DOSSIER DE PRÉSENTATION
Campagne Emma et Noémie

.

NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

Sommaire

CAMPAGNE EMMA & NOÉMIE

01 / LA CAMPAGNE

1.01 ORIGINE DE LA CAMPAGNE / 1.02 LE BUT ____ PAGES 01 . . 02

02 / NOS CRÉATIONS

2.01 CRÉATIONS / 2.02 LES GROUPES / 2.03 ORGANIGRAMME ____ PAGES 03 . . 14

03 / ANNEXES

04 / CONTACT

NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

Notre campagne

L'ORIGINE DE LA CAMPAGNE

A l'été 2012, deux jeunes filles, Emma et Noémie, âgées de 14 et 15 ans, ont perdu la vie dans un accident tragique de la route. « **Pour qu'elles ne soient pas mortes pour rien** » les deux mamans ont décidé d'agir, de sensibiliser, de mobiliser, en espérant faire évoluer les mentalités. Afin d'accompagner leur démarche de sensibilisation, Laurent LENOBLE, Directeur de Cabinet du Préfet du Haut-Rhin, a proposé aux élèves de la formation MMI (Métiers du Multmédia et de l'Internet) de travailler avec les services de l'Etat sur un projet de campagne de sécurité routière. En confiant le projet aux 50 étudiants en multimédia, la démarche visait à la fois à s'appuyer sur de futurs professionnels et à faire porter le message « **par des jeunes pour les jeunes** ».

NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

« Au volant on est responsable de soi, de ses passagers et des autres usagers»

Notre campagne

LE BUT DE LA CAMPAGNE

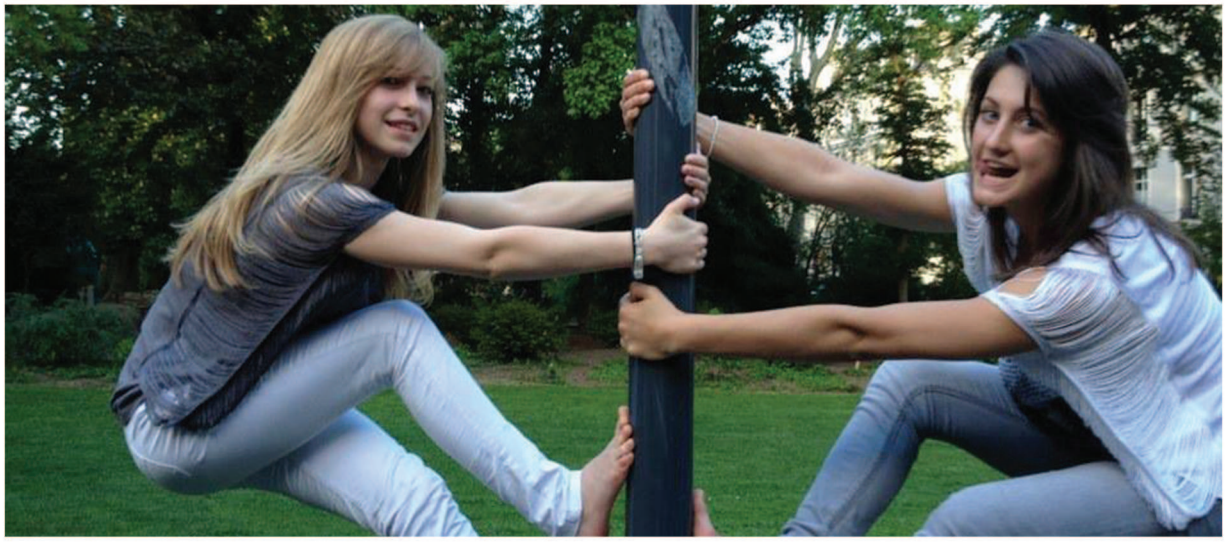
« Au volant on est responsable de soi, de ses passagers et des usagers »

A partir de ce message, le projet consiste à créer un ensemble de supports : spots radio, vidéos et affiches de prévention.

