

CAMPAGNE COM 2024

T'as pas une minute ?

POINT INFO
MdM NEWS



2024

Jeudi 5 Décembre
Thursday 5 December

 T'AS PAS ?
UNE MINUTE!



CAMPAGNE COM 2024

Le concept



OBJECTIF

- > Entrer dans les usages et les codes d'une audience plus jeune et gagner en proximité
- > Faire de la pédagogie autour de nos thématiques
- > Utiliser des symboles connus par le grand public

CONCEPT

Des **ambassadeurs de Médecins du Monde** débarquent dans le contenu des internautes en répétant la réplique : « t'as pas une minute? »

Pour capter l'attention et déconstruire des idées préconçues sur Médecins du Monde en valorisant les spécificités, combats et les valeurs qui font notre force.

CAMPAGNE COM 2024

Trois axes

THÉMATIQUES

Trois sujets pour montrer en une minute et de manière positive des points forts de l'identité de Médecins du Monde :

- **Les terrains France, pour casser l'image trop internationale de Médecins du Monde :** *"Médecins du Monde' dans notre nom, ça veut dire partout... y compris à deux pas de chez toi."*
- **L'approche spécifique de Médecins du Monde :** *empowerment, développement social, action conjointe et collective* avec les populations concernées : *"Réagir, c'est important... mais prévenir, c'est là qu'on fait une vraie différence"*
- **Les activités de Médecins du Monde dans le champ de la santé environnement :** *"Et si l'environnement, c'était aussi une question de santé... surtout pour les plus précaires ?"*

CAMPAGNE COM 2024

Les ambassadeurs

LES AMBASSADEURS



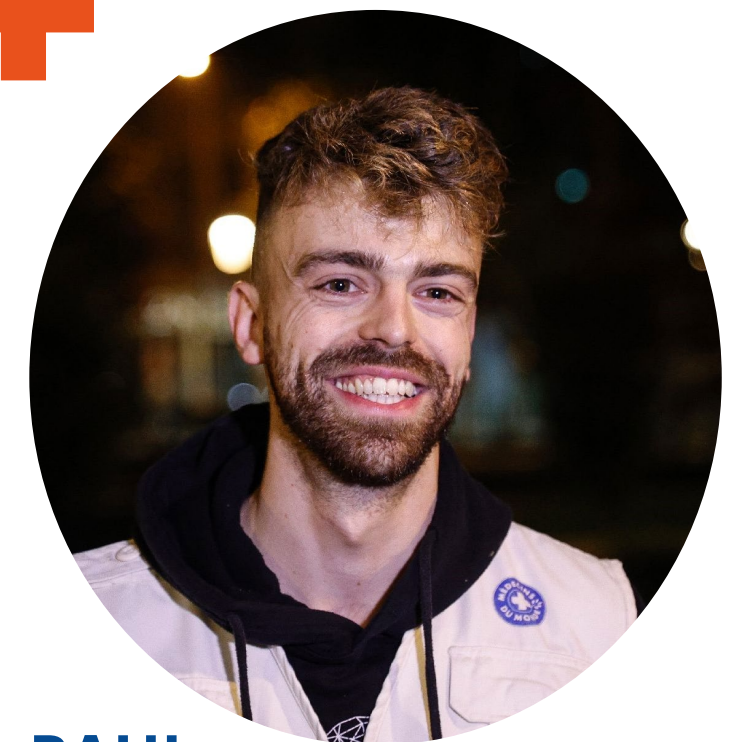
YANIS



SIENA



LAURA



PAUL

CAMPAGNE COM 2024

Le dispositif

LE DISPOSITIF



Activation
influence

Landing
page



Films
Digitaux

Brand
Content
Konbini



CAMPAGNE COM 2024

Les films digitaux



T'as pas 1min euh... 15/20/30s ?

"Hey... t'as pas 1mn, euh... 30 secondes ?

Parfait.

C'est assez pour te dire que Médecins du Monde, c'est bien plus que des interventions d'urgence.

C'est un engagement sur le long terme, pour agir sur les causes profondes qui font obstacle à la santé dans le monde.

