

LONAY Fondation Théodora

La campagne d'affichage a été bonne pour sa notoriété

L'Institution veut égayer le séjour des enfants hospitalisés. Elle a bénéficié durant les fêtes d'une campagne de publicité gratuite.

Impossible de la manquer. De nombreux emplacements réservés aux traditionnelles campagnes publicitaires sont occupés depuis quelque temps par des affiches au bénéfice de la Fondation Théodora, basée à Lonay.

Un sérieux plus en matière de notoriété qui revient à la collaboration de deux poids lourds de l'annonce: l'agence de publicité genevoise Saatchi et Saatchi Simko et l'antenne lémanique de la Société générale d'affichage (SGA). La campagne était prévue pour deux semaines. Elle occupe 3700 panneaux dans toute la Suisse c'est pour nous un excellent vecteur de notoriété, surtout en Suisse alémanique où l'on connaît mieux les clowns des hôpitaux que Théodora, précise Jan Poulie, cofondateur de Théodora. La démarche s'accompagne aussi d'un appel au don en rappelant les informations utiles à tout versement.

En revanche de ce côté, il est encore un peu tôt pour mesurer l'efficacité de la campagne même si lors des périodes de fêtes, on est plus sensible à la nécessité de faire un geste

pour l'autre, poursuit-il. On le sait, il faut jouer du marketing et de la notoriété pour tirer son épingle financière dans l'univers devenu lui aussi très concurrentiel du «charity business». Et comme on a tendance à donner son obole à des organisations bien identifiées, cette campagne constitue une aubaine pour se familiariser avec la Fondation.

Grâce à cette opération, elle bénéficie d'une exposition d'une ampleur et d'une intensité qui n'aurait pas pu être à sa portée autrement. Quant à ses partenaires, ils profitent de l'occasion pour se donner une image citoyenne et sociale tout en suscitant de l'intérêt lors d'une période souvent jugée creuse pour l'affichage. Un membre du conseil de Fondation avait sollicité Jean-Philippe Maître, responsable de la SGA pour susciter ce partenariat que Jan Poulie appréhende comme un cadeau magnifique. Et selon les statistiques de la SGA, ce visuel devrait être regardé par 80% de la population suisse.

Philippe Villard

Voir aussi www.theodora.org

La Fondation compte trente «docteurs Rêves»

La Fondation Théodora a été créée en 1993 à l'initiative de deux frères, André et Jan Poulie, en mémoire de leur mère, Théodora. Elle apporte un mieux-être aux enfants

hospitalisés ou séjournant dans des institutions spécialisées. Ses 30 «docteurs Rêves» multiplient les activités artistiques et amusantes dans 39 hôpitaux de Suisse.



Autour de l'affiche conçue pour la Fondation Théodora: Bernard Develey, responsable Léman chez SGA, Pedro Simko, Suzanne Breza et Boris Declerck, de l'agence de publicité et André Poulie, président de la Fondation.