



## **Le Club des D.A. lance la 3<sup>e</sup> édition du concours « Futurs Désirables »**

Le Club des D.A., présidé par Gaëtan du Peloux défend une conviction forte : la créativité a le pouvoir de transformer les imaginaires et de rendre désirables les changements qui s'imposent à nous. Avec « Futurs Désirables », le Club propose un espace d'expression libre, engagé, et ouvert à toutes celles et ceux qui souhaitent mettre leur talent au service de l'intérêt général.

### **Pour cette 3<sup>e</sup> édition, le concours ose un thème contre-intuitif pour l'industrie « La sobriété, encore svp. »**

Souvent perçue comme pénible, intello ou austère, la sobriété peine à séduire. Pourtant, les sciences comportementales le démontrent : le bien-être ne se trouve pas dans la surconsommation. Plus que la peur ou la culpabilité, c'est la motivation qui permet le changement durable. Le défi lancé aux créatif.ves est clair : rendre la sobriété désirable. En montrer les bénéfiques, les plaisirs, les gains personnels et collectifs aux Françaises et Français dont la conscience environnementale peut se heurter à la tentation de la surconsommation.

Les campagnes devront proposer une vision fédératrice et attractive de la sobriété au quotidien afin de faire changer les mentalités en poussant les consommateurs.rices à changer leurs comportements.

Les projets seront soumis au jury, présidé par Youri Guerassimov (CEO/CCO Marcel) qui affirme *« Parce que l'industrie de la publicité fait partie du problème, elle se doit de faire partie de la solution. Nous avons un rôle clé à jouer pour faire évoluer les mentalités et encourager une consommation plus sobre, plus juste, et plus consciente des limites planétaires et du vivant. »*

Aucune marque, aucune institution, aucune allusion commerciale ne devront figurer dans les créations. Le concours a pour unique vocation de servir l'intérêt public.

**Ce concours créatif est cette année encore ouvert à toutes et tous.** Agences, studios, freelances, maisons de production, artistes, créatif.ve-s et professionnel-le-s des arts appliqués à la communication peuvent participer, seul-e ou en équipe.

Le Club invitera tous les médias à se mobiliser et à relayer les projections du monde dans lequel nous souhaitons vivre demain.

Le brief a été rédigé par Fanny Camus-Tournier, membre du CPS (Collectif du Planning Stratégique), partenaire de concours.

Critères et modalités pour participer : <https://leclubdesda.org/>

**Deadline : 30 avril 2026**

#### **Contact presse :**

Loraine Roncin - [lrn@leclubdesda.org](mailto:lrn@leclubdesda.org)



En partenariat avec



## LA SOBRIÉTÉ, ENCORE SVP.

**La sobriété est souvent présentée comme une somme de contraintes. Et si on lui donnait toute la toute la popularité qu'elle mérite, en incitant les Françaises et les Français à toujours plus... de sobriété.**

### Contexte

Le concours Futurs Désirables invite tous les métiers des arts appliqués à la communication à mettre leurs talents au service de l'intérêt général.

Pour sa 3ème édition, il ose un thème contre-intuitif pour son industrie : "La sobriété, encore svp".

### Problème à résoudre

Pénible. Intello. Austère. La sobriété ne fait pas l'unanimité dans notre société. Charge aux participantes et aux participants de ce concours de la rendre désirable.

### Cible

**Les Françaises et les Français dont la bonne conscience cède à la tentation de la surconsommation.**

### Les message à faire passer

Les sciences comportementales l'ont prouvées : en matière de changement, la motivation est plus opérante que la sidération. Alors plutôt que de faire monter l'anxiété, il faut montrer le bon côté de la sobriété. Et il y en a : On va mieux quand on consomme moins.

On va mieux individuellement.

"Les recherches menées depuis une dizaine d'années montrent clairement que [...] celui qui est préoccupé par le matérialisme est plus malheureux que les autres. Ce n'est pas dans le matérialisme qu'on trouve le bonheur. Posséder et utiliser un objet ne procure qu'une satisfaction à court terme. [...] Plus on achète, plus on a de petits plaisirs, plus on cherche à avoir davantage de ces petits plaisirs. Cela agit comme une drogue."

[Le Monde, juin 2022]

On va mieux collectivement.

C'est ce que nous a rappelé le Covid et ses confinements. "Nous étions mis dans une sobriété contrainte très forte. Mais à ce moment-là, les gens ont repris conscience de ce qui avait de la valeur : être avec ses proches..."

[France Inter, janvier 2025]

### Travail demandé

Une campagne positive (qui encourage plus qu'elle n'accable) et incitative (qui donne envie de changer ses comportements). Les candidat.e.s sont par conséquent encouragé.e.s à penser à des dispositifs qui combinent activation, affichage, affichage digital, presse, social media, influence. Ce concours a vocation à servir l'intérêt public et aucun autre. Aucune marque, aucune institution ni aucune allusion ne doivent figurer dans la création.

### Références inspirantes

- \_Meet Marina Prieto [JCDecaux]
- \_On Peut Tous Faire Une Pause [Petit BamBou]
- \_Le Dévendeur [ADEME]

"Avoir besoin de peu, c'est ne manquer de rien"  
Lucrèce, VIe siècle avant JC.