



DU CŒUR DANS LES IDÉES

**CRÉATIFS ENFOIRÉS, PARTICIPEZ NOMBREUX
À LA CAMPAGNE DES RESTOS DU CŒUR!**



Quand il m'a été proposé d'être président de la troisième édition du jury des *Creative Awards* 2018 pour créer « la » campagne de publicité au profit des Restos du Cœur, j'ai tout de suite répondu présent, évidemment... ! Pourquoi ? Parce qu'il y a trente-deux ans, le 26 septembre 1985, Coluche lançait à la radio son appel, et je m'en souviens encore. « Je compte sur vous », avait-il dit. Comme poursuivait Coluche, « je serai heureux lorsque les Restos du Cœur n'auront plus de raison d'être ». Les restos n'étaient pas faits pour durer, mais la crise s'installant, ils sont devenus avec « l'aide » des enfoirés une sorte d'institution. Je suis très heureux de pouvoir être utile en étant président de ce jury.

PASCAL GRÉGOIRE
est co-président fondateur de La Chose, directeur de la création, et président du jury des Creative Awards by Saxoprint.

Dans nos métiers, les grandes causes sont souvent des alibis pour faire des prix publicitaires. Je trouve cela triste et désolant. Ce que j'aime ici est que le sujet est de décerner un prix pour rendre la campagne visible auprès du grand public.

Le concept est astucieux, et on est loin du cynisme de certains qui parfois inventent même une association pour avoir un Lions à Cannes ! Mort aux fakes. Donc place à un vrai brief pour un vrai travail utile à tous.

Les Restos du Cœur distribuent plus de 132 millions de repas par an ! Plus d'un million de personnes sont aidées grâce à 71 000 bénévoles ! Avec une notoriété de 100 %, tout le monde connaît l'association... mais personne ne connaît toutes les facettes que Les Restos peuvent offrir aux gens dans le besoin, et c'est tout le sens du brief!

“Parce qu'un repas ne suffit pas”

On résume la mission des Restos du Cœur à nourrir ceux qui en ont besoin, mais l'association fait bien plus.

Les Restos du Cœur permettent aux personnes de se réinsérer dans la vie, avec de l'aide au retour à l'emploi, l'aide au logement, l'aide à la justice, etc. La liste est très longue et peu de gens le savent.

Il y a donc là un enjeu majeur : comment changer l'image des Restos du Cœur et expliquer son rôle de relais du cœur ? Comment illustrer toutes les actions alors que le logo actuel est une assiette ?

La mission qui vous est proposée est cruciale pour les Restos du Cœur car elle permettra de recevoir de nouveaux dons, mais aussi de « recruter » de nouveaux bénévoles. Cette association est indispensable et a besoin de vous ! Alors, bande d'enfoirés, à vos crayons, à vos iPhone, à vos ordi.... Rédacteurs, directeurs artistiques, motion designers, assistants, RP, en agence ou en free, peu importe, si vous êtes créatifs, venez participer ! Sachez que la campagne sélectionnée sera diffusée en 4x3 sur les quais du métro parisien, mais aussi dans la rue, dans les gares, dans la presse, ainsi que sur les réseaux sociaux grâce à de nombreux soutiens, partenaires médias et régies publicitaires associés aux Creative Awards by Saxoprint, et que « CB News » parraine cette année le prix spécial Agence de pub du concours !

Alors, je compte sur vous pour que vous participiez. Mettez votre talent créatif au service des Restos du Cœur, faites du bien à votre métier ! ■

Pour découvrir les briefs des Restos et vous inscrire au concours : www.saxoprint.fr/creativeawards

BR
PP
PH