



Communiqué de presse

Pour diffusion immédiate

11 avril 2008, **Tout commence par un vœu**

C'est le porte-parole de l'organisme, Jacques Languirand, qui a demandé à l'agence Sid Lee d'embrasser la cause du Jour de la Terre. L'agence s'est rapidement sentie interpellée par le mandat, celle-ci partageant les valeurs et la philosophie de l'organisme. « Tout comme le Jour de la Terre, nous souhaitons penser à l'avenir plutôt que de critiquer le passé et nous prônons l'action plutôt que la dénonciation. Notre participation à la campagne du 22 avril fait donc partie d'une démarche introspective de la part de notre organisation pour contribuer au développement durable », explique Kris Manchester, directeur de création.

D'un point de vue communicationnel, Sid Lee cherchait à concevoir une campagne qui touche les gens de façon intelligente. Elle voulait réussir à faire vibrer des cordes sensibles sans utiliser d'images-chocs ou trop défaitistes. La campagne est à l'image du Jour de la terre : positive et active. Les affiches et la publicité télé véhiculent le message que tout commence par un rêve, par une volonté collective, par un vœu.

-30-

Clients : Jour de la terre

Agence : Sid Lee

Photographe: Alain Desjean

Maison de production: Vision Globale

Musique: Boogy Studio

Retouches et infographie: Graphiques M&H