

120^{ème}
anniversaire



Institut Pasteur
Une chance pour notre époque,
une chance pour vous.

L'Institut Pasteur donne le 14 janvier le coup d'envoi de son 120^e anniversaire avec une nouvelle saga publicitaire

Paris, 9 janvier – Composée de 5 annonces chronologiques et d'une générique, la saga « 120 ans de recherche » revisite de manière surprenante les grandes contributions de l'Institut Pasteur, avec une vraie volonté de connivence avec le public. Elle vise à **rappeler l'importance des recherches de l'Institut Pasteur, qui a marqué chaque époque d'une découverte majeure au service de notre santé**. Cette campagne anniversaire s'inscrit **dans la continuité de la nouvelle stratégie de communication initiée en 2006** pour faire de l'Institut Pasteur un acteur dynamique et incontournable du secteur caritatif.

C'est le **premier rendez-vous d'une série d'événements** organisés tout au long de l'année avec de nombreux temps forts, depuis la célébration en mai des 25 ans de la découverte du VIH, à un grand colloque international et des journées portes-ouvertes en novembre, en passant par la 2^e édition du Pasteurdon et la pose de la première pierre d'un nouveau bâtiment au mois de septembre.

Une saga pour raconter 120 ans de découvertes et de victoires contre les maladies

Suivant un fil chronologique simple, la saga conçue par TBWA\CORPORATE\NON PROFIT met en avant 5 grandes dates et découvertes clés de l'Institut Pasteur en les replaçant dans leur contexte historique, face à un autre événement médiatique qui a marqué son époque. Cette mise en perspective permet de rappeler l'importance de ces découvertes tout en les réinscrivant dans les mémoires collective et individuelles. Une 6^e annonce clôture la saga avec un message « générique » autour de la mission de l'Institut Pasteur pour la santé de tous.

Le ton simple et direct des annonces joue sur la connivence avec le public, avec des clins d'œil à l'histoire et aux souvenirs de chacun. Il renforce ainsi la dimension de proximité des visuels et appelle à une empathie immédiate du public.



A l'heure où toutes les études confirment que les donateurs privilégient les organisations qu'ils connaissent, et demandent des preuves que leur don est bien utilisé, ce type de campagne corporate créative est encore rare dans un secteur qui travaille encore surtout sa communication liée à la collecte de fonds.,

Les 5 annonces chronologiques paraîtront, à raison d'une annonce par jour, du 14 au 18 janvier dans Le Monde. La générique sera elle diffusée les 19 & 20 janvier, dans Le Monde, Le Figaro et le Journal du Dimanche. Un dispositif presse, élaboré par l'agence Medialinks, qui sera ensuite décliné tout au long de l'année sous d'autres supports (affichage de proximité, web, etc.). Cette campagne s'accompagne d'ores et déjà d'une série de chroniques radio diffusée à 300 stations locales, avec l'aide de l'agence Tam Tam.

Devenir une « marque caritative » incontournable

Face aux coûts croissants de la recherche, le soutien du public et des entreprises est plus que jamais indispensable à l'Institut Pasteur. Sa dernière campagne de communication remontant à 2002, il était temps de rappeler son rôle et ses contributions, ainsi que son statut de fondation privée dont le fonctionnement dépend en grande partie des dons et du mécénat.

Accompagné par TBWA\CORPORATE\NON PROFIT, l'Institut Pasteur déploie ainsi, depuis 2006, une toute nouvelle stratégie de communication et de fundraising visant à moderniser son image et à l'ancrer fermement dans les préoccupations de notre temps. Au cœur de cette stratégie, un nouveau positionnement qui met en avant le bénéfice individuel et collectif que permettent ses découvertes : « l'Institut Pasteur, une chance pour notre époque, une chance pour vous ».

Une première campagne, « Santé en voyage », a été lancée fin 2006, et rediffusée fin 2007 : loin de la traditionnelle culpabilisation caritative, cette campagne s'appuie sur un ton résolument positif, et mise sur l'humour et la connivence pour rappeler la chance que nous avons d'avoir tant de chercheurs mobilisés pour notre santé. La saga « 120 ans de recherche » poursuit le même objectif.

Une opération d'un nouveau genre a également été lancée au printemps 2007, avec le soutien de 8 des plus grandes radios nationales : le Pasteurdon. Cette initiative originale, pariant sur la capacité de la radio à mobiliser les donateurs, a permis de récolter, dès sa première édition, plus de 800 000 euros.

Un programme ambitieux de communication et de rencontres en 2008

Pour assurer la montée en puissance de la « marque Institut Pasteur » dans le paysage caritatif, et consolider le territoire de communication installé depuis 2006, une dynamique d'actions et d'événements rythmera toute l'année 2008.

L'Institut Pasteur organise notamment une série de rencontres scientifiques et grand public pour partager les dernières avancées et faire le point sur les préoccupations sanitaires de notre époque. Ces rencontres seront articulées autour de nombreux temps forts de mobilisation du public :

- Du 19 au 21 mai, l'Institut Pasteur célébrera les 25 ans de la découverte du VIH par ses chercheurs ;
- Un grand gala anniversaire se déroulera au Théâtre des Champs Elysées le 17 septembre ;
- Au même moment, sera posée la première pierre d'un nouveau bâtiment qui sera dédié à la recherche sur les maladies émergentes ;
- Puis viendra la 2^e édition du Pasteurdon qui, du 20 au 27 septembre, fera appel à la générosité de tous les Français avec l'aide de leurs radios préférées ;
- De nombreux experts et personnalités scientifiques et politiques débattront ensuite lors d'un colloque international le 14 novembre, jour anniversaire de l'inauguration de l'Institut Pasteur ;
- Enfin, des journées portes-ouvertes les 22 et 23 novembre permettront au grand public de venir à la rencontre des chercheurs et de visiter des laboratoires de recherche de pointe.

Plus d'informations sur le programme du 120^e anniversaire : www.pasteur.fr

L'Institut Pasteur c'est :

- une fondation privée à but non lucratif, reconnue d'utilité publique
- un campus qui réunit, à Paris, 146 unités de recherches et 2 600 personnes représentant plus de 60 nationalités
- 20 centres nationaux de référence et 8 centres collaborateurs de l'OMS
- 8 Prix Nobel depuis sa création
- un Réseau international qui regroupe 30 instituts sur les 5 continents

Contacts presse :

Sylvain Coudon – tél : 01 44 38 94 81 / 06 70 81 89 76 – scoudon@pasteur.fr

Laurent Terrisse – tél : 06 88 38 65 88 – lterrisse@tbwa-corporate.com