence : Stéphane Billard, Juliette Tréand, Melle Derdiri

Productrices : Carole Nathan et Claire Diot

Responsable stratégique : Sarah Louis

Film La bonne santé n'a rien à voir avec l'alcool

TV Producers : Armelle Sudron et Aubin Kanyamanza

Production : La\Pac

Réalisateur : ABCDCD

DOP : Kaname Onoyama

Producteurs : Mathilde Nanot-Lachkar et Gabriel Chaussende

Contact Presse :

Publicis Conseil - Héloïse Mathon – heloise.mathon@publicis.fr – 06 25 35 74 47



Post Production : Prodigious
Post Producteur : Lalia Legan
Monteur : Vincent Fleischmann
Étalonneur : Sylvain Canaux
Production son : Carsten Krueger

Musique :
Titre : "Marche funèbre d'une marionnette" par Charles Gounod