

JCDecaux accompagne la Croix-Rouge française pour récolter des dons et sauver des vies



Dans le cadre des traditionnelles Journées Nationales de la Croix-Rouge, JCDecaux déploie un dispositif complet pour promouvoir les actions de l'association, amplifier sa visibilité et augmenter les dons.

Du 12 au 18 septembre 2020 se tiennent les Journées Nationales de la Croix-Rouge française, le rendez-vous annuel et incontournable de l'association : ses dizaines de milliers de bénévoles, partout en France, vont à la rencontre du grand public pour récolter le maximum de dons afin de continuer à mener des actions de proximité auprès des plus vulnérables et sauver des vies.

Dans un contexte difficile, où la crise sanitaire s'ajoute désormais à la crise sociale, la Croix rouge française est plus que jamais mobilisée pour venir en aide aux personnes seules, âgées et démunies. Elle a dû réinventer et adapter ses Journées Nationales et a fait appel à JCDecaux pour déployer un dispositif national global et unique. Réunies durant toute une journée au centre de recherche de Plaisir Sainte-Apolline lors d'une session d'Explore Days, les équipes de la Croix-Rouge, de son agence media Mindshare et de *LA RUE / INSPIRING OUTDOOR* ont défini un dispositif en deux temps.

Samedi 12 septembre, des animations originales se sont déroulées dans 12 villes françaises à l'occasion de la Journée Mondiale des Premiers Secours. Développées en collaboration avec les étudiants de l'école Sup de Création, elles consistaient à proposer aux passants de devenir des héros du quotidien en participant à des missions de premiers secours. Dans le respect de la plateforme de

marque de la Croix-Rouge, les étudiants dont le projet a été retenu par l'association, Lucia Gervais et Martin Guillot, ont imaginé un dispositif mettant en scène les coordonnées GPS d'une mission à remplir pour aider des personnes en difficulté. En scannant le code GPS avec leur mobile, les participants étaient guidés jusqu'à la mission la plus proche, où des volontaires de la Croix-Rouge française les accueillaient pour, s'ils le souhaitaient, être formés aux gestes des premiers secours.

En complément, un dispositif national d'envergure est déployé du 12 au 18 septembre pour promouvoir les Journées Nationales. JCDecaux diffuse d'une part la campagne de la Croix-Rouge sur 230 de ses écrans DOOH Monoprix et, d'autre part, associe les kiosquiers parisiens à cette belle opération : 15 kiosques sont équipés d'un drapeau de l'association sur le toit et d'une tirelire au guichet pour récolter des dons.

Les Journées Nationales sont l'occasion de soutenir les actions menées par les bénévoles de la Croix-Rouge française dans sa ville, son quartier, son village. L'association a besoin de la générosité de tous.

A propos des Journées Nationales de la Croix-Rouge

La quête nationale de la Croix-Rouge française est un rendez-vous indispensable de l'association pour lequel ses volontaires, partout en France, vont à la rencontre des citoyens pour récolter le maximum de dons et ainsi permettre de continuer à mener leurs actions de proximité auprès des plus fragiles et sauver des vies tout au long de l'année. De l'aide alimentaire et vestimentaire, de l'accompagnement des personnes en situation de grande exclusion, à l'accès à la santé, du soutien psychosocial aux premiers secours lors d'accidents domestiques ou lors de dispositifs d'urgence de grande envergure suite à une catastrophe naturelle... les volontaires de la Croix-Rouge française sont en première ligne et se mobilisent quotidiennement face à l'isolement, la détresse, la précarité, la douleur et l'exclusion.

Savoir anticiper, se préparer et éviter les dangers mais aussi savoir réagir et pratiquer les bons gestes peut sauver des vies. Le citoyen est le premier maillon de la chaîne de secours, dans 9 situations d'urgence sur 10, c'est la vie d'un proche qui est en jeu et pourtant le taux de formation de la population française est parmi les plus bas en Europe. A l'occasion de la Journée Mondiale des Premiers Secours et tout le reste de l'année, les bénévoles de la Croix-Rouge française se mobilisent pour informer et initier petits et grands aux réflexes à avoir en cas de catastrophes ou d'accidents domestiques, aux gestes de premiers secours mais aussi aux comportements qui sauvent.

A propos de LA RUE / INSPIRING OUTDOOR

LA RUE / INSPIRING OUTDOOR, département créativité et événementiel de JCDecaux, crée de grands rendez-vous fédérateurs parrainés par les marques. Activation terrain, connectivité, résonance web ou encore réseaux sociaux... sont autant de champs d'action pour une émergence exceptionnelle au cœur de la ville. LA RUE / INSPIRING OUTDOOR, propose également aux annonceurs et à leurs agences la réalisation d'opérations sur-mesure tant sur des espaces publics que privés.

Depuis 2016, le laboratoire JCDecaux Explore ouvre un nouveau courant de communication et offre une aventure inédite aux marques pour co-créditer des solutions innovantes aux problématiques des marques, en s'appuyant sur l'intelligence collective et le design thinking. Les Explore Days sont des journées qui réunissent autour de la table une trentaine de personnes/experts internes ou externes à l'entreprise (annonceurs, agences médias, agences de communication, start ups...) avec un seul mot d'ordre : sortir de cette rencontre non pas avec des projets ou des tests mais avec des campagnes inventives et réalisables rapidement.

Contact presse :

Estelle Ardouin - Tél. : 01 30 79 34 48 – estelle.ardouin@jcdecaux.com