Les différents travaux des étudiants ont été présentés devant un jury composé des deux mamans et des représentants de la Préfecture, de la Direction Départementale des Territoires, de l'Education Nationale, de Mulhouse M2A, ainsi que d'une psychologue, de deux professeurs et d'une infirmière de l'IUT.

3 spots radio, 3 affiches et 3 vidéos ont été sélectionnés et sont actuellement en cours d'amélioration et de finalisation.

Débuté en février 2015, ce projet se concrétisera par le lancement de la campagne grand public le 17 décembre 2015.



NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

Nos créations

RÉALISÉES EN GROUPE SUR 3 SURFACES

AFFICHE /
3 GROUPES

SPOT VIDÉO /
3 GROUPES

SPOT RADIO /
CLASSE ENTIÈRE

Les différents supports doivent illustrer la douleur des proches après l'accident et le manque. Les réalisations doivent « choquer sans images chocs ».

NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

SYNOPSIS AFFICHE

«BUREAU VIDE»

Elle a été réalisée par Roald Godin et Bryan Baldenberger avec le logiciel Adobe Photoshop. Le but de l'affiche est de prévenir du danger de la route en symbolisant le manque que créé la mort d'un proche décédé au volant aux membres de sa famille. Ici, il s'agit d'une jeune fille morte accidentellement sur la route manquant à ses parents. Il a donc été choisi de représenter cette jeune fille sous la forme d'une photographie au-dessus de son bureau soigneusement rangé par ses parents. L'expression du manque se fait par l'intermédiaire de la rigoureuse symétrie que l'on retrouve sur l'image. Ainsi, il est suggéré que les parents ont rangé impeccablement la chambre de leur défunte. Evidemment, le slogan « Elle est mignonne en photo, dommage qu'elle soit partie si tôt » renforce ce sentiment et guide le spectateur vers le message.

