

Communiqué de presse

Le 8 décembre 2020, à Puteaux

L'agence HOPENING récompensée d'un prix Effie de l'efficacité pour la campagne "Emmaüs en danger"



Hopening, Emmaüs France et leurs équipes se félicitent du prix Effie décerné pour la campagne « Emmaüs en Danger ». Le prix Effie est le seul prix international qui récompense les annonceurs et leur agence sur la base de l'efficacité mesurée et prouvée de leur campagne de communication. La volonté de notre agence de faire grandir la générosité passe par une forte recherche créative et stratégique sur les campagnes de nos clients. Notre capacité de réagir de façon agile lors de périodes de crise nous a permis d'augmenter la visibilité des grandes causes portées par nos clients.

Aujourd'hui, nous sommes fiers de la reconnaissance du jury Effie France. La campagne Emmaüs en Danger a été « évenementialisée », avec un dispositif déployé sur cinq canaux différents, un drive to web systématisé (canal unique de don), un visuel simple et efficace, une accroche forte et interpellante. Il s'agit d'une campagne historique pour Emmaüs France (la première en 70 ans !), bien au-delà des objectifs de collecte, très largement dépassés.

La distinction en détail :

- **Lauréat Bronze dans la catégorie ONG pour notre campagne Emmaüs en Danger « Alerte Solidarité ».** L'objectif de cette campagne était de récolter 5 millions d'euros et de constituer une base de donateurs pour éviter aux plus démunis de retourner à la rue.

Le prix Effie tire son nom du terme « efficacité ». Il récompense les campagnes de communication qui ont des idées marketing créatives et efficaces afin d'encourager un dialogue sur les leviers d'action dans le marketing.

hopening

La campagne :

Emmaüs-France s'est toujours refusée à faire appel aux dons pour rester fidèle à ses valeurs et principes de reconstruction par le travail, l'autonomie et la dignité. Malheureusement, du fait du confinement lié à la crise sanitaire, l'ensemble de son activité économique portée par « les Compagnons » et reposant sur le triptyque récupération / recyclage / vente dans les boutiques Emmaüs, a été stoppé. Ainsi, l'association a vu sa principale source de revenus disparaître. Emmaüs s'est trouvée contrainte, dans l'urgence, à activer une alternative à son modèle économique original, paralysé par la Covid-19.

Aussi, pour la première fois en 70 ans d'existence, Emmaüs France a décidé de faire appel à la générosité du public en confiant à l'agence Hopening le soin de concevoir une campagne d'appel aux dons exceptionnelle.

La campagne imaginée par l'agence devait répondre à diverses contraintes : un budget très réduit, une élaboration en plein confinement avec impossibilité de tourner ou d'effectuer des prises de vue, l'urgence bien sûr, le respect de la dignité des personnes, l'appel fort à des gratuités d'espaces médias... Le choix a été de déployer une campagne « événementialisée », avec un fort investissement porté sur les relations presse, un dispositif sur 5 canaux différents, un drive to web systématisé (canal unique de don), un univers visuel et une accroche interpellants et répétés sur tous les médias : « Emmaüs en Danger - Ne les laissons pas retourner à la rue ».

Le dispositif :

- Un film TV en deux formats de 45s et 20s
- Un spot Radio de 30s
- Une série de 3 annonces presses
- Un dispositif digital composé notamment de bannières, annonces internet, films de 10s, 20s et 45 s.
- Une opération de « matching-gift » (opération proposant à une entreprise d'héberger une page de don et d'abonder les dons de ses collaborateurs ou clients) sur : <https://www.commeon.com/fr/projet/covid-19-emmaus#ORCP>

Films :



[Film de 10 secondes](#)



[Film de 20 secondes](#)



[Film de 45 secondes](#)

Ils ont participé à la création :

Pour Hopening	Joséphine Lombardie (chef de projet com.), Eric Dutertre (Prés. Délégué), Jérôme Barbe (Dir. de Création), Thomas Marmol (Concepteur Rédacteur) et Grégoire Mirandel (Dir. Artistique)
Pour Emmaüs	Valérie Fayard, Dorothee Balbo, Céline Figuière
Pour Premium	Jean-Pascal Favier, Pascal Laroche

Remerciements :

Merci au Jury du Prix Effie pour leur sélection et reconnaissance.
Les équipes de l'agence ont été très honorées et motivées de travailler sur cette campagne afin de continuer à protéger les plus fragiles en cette période difficile. Hopening remercie tout particulièrement **Emmaüs France et ses équipes** pour la confiance exprimée durant toute la construction du projet. **Un grand merci aux médias et à toute la chaîne de production pour avoir offert de nombreuses gratuités et fait preuve de solidarité.** Merci surtout aux 60 000 donateurs particuliers et aux dizaines d'entreprises qui par leur générosité ont pu empêcher que les plus fragiles retournent à la rue.

QUELQUES VISUELS DE LA CAMPAGNE:



À propos de Hopening : Hopening est le premier groupe français spécialisé en conseil et solutions fundraising et communication de mobilisation à destination du secteur philanthropique, associatif, et des entreprises citoyennes. Spécialistes de la générosité, Hopening a, en plus de 30 ans, accompagné et collecté 4,5 milliards d'€ pour plus de 400 organisations. Le groupe intervient dans tous les secteurs de l'intérêt général : la solidarité, la culture, l'enseignement, la recherche, la santé, la protection animale et l'environnement... Le Groupe Hopening déploie toutes les disciplines de la collecte de fonds : du marketing relationnel à la communication de mobilisation, du fundraising digital (Agence Hopening) en passant par les stratégies et le conseil mécénat et RSE (Philanthropia), de la gestion de la Data (Qualidata) au crowdfunding sécurisé (Commeon). "Donner à la générosité de nouveaux moyens de grandir" est notre raison d'être. Hopening conçoit ses campagnes au sein de l'hopenspace, plateforme créative ouverte et riche de plus de 30 talents salués par de nombreux prix (Instahits, Prix média courrier La poste, Grand Prix Stratégies, Nuit des rois, The Sabre award EMEA, Communication sans frontières...). Hopening est aussi membre du club des DA. www.hopening.fr

A propos d'Emmaüs France : Emmaüs France fédération du Mouvement Emmaüs, créé en 1949 par l'Abbé Pierre, rassemble aujourd'hui un réseau de 288 structures qui interviennent dans les domaines de l'action sociale, de l'insertion, de l'hébergement et du logement... Soit près de 27.000 acteurs ancrés localement sur l'ensemble du territoire national. Depuis 70 ans, le Mouvement Emmaüs milite pour un monde plus juste dans lequel chacun retrouve sa dignité et sa place. Laboratoire d'innovation sociale, il invente au quotidien des solutions pour lutter contre l'exclusion. Les 119 communautés Emmaüs, sont le projet central du Mouvement Emmaüs en France. Ce sont des lieux d'accueil, de vie, de travail et de solidarité qui fonctionnent, sans subvention, uniquement grâce à l'activité de récupération des "compagnons d'Emmaüs", qui sont accueillis de façon "inconditionnelle" pour une durée indéterminée. Leur activité consiste à recevoir les dons matériels des particuliers (meubles, vêtements, bibelots, vélos, jouets etc.), à les remettre en état si besoin et à les revendre à un prix peu élevé au sein de boutiques Emmaüs. Les communautés accueillent aujourd'hui plus de 5.000 compagnes et compagnons.

Contact Presse Hopening :
Rebecca PREVITERA \
+33 (0)7 63 88 23 86
rebecca.previtera@hopening.fr