



#WeThe15

BOÎTE À OUTILS DE LA CAMPAGNE

[Cliquez ici pour voir toutes les boîtes à outils de la campagne NousLes15 - Y compris les versions accessibles](#)

CONFIDENTIEL

Nous vous encourageons à partager cette boîte à outils avec vos partenaires et parties prenantes internes (p. ex. par courriel) afin que nous puissions, ensemble, avoir un impact mondial le 19 août 2021.

Mais, veuillez ne pas la rendre public ET ne pas la publier en ligne.

Contenu et Introduction

Cette boîte à outils décrit comment les partenaires, les influenceurs, les diffuseurs, les médias et les individus peuvent soutenir la campagne NousLes15 pour lancer un mouvement de changement en faveur du milliard de personnes en situation de handicap dans le monde. **La campagne d'une dizaine d'années sera lancée le 19 août 2021, à 7 h, heure normale japonaise (JST), et le contenu de ce document sera sous embargo jusqu'à ce moment-là.** La campagne sera un élément clé des Jeux paralympiques de Tokyo 2020 (du 25 août au 5 septembre 2021). Dans ce document, vous trouverez ce qui suit :

Présentation de la campagne NousLes15	4
Dates clés	9
Comment vous pouvez appuyer la campagne	11
Résumé des ressources	16
Vidéo	20
Contenu social	22
Ressources de marque	29
Athlètes / influenceurs / ambassadeurs	34
Affiches et presse	36
Relations avec les médias	40
La lumière violette brille	43

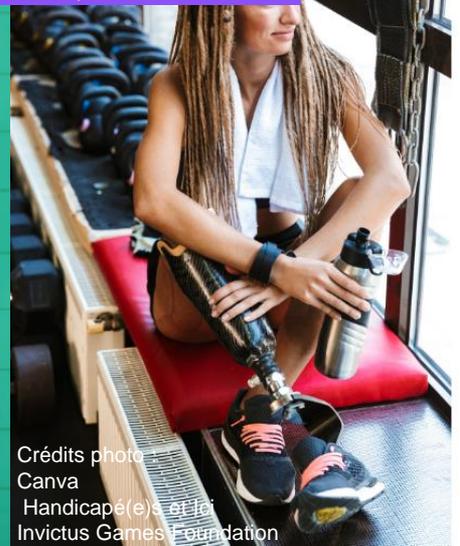
Si vous avez des questions concernant cette boîte à outils, veuillez envoyer un courriel à hello@wethe15.org.

Sous embargo jusqu'au 19 août 2021



**Les personnes en situation de handicap
représentent 15 % de notre monde.**

**Elles font partie de la diversité humaine, et ne
sont donc pas une anomalie.**



Crédits photo :
Canva
Handicapé(e) et toi
Invictus Games Foundation

Présentation de NousLes15

NousLes15 vise à être le plus grand mouvement de défense des droits de l'homme jamais connu pour mettre fin à la discrimination à l'égard des personnes en situation de handicap et transformer la vie des 1,2 milliard de personnes en situation de handicap dans le monde – soit 15 % de la population mondiale.

Le symbole NousLes15 représente un monde où 15 % de ses habitants ne sont plus marginalisés.

La campagne NousLes15 vise à unir toutes les communautés à travers le monde pour lancer un mouvement de changement.

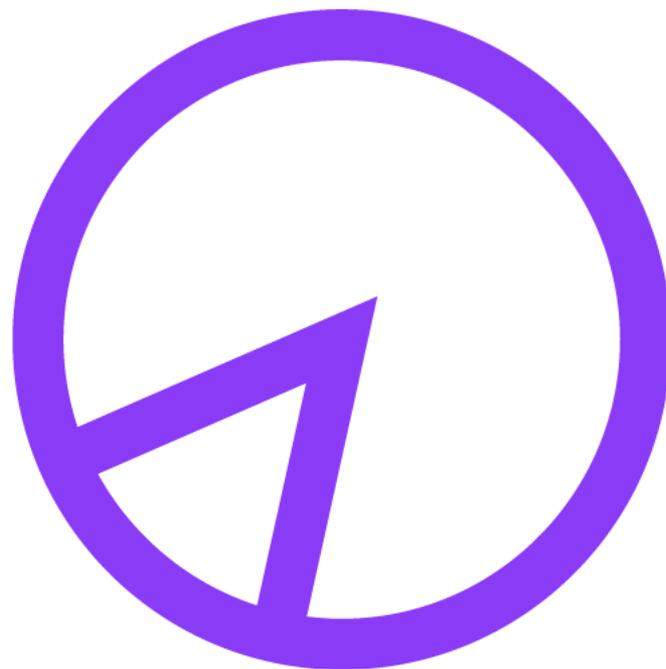
Le violet a longtemps été associé à la communauté des personnes en situation de handicap, mais ce sera la première fois qu'il existe un symbole dynamique, positif et largement médiatisé qui peut unir la communauté et appeler à un changement concret.



