

Mlle **Ditch** **awards & CO** **CONCOURS**
CRÉATIF
CITOYEN

BRIEF CRÉATIF

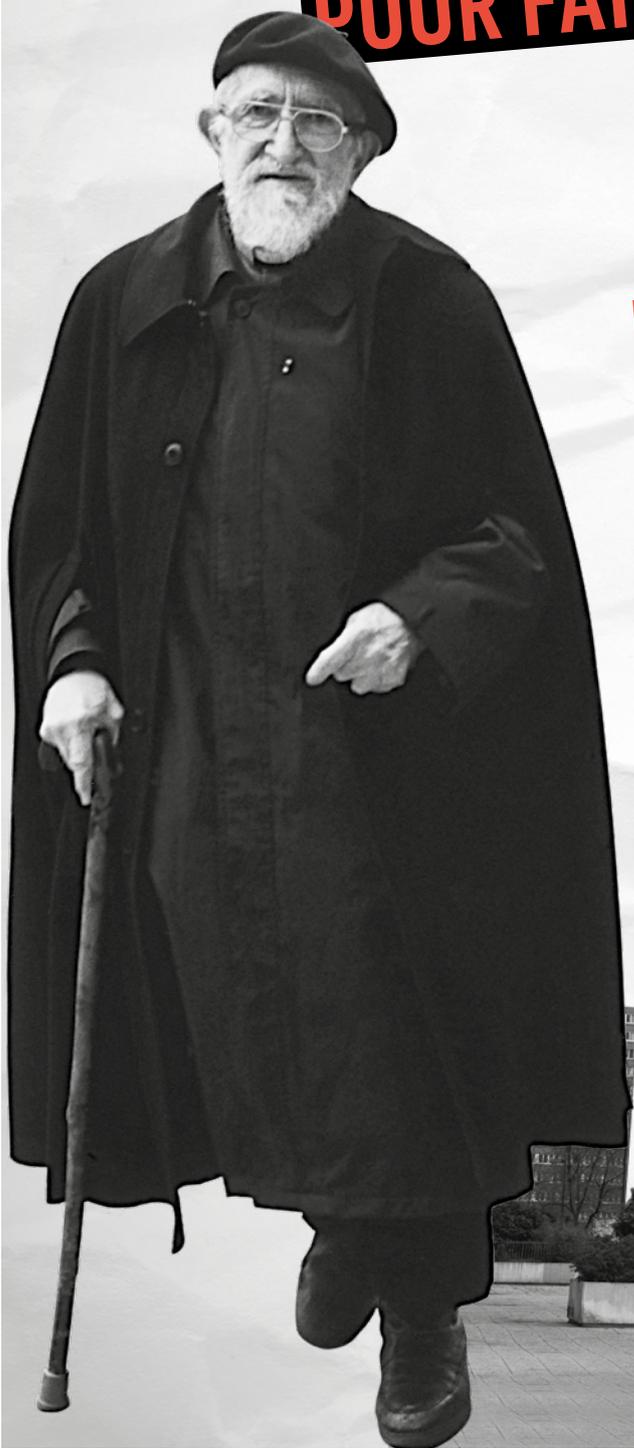
**POUR FAIRE RÉSONNER LA VOIX
DES SANS VOIX**

01 SEPT

2020

28 FÉV

2021



FONDATION
Abbé Pierre

Vous souhaitez participer à la première édition du concours créatif citoyen Mlle Pitch awards & Co pour faire résonner la voix des sans-voix avec la Fondation Abbé Pierre...

... découvrez ici le brief créatif du concours !

Le contexte : une noble cause

La Fondation Abbé Pierre a été créée en 1992 par l'abbé Pierre lui-même et trois de ses compagnons de route afin de poursuivre son combat. Depuis lors, elle finance et gère ses propres actions pour lutter contre le sans-abrisme et le mal-logement, accueillir et soutenir des personnes à la rue, construire des logements très sociaux, rénover des habitats insalubres, réconcilier les personnes avec leur habitat, etc. Elle a aussi une vocation sociétale globale en sensibilisant le grand public et en interpellant les pouvoirs publics, de façon à mettre un terme à un fléau de société qui touche près d'un Français sur cinq. Le mal-logement, dont la vie à la rue n'est qu'une forme ultime, impacte de près ou de loin 15 millions de personnes. C'est une problématique qui est au cœur d'un grand nombre d'autres difficultés sociales qui, souvent, s'ajoutent les unes aux autres. Le mal-logement est souvent à l'origine, ou aggravateur, de ces problèmes qui se cumulent : le mal-logement impacte la santé, l'accès ou le maintien dans l'emploi, la réussite scolaire, la représentation sociale, la solitude ou l'isolement, etc.

Au-delà de sa vocation sociale, la Fondation a pour mission la mémoire de l'abbé Pierre. Cette mission, qui figure dans ses statuts, est vitale pour l'organisation : la permanence du souvenir de son fondateur sera pour partie dans sa capacité à porter son combat et avoir la voix suffisamment forte dans l'espace public pour sensibiliser à sa Cause. Sans compter, bien évidemment, le caractère affectif de cette tâche.

