



MARRAKECH COP22|CMP12
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2016

COMMUNIQUE DE PRESSE

COP22 : « Le Temps de l'Action », lancement de la 2^e phase de la campagne de communication institutionnelle

- « Le temps de l'action » : un positionnement affirmé pour la COP22
- Un dispositif média 360°
- Mobiliser pour l'action et sensibiliser les peuples et États aux enjeux de la lutte contre le réchauffement climatique

Le Comité de pilotage de la COP22 lance la seconde phase de sa campagne de communication institutionnelle. Cette prise de parole forte, à quelques semaines de la tenue de la Conférence des Nations Unies sur les Changements Climatiques, ambitionne de contribuer à la mobilisation pour passer rapidement à l'action, face au changement climatique.

En effet, après l'obtention d'un Accord historique à Paris, en décembre 2015, et la course contre la montre qui s'est engagée pour son entrée en vigueur avant la COP22, il est urgent d'agir pour que les engagements pris deviennent une réalité.

Ainsi, la campagne institutionnelle élaborée pour la COP22, met en avant cette urgence, avec une démarche éditoriale, créative et conceptuelle, à même de sensibiliser le plus grand nombre de personnes.

Le spot est construit en trois séquences : une interpellation sur le temps qui passe, alors que le changement climatique, lui, s'accélère ; la nécessité de se mobiliser, quelle que soit notre classe sociale, notre âge ou notre culture. Il s'agit d'interpeller ceux et celles qui prennent les décisions et qui seront à Marrakech du 07 au 18 novembre prochain. Aussi, le film s'achève-t-il sur ce rendez-vous capital pour le changement climatique.

Le spot est conçu sans voix off pour laisser vivre intensément les images. Seules des phrases courtes en incrustation posent l'enjeu : « La question n'est pas de savoir le temps qu'il reste ni le temps que cela prendra. La question est de savoir : serez-vous là le 7 novembre, pour agir, pour la planète ? »

L'équipe de tournage a sillonné le Royaume, des portes de Marrakech aux dunes du Sahara à Merzouga, des plateaux du Moyen-Atlas à Beni Mellal au littoral de Oualidia sur l'Atlantique, en passant par les centres urbains du Maroc. Ce spot souligne la beauté de la nature et l'urgence qu'il y a de la protéger, et de changer nos modes de vie pour la préserver.

D'une durée de 58 secondes, il sera diffusé sur toutes les chaînes de télévision nationales, de même qu'il fait l'objet d'une programmation dans les salles de cinéma : Imax, Mégarama.



La campagne print, quant à elle, (presse et affichage) reprend l'image clé de la Ménara pour un visuel « générique » soutenu par l'accroche « Le temps de l'action ».
Les 5 autres visuels illustrent quelques unes des principales thématiques sur lesquelles il faut agir :

- Agir pour l'avenir de l'humanité
- Agir pour préserver les espèces
- Agir pour nos besoins en énergie
- Agir pour notre sécurité alimentaire
- Agir pour repenser notre mode de vie.

La radio constitue également un pilier important pour la diffusion de cette campagne qui s'étalera du 26 septembre au 30 novembre 2016.

D'une durée de 40 secondes, le spot a été réalisé en arabe, en amazigh et en français.

Les supports d'information digitaux nationaux sont étroitement associés au lancement et à la visibilité de cette campagne, avec la diffusion des visuels et du spot TV.

Les réseaux sociaux, notamment ceux de la COP22, relayeront cette information.

La campagne a été conçue dans les langues de communication de la COP22 : l'arabe, l'amazigh, l'anglais, le français et l'espagnol, auxquelles s'ajoutent le russe et le mandarin, de sorte à couvrir toutes les langues des Nations Unies et permettre une diffusion la plus large possible de cette campagne institutionnelle.

A l'international, justement, la télévision et le digital constituent les deux supports privilégiés pour « Le temps de l'action ».

Contact presse

Mosaïk Events & Co

Loubna.debbbarh@mosaik.ma

0522 25 28 68