



Jeunesse au Plein Air dévoile sa nouvelle signature et sa première campagne grand public avec Vant

En 2021, 5,6 millions d'enfants ne sont pas partis en vacances. Au-delà du divertissement, les vacances c'est s'ouvrir aux autres, découvrir le monde loin des autorités naturelles que sont les parents ou l'école. **C'est devenir un adulte et un citoyen de demain.**

Jeunesse au Plein Air est une association qui depuis 1938 permet à des enfants qui ne partent pas en vacances de vivre des moments inoubliables. L'association était principalement connue pour ses affiches signées par de grands noms de l'illustration française (Hervé Morvan notamment). Il fallait repenser les prises de parole de l'association, son discours et son iconographie pour formaliser une vision de son action auprès du public. Une vision qui s'appuie sur trois points clés :

Premier parti pris : **l'authenticité**. Révéler dans la communication ce que fait concrètement l'association, **passer de l'illustration à la photographie**. L'action de l'association de l'intérieur, dans les colonies de vacances, dans les centres, les classes découvertes...etc.

Le deuxième : **rester positif**. Pas de larmes pour générer des dons, pas de culpabilisation pour engager. Plutôt que de montrer des enfants tristes de ne pas partir, la campagne met en exergue des enfants heureux d'être en séjour collectif.


Troisièmement, c'est une tonalité propre à l'association que l'agence souhaite installer. **Moins de mots** pour laisser parler les images, les visages. Un champ lexical positif, tourné vers l'espoir et la valorisation de ceux qui œuvrent pour que des enfants puissent partir.

Comment transmettre une émotion forte et générer des dons, sans être larmoyant ?

En allant chercher ce qui est en chacun de nous, la nostalgie, le souvenir. Les souvenirs c'est ce que l'on emporte avec nous, ce que l'on raconte et ce qui nous raccroche à ces moments de bonheur. C'est ce qui nous fait grandir, ensemble. Ce sont les deux piliers de Jeunesse au Plein Air, des émotions et de la construction, de la nostalgie et de l'avenir, c'est ce qui a inspiré Vant pour créer leur nouvelle signature :

Des souvenirs pour devenir.

Cette nouvelle signature prend vie dans une campagne grand public pendant les vacances scolaires de Pâques en France. A l'approche de l'été, il s'agit d'une période clé pour sensibiliser sur l'importance des séjours collectifs dans l'éducation d'un enfant. Lancée en **digital** la semaine du 10 avril, la campagne est soutenue par un **spot radio** le week-end du 15 avril, puis par de l'**affichage dynamique en gares parisiennes** le week-end du 22 avril. La production du film a été réalisée avec le partenaire de Vant, **DAVAI Paris**, et l'achat média de la campagne par l'agence partenaire **Vent de Com**.

Voir le film :  **Jeunesse au Plein Air : des souvenirs pour devenir**

Pour soutenir Jeunesse au Plein Air et aider des enfants à partir en séjours collectifs, rendez-vous sur : <https://jpa-asso.iraiser.eu/des-souvenirs-pour-devenir/>

Crédits | Jeunesse au Plein Air :

Anne CARAYON | Directrice Générale

Marie SUBERBERE | Responsable pôle développement et animation réseau

Marie MARTIN | Chargée de communication

Marie-Sophie BARDON | Chargée de fundraising

Crédits | Vant :

Annaëlle CARRÉ | Chef de Projet senior

Clément ROSSI | Planneur Stratégique

Julien LABAZUY | Directeur Artistique senior

Eric GARNIER | Directeur Général

Crédits | DAVAI Paris :

Maël DEMARCY | Réalisateur

François OLLIVIER | Photographe

Maxime DURAND | Assistant caméra

A propos de Jeunesse au Plein Air :

JPA nourrit depuis sa création une ambition et un credo : faire en sorte que chaque enfant, de chaque famille en France puisse bénéficier des bienfaits des vacances collectives dans un cadre laïque et humaniste. Loin d'être « anecdotiques », les colos, les centres de loisirs, les camps scouts sont des lieux privilégiés de mixité, de découvertes, de joies et de plaisirs propres à l'enfance et à la jeunesse. Ce sont également des lieux irremplaçables d'apprentissages : vie collective, mobilité, autonomie, solidarité, activités sportives, culturelles... La colo c'est apprendre autrement et ailleurs, c'est se préparer à la citoyenneté. JPA regroupe 35 organisations nationales dont elle se fait le porte-voix. Elle apporte chaque année une aide financière pour le départ en séjours collectifs au départ de 25 000 enfants grâce à ses partenariats et ses actions de collecte. JPA c'est aussi 75 comités départementaux et unions régionales dont les bénévoles agissent au plus près des territoires. JPA fait appel à la générosité publique afin de pérenniser son action et de favoriser le départ en loisirs et en séjours collectifs. Elle est agréée par le don en confiance et est reconnue association d'utilité publique (loi 1901).

A propos de Vant :

Valoriser ce qui est important.

Co-fondé 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 petite 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 tout ce qui ne s'achète pas. 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.

Contact presse :

Eric Garnier
contact@vant.team
06 33 67 38 54