La vie de l'abbé Pierre ne vaudrait aujourd'hui d'être contée que parce qu'il a su, sa vie durant, construire une œuvre de solidarité et d'attention à l'autre, une œuvre qui lui a survécu. Il a su, sa vie durant, interpeller la société sur ce qu'elle faisait d'elle-même, et notamment à l'égard des plus fragiles. Il a su, sa vie durant, montrer par petites touches et sans parvenir à infléchir les grands de ce monde qu'il n'épargnait jamais – qu'une autre société est possible...

Pour retrouver toute les informations liées à l'association, veuillez vous reporter au kit annexe fourni sur le site du concours.

La problématique

Elle porte sur les parias que la société refuse d'inclure en son sein. Ces « parias », ce sont ces personnes que l'on qualifie parfois (à juste titre) d'« invisibles ». Faire société, théoriquement, c'est inclure l'ensemble des populations au corps social, c'est prêter une attention à toutes et tous. Or, au-delà des différentes discriminations qui ne devraient pas non plus y avoir leur place, nous avons des exclus parmi les exclus que l'on ne saurait voir. La Fondation Abbé Pierre communique souvent sur ce sujet, et a notamment mis en place un événement, les Pics d'Or, destiné à « récompenser » les dispositifs anti-sdf. Ces éléments urbains sont représentatifs de cette « hyper exclusion » car ils donnent à voir ce que la société fait de ces fameux « parias » : plutôt que d'assumer ce problème et de le gérer, elle l'éloigne, elle le cache, elle le dénie. Devant une telle évolution, nul doute que l'abbé Pierre se serait emporté.

Ces parias, qui sont-ils ?

- > Ce sont ceux de la rue, en premier lieu, ou les personnes sans-domicile (150 000 SDF recensés en France),
- > Ce sont les migrants et réfugiés,
- > Ce sont les habitants des bidonvilles qui fleurissent aux abords de nos grandes métropoles urbaines,
- > Ce sont enfin les Roms ou les Gens du voyage.

Ces parias, ceux de son époque, l'abbé Pierre leur accordait la même attention qu'à quiconque. C'est cela que le public doit comprendre des créations qui répondront à ce brief. Parce que c'est possible, parce que c'est nécessaire, parce que c'est obligatoire si l'on veut vivre durablement dans un monde apaisé.

Mlle
Pitch
awards & CO

CONCOURS
CRÉATIF
CITOYEN

Une création



soutenue par

 **MEDIATRANSPORTS**
Toujours en mouvement

Le brief

Quel regard et quel message porterait l'abbé Pierre aujourd'hui face à cette attitude collective que nous adoptons vis-à-vis des plus fragiles d'entre nous ? Quel regard et quel message porterait-il sur le sort qui est fait aux « parias » de notre époque ?

L'objectif de ce concours est bien d'exprimer ou représenter l'indignation que porterait l'abbé Pierre face à cette injustice d'aujourd'hui, ou, plus précisément, sur le regard que la société accorde à ces personnes (et non pas d'exprimer une opinion sur la problématique des plus démunis). Il vous est donc demandé de réinstaller le souvenir de l'abbé Pierre et son positionnement dans l'espace public, au moyen de la tonalité de la création, et si besoin à l'aide de photo ou citation de l'abbé Pierre, fournies en annexe, etc.

Il s'agit là de rappeler aux plus anciens (et d'apprendre aux plus jeunes) ce qu'un homme, pourvu d'un caractère, d'une force et d'intentions sans communes mesures, est capable de soulever pour faire bouger les lignes. Le cœur des créations, ce sera lui. Lui, en tant que combattant emblématique du siècle dernier.

Concevez l'affiche et/ou la vidéo et/ou la campagne digital de la prochaine campagne de communication de la Fondation Abbé Pierre. Le but de la campagne que vous soumettez aux votes du jury sera donc de mettre en lumière l'indignation de l'abbé Pierre face aux injustices d'aujourd'hui. De traduire l'emportement et les mots qu'il trouverait, à la fois pour dénoncer cet ostracisme, mais également pour rassurer ces populations que l'on chasse des centres-villes, des villes, des regards... Pour tous les supports, on attend une réponse en images et en mots, en s'inspirant de ceux que l'abbé Pierre a laissés à la postérité (Annexe 2 fournie dans le kit annexe, aucune obligation n'est faite quant à l'utilisation d'une de ces citations).

La cible

Le grand public et les nouveaux donateurs sensibles au sujet des plus exclus de notre société.

Le ton de la campagne

- > Inspirante pour interpeller.
- > Pour mettre en lumière une légende.
- > Sans misérabilisme.
- > Pour exprimer l'indignation face aux injustices.

Les infos incontournables devant figurer sur vos présentations

- > La baseline suivante doit impérativement être visible : « **Aidez-nous à agir ! Donnez.** »
- > Le **logo de la Fondation** (fichier logo vectoriel fourni dans le kit annexe).
- > Les mots « **Abbé Pierre** » figureront obligatoirement dans les créations, accompagnés ou non de sa photo.
- > L'**URL** du **site internet** de la Fondation Abbé Pierre.