Twitter / Instagram : @WeThe15, [Groupe LinkedIn](#)

Site Web : www.WeThe15.org – Abonnez-vous à notre bulletin

d'information pour obtenir des mises à jour sur la campagne



#WeThe15



Messages clés

- Les personnes en situation de handicap représentent 15 % de notre monde. Elles font partie de la diversité humaine.
- NousLes15 aspire à être le plus grand mouvement de défense des droits de l'homme jamais connu pour représenter et transformer la vie des 1,2 milliard de personnes en situation de handicap dans le monde.
- NousLes15 mettra le handicap au cœur du programme en faveur de l'inclusion, en plus de l'origine ethnique, du sexe et de l'orientation sexuelle.
- Au cours de la prochaine décennie, NousLes15 ambitionne de mettre fin à la discrimination à l'égard des personnes en situation de handicap et d'agir comme un mouvement mondial faisant campagne publiquement pour la visibilité, l'accessibilité et l'inclusion des personnes en situation de handicap.
- NousLes15 rassemble la plus grande coalition jamais formée d'organisations internationales œuvrant dans les domaines du sport, des droits de l'homme, de la politique, des affaires, des arts, et du divertissement.
- Les organisations NousLes15 travailleront avec les gouvernements, les entreprises et le public au cours de la prochaine décennie afin d'amorcer un changement pour le plus grand groupe marginalisé au monde, qui représente 15 % de la population mondiale.
- Tout le monde peut jouer un rôle dans la création du changement.

Veillez envisager d'incorporer ces messages dans vos publications sur les médias sociaux et autres.



Créer un changement pour le plus grand groupe marginalisé au monde

Nous Les15 sensibilisera, modifiera les attitudes et créera plus d'opportunités, tout en améliorant l'accessibilité en :

- Plaçant les personnes en situation de handicap au cœur du programme en faveur de la diversité et de l'inclusion.
- Mettant en œuvre une gamme d'activités au cours de la prochaine décennie pour favoriser l'inclusion sociale des personnes en situation de handicap.
- Éliminant les obstacles sociétaux et systémiques qui empêchent les personnes en situation de handicap de libérer leur potentiel et d'être des membres actifs de la société.
- S'assurant d'une plus grande sensibilisation, visibilité et représentation concernant les personnes en situation de handicap.

Le mouvement mondial fera campagne publiquement pour la visibilité, l'inclusion et l'accessibilité des personnes en situation de handicap au cours de la prochaine décennie.



Présentation des partenaires de NousLes15

NousLes15 rassemble la plus grande coalition d'organisations internationales des mondes du sport, des droits de l'homme, de la politique, des affaires, de la culture et du divertissement afin d'initier le changement pour le plus grand groupe marginalisé du monde. [Cliquez ici pour avoir un aperçu de leurs canaux numériques et leurs médias sociaux.](#)

Vous pouvez en savoir plus sur la campagne dans cette vidéo promotionnelle : [Présentation de NousLes15](#). NB : La vidéo n'est pas répertoriée et le lien ne doit pas être partagé publiquement avant le 19 août.



DATES CLÉS

Dates clés du lancement de la campagne

19
AOÛT

Grand moment de lancement

La campagne est lancée à l'échelle mondiale à 7 h, heure du Japon. La vidéo de campagne, le symbole du contenu des médias sociaux et #WeThe15 sont partagés sur tous les canaux par les nombreux défenseurs du mouvement.

Plus de 80 monuments dans le monde sont éclairés en violet.

24
AOÛT

Cérémonie d'ouverture

NousLes15 a un segment réservé dans la cérémonie d'ouverture des Jeux paralympiques de Tokyo de 2020. Le président du CIP, Andrew Parsons, présentera la vidéo de la campagne à un public mondial de 250 millions de personnes qui assisteront à l'événement.

DU 24 AOÛT AU
5 SEPTEMBRE

Les Jeux paralympiques commencent

Le soutien des célébrités, des Paralympiques, et des influenceurs continue de se faire enregistrer. Le mouvement continue de croître en ligne.

Les plates-formes numériques et les marques des sponsors ajoutent leurs campagnes sur mesure au mouvement.

5
SEPTEMBRE

Cérémonie de clôture

Un segment réservé dans la cérémonie de clôture des Jeux paralympiques de Tokyo de 2020 souligne à nouveau l'importance du mouvement. Un message vidéo de soutien adressé par les dirigeants des organisations internationales impliquées dans la campagne est diffusé à 200 millions de téléspectateurs.

6 SEPTEMBRE ET
APRÈS

Après les Jeux paralympiques

Un programme de changement établi sur 10 ans est engagé.

Le contenu informatif et les marques de soutien continuent d'être partagés sur les canaux sociaux @WeThe15.

🕒 Le **calendrier complet du contenu des médias sociaux** NousLes15, est disponible sur [ce lien](#) ou en affichant ce [calendrier](#).

**COMMENT VOUS POUVEZ SOUTENIR
NOUSLES15**



Ensemble, nous pouvons transformer la société au cours de la
prochaine décennie pour inclure pleinement les 1,2 milliard de
personnes en situation de handicap.

Ensemble, nous pouvons écrire l'avenir.

Ensemble, nous pouvons mener un changement culturel.

Le changement peut commencer dans chaque communauté.

Le changement peut commencer par vous.

#WETHE15

Comment vous pouvez soutenir la campagne : partagez-la !

Nous voulons toucher au moins un demi-milliard de personnes avec cette campagne dans les deux premières semaines.

Vous pouvez nous aider à atteindre cet objectif ambitieux en partageant ou en affichant l'activité de la campagne sur les canaux Twitter et Instagram @WeThe15 et sur la page Facebook @Paralympics. Cela inclut le partage/la publication croisée de la vidéo de campagne épique de 90 secondes, qui est une célébration forte, fière et dynamique des personnes en situation de handicap.

Un aperçu des ressources est disponible page 15 à 18, et vous pouvez visiter le site WeThe15.org pour obtenir plus d'informations.