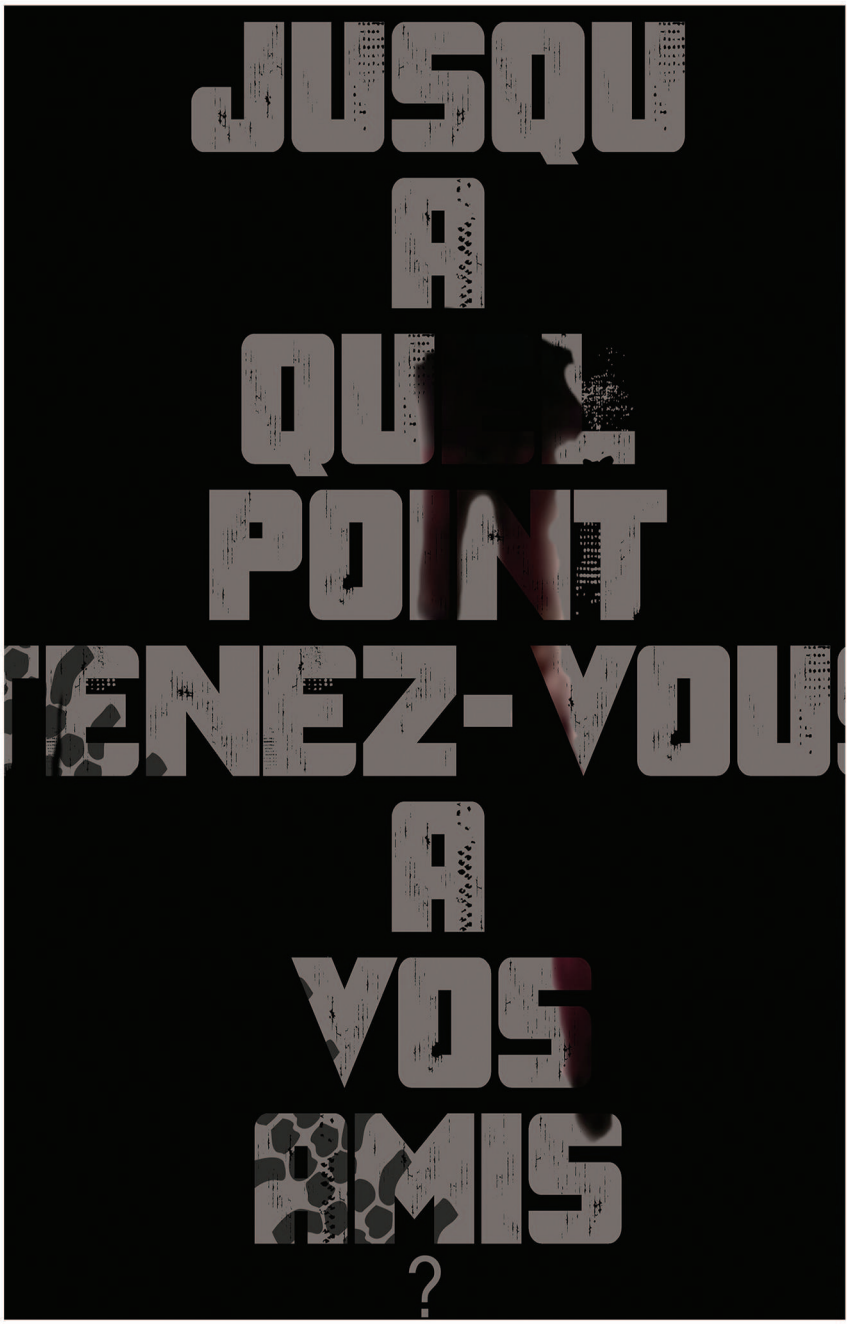
UNE CRÉATION DE

ROALD GODIN ET BRYAN BALDENBERGER

SYNOPSIS AFFICHE

«LE CADRE»

Cette affiche est réalisée par Romain Foulon avec le logiciel Photoshop. Elle se base sur l'attachement social des personnes pour leurs proches, amis, famille, etc. en utilisant un slogan sous forme de question et une imagerie forte pour provoquer la réflexion ainsi que des effets graphiques renvoyant au sujet de la Campagne. L'idée est de demander à la personne si elle souhaite en arriver « là » ou agir et prendre la/les bonnes décisions pour protéger ceux/celles auxquelles elle tient. Notez que le bandeau blanc au bas de cette ébauche est prévu pour accueillir tous les logos des entités encadrant la campagne. il est possible qu'il soit modifié dans la version finale.



UNE CRÉATION DE

FOULON ROMAIN

SYNOPSIS AFFICHE

«LE DERNIER CALIN»

Cette affiche a été réalisée par Claire Kiefer et Lucie Rudolph dans le cadre de la campagne de prévention routière faite à l'IUT de Mulhouse au département MMI. Un petit garçon d'environ 4 ans va s'allonger dans la silhouette tracée au sol de sa mère décédée dans un accident de la route, écrasée alors qu'elle traversait en tant que piéton. Il recherche l'affection de sa mère disparue, laisse un dernier adieu à la craie. Le thème de la campagne est « l'absence » ici c'est l'absence d'une mère pour un petit enfant. L'idée principale est que l'enfant est allongé dans la trace de la silhouette dessinée sur la route en position fœtal. Il y a un mot d'amour/d'adieu écrit à la craie par l'enfant. On comprend qu'il s'agit de lui car il y a une craie dans ou près de sa main.

UNE CRÉATION DE

KIEFER CLAIRE ET RUDOLPH LUCIE

SYNOPSIS SPOT VIDÉO

ACTEURS

ANONYMES

UNE CRÉATION DE

MARTIN FLOHR, CÉLINE DIDIER, SÉBASTIEN FISHER,
ANTHONY SCHICKLIN & VINCENT BOESH

«RETOUR DU PARC»