Les annexes à votre disposition

Annexe 1 > Texte de l'Appel de l'abbé Pierre, 1^{er} février 1954.

Annexe 2 > Un panel de citations de l'abbé Pierre.

Annexe 3 > Une note biographique sur la vie de l'abbé Pierre.

Annexe 4 > Le logo de la Fondation Abbé Pierre.

Annexe 5 > La charte graphique de la Fondation Abbé Pierre.

Annexe 6 > Des photos de l'abbé Pierre libres de droits.

Annexe 7 > Le fichier audio de l'appel de l'abbé Pierre.

Comment participer : informations importantes, rappels et conseils

- > Pour participer aux Mlle Pitch Awards, rien de plus simple : il vous suffit de poster vos créations dans la bonne catégorie en vous rendant sur la page « Participer » sur le site www.mllepitchawards.com. **Aucun compte à créer, inutile de vous inscrire, il suffit de remplir le formulaire en ligne et de joindre votre travail au format .zip**, voir plus bas.
- > Vous pouvez candidater au choix dans la catégorie « Affichage », « Film » ou « Digital ». Si vous le souhaitez, vous pouvez candidater dans deux ou trois catégories. **Pour chaque catégorie, vous pouvez proposer jusqu'à trois campagnes.**
- > **Si votre proposition est plurimédia**, vous la posterez dans la **catégorie la plus représentative de votre proposition.**
- > Vous pouvez participer en **solo ou en team.**
- > Chaque campagne, quelle que soit la catégorie, devra être accompagnée d'un **concept board explicatif (pdf HD / 420x297 mm) qui présentera efficacement le concept, des visuels clés et l'équipe.**
- > Elle devra également être accompagnée d'une **vignette au format 650x400 pixels** pour affichage sur le site.
- > Pour chaque campagne vous ne pourrez poster qu'un fichier .zip (seul format reconnu par le site) incluant vos créations, le concept board et la vignette. Ce fichier .zip devra respecter la nomenclature suivante : **votrenom_nomduprojet.zip**
- > Les créations doivent impérativement **respecter la philosophie et les valeurs de la Fondation**, ainsi que les indications liées à la charte graphique.
- > Chaque candidat devra utiliser des **images libres de droits** dans la composition de sa campagne. **Idem pour la musique ou la bande-son** dans la création vidéo. Vous certifiez que vous disposez des droits d'auteur ou que vous utilisez des éléments visuels et/ou sonores libres de droits. En cas de non-respect ou de manquement à cette caractéristique, le concours et la Fondation ne se tiennent en aucun cas responsables des suites encourues par le candidat.

> Catégorie Affichage

Format 4x3 : fichier travaillé au 10^e, soit 40x30 cm. Images pixels 300 dpi + éléments vectos (typos, logos, etc.)

Déclinaison annonce presse : fichier travaillé à l'échelle 1, soit 23x30 cm. Images pixels 300 dpi + éléments vectos (typos, logos, etc.)

Export en PDF haute définition X4/2008 + **Export en JPG** haute définition 300 dpi RVB

> Catégorie Film

Le **choix de la technique est laissé libre**, tournage, animation 2D ou 3D, motion design, stop motion, photos animées, etc. Une seule limite : la créativité animée.

Format 1920x1080. Durée 30 à 45 secondes. **Travaillez en HD .mov** Apple ProRes 422. **Postez en SD .mp4 H264.**

Si le poids de fichier de votre proposition **excède 128 Mo, alors vous nous fournirez** (sur votre concept board) **un lien pour visionner votre proposition, Youtube ou Vimeo.**

Si vous gagnez un prix, il vous sera demandé, dans un second temps, de fournir la version HD de votre film.

> Catégorie Digitale

Vous pouvez imaginer une campagne innovante d'activation digitale et social media :

- une campagne 100% digitale et social media,
- une campagne intégrée avec un concept se déclinant en print/affichage/film et digital,
- une campagne partant de la rue (OOH),
- ou encore, présenter la déclinaison digitale de votre choix d'une campagne print /vidéo que vous aurez imaginée (film intégratif, kit IAB, habillage, plateforme on-line, activation digitale, RS, etc.).

Si vous optez pour une **pure campagne Facebook et Instagram**, intégrant un format « story » et un format « post » (fixe ou carousel) sur chacun des deux comptes « social media », **respectez les normes suivantes** : format vidéo vertical de 15 secondes ou moins qui fonctionne sans le son et format photo vertical sans bord pour les stories et format carré pour les posts. Votre campagne devra renvoyer sur le site de la Fondation Abbé Pierre (en ajoutant un « swipe up » avec le lien du site) ou via une animation.

Il vous sera demandé de nous fournir des visuels de votre campagne (**case pdf** avec explications rapides et précises) et/ou un **lien vers un prototype fonctionnel** de votre idée. Pour cette catégorie, **il est fortement recommandé de présenter votre campagne sous forme de case vidéo (1 minute maximum)**, sorte de **vidéo démo de l'expérience digitale** que vous proposez.

Vous serez jugés sur votre idée mais également sur la pertinence du déploiement média.