Importance du partage / de la publication croisée

Nous chargerons certains supports sur un FTP pour que vous puissiez les télécharger en mode natif, mais nous encourageons généralement le partage ou la publication croisée à partir des canaux @wethe15, car ils bénéficieront de la preuve sociale. Qu'est-ce que la preuve sociale ? Les gens sont plus susceptibles de regarder et de partager une vidéo avec plus de vues. Si nous avons chacun télécharger la vidéo, nous avons divisé les vues.

Voici un guide de

- [publication croisée sur Facebook, autorisation des listes de contenu sur Twitter, partage des posts de flux Instagram dans Stories.](#)

Veuillez communiquer avec Ryan.Hills@paralympic.org pour configurer le point de convergence vers Facebook.com/Paralympics et Twitter.com/wethe15.



Comment vous pouvez soutenir la campagne : vivez-la

Planifier les ressources de la campagne **NousLes15** sur tous les canaux

Communiquer la campagne aux **parties prenantes internes** et s'assurer que tous les services pertinents (RH, RP, communications, marketing) sont avec vous

Identifier les occasions d'**actualiser la publicité actuelle** pour présenter les personnes en situation de handicap et utiliser la couleur violette pendant les Jeux

Identifier ce que vous pouvez mettre en violet le 19 août pour montrer votre soutien au Mouvement (siège social, médias sociaux, site Web, etc.)

Identifier les **ambassadeurs et les influenceurs** qui peuvent promouvoir la campagne afin d'aider à accroître la sensibilisation

Créer votre propre contenu à l'aide du symbole de la campagne ou de la couleur violette et utiliser votre marque/puissance/influence pour soutenir le mouvement.

Confirmer que vous pouvez **partager la vidéo de campagne** sur tous vos canaux

Comment vous pouvez appuyer la campagne : vivez-la

Actions au-delà du lancement

- Supprimer tous les obstacles rencontrés par les personnes en situation de handicap
- Vous assurer que les droits des personnes en situation de handicap dans le monde sont respectés, protégés et considérés
- Vous assurer que tout le monde au sein de votre organisation ou de votre communauté comprend pourquoi l'inclusion est importante pour votre entreprise, votre marque, et la société.
- Contacter une Organisation des personnes en situation de handicap (OPH) et découvrir comment vous pouvez agir au niveau local.
- Vous engager à inclure des personnes en situation de handicap au sein de votre organisation.
- Rendre vos communications plus inclusives.
- Vous assurer que les personnes en situation de handicap peuvent avoir accès et participer de différentes manières, aux activités en présentiel et en utilisant des ressources technologiques.
- Promouvoir l'emploi des personnes en situation de handicap, en vous assurant que le recrutement est équitable, que des mesures d'adaptation raisonnables sont fournies, et que les employés qui deviennent handicapés bénéficient d'un soutien pour retourner au travail.

Veillez visiter www.wethe15.org pour en savoir plus sur la manière dont vous pouvez contribuer à transformer la société.



RÉSUMÉ DES RESSOURCES

Ressources de la campagne NousLes15 - aperçu

Les ressources sont des vidéos, des photos, des graphiques et des gifs que nous voulons partager.

MARQUE

Le symbole NousLes15, la marque verbale, la couleur violette sont disponibles dans une [boîte à outils d'identité visuelle](#) complète. Pour télécharger les ressources de la marque, veuillez envoyer un courriel à brand@wethe15.org

VIDÉO DE CAMPAGNE ET AFFICHE

Une vidéo incroyablement dynamique et unique de 90 et 30 secondes sera disponible pour la télévision, l'utilisation en ligne et les médias sociaux. En plus des supports d'affiches audacieux et percutants.

RESSOURCES SOCIALES

NousLes15 sera incontournable à travers les canaux sociaux avec des emojis personnalisés, des gifs, le hashtag et un contenu informatif unique.

Aperçu des ressources

Pour un calendrier complet du **contenu des médias sociaux** des canaux NousLes15, veuillez visiter [ce lien](#) ou consulter ce [calendrier](#).

Ressources	Langues	Accessibilité	Lien de téléchargement	Partager le lien	Plus d'infos
Vidéo sur les héros (90 s)	En anglais, sous-titré dans toutes les langues de la campagne*	CC (toutes les langues), ISL, audio décrit (Ang.)	Voir Liens de partage	Disponible ici à partir du 18 août	20
Vidéo sur les héros (30 s)	En anglais, sous-titré dans toutes les langues de la campagne*	CC (toutes les langues), ISL, audio décrit (Ang)	Voir Liens de partage	Disponible ici à partir du 18 août	20
Vidéos sur les athlètes	Voir le résumé via ce lien	CC	Lien Vidéos sur les athlètes — à partir du 12/8	Disponible ici à partir du 18 août	23
Vidéo de la cérémonie de clôture	En anglais sous-titré dans toutes les langues de la campagne*	CC (toutes les langues), ISL, audio décrit (Ang)	Lien Cérémonie de clôture	Disponible ici à partir du 5 septembre	24
Graphiques informatifs	toutes les langues de la campagne*	Texte Alt dans toutes les langues	Lien Graphiques informatifs — à partir du 23/7 en anglais, dans toutes les langues au plus tard le 5/8	Disponible ici à partir du 19 août	22
Affiche / Presse héros créatif	toutes les langues de la campagne*	Texte Alt dans toutes les langues	Affiches / Presse héros créatif - à partir du 23/7 en anglais, dans toutes les langues au plus tard le 5/8	n/a	37
Prise de contrôle Affiche / Presse	toutes les langues de la campagne*	Texte Alt dans toutes les langues	Affiche / Presse prise de contrôle - à partir du 23/7 en anglais, dans toutes les langues au plus tard le 5/8	n/a	38

*Anglais, Français, Espagnol, Portugais, Italien, Russe, Chinois, Japonais, Hindi, Arabe



Aperçu des ressources

Pour un calendrier complet du **contenu des médias sociaux** des canaux NousLes15, veuillez visiter [ce lien](#) ou consulter ce [calendrier](#).