RETOUR DU PARC, C'EST L'HISTOIRE DE DEUX ENFANTS QUI S'AMUSENT SUR UNE BALANÇOIRE. SUR LE CHEMIN DU RETOUR, L'UN D'EUX SE FAIT RENVERSER SUR UN PASSAGE PIÉTON. CET ÉVÈNEMENT TRAGIQUE VA TOUT BOUSCULER. SUCCESSIVEMENT, DIFFÉRENTS LIEUX QUE FRÉQUENTAIT L'ENFANT SONT PARCOURUS, MAIS SON ABSENCE EST PESANTE. UNE CHAMBRE À COUCHER, UN REPAS EN FAMILLE, UN PORTE-MANTEAU À L'ÉCOLE, TOUT SEMBLE SI VIDE. ET FAIRE DE LA BALANÇOIRE SEULE, CE N'EST VRAIMENT PLUS PAREIL. C'EST UNE INVITATION À RÉFLÉCHIR SUR LES CONSÉQUENCES DE NOTRE COMPORTEMENT AU VOLANT, L'IMPACT PROVOQUÉ POUVANT S'AVÉRER PLUS IMPORTANT QU'ON NE LE PENSE.

SYNOPSIS SPOT VIDÉO

ACTEURS

TÉMOINS ANONYMES

UNE CRÉATION DE

DANIÉLA NAPHAIVONG, VALENTINE MINERY,
LAURANE RICHTER ET LÉON PHAN

«SOUS LE MASQUE»

NOTRE SPOT TÉLÉVISUEL EST UNE VIDÉO PRENANT LA FORME D'UN "DOCUMENTAIRE", DANS LAQUELLE UNE VOIX-OFF INTERROGE DES TÉMOINS D'ACCIDENTS DE LA ROUTE L'UN APRÈS L'AUTRE. CES PERSONNES SONT CACHÉES SOUS DES MASQUES BLANCS À L'EXPRESSION NEUTRE, CAR L'IDÉE EST DE RAPPELER QU'UN ACCIDENT DE LA ROUTE PEUT ARRIVER À N'IMPORTE QUI, SANS DISTINCTION, QUE L'ON EN SOIT L'AUTEUR OU LA VICTIME. NOUS AVONS CHOISI DE METTRE EN IMAGE DE VRAIS TÉMOIGNAGES, CAR LA PORTÉE ÉMOTIONNELLE D'UN TEL MESSAGE SERA BIEN PLUS FORTE AUPRÈS DE L'AUDIENCE.

SYNOPSIS SPOT VIDÉO

ACTEURS

ANONYMES

UNE CRÉATION DE

VICKIE WENDEL, MATHILDE WENDEL, MELINDA HAMET
& YANN BLEGER

«DANS LE PARC»

UNE MÈRE RENTRE DE L'ENTERREMENT DE SON FILS, MORT DANS UN ACCIDENT DE VOITURE. ELLE MONTE LENTEMENT L'ESCALIER JUSQU'À SA CHAMBRE. SUR LE LIT, LES ACCESSOIRES QUE SON FILS PORTAIT LE JOUR DU DRAME SONT POSÉS DANS UNE BOÎTE. LA CHAMBRE EST TELLE QU'ELLE ÉTAIT LE JOUR DE L'ACCIDENT. LA FEMME N'A PAS ENCORE EU LE COURAGE DE TOUCHER À QUOI QUE CE SOIT.

POSÉE SUR LE BORD DE LIT, ELLE VA OUVRIR LENTEMENT LA BOITE ET SORTIR UN À UN LES ACCESSOIRES S'Y TROUVANT. CHAQUE ACCESSOIRE VA PERMETTRE, GRÂCE À UN MONTAGE ALTERNÉ, D'INTRODUIRE LE JEUNE HOMME AVEC DES FLASHBACKS DE L'ACCIDENT.

