

\NON PROFIT n'est pas une ONG !

Notre nom traduit notre expertise des logiques non marchandes, notre expérience des façons de communiquer du secteur et nos capacités de conviction et d'interpellation.

Entité de TBWA\CORPORATE, \NON PROFIT fonctionne avec une économie d'agence. Ce qui implique de dégager suffisamment de marge pour être viable en tant qu'entreprise. Les prestations de conseil et de création sont facturées au temps passé.

Ce temps passé n'est pas utilisé comme pour des annonceurs classiques. Il est optimisé pour démultiplier l'investissement du client grâce aux savoir-faire particuliers des consultants :

- Anticipation des logiques et des causes émergentes
- Orchestration de stratégies sur des sujets de société
- Production de créations qui doivent être impactantes et justes
- Gain d'espaces publicitaires gracieux et semi-gracieux.
- Mobilisation de vedettes et de personnalités
- Scénarisation d'actions pour accéder aux grands médias
- Coopération avec des bénévoles, dans le cadre de campagnes nationales et/ou d'événements terrain
- ...

À côté de ces prestations, nos clients ont des attentes spécifiques.

- **Les associations et ONG** : maîtriser et évaluer, pleinement et dans la durée, leurs stratégies de communication et leurs univers publicitaires, d'une manière aussi professionnelle que les annonceurs classiques (vs « campagnes *one shot* offertes »).
- **Les annonceurs de l'économie sociale** : mettre en œuvre des communications concurrentielles avec celles des annonceurs du secteur marchand en tenant compte de leurs valeurs particulières et de la sensibilité de leurs publics.
- **Les entreprises** : les aider à comprendre les logiques non marchandes, à identifier et rencontrer les bons partenaires associatifs et, parfois, à communiquer en s'inspirant des codes et des recettes plus « informels », mobilisateurs, « débrouille » du tiers secteur.

Notre expertise conjuguée avec les savoir-faire et les réseaux de TBWA\CORPORATE nous permet d'apporter à nos clients le niveau de professionnalisme d'une grande agence corporate (conseil stratégique et création) et la créativité de TBWA\ tout en tenant compte de leurs spécificités et de leurs contraintes financières et organisationnelles. Bref, d'investir dans l'efficacité pour participer à la professionnalisation de la communication au service des logiques non marchandes.