Ressources	Lien de téléchargement	Partager le lien	Plus d'infos
Gifs	Lien des Gifs	Disponible ici à partir du 19 août	29
Autocollants	n/a	Disponible ici à partir du 19 août	29
Filtres	n/a	Disponible ici à partir du 19 août	30
Image de profil	Lien de l'image de profil	Facebook (à partir du 19 août) Twitter (à partir du 19 août)	32
Photos de couverture	Lien des photos de couverture	n/a	32
Bannières de site Web	Lien des bannières de site Web — disponible à partir du 30 juillet en anglais et du 5 août dans toutes les langues de la campagne	n/a	
Arrière-plans pour les appels vidéo et les bureaux	Lien des arrière-plans des appels vidéo et des bureaux	n/a	
Images libres de droits, y compris les images de monuments	Lien des images libres de droits	n/a	
Directives de la marque NousLes15	Lien des directives – contactez brand@wethe15.org pour connaître les ressources de la marque	n/a	29

VIDÉO DE LANCEMENT DE LA CAMPAGNE

Vidéo de lancement de la campagne

Nous voulons qu'un demi-milliard de personnes regardent notre vidéo de lancement de la campagne au cours du premier mois de NousLes15.

Veuillez partager cette vidéo sur tous vos canaux et créer autant d'opportunités que possible pour les gens de la regarder. Qu'il s'agisse de faire don d'un budget pour les médias afin de faire passer le spot à la télévision, ou de promouvoir le soutien en ligne, nous apprécions tous les appuis.

Ressources disponibles en anglais :

- Vidéo Héros de 90 s
- Vidéo de 90 s adaptée à la diffusion
- Vidéo de 30 s adaptée à la diffusion
- Versions Gifs et médias sociaux

[Cet aperçu](#) comprend des liens vers les sites où la vidéo peut être partagée à partir du 19 août. La vidéo sera partagée avec les diffuseurs via Content+.

Versions sous-titrées en : Anglais, Français, Espagnol, Portugais, Italien, Russe, Chinois, Japonais, Hindi, Arabe

Version signée en langue internationale des signes. Version audio décrite en anglais.



La vidéo de campagne NousLes15 sera créée selon les spécifications suivantes pour les diffuseurs :

- Bande : .mov (QuickTime)
- Codec vidéo : ProRes422
- Fréquence d'images : 25 ips (PAL) et 29.97 ips (NTSC)
- Résolution : 1920 x 1080 (HD)

CONTENU SOCIAL

Contenu informatif

C'est pour nous l'occasion de faire une réelle différence en sensibilisant le monde entier sur ce que signifie être en situation de handicap, et d'expliquer comment nous pouvons tous soutenir cette prise de conscience.

Nous avons mis en place 5 x stats dans des formats Carrousel qui défont les mythes et éduquent les gens.

Toutes ces fonctionnalités seront disponibles sur notre canal Instagram et pourront être publiées ou republiées sur vos propres canaux à partir du 19 août.

Le modèle de conception et les traductions seront disponibles via [ce lien](#) à partir du 23 juillet (en anglais) et avant le 5 août (dans toutes les langues de la campagne).

THERE ARE 1.2 BILLION
PEOPLE WITH
DISABILITIES
WORLDWIDE, AND THE
NUMBERS ARE
GROWING.

KEY FACT

2% OF THE WORLD'S
WORKING AGE
POPULATION ACQUIRE
AN IMPAIRMENT EVERY
YEAR.

#WeThe15

PEOPLE WITH
DISABILITIES ARE 15%
OF THE WORLD.



#WeThe15

Vidéos sur les athlètes

Nous avons une sélection de courtes vidéos sur les médias sociaux présentant des athlètes paralympiques qui parlent de la campagne et de son importance.

Il s'agit notamment de :

- Tatyana McFadden (USA)
- Brenna Huckaby (USA)
- Ntandoon Mahalangu (RSA)
- Hussnah Kukundake (UGA)
- Daniel Dias (BRA)
- Gustavo Fernandez (ARG)
- Vinicius Rodrigues (BRA)

Vous pouvez consulter une liste complète des athlètes [ici](#).

#WeThe15 



BREANNA HUCKABY
2x Paralympic Snowboarder

Vidéo de la cérémonie de clôture

- Une vidéo spéciale présentant les dirigeants de toutes les organisations fondatrices de NousLes15 passera à la suite du discours du président du CIP lors de la cérémonie de clôture des Jeux paralympiques de Tokyo 2020
- La vidéo soulignera l'ambition de NousLes15
- Vidéo à intégrer dans les fils d'actualités mondiales
- Vidéo à mettre à la disposition des diffuseurs pour utilisation sur les médias sociaux après la cérémonie de clôture via OBS Content+
- Vidéo à partager par le CIP avec les partenaires commerciaux et les sponsors ([plus d'infos ici](#))



Script pour la vidéo de la cérémonie de clôture

Aujourd'hui, nous détournons notre attention du sport. Pour regarder vers l'avenir.

Loin des athlètes, et en direction des personnes en situation de handicap dans le monde entier.

Plus d'un milliard de personnes. 15 % de la population mondiale.

NousLes15 est un mouvement mondial en faveur du changement.

