

DENTSU AEGIS NETWORK ACCOMPAGNE L'ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG DANS LA TRANSFORMATION DE SA STRATEGIE PUBLICITAIRE

Retenue à l'issue d'un appel d'offre comme nouvelle agence media et digitale de l'Établissement français du sang (EFS), Dentsu Aegis Network met en place à compter de la mi-avril 2019 la nouvelle stratégie publicitaire de celui-ci.

En s'appuyant sur les théories comportementales, Dentsu Aegis Network et ses agences Carat et Isobar, ont transformé la communication publicitaire de l'EFS **pour faire entrer le don de sang dans la « routine » des Français**

Un dispositif en **fil rouge** permettra d'avoir une couverture quotidienne dans le temps et tout au long de l'année avec une présence cross média (affichage digital de proximité, display, réseaux sociaux et radio) permettant ainsi d'atteindre l'objectif de collecte de 10 000 poches de sang par jour.

Ce dispositif joue sur davantage de proximité, un ton plus décalé et une touche de légèreté, avec comme priorité d'inciter les Français à passer à l'acte et à devenir de véritables « ambassadonneurs » auprès de leurs communautés.

En mettant un accent fort sur le digital, cette stratégie permet d'améliorer les performances des campagnes grâce à un ciblage plus précis et contextualisé. Il s'agit également de moderniser les prises de parole de l'EFS pour conquérir de nouvelles générations de donneurs.

Les contenus vidéo imaginés agissent sur trois leviers : lever les principaux freins aux dons, démentir les idées reçues et mettre en valeur l'expérience donneur du don de sang.

En une heure j'ai sauvé trois vies



Avec cette accroche très forte, l'EFS veut éveiller les consciences. L'approche créative se veut simple, interpellante, impactante et décalée. Elle a pour objectif de lever l'un des principaux freins au don, le manque de temps, et rend concrète la valeur du don.

- ⇒ **Simple** avec un signe de reconnaissance, un geste fédérateur qui amène de la fierté pour toute la communauté des donateurs.
- ⇒ **Impactante et interpellante** par la force des visuels (cadrage, angle de vue) et par son message clair et engageant.
- ⇒ **Décalée** grâce à des vidéos spécialement conçues pour les réseaux sociaux. Leur but : susciter l'intérêt dès les premières secondes pour faire passer le message et donner envie de passer à l'acte.

La Journée mondiale des donateurs de sang, un temps fort repensé

La Journée mondiale des donateurs de sang, temps fort pour l'EFS, fera l'objet d'une activation particulière et sera le point de départ d'une grande campagne sous le slogan « **#Prenez Le Relais, un mois pour TOUS donner** », dont l'objectif principal sera de recruter de nouveaux donateurs.

À propos de l'EFS :

Grâce au don de sang, donateurs et receveurs sont au cœur de l'économie du partage. Les 10 000 collaboratrices et collaborateurs, médecins, pharmaciens, biologistes, techniciens de laboratoire, chercheurs, infirmiers, équipes de collecte de l'Établissement français du sang, en lien avec des milliers de bénévoles, s'engagent au quotidien comme dans les circonstances exceptionnelles pour transformer les dons en vies et soigner ainsi 1 million de patients par an. Opérateur civil unique de la transfusion sanguine en France, l'EFS a pour mission principale l'autosuffisance nationale en produits sanguins.

Il s'investit par ailleurs dans de nombreuses autres activités, comme les analyses de biologie médicale, la thérapie cellulaire et tissulaire ou la recherche. Au-delà de la qualification des dons, les laboratoires de l'EFS réalisent différents types d'analyses biologiques, hématologiques et immunologiques, des examens indispensables dans le cadre d'une transfusion mais également d'une greffe d'organe, de tissus ou de cellules. Avec plus de 500 millions d'actes réalisés par an, l'EFS est le plus grand laboratoire de biologie médicale de France. L'Établissement français du sang est présent sur l'ensemble du territoire à travers ses 128 sites pour être au plus près des donateurs et des patients et porter ainsi des valeurs sans équivalent.

Établissement français du sang. Bien plus que le don de sang.

A propos de Dentsu Aegis Network :

Quatrième groupe de communication mondial, Dentsu Aegis Network est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication, allant de la stratégie de communication marketing et la performance digitale, à la création de contenus, le conseil en stratégie média, le data management et l'événementiel.

En France, Dentsu Aegis Network est composé de dix agences expertes et emploie 1 170 collaborateurs. Thierry Jadot est président du groupe en France et sur la zone MENA.

Dentsu Aegis Network est présent dans 145 pays et emploie 40 000 collaborateurs dans le monde.

www.dentsuaegisnetwork.fr

Twitter: [@DentsuAegisFR](https://twitter.com/DentsuAegisFR)

Facebook: [Dentsu-Aegis-Network-France](https://www.facebook.com/Dentsu-Aegis-Network-France)

Contacts Presse l'EFS !

Lola Terrasson | lola.terrasson@efs.sante.fr | 01 55 93 96 61 - 06 72 10 71 06

Direction de la Communication Dentsu Aegis Network :

communication@dentsuaegis.com - 01 41 16 63 63