Car soigner les symptômes, c'est bien, mais agir à la source pour vraiment changer les choses, c'est mieux.

On agit pour faire tomber les obstacles, en soutenant des solutions durables construites avec les gens qu'on aide.

Clique ici pour voir comment on s'investit, jour après jour !"

CAMPAGNE COM 2024

Les influenceurs

LE HACK

Trois ambassadeurs de Médecins du Monde envahissent internet et **piratent les contenus d'influenceurs**. Leur accroche : **T'as pas une minute ?**

> L'influenceur l'invite ensuite à le rejoindre dans son activité (**Live Twitch, TikTok, vidéos YouTube, stories etc.**) puis naturellement, **notre ambassadeur parle de nos combats et invite les followers à s'engager à nos côtés.**



Intervention d'un ambassadeur sur le tournage d'un micro-trottoir de **Salim Chelbi**

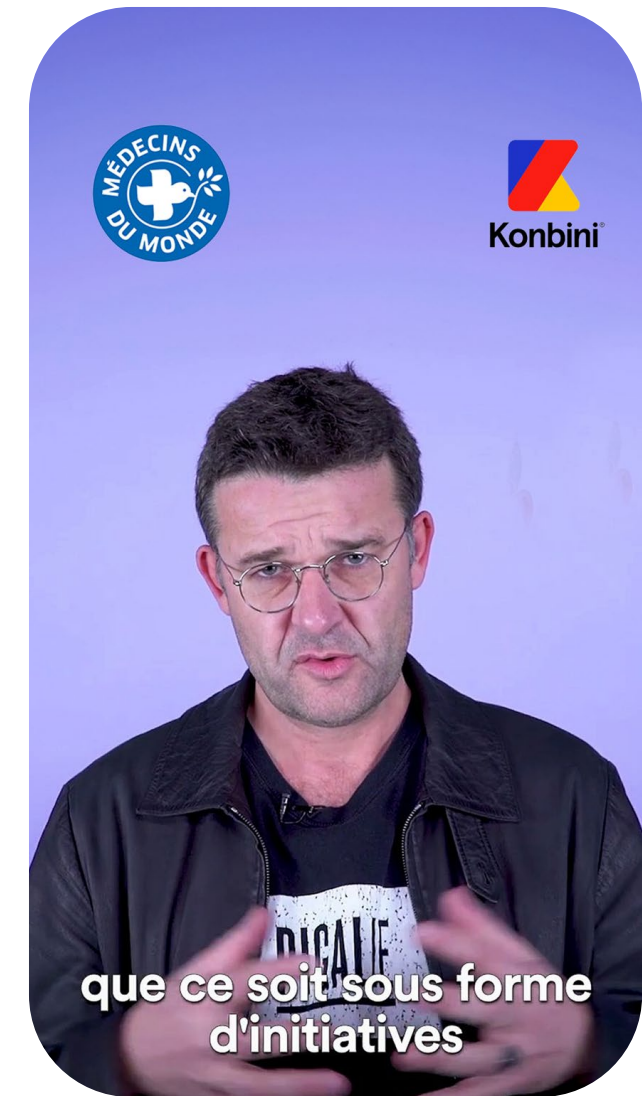
CAMPAGNE COM 2024

Le brand content

Pour ancrer notre campagne et porter un **discours plus global sur Médecins du Monde**, on interview le Président qui va nous parler de l'importance des **combats** de MdM, sur ses **engagements**, ses **valeurs**, ses **fiertés**.

Médiatisation

Diffusion dans l'écosystème social de Konbini sur Facebook, Instagram et TikTok en organique et sponso + Relai des contenus sur le site Konbini dans la catégorie partenaires



CAMPAGNE COM 2024

La diffusion

DIFFUSION DIGITALE

Diffusion du 16 au 31 décembre

Social Media



pour toucher un public **jeune et connecté**

Plateformes vidéo



pour des vidéos **immersives** visant un **taux de complétion élevé**

Replay TV



pour une audience **fidèle et captive** en replay

SVod



pour une **audience premium** sur des plateformes de streaming

DIFFUSION CINÉMA



- Cibles : CSP+, urbain, +25ans
- Diffusion 2 semaines décembre et janvier