Autrement dit : les personnes en situation de handicap doivent être vues, entendues, actives et incluses.

Un mouvement pour rendre le monde meilleur, plus juste et plus équitable

Avant qu'elle ne s'éteigne, la flamme paralympique passera sa lumière à un nouveau mouvement.

Les plus grandes organisations du monde convergent pour militer en faveur de NousLes15.

Pour créer une stratégie. Pour créer un élan.

Pour instaurer une journée où la réussite est à la portée de tous. Sans dénigrement. Sans exclusion.

Un jour où nous allons regarder des gens différents de nous-mêmes et voir seulement notre humanité partagée.

Parce que quand ce jour arrivera. Nous reviendrons sur ce moment et nous vous dirons :

Lorsque les projecteurs s'éteignent.

Et que les caméras ont cessé de tourner.

C'est à ce moment-là que le changement a commencé.

Podcasts

Une série spéciale de podcasts NousLes15 sera disponible sur [Une attitude de gagnant : Enseignements tirés des Jeux paralympiques.](#)

Ces conversations mettront en avant des athlètes paralympiques de haut niveau s'entretenant avec des dirigeants mondiaux.

L'audio et la vidéo des entretiens sont disponibles pour les diffuseurs via OBS Content+.

Ces épisodes spéciaux seront présentés dans le cadre d'une mini-série de podcasts primés Webby et Digiday Media, intitulée Une attitude de gagnant, et seront promus par des plates-formes de podcasting.

Toutes les ressources promotionnelles pour les podcasts seront partagées [ici](#).

- 21 août 2021 : L'athlète paralympique américaine Anna Johannes s'entretient avec le président du CIP, Andrew Parsons
- 25 août 2021 : Ellie Cole de l'Australie et Michelle Bachelet, Haut-Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme
- 27 août 2021 : Tatyana McFadden des États-Unis et Amina J Mohammed, Secrétaire générale adjointe des Nations Unies
- 28 août 2021 : Stef Reid de la Grande-Bretagne et Helena Dalli, Commissaire européenne à l'égalité
- Plus à confirmer

MÉDIAS SOCIAUX

TIKTOK

Du 19 août au 5 septembre, il y aura un hashtag #DisabilityAwareness sur TikTok. Une liste complète des marchés et des hashtags sera disponible [ici](#).



FACEBOOK

Avec Facebook, le CIP lancera une série de vidéos sur NousLes15 en quatre parties. Plus d'informations seront disponibles [ici](#) en temps opportun.

Une expérience audio spatiale et VR/WebXR immersive sera également mise en ligne sur <https://www.paralympic.org/> visant à changer la perception du handicap grâce à la puissance de l'audio et du VR immersifs.

TWITTER

Les hashtags suivants créeront un emoji du symbole NousLes15 jusqu'au 4 décembre (le lendemain de la Journée internationale des personnes en situation de handicap).

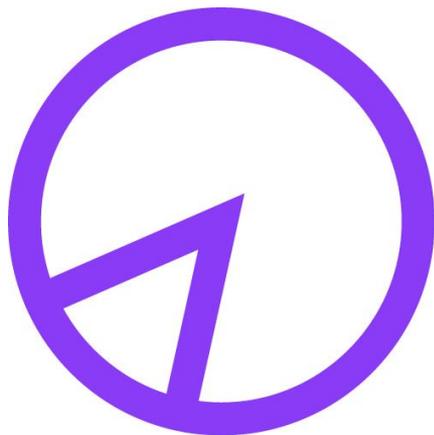
Langue	Traduction de NousLes15
Anglais	NousLes15
Espagnol	NosotrosEi15
Hindi	हम15
Arabe	نحن ال15
Chinois	我们是15
Japonais	私たち15
Italien	Noi15
Français	NousLes15
Portugais	NósOs15
Russe	Мы15Процентов
Bahasa Indonésie	KamiBer15
Coréen	우리가바로15
Allemand	WirDie15
Tagalog/philippin	Kaming15
Thaï	เราคือ15
Bahasa Melayu	Kami15
Néerlandais	WijDe15

RESSOURCES DE MARQUE

Ressources de marque utiles

Les directives de la marque NousLes15 sont disponibles pour téléchargement [ici](#). Si vous souhaitez utiliser le symbole ou le mot-symbole NousLes15 pour créer vos propres ressources, veuillez contacter brand@wethe15.org.

Nous avons mis à votre disposition plusieurs ressources pour créer votre propre contenu, notamment des filtres, des Gif, des cadres photo de profil et des photos de couverture. Voir pages 18 à 19 pour les liens où ces ressources peuvent être téléchargées. Les athlètes auront également des tatouages temporaires NousLes15 à leur arrivée à Tokyo, qu'ils pourront porter sur le terrain de jeu. Vous pouvez également utiliser les bannières du site Web, l'arrière-plan pour bureau et les arrière-plans pour appels vidéo à la page 19.



#WeThe15

Filtre de marque

À partir du 19 août, un filtre de marque NousLes15 sera disponible sur les canaux sociaux suivants :

- Instagram
- TikTok
- Facebook
- Snapchat

Lorsque vous publiez des histoires « à la caméra » sur vos canaux sociaux à propos de NousLes15, veuillez utiliser ce filtre.



GIF

Une sélection de fichiers GIF sera disponible à partir du 19 août, que vous pourrez trouver via [Tenor](#) et [Giphy](#) et #WeThe15. Il s'agit notamment du symbole NousLes15, des moments de la vidéo ainsi que du symbole Nousles15 créé à l'aide de drones par Intel.



