

INSPIRATIONS / Making of

MÉDECINS DU MONDE PRANKE LES PARISIENS

ONG Médecins du Monde dénonce le nettoyage social réalisé en vue des JO, en exécutant à la perfection un canular reproduisant des situations de harcèlement policier ou d'expulsion auprès des Parisiens.

MARIE-CAROLINE ROYET



« **D**es bus ont été affrétés pour faire partir de Paris des personnes sans domicile fixe, des migrants... Loin des yeux, loin des jeux... », introduit en préambule Guillaume Cotillard, directeur développement et communication de Médecins du Monde. Derrière le show promis par les JO de Paris se cache une réalité moins clinquante. « On parle de jeux inclusifs mais en réalité pas pour tout le monde. Ce sont des actions choquantes qui ont déjà eu lieu à l'occasion d'autres jeux comme à Atlanta », rappelle-t-il. Selon le rapport du collectif Le Revers de la médaille, dont

Médecins du Monde fait partie, les expulsions ont concerné 12 545 personnes entre avril 2023 et mai 2024. À un mois de l'ouverture des JO, l'ONG a tenu à se positionner comme une contre-voix de cette communication des jeux inclusifs en choisissant la satire pour alerter le grand public et interpeller les pouvoirs publics. Dans une courte vidéo réalisée par la société d'éco-production Polaire, diffusée sur les réseaux sociaux via le compte satirique *Le Gorafi*, on suit une fausse brigade du nettoyage social arpenter les rues de la capitale afin de faire « le ménage ». « Au départ, nous avions imaginé un micro trottoir, mais il fallait interpeller plus,

d'où cette idée de prank » [caméra cachée], explique Guillaume Cotillard. Mais n'est pas expert du « prank » qui veut. Ainsi lors d'une après-midi de mai, dans le quartier de Saint-Martin à Paris, quelques représentants de Médecins du Monde et de la production Polaire se sont répartis en plusieurs petits groupes, armés d'un talkie-walkie, en mode commando. Avec l'aide de deux comédiens recrutés pour l'occasion, habillés d'un uniforme, ils forment une fausse brigade et prennent à partie des citoyens lambdas. « Nous nous sommes retrouvés une seule fois, deux-trois jours avant le tournage, afin de prévoir des situations "types" à mettre dans la vi-

« Chaque situation demandait un jeu d'équilibre pour ne pas risquer de se faire réprimander en retour. »

Lou Maraval, responsable communication.

déo, c'est-à-dire demander aux propriétaires de chiens trop moches de partir de la ville, aux propriétaires de vélos, nous avons aussi joué sur les discriminations physiques... Après tout le reste est de l'ordre de l'improvisation pour les comédiens. C'était à la fois stressant et galvanisant, chaque situation demandait un jeu d'équilibriste pour ne pas risquer de se faire réprimander en retour », témoigne Lou Maraval, responsable communication de l'ONG. Ce fut d'ailleurs le cas d'une passante, qui en plein tournage, s'en est verbalement pris à la fausse brigade, choquée de leur démarche. « *L'équipe Médecins du Monde l'a tout de suite rassurée. Nous avons l'occasion de réaliser un travail de sensibilisation directement auprès des citoyens et qu'ils deviennent eux-mêmes des relais. La femme en question a d'ailleurs commenté la vidéo quand elle est sortie et en est très fière* », reprend Lou Maraval.

WEB DOCUMENTAIRE. Pour la première fois, l'association a tenté une nouvelle approche en osant la communication coup de poing. Une stratégie qui semble fonctionner puisqu'à l'heure actuelle, la vidéo cumule près de 700 000 vues. « *Nous sommes suivis par des personnes déjà convaincues par nos actions. Là, nous voulions toucher un maximum de personnes et surtout un public inhabituel. En collaborant avec Le Gorafi qui est connu pour son ton satirique et en choisissant de communiquer uniquement via le digital, nous essayons d'innover et de sortir des anciens codes* », reprend la responsable communication. Si la vidéo un peu poil à gratter fait parler d'elle, en parallèle elle est accompagnée d'un web documentaire plus sérieux autour de ce sujet. « *On espère que cette vidéo va continuer à tourner et que les gens vont s'engager, il y a trop de personnes qui vivent dans des situations précaires. Notre démarche va bien au-delà des JO* », rappelle Guillaume Cotillard. ■

**PLUS DE CRÉATIONS
SUR STRATÉGIES.FR**



LA FÉDÉRATION SPORTIVE LGBT+ SENSIBILISE AUX VIOLENCES

AGENCE : ROSBEEF!

67% de la communauté LGBT+ a déjà subi des insultes homophobes dans le milieu sportif : c'est le constat alarmant que dresse la Fédération Sportive LGBT+. Dans cette période qui combine mois des fiertés et grandes compétitions sportives (Euro 2024, Jeux Olympiques de Paris), l'agence Rosbeef! et la Fédération ont à juste titre voulu sensibiliser au poids des mots dans un film choc. Le film met en scène une plante verte, seule dans un vestiaire, entourée d'enceintes et d'amplis. L'expérience démarre dans un silence lourd. La plante se retrouve moquée, injuriée par des voix, elle décline, se dessèche et finit par mourir. Cette campagne s'achève sur une invitation à imaginer les conséquences sur un être humain, qui encaisse des propos homophobes au quotidien et rappelle que « les mots blessent autant que les coups ».

L'OLYMPIADE CULTURELLE EN CAMPAGNE

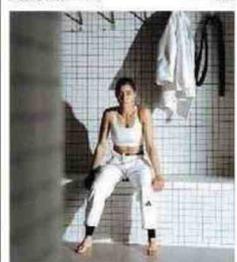
AGENCE : KIBLIND

L'Olympiade culturelle est un service proposé par le service culture du Cojo, composé de plus de 2 000 projets articulant la création et le sport comme des expos, de la danse, du théâtre... et dirigé par Dominique Hervieu, ancienne danseuse et chorégraphe. Avec l'agence Kibland, l'Olympiade culturelle a été illustrée par l'artiste Virginie Morgand autour d'une campagne print et diffusée sur l'Île-de-France et Marseille. Une manière de montrer que le sport et la culture vont de pair.



23.07.24

GALERIE JOSEPH PARIS



Backyard

UNE GALERIE D'ATHLÈTES

AGENCE : WILLIE BEAMEN

Willie Beamen propose une exposition intitulée « Backyard » qui regroupe toutes les photos de sportifs prises par l'agence au cours de ses différentes productions. À quelques jours de l'ouverture des JO de Paris, l'agence a souhaité rendre hommage aux athlètes français dont elle a pu croiser la route, la dernière en date étant pour Adidas. Dans cette série de photos argentiques seront mis à l'honneur Antoine Dupont, Nikola Karabatic, Mélanie De Jesus Dos Santos, Shirine Boukij, Alexandra Nouchet, Estelle Mossely... L'exposition aura lieu à la Galerie Joseph Paris, le mardi 23 juillet.