ON DÉCOUVRE ALORS QUE LE JEUNE HOMME (CONTRAIREMENT À CE QU'ON PENSE HABITUELLEMENT) N'EST PAS LE RESPONSABLE DE L'ACCIDENT. ON VOIT ALORS QUE LE JEUNE HOMME CONDUIT DE FAÇON EXEMPLAIRE, RESPECTANT LES LIMITATIONS ET LA CONDUITE À TENIR SUR LA ROUTE. EN REVANCHE, L'HOMME (PLUS ÂGÉ) A L'AIR PLUS DÉTENDU, PLUS A HABITUÉ À LA CONDUITE ET DONC MOINS ATTENTIF AUX RÈGLES DE SÉCURITÉ. LE SLOGAN À LA FIN DE LA VIDÉO APPARAIT PAR-DESSUS LES PLEURS DE LA MÈRE : « IL ROULAIT JUSTE UN PEU VITE, IL L'A JUSTE UN PEU TUÉ, ELLE EST JUSTE MORTE AVEC EUX. »

JUSTE UN PEU VITE, IL L'A JUSTE UN PEU TUÉ, ELLE EST JUSTE MORTE AVEC EUX.

SYNOPSIS SPOT RADIO

LES VOIX

LA CLASSE DE MMI

UNE CRÉATION DE

MARTIN FLOHR, ANTHONY SCHICKLIN

«LE CONDUCTEUR»

LE SPOT RADIO S'APPELLE « CONDUCTEUR » ET IL DURE ENVIRON 37 SECONDES. DANS CE SPOT RADIO, UNE VOIX OFF D'UN HOMME ET D'UNE FEMME SONT UTILISÉES AINSI QU'UN SON STRIDENT POUR MARQUER UNE RUPTURE ET TRANSITION ENTRE LES 2 VOIX OFF. CE SPOT RADIO A POUR BUT DE SENSIBILISER LE PUBLIC DE TOUT ÂGE SUR LES ACCIDENTS DE ROUTE. IL UTILISE PLUS DES MOTS-CLÉS SUR « L'APRÈS-ACCIDENT » C'EST-À-DIRE LE REGRET, LE MANQUE, LE VIDE... AVEC LA PREMIÈRE VOIX OFF, NOUS VOULONS METTRE UNE PRESSION PROGRESSIVE POUR VALORISER L'IMPORTANCE DES MOTS-CLÉS PRONONCÉS ET DONC DES ACCIDENTS DE LA ROUTE. ENSUITE UN SON STRIDENT VIENT CASSER LE RYTHME POUR ENCHAINER AVEC UNE VOIX OFF DE FEMME QUI MONTRE L'IMPORTANCE DES ACCIDENTS DE LA ROUTE POUR SENSIBILISER LE PUBLIC.

SYNOPSIS SPOT RADIO

LES VOIX

LA CLASSE DE MMI

UNE CRÉATION DE

ROALD GODIN & BRYAN BALDENBERGER

«L'ANNIVERSAIRE»

LE SPOT RADIO S'APPELLE « ANNIVERSAIRE ». SA DURÉE TOTALE EST D'ENVIRON 25 SECONDES. IL RACONTE L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE ENTRE UN ENFANT ET SON PÈRE. LE PÈRE EST DANS LA VOITURE LORSQU'IL PARLE À SON ENFANT. CELA SE PASSE LE SOIR APRÈS QUE LE PÈRE RENTRE DU TRAVAIL ET QUE LA FAMILLE VA PASSER À TABLE. SON ENFANT LUI DEMANDE DE SE DÉPÊCHER DE RENTRER POUR QU'IL PUISSE OUVRIR SES CADEAUX PUISQUE C'EST SON ANNIVERSAIRE. MAIS LE PÈRE NE VA PLUS RÉPONDRE AU BOUT D'UN MOMENT. C'EST LÀ QU'APPARAIT LE MESSAGE « COMME CE PÈRE DE FAMILLE, CETTE ANNÉE ILS ONT ÉTÉ PLUS DE 3000 À RATER LE REPAS DU SOIR. ». CE SPOT RADIO SE CONCENTRE PLUS PARTICULIÈREMENT SUR LES PERSONNES AYANT DES ENFANTS.

SYNOPSIS SPOT RADIO

LES VOIX

LA CLASSE DE MMI

UNE CRÉATION DE

