



© Photographie : Amadou Cisse pour Action contre la Faim.

Action contre la Faim dévoile sa nouvelle campagne de notoriété avec l'agence Vant

Depuis plus de 40 ans, Action contre la Faim lutte contre les causes et les conséquences de la faim dans le monde. La mission de l'ONG est de sauver des vies en éliminant la faim par la prévention, la détection et le traitement de la sous-nutrition, en particulier pendant et après les situations d'urgence liées aux conflits et aux catastrophes naturelles. En 2022, Action contre la Faim est venue en aide à plus de 28 millions de personnes dans 55 pays à travers le monde, avec et aux côtés des communautés grâce à de solides expertises déployées en local : nutrition, santé et réponse d'urgence bien sûr, mais aussi recherche, sécurité alimentaire, eau, assainissement, hygiène, santé mentale et plaidoyer. Pourtant, dans l'imaginaire collectif, la lutte contre la faim n'est parfois qu'une affaire de nutrition et d'urgence...

L'ANALYSE

Il était important pour l'agence d'explorer tous les domaines d'intervention de l'ONG.

“Nous voulions une campagne tournée vers les solutions concrètes, vers des visuels positifs et porteurs d'espoir, mettant à distance cette fois l'indignation créée à partir de visuels plus durs. Ce parti-pris fait écho à une volonté affichée d'Action contre la Faim de montrer l'envers du décor, de montrer les équipes locales qui agissent auprès de populations dont ils sont

eux-mêmes issus. De faire connaître les actions les plus discrètes mais tout aussi indispensables que la nutrition ou l'accès à l'eau potable."

Parmi ces actions, certaines pouvaient apparaître comme surprenantes. En effet, la lutte contre la faim est aussi un combat pour l'autonomie alimentaire et financière des populations. Pour cela, **Action contre la Faim soutient la création et l'installation des initiatives locales et d'activités génératrices de revenus** semblant parfois aux antipodes de la nutrition. Restaurants, pâtisseries mais aussi coiffeurs ou ateliers de couture. Des initiatives qui représentent une opportunité évidente de surprendre le grand public. C'est ce contraste entre le nom même de l'ONG et son engagement auprès de ces commerces qui constitue le cœur de la campagne.

Pour renforcer ce contraste, l'agence a décidé de travailler graphiquement sur l'esthétique du manifeste. Des textes engagés, visuellement forts et volontairement minimalistes. L'impact visuel du manifeste contraste avec la banalité du sujet ; un coiffeur, une couturière ou une esthéticienne, pas les révolutionnaires que l'on attendait... et pourtant. Ils sont eux aussi au cœur d'une lutte quotidienne contre la faim, qui peut et doit prendre toutes les formes nécessaires.

LE CHALLENGE

Action contre la Faim fait face à un nouveau défi, faire comprendre au grand public que son action n'est pas que l'urgence, pas uniquement alimentaire. Un défi qui implique une compréhension de l'ONG, de son fonctionnement et donc du temps. Un temps long de l'information qui tend à disparaître. Le digital a modifié profondément notre perception du temps et notre rapport à l'information. Au travers des plateformes sociales on « réagit », la vitesse nous éloigne de plus en plus de la compréhension et de l'assimilation. Dans ce cas, comment faire passer notre message ? Comment ne pas céder à la tentation de la réaction et à la facilité du choc ? Nous devons passer de la réaction à la compréhension.

“UN COIFFEUR CONTRE LA FAIM”

Le nom de l'ONG est aujourd'hui bien connu, ici l'idée est de conserver l'esprit de lutte et de combat contre la faim mais en précisant l'action et ses formes diverses. Une action surprenante, qui peut apparaître comme étrange à certains mais qui est pourtant réelle. Tout en accrochant le public avec une image inattendue de la part de l'ONG (personne ne semble en mauvaise santé, personne n'a l'air triste), la création renforce ce contraste en jouant avec le nom de l'ONG dans l'accroche, et en traitant la partie texte à la manière d'un manifeste.

LE DISPOSITIF

Afin de toucher le plus grand nombre, la campagne sera visible à la fois en OOH (affiches métro, affiches commerces de proximité) et DOOH (affichage digital dans les gares et cœurs de villes) entre fin octobre et début novembre à Paris mais également partout en France. Les réseaux sociaux d'Action contre la Faim vont relayer le message et un film viendra compléter le dispositif dans les semaines à venir.

Télécharger les visuels : [Action contre la Faim / Campagne Novembre 2023](#)

Pour soutenir Action contre la Faim, RDV sur : <https://www.actioncontrelafaim.org/nous-aider/>

Crédits | Action contre la Faim :

Delphine Marques | Directrice déléguée Communication

Lorena Rodriguez Alvarez | Responsable Pôle Mobilisation et Campagnes

Marie Tapia | Chargée de campagnes et mobilisation

Tom Gustin | Coordinateur de contenu web

Crédits | Vant :

Annaëlle CARRÉ | Chef de Projet senior

Clément ROSSI | Planneur Stratégique

Julien LABAZUY | Directeur Artistique senior

Eric GARNIER | Directeur Général

A propos d'Action contre la Faim :

Créée en 1979, Action contre la Faim est une organisation non gouvernementale internationale qui lutte contre la faim dans le monde. Sa mission est de sauver des vies en éliminant la faim par la prévention, la détection et le traitement de la sous-nutrition, en particulier pendant et après les situations d'urgence liées aux conflits et aux catastrophes naturelles. En 2022, Action contre la Faim est venue en aide à plus de 28 millions de personnes dans 55 pays à travers le monde. Plus d'informations sur : www.actioncontrelafaim.org

A propos de Vant :

Valoriser ce qui est important.

Co-fondée en 2023 par Eric Garnier, Cyril Balit et Philippe Blanc, après plus de 15 ans d'expérience en agence de communication, Vant c'est une équipe sur mesure constituée de Annaëlle Carré, Clément Rossi, Julien Labazuy et Eric Garnier qui ont décidé de travailler pour des causes dans lesquelles ils croient. Pour la planète, pour les humains, pour la société, pour le patrimoine, pour la culture, pour tous ceux qui n'ont rien à vendre. L'agence a pour mission de donner du sens à ses actions en étant utile à la société et à la planète, travailler pour des clients qui n'ont rien à vendre, rien à faire consommer, mais des informations à faire passer, un service à rendre, quelque chose à valoriser pour le bien de tous. Plus d'informations sur : www.vant.team

Contact presse :

Eric Garnier

contact@vant.team

06 33 67 38 54