

UN BONBON QUI FAIT DU BIEN

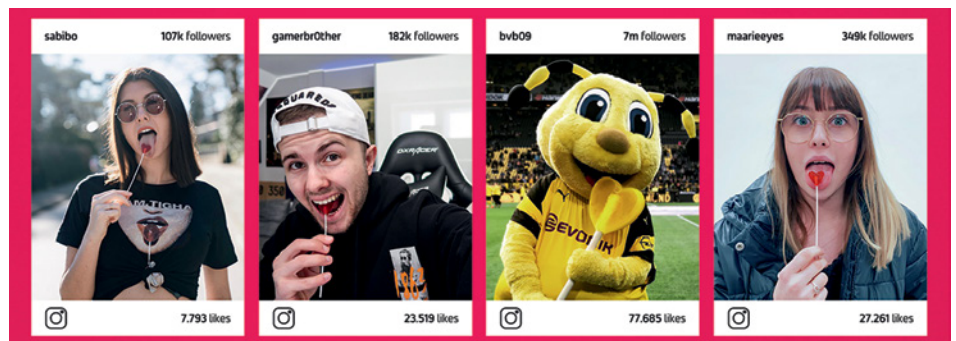
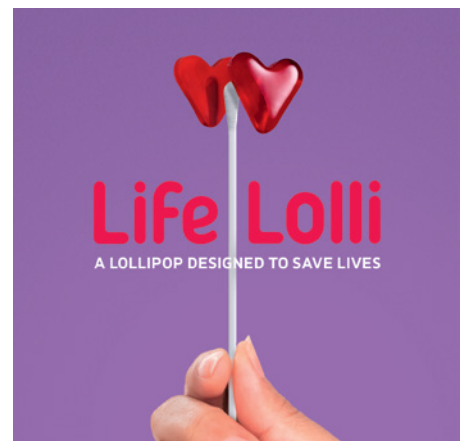
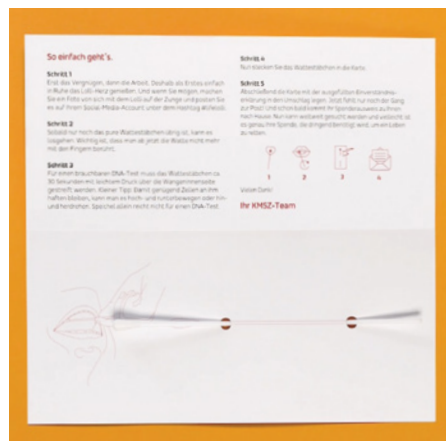
Des sucettes envoyées à des influenceurs aident à sauver des vies en inspirant les jeunes à donner des cellules souches.

Chaque jour, deux enfants reçoivent un diagnostic de leucémie en Allemagne. Les dons de cellules souches représentent souvent leur seule chance de survie. Il s'avère que les moins de 30 ans sont cinq fois plus susceptibles d'être des donneurs compatibles. C'est pourquoi l'organisme de collecte d'échantillons de moelle osseuse KMSZ cherche à sensibiliser ce groupe à sa cause.

Pour encourager les jeunes à s'inscrire à son registre de donneurs, KMSZ crée des bâtonnets de prélèvement d'ADN dont l'extrémité est insérée dans un bonbon en forme de cœur. Le test est donc tout simple à effectuer. Il suffit de sucer le bonbon jusqu'au bout, puis de poster le bâtonnet de prélèvement dans le sachet fourni dans l'envoi. Voilà une bonne action qui se raconte bien sur les médias sociaux!

Les 200 premières trousse Life Lolly sont envoyées à des influenceurs pour la Journée internationale du cancer de l'enfant. Nombre de joueurs, musiciens, blogueurs et athlètes invitent leurs abonnés à commander une sucette et à mettre leurs photos en ligne. Ensemble, ils portent le message auprès de 87 millions de personnes et suscitent 628 000 interactions.

Grâce à cet amusant test d'ADN, KMSZ pique l'intérêt de jeunes qui n'avaient jamais songé à faire un don de cellules souches. Environ 20 % des visiteurs du site Web commandent une sucette, ce qui double [106 %] les envois de trousse. Le nombre d'inscriptions au registre des donneurs bondit de 680 %. L'âge moyen des donneurs passe de 37 à 26 ans, ce qui prouve que les jeunes ont un pouvoir d'influence et... le goût de soutenir de bonnes causes.



CLIENT KMSZ | **PRODUIT** Don de moelle osseuse | **PAYS** Allemagne | **AGENCE** BBDO Düsseldorf | **ÉQUIPE** Directeur général des Services de la création Till Diestel
 Directeur général de la création Kristoffer Heilemann | Directeurs de la création Andy Wyeth, Veikko Hille | Conceptrice et directrice artistique Ann-Catrin Bloemer
 Directeurs artistiques Jan Schulz, Miguel Chordá | Rédacteurs Christian Korntheuer, Marie-Theres Schwingeler, Jan-Philipp Michalik | Technologue créatif Martin Boeing Messing
 Directeur général des Services de la production Steffen Gentis | Producteurs Norbert Henning, Juhn Kim | Société de production CraftWork | Directrice, Service à la clientèle Marei Wilke | Chargée de compte Clara Wesemeyer | Gestionnaires de projet Patrick Heinz, Marta Zlatewa | Directeur, Planification Ralf Sieke

