



Communiqué de presse

Paris, le 8 juin 2021

Lancement de l'opération #cultureenvie

Vous défendez la culture, c'est écrit sur votre masque

Une action destinée à soutenir les artistes et techniciens du spectacle

Pour venir en aide aux professionnels de la culture et recréer le lien entre les artistes et leurs publics, l'association ESSENTIEL lance l'opération #cultureenvie à partir du 9 juin 2021 en partenariat avec Audiens, avec le soutien de BNP Paribas et de l'agence BETC.

Plus de 65 000 masques UNS 1 collectors et solidaires, noirs et bleus avec élastiques de couleur, seront vendus dans les magasins Fnac et Darty, dans plus de 1000 kiosques et marchands de journaux dans toute la France et sur le site www.essentiel-asso.org au prix de 10 € le pack de 2 masques.

100% des bénéfices seront reversés aux artistes et techniciens du spectacle par Audiens, via son institution l'Union Sociale du Spectacle, pour compléter et abonder les dispositifs existants de soutien aux artistes qui sont parfois insuffisants.

L'opération #cultureenvie

Depuis plus d'un an, le secteur culturel est touché de plein fouet par les restrictions liées à la crise sanitaire. De nombreux artistes et techniciens du spectacle connaissent de très importantes difficultés financières. Les 30 000 entreprises du secteur ont vu leur chiffre d'affaires diminuer en 2020, de 65% par exemple pour la projection cinématographique et de 43% pour les structures du spectacle vivant ; les heures travaillées ont diminué de 40% pour les artistes (Ministère de la Culture – Département des Etudes et des Statistiques - Note de conjoncture 2021 – 2 mars 2021) et Audiens a reçu près de 30 000 demandes d'aides sociales en 2020.

Alors que les salles de spectacles recommencent doucement à accueillir du public, le retour à la normale n'est pas prévu pour tout de suite.

« Si la réouverture progressive annoncée des lieux culturels est une grande bouffée d'espoir pour le secteur tout entier, elle ne signifie pas pour autant un retour à la normale... ni pour les artistes ni pour le public. Venant moi-même du monde événementiel, je sais combien cette période est complexe et j'ai décidé de réagir et donc d'agir. Agir pour soutenir financièrement les femmes et hommes qui travaillent pour la culture et le spectacle vivant. Dans cette période morose, j'ai imaginé cette dynamique positive pour embarquer les citoyens dans un élan de solidarité pleine d'énergie et créer du lien et de la connivence entre les artistes et leurs publics. Puisque l'on doit porter un masque, au moins qu'il ne serve pas qu'à nous protéger ! » déclare Sylvette Bidorini, fondatrice de l'association ESSENTIEL.

Ces masques au design épuré, reprennent le logo de l'association ESSENTIEL et ses lettres partiellement effacées... dont on ne sait pas bien si elles disparaissent ou ré-apparaissent. Une manière de rappeler la fragilité du secteur culturel, pourtant essentiel à nos vies. Une manière aussi de rappeler que la culture a besoin du soutien de tous. Une manière, enfin, de permettre à ceux qui le souhaitent d'afficher leur soutien à une culture riche et vivante en portant ses couleurs.



Ces masques UNS 1 en tissu lavables sont fabriqués en France. Masques éco-responsables, réutilisables après 30 lavages. Masques noirs et bleus avec élastiques de couleur. De nouveaux coloris seront bientôt disponibles. Ils sont vendus en ligne au prix de 10 € (lot de 2) sur le site de l'association www.essentiel-asso.org ainsi que chez ses partenaires : les magasins Fnac et Darty et 1000 Kiosques et marchands de journaux (liste complète disponible sur le site de l'association). Les bénéfices des ventes seront intégralement reversés à Audiens et le public a également la possibilité de faire un don via le site de l'association.

Un dispositif porté par une grande campagne nationale...

Pour accompagner le lancement, ESSENTIEL peut compter sur le soutien de France Télévisions, Radio France, Paris Première, Téva, TF1, JCDecaux, la Ville de Paris, Media Transports, Médiakiosk, L'EXPRESS, Le Parisien Week-end, MK2, qui lui offrent de la visibilité via leurs espaces publicitaires ainsi que les relais réseaux sociaux de la Sacem qui est aussi partenaire de l'opération.

ESSENTIEL peut également compter sur la créativité de son partenaire BETC qui a conçu pour l'association une grande campagne plurimédia. Cette campagne graphique invite les Français à devenir des acteurs de la culture grâce à leur masque ESSENTIEL à grand renfort d'accroches malicieuses et conniventes. La campagne multiplie ainsi les références à des monuments du cinéma ou du théâtre, les clins d'œil à des lieux culturels dans leur diversité ou encore renverse les poncifs de la catégorie.



Cette campagne vivra à partir du 9 juin en affichage grâce à un partenariat avec la Ville de Paris, JCDecaux et MédiaTransports, ainsi qu'en presse et sera déclinée dans de courts spots TV, spots radio et digital.

... au service d'un grand mouvement populaire, plein d'énergie positive !

Un dispositif d'influence a également été pensé pour accompagner ce lancement sur Instagram. Artistes, personnalités du monde de la culture, journalistes et amis des arts vont ainsi relayer et amplifier le dispositif à l'aide du #cultureenvie.

Le grand public sera également invité à en faire de même en relayant le hashtag et en postant une photo en lien avec un moment de culture qui leur tient à cœur, voire même une photo d'eux avec le masque.

#cultureenvie

Instagram-Twitter-Facebook

@essentiel_asso

Contacts presse

Pour l'association ESSENTIEL projet #cultureenvie

Gabrielle Carayon – Agence Gen-G - Gabrielle.carayon@gen-g.com – 06 49 75 45 93

Audiens

Caroline Rogard - 06 16 98 36 34 – caroline.rogard@audiens.org

BNP Paribas

Astrid Wernert - astrid.wernert@bnpparibas.com – +33 (0)7 62 52 36 41

BETC

Camille Chang – 06 64 58 87 26 – camille.chang@betc.com

À propos de Essentiel

Association loi 1901 à but non lucratif, créée en 2021 par Sylvette Bidorini et Vanessa Blondes, pour soutenir la culture. Venant du monde de l'événementiel et ne pouvant plus organiser d'événements ni faire travailler des artistes, Sylvette Bidorini et Vanessa Bondes ont imaginé, entre les stop and go de confinement et déconfinement, de lancer une opération solidaire pour aider le monde de la culture et impulser un élan positif, un lien entre artistes et public quand aurait enfin lieu la reprise des spectacles qui nous manquaient tant. L'évidence leur est apparue: il fallait s'engager en vendant un masque solidaire dont tous les bénéfices seraient reversés aux professionnels du spectacle en difficulté financière. Un projet qui se devait d'être porté par une association : elles ont donc décidé de la créer en janvier 2021. Le nom a aussi été une évidence : ESSENTIEL, avec le #Cultureenvie qui résume toute leur ambition et leur amour de la culture et de tous ceux qui la font vivre.

www.essentiel-asso.org

À propos d'Audiens

Héritier de plus de 180 ans de progrès et d'innovation sociale, Audiens est au cœur des enjeux de la culture, de la communication et des médias. Audiens, groupe de protection sociale paritaire, fondé sur la force et les valeurs du dialogue social, développe une expertise exclusive au service des employeurs, des professionnels actifs ou retraités de la culture, en retraite complémentaire, santé, prévoyance, action sociale, congés spectacles, médical et prévention... Au service de professionnels aux carrières souvent atypiques, à l'image des journalistes pigistes ou des artistes et techniciens intermittents du spectacle, il déploie des savoir-faire uniques, adaptés et particulièrement réactifs en temps de crise, comme la gestion du fonds FUSSAT mis en place dans le contexte Covid 19. Avec le Pôle santé Bergère et son activité pure player MovinMotion, plateforme de gestion sociale utilisée par 1 500 entreprises, le

Groupe Audiens innove, se plaçant à l'avant-garde des deux évolutions stratégiques de son environnement : la prévention santé et la digitalisation. Plus d'informations sur www.audiens.org, Twitter : @GroupeAudiens

A propos de BNP Paribas

BNP Paribas est la première banque de l'Union européenne et un acteur bancaire international de premier plan. Elle est présente dans 68 pays et rassemble plus de 193 000 collaborateurs, dont près de 148 000 en Europe. Le Groupe détient des positions clés dans ses trois grands pôles opérationnels : Retail Banking pour l'ensemble des réseaux des banques de détail du Groupe et plusieurs métiers spécialisés ; Investment & Protection Services pour les solutions d'épargne, d'investissement et de protection; et Corporate & Institutional Banking, centré sur les clientèles Entreprises et Institutionnels.

BNP Paribas met en œuvre dans l'ensemble de ses activités une démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale lui permettant de contribuer à la construction d'un futur durable, tout en assurant la performance et la stabilité du Groupe.

Le Groupe BNP Paribas est un acteur majeur du mécénat d'entreprise, notamment via sa Fondation qui accompagne depuis 1984 plus de 350 projets culturels, une quarantaine de programmes de recherche et un millier d'initiatives sociales et éducatives, en France et à travers le monde.

Dans le cadre de la crise sanitaire, la Fondation BNP Paribas a souhaité renforcer son engagement auprès des acteurs du secteur de la culture. A l'été 2020, elle a ainsi mis en place un plan de soutien exceptionnel de 310 000 € à destination des 31 artistes soutenus (18 compagnies de danse et de cirque et 13 musiciens). En 2020, la Fondation BNP Paribas a également renouvelé son soutien à plusieurs artistes, compagnies, institutions et festivals jusqu'en 2023. Enfin, elle a décidé d'apporter son soutien à de nouvelles structures : La compagnie « L'Immédiat » (Camille Boitel et Sève Bernard), le Plus Petit Cirque du Monde à Bagneux et l'Association Paris Sonic, dans le cadre d'une série de concerts de jazz au Pan Piper.

À propos de BETC

BETC, agence de communication créée en 1994, renouvelle le rapport entre les marques et la création. Par envie, curiosité et engagement, BETC crée des synergies nouvelles et produit ses propres contenus dans les domaines de la musique, du film, de l'édition, du design...

Nommée en 2019 « International Agency of the Year » par Adweek, BETC est désignée en 2020 « Agence de l'année » aux Eurobest ainsi qu'au Club des DA et, pour la troisième année consécutive, aux Prix Effie. En 2021, BETC est l'agence française la plus primée aux Clio Awards.

BETC est à l'initiative du projet des Magasins généraux à Pantin dans lesquels l'agence a emménagé le juillet 2016 ; un nouveau lieu de création, d'innovation, de production et de partage situé au cœur du Grand Paris. <https://betc.com/fr/>

Avec le soutien de