PLAIDOYER VISUEL

Nous encourageons tous les militants de NousLes15 à :

Mettre à jour leur photo de couverture.

Modifier leur avatar pour inclure un cadre NousLes15

Ajouter un cœur violet / #WeThe15 à leur nom d'affichage.

Inclure #WeThe15 dans leur bio sur les médias sociaux



Découvrir où télécharger/créer ces ressources [ici](#).



**INFLUENCEURS / AMBASSADEURS /
ATHLÈTES**

SENSIBILISATION DES INFLUENCEURS ET DES AMBASSADEURS

Nous aimerions que les ambassadeurs et les influenceurs des athlètes et des partenaires apportent **le 19 août** tout le soutien possible à travers les initiatives suivantes :

- *Follow @WeThe15 sur [Instagram](#) & [Twitter](#).*
- *Partager la vidéo de la campagne (lancée le 19 août sur nos canaux) sur leurs canaux sociaux, en les reliant aux canaux NousLes15.*
- *Partager les faits et les statistiques des canaux NousLes15 qu'ils trouvent intéressants. (Voir page 23)*
- *Inclure le cœur violet dans leur nom de profil et utiliser le cadre sur leur image de profil (voir page 33)*
- *Créer du contenu organique sur leurs canaux sociaux.*
- *Créer du contenu sur l'éclairage d'un monument (voir pages 44 à 46)*
- *Parler de NousLes15 dans les interviews de presse et les allocutions*
- *Sensibiliser à l'aide du symbole NousLes15, des GIF, des autocollants, des filtres, etc. (Voir pages 30 à 32)*

Chaque personne sur cette planète peut apporter un changement en considérant l'impact de ses actions sur les personnes en situation de handicap. Le changement peut commencer dans chaque communauté. Le changement peut commencer par vous.

Un modèle de courriel a été créé et peut être utilisé pour mobiliser vos ambassadeurs et influenceurs - [Modèle de courriel ambassadeur et influenceur](#)

AFFICHES / PRESSE

Affiches / presse

Nous demandons à nos partenaires d'utiliser les fichiers graphiques d'origine pour :

- Lancer leur créativité extérieure/presse (en faisant don de leurs médias pour que cela se produise)
- Lancer leur concept de reprise sur leur créativité extérieure/presse existante

Nous avons inclus les liens ci-dessous vers les fichiers graphiques d'origine (pleine page, demi-page, 6 feuilles, 48 feuilles), ainsi que des options de copie et les traductions correspondantes. Il incombe au partenaire de choisir sa copie préférée dans la liste, d'adapter le fichier graphique en conséquence et de le fournir aux sites de presse/affichage.

En termes de délais, l'objectif est que ces travaux puissent être présentés du 19 août au 6 septembre (le lendemain de la cérémonie de clôture des Jeux paralympiques). Ceci étant dit, il s'agit d'une campagne de 10 ans, nous serons donc ouverts à la réalisation de ces créations à différents moments selon la faisabilité pour chaque partenaire. Les travaux ne doit pas être présentés avant le lancement de la campagne (19 août 2021).

[Lien vers les fichiers graphiques pour affichage/presse, y compris les traductions.](#)

[Lien vers les fichiers graphiques de reprise, y compris les traductions.](#)

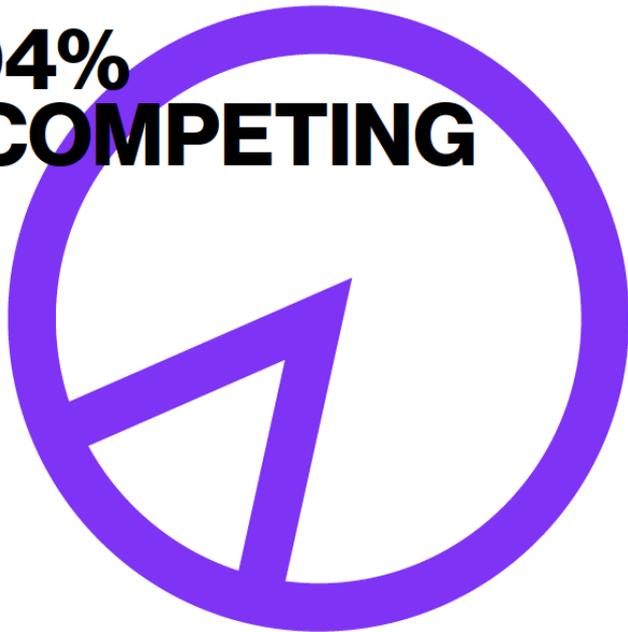
Les fichiers seront disponibles à partir du 23 juillet en anglais et avant le 5 août dans toutes les langues de la campagne.

Affiches/presse – exemple de créations

(documents finaux téléchargés le vendredi 23 juillet)

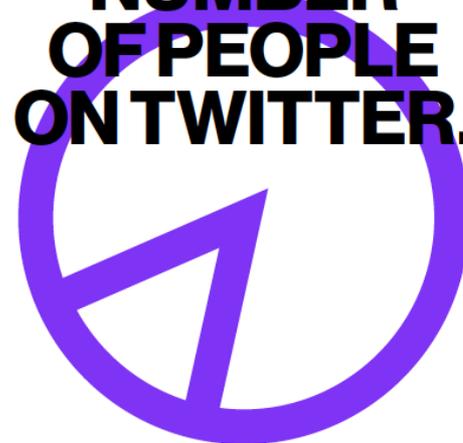
**ONLY 0.0004%
OF US ARE COMPETING
IN TOKYO.**

