

# 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

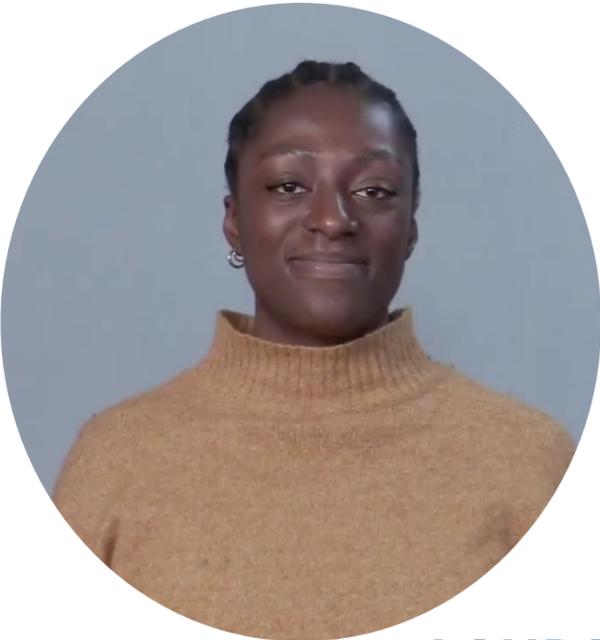
### LES AMBASSADEURS



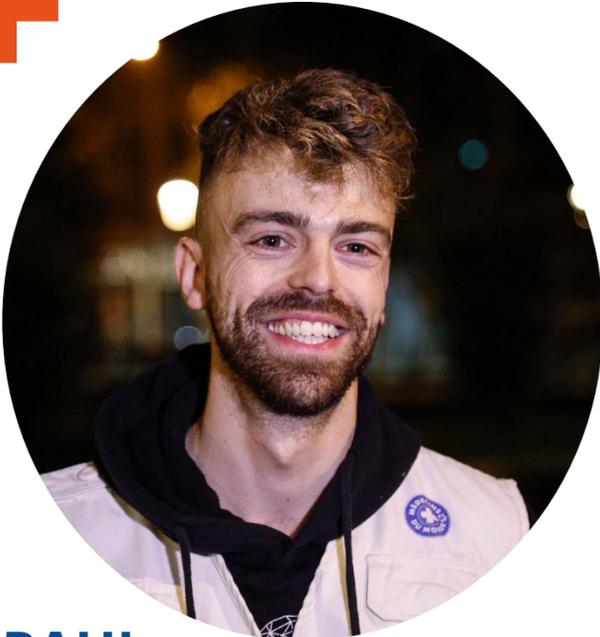
YANIS



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 !"*

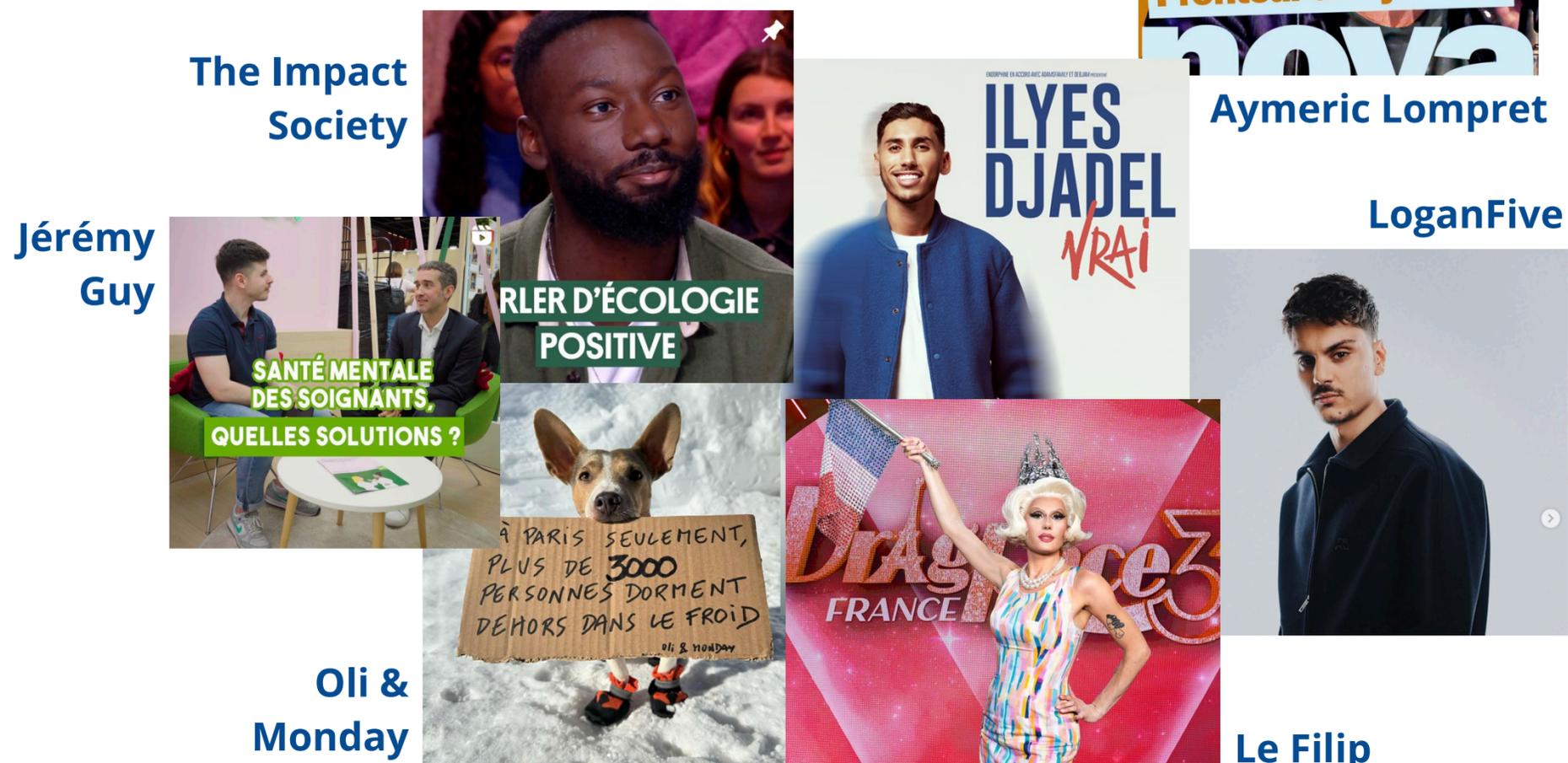
# CAMPAGNE COM 2024

## 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**

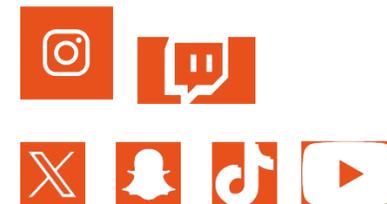
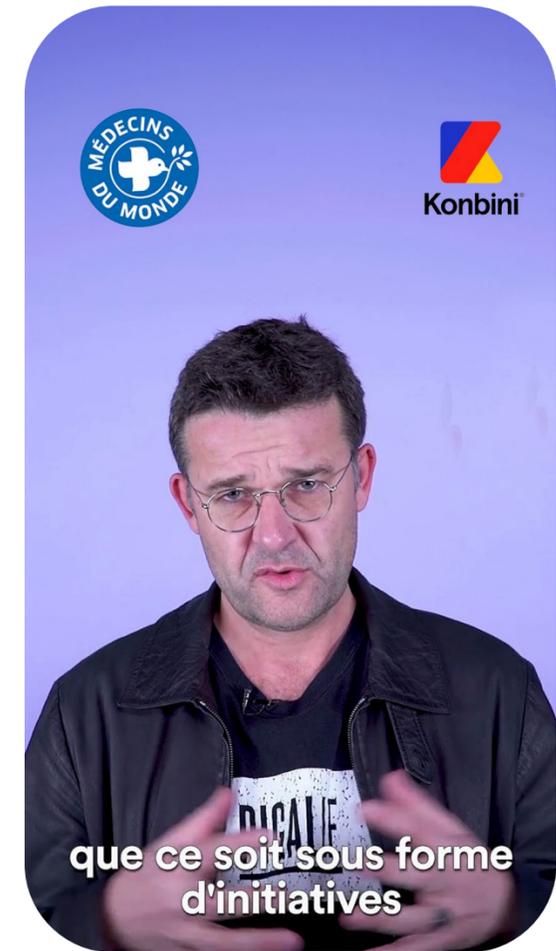
# CAMPAGNE COM 2024

## 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