

Edition : 14 aout 2024 P.25
 Famille du média : Médias régionaux
 (hors PQR)
 Périodicité : Hebdomadaire
 Audience : 29764



Journaliste : Alexandre MARQUÉ
 Nombre de mots : 396

TOUTES LES NOUVELLES
 VERSAILLES

📍 LES CLAYES-SOUS-BOIS

Leur campagne de pub sur le Sida a été primée par les internautes

Thomas Lalbat peut être « fier ». Cet étudiant des Clayes-sous-Bois de 23 ans, accompagné de quatre de ses camarades de l'IIM Paris, a remporté le prix des internautes à l'occasion du 4^e concours national de publicité grandes causes des Mille Pitch Awards&Co le 3 juillet dernier.

« Toutes les histoires ont une fin »

Les cinq étudiants en Master 2 Direction artistique dans cette école multimédia se sont lancés dans ce projet au printemps dans le cadre de leurs études. « On a une semaine par mois de cours. Pendant cette semaine, on a un projet, explique Thomas. On nous a proposés de participer à ce concours. »

Tout au long de cette semaine, le groupe d'étudiants a planché sur la création d'une campagne d'affichage au profit d'Aides, association qui lutte contre le Sida depuis 40 ans. « Aides voulait faire une campagne de



Les cinq étudiants de l'IIM Paris, dont Thomas Lalbat (à gauche), ont reçu le prix des internautes du concours national de publicité grandes causes des Mille Pitch Awards&Co. Photo fournie par Thomas Lalbat

communication pour recruter des jeunes (20-35 ans). Dès le départ, on a eu cette idée que toutes les histoires ont une fin, le Sida aussi. »

Thomas et ses camarades de

classe ont essayé de tisser des liens entre des combats passés (Mai 68, mur de Berlin et Nelson Mandela) et présents afin d'inspirer la lutte contre le Sida. « On a fait trois affiches dont

une sur Mai 68, indique Thomas qui s'est consacré à toute la partie intelligence artificielle. Sur cette affiche, on voit des gens dans la rue manifester et une femme portant un drapeau. » Avec comme slogan que, pour le Sida ne soit bientôt plus qu'un lointain souvenir, les jeunes doivent s'engager chez Aides.

« Un plus sur un CV »

1 800 participants ont pris part à ce concours et 550 campagnes ont été réalisées. Et à ce jeu-là, les cinq étudiants de l'IIM Paris ont été récompensés de leurs efforts par le prix des internautes. « On représentait l'école. On était extrêmement content. Cela nous permet d'avoir de la visibilité, de gagner en expérience et de continuer à développer nos compétences. C'est un plus sur un CV », conclut le Clétien qui se destine à être webdesigner.

● Alexandre MARQUÉ