**PEOPLE WITH A
DISABILITY ARE 15% OF
OUR WORLD. #WeThe15**



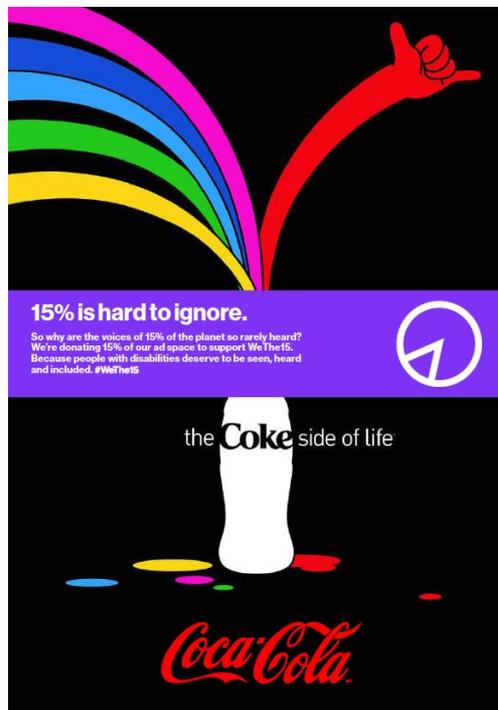
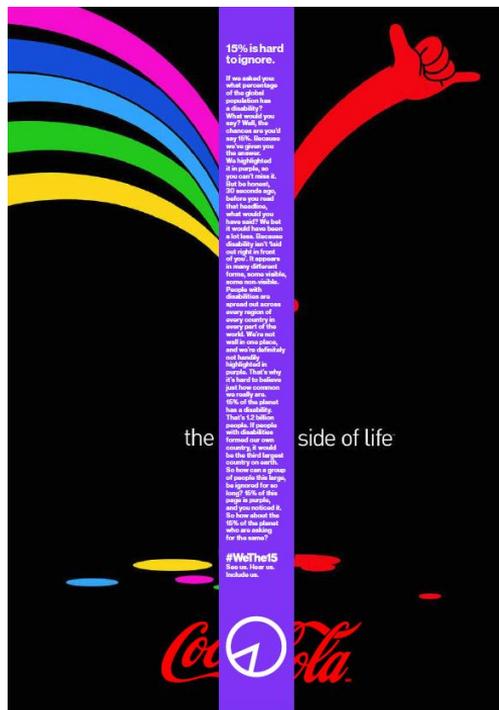
**IT'S FOUR
TIMES THE
NUMBER
OF PEOPLE
ON TWITTER.**

**PEOPLE WITH A DISABILITY
ARE 15% OF OUR WORLD.
#WeThe15**



Affiches / presse - exemple de reprises

(documents finaux téléchargés le vendredi 23 juillet)



La bande violette doit être positionnée de manière à vous sentir perturbateur et accrocheur. Si elle semble trop nette, elle devient autodestructrice.

Bien qu'il soit important que la marque soit évidente, la bande doit interférer avec la création afin de la rendre impossible à ignorer.

Exemples de mise en scène illustrative



LANCEMENT DES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

L'approche : susciter l'intérêt, créer des réactions

19 août – Lancement du Mouvement

L'approche : Avec les porte-paroles et les médias du monde entier, nous avons besoin d'une approche connectée qui créera des opportunités pour chaque partie prenante le jour du lancement.

Que se passe-t-il ? La première annonce publique du Mouvement. Nous cherchons à faire prendre conscience de la campagne NousLes15, des partenaires mondiaux et de la mission de 10 ans.

À qui parlons-nous ? Médias, grand public, ONG de personnes en situation de handicap.

Quel sera le contenu ? Communiqués de presse, interviews de porte-paroles, vidéos de campagne, symbole de campagne, illuminations

Qui ciblons-nous ? Agences de presse internationales ; diffusion, presse écrite et en ligne; correspondants nationaux dans les sports, les secteurs tiers, la santé, les consommateurs et les entreprises. La couverture des actualités est prioritaire. D'autres initiatives suivront

Quel est le plan d'attaque ? Le lancement se déroulera à l'échelle mondiale. Nous voulons parler aux médias sur les marchés cibles dès le début de la matinée. L'engagement commencera à Tokyo (les premiers médias à qui nous parlerons), puis se déplacera vers l'Europe/Afrique, puis enfin vers l'Amérique du Nord.

Nous avons des marchés de médias cibles clés : AsiePacifique – Japon/Chine/Australie ; Europe/Afrique – Royaume-Uni, France, Italie, Allemagne, Afrique du Sud ; Amérique du Nord – États-Unis/Canada.

Qui parle ? De nombreux porte-paroles et athlètes des parties prenantes sont programmés pour des séances d'information préliminaires et le jour du lancement.

Présentation de l'approche média de lancement

VIDÉO DE CAMPAGNE ET LANCEMENT

Les porte-paroles seront informés au préalable le 5 août. Des réunions d'information préliminaires avec les médias sont prévues pour le 10 août, suivies d'entretiens le 11 août, sous embargo dans les deux cas.

La vidéo et le communiqué de presse de lancement de la campagne seront vendus sous embargo à des cibles de premier plan dans les domaines de l'actualité, des affaires sociales, de la consommation, du style de vie et du sport à partir du 16 août. Les grands médias recevront les informations le 19 août.

EN DIRECT : 7 h, heure du Japon (TUC +9) 19 août 2021 (pour s'aligner sur l'annonce de Tokyo

ÉCLAIRAGE DES MONUMENTS

Les monuments du monde entier s'illumineront en violet au coucher du soleil le 19 août.

