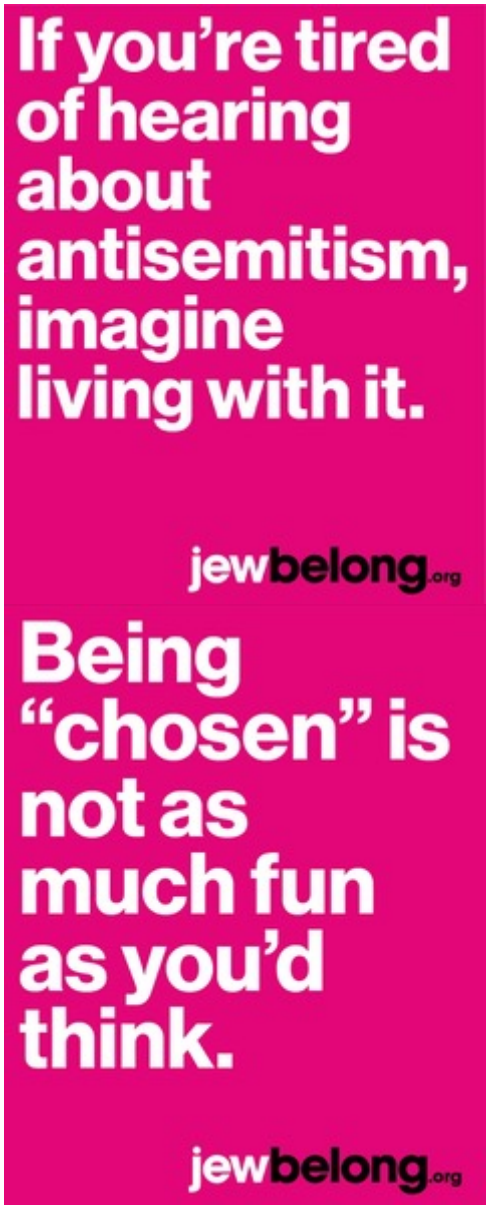
Résumé :

- JewBelong est une organisation américaine à but non lucratif qui attire l’attention sur l’antisémitisme.
- Pour ce faire, elle mise sur une campagne publicitaire forte, réalisée de manière professionnelle.
- Celle-ci se distingue par son langage visuel, sa tonalité juste et ses messages qui touchent et invitent à se pencher sur le thème de l’antisémitisme.
- JewBelong crée ainsi ce qui est devenu rare et difficile à obtenir aujourd’hui dans la publicité : une véritable connexion.



Le rose contre la haine : JewBelong appelle à lutter contre l’antisémitisme avec une brillante publicité



Le rose contre la haine : JewBelong appelle à lutter contre l’antisémitisme avec une brillante publicité



Le rose contre la haine : JewBelong appelle à lutter contre l’antisémitisme avec une brillante publicité



Par Isabelle Arnau

L’organisation à but non lucratif JewBelong prouve que la publicité peut être plus que de la vente – c’est un outil puissant d’intervention sociale. À une époque où de nombreuses campagnes sont interchangeables, font bailler ou sont tout simplement inefficaces, JewBelong fait le pari inverse : la clarté, le courage et la précision créative. Son objectif est aussi simple qu’ambitieux : Rendre l’antisémitisme visible – et le contrer.

Derrière l’organisation se trouvent Archie Gottesman et Stacy Stuart – deux créatifs expérimentés issus du monde de la publicité new-yorkaise. C’est exactement ce que l’on remarque. Alors que de nombreuses campagnes sociales semblent didactiques ou difficiles d’accès, JewBelong fonctionne selon les règles d’une bonne publicité : attirer l’attention, formuler clairement le message, toucher, rester dans l’esprit.

Des affiches rose vif, peu de mots, un impact maximal : les campagnes de JewBelong sont un exemple parfait de la façon dont une communication forte fonctionne aujourd’hui. Les messages sont directs, parfois dérangeants – et c’est précisément pour cela qu’ils sont efficaces. Elles sortent le thème de l’antisémitisme de sa niche et le placent au cœur de la vie quotidienne : dans les rues, sur les bâtiments, sous les yeux de millions de personnes.

La campagne antisémite de JewBelong se distingue de nombreuses autres campagnes publicitaires actuelles non seulement par son thème, mais aussi par sa qualité artisanale. Dans un paysage publicitaire souvent caractérisé par des images génériques, des revendications interchangeables et une optimisation algorithmique, elle agit comme un contre-projet et se distingue par :
– Un code visuel clair et immédiatement reconnaissable (rose) ;
– Des messages qui n’expliquent pas mais qui font mouche ;
– Une tonalité à la fois sérieuse et accessible.

Le résultat est une publicité que l’on ne fait pas défiler et que l’on oublie, mais dont on parle. Un événement devenu rare.

Invitation à une réflexion thématique commune

JewBelong s’adresse délibérément aussi bien aux juifs qu’aux non-juifs et propose une orientation : une approche compréhensible de la tradition juive et une classification de l’antisémitisme. Il invite ainsi à se pencher sur le sujet. Cette ouverture fait la différence : l’antisémitisme n’est pas traité comme le « problème des autres », mais comme un défi social commun.

Cette approche se poursuit sur le plan numérique. Le site web de JewBelong est personnalisé de manière inhabituelle, notamment par l’utilisation de photos d’enfants dans la section « About Us ». Cela peut paraître surprenant, mais l’objectif est clair : créer de la proximité, réduire la distance et instaurer la confiance.

JewBelong montre ce qu’il est possible de faire quand on prend la publicité au sérieux et qu’on l’utilise comme outil pour aborder des questions sociales importantes. La campagne est créative, audacieuse et précise sur le plan artisanal. Mais surtout, elle crée ce qui manque aujourd’hui à de nombreuses campagnes : une véritable connexion. C’est sa plus grande force : un slogan devient une réponse. La mienne est : I belong to Jew.

Isabelle Arnau est publicitaire et experte en communication. Elle fait partie de l’équipe de rédaction de FokusIsrael.ch et vit à Bâle.