Afin de maximiser les opportunités avec les médias, les principaux monuments seront photographiés à l'avance le 9 août.

EN DIRECT : Coucher du soleil le 19 août 2021

[Pour soutenir la diffusion, une ébauche de copie a été élaborée ici !](#)

Contactez Philip.Doward@paralympic.org pour plus d'informations

LA LUMIÈRE VIOLETTE BRILLE

Monuments confirmés

Pour célébrer le lancement de NousLes15, plus de 80 monuments emblématiques, à travers plusieurs pays avec des fuseaux horaires différents, s'illumineront en violet, la couleur internationale du handicap le 19 août. Veuillez consulter la liste des monuments [ici](#).

Pour ajouter un monument à la liste, veuillez contacter hello@wethe15.org

Tokyo Skytree, Tokyo	Harpa, Reykjavik	Tour d'Ostankino, Moscou
Murrayfield, Édimbourg	Le Colisée, Rome	Fullerton Hotel, Singapour
Jet d'Eau, Genève	Chutes du Niagara, USA & Canada	Vieux murs de Jérusalem, Jérusalem
Chambres du Parlement, Londres	Stade FNB, Johannesburg	Tour du Royaume, Arabie Saoudite
Parlement autrichien, Vienne	Pont Yavuz Sultan Selim, Istanbul	Tour Petrin Lookout, Prague
Hôtel de ville de Paris, Paris	Pont Victoria, Brisbane	Tour du ciel, Auckland



©TOKYO-SKYTREE

Comment puis-je participer à l'illumination ?

1. Confirmer si votre siège social ou d'autres bâtiments importants ou vos propriétés numériques (logo d'entreprise, site Web, médias sociaux) peuvent passer au violet le 19 août. Veuillez contacter hello@wethe15.org pour plus d'informations.
2. Organiser la photographie de votre site ou des captures d'écran de vos propriétés numériques le 19 août pour les transmettre aux médias, puis partager ces images avec l'équipe du CIP. Le CIP téléchargera ici toutes les images libres de droits des monuments.
3. Vous connecter avec des contacts amicaux des médias et une presse plus large pour les alerter de l'actualité de la campagne et de la lumière, sous embargo. Partager le [communiqué de presse](#) dans cette communication.
4. Communiquer avec les représentants des sites locaux pour partager des images des bâtiments illuminés sur leurs canaux sociaux afin d'augmenter la portée de la lumière.
5. Engagez vos ambassadeurs et vos influenceurs à créer et à partager des contenus marquants.
6. Publier/partager des contenus importants sur vos propres canaux sociaux, notamment #WeThe15 et @WeThe15 sur Twitter et Instagram.

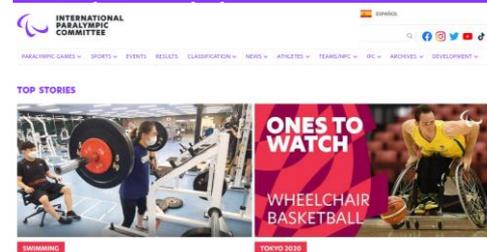
Monuments violets



Logos violets



Sites Web/réseaux



Pré-briefings des médias

Veillez informer les médias afin d'assurer la couverture du jour du lancement. Connectez-vous avec des contacts amicaux des médias et une presse plus large pour les alerter de l'actualité de la campagne et de la lumière, sous embargo.

L'éclairage des monuments créera un moment médiatique pour la diffusion, création d'image et de bureaux virtuels dans le monde entier. Avant le lancement, les médias pourront être invités à assister à leur éclairage local, afin qu'ils puissent photographier les lumières des monuments passant au violet le 19 août.

[L'invitation à adresser à la presse est disponible ici.](#)

L'invitation peut être adaptée et traduite en fonction des besoins des médias locaux.

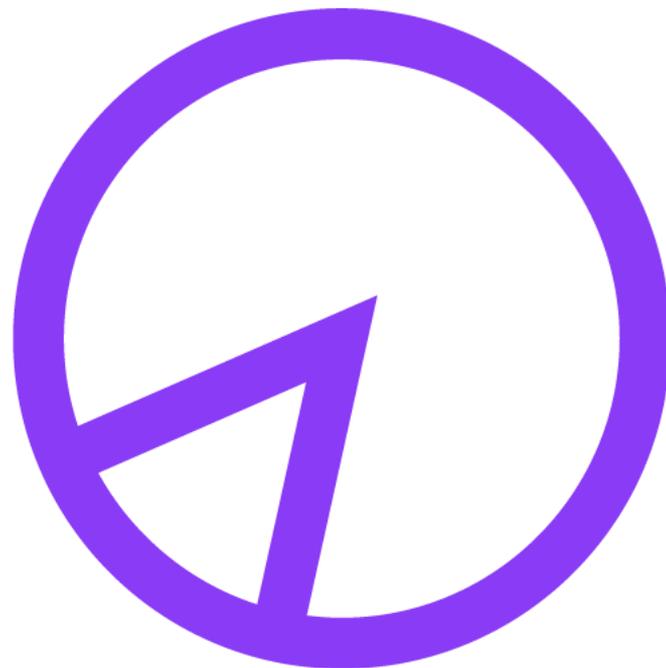


Crédits photo : Canva

Coordonnées

Si vous avez des questions,
veuillez contacter
hello@wethe15.org

*Pour plus d'informations,
consultez le site
WeThe15.org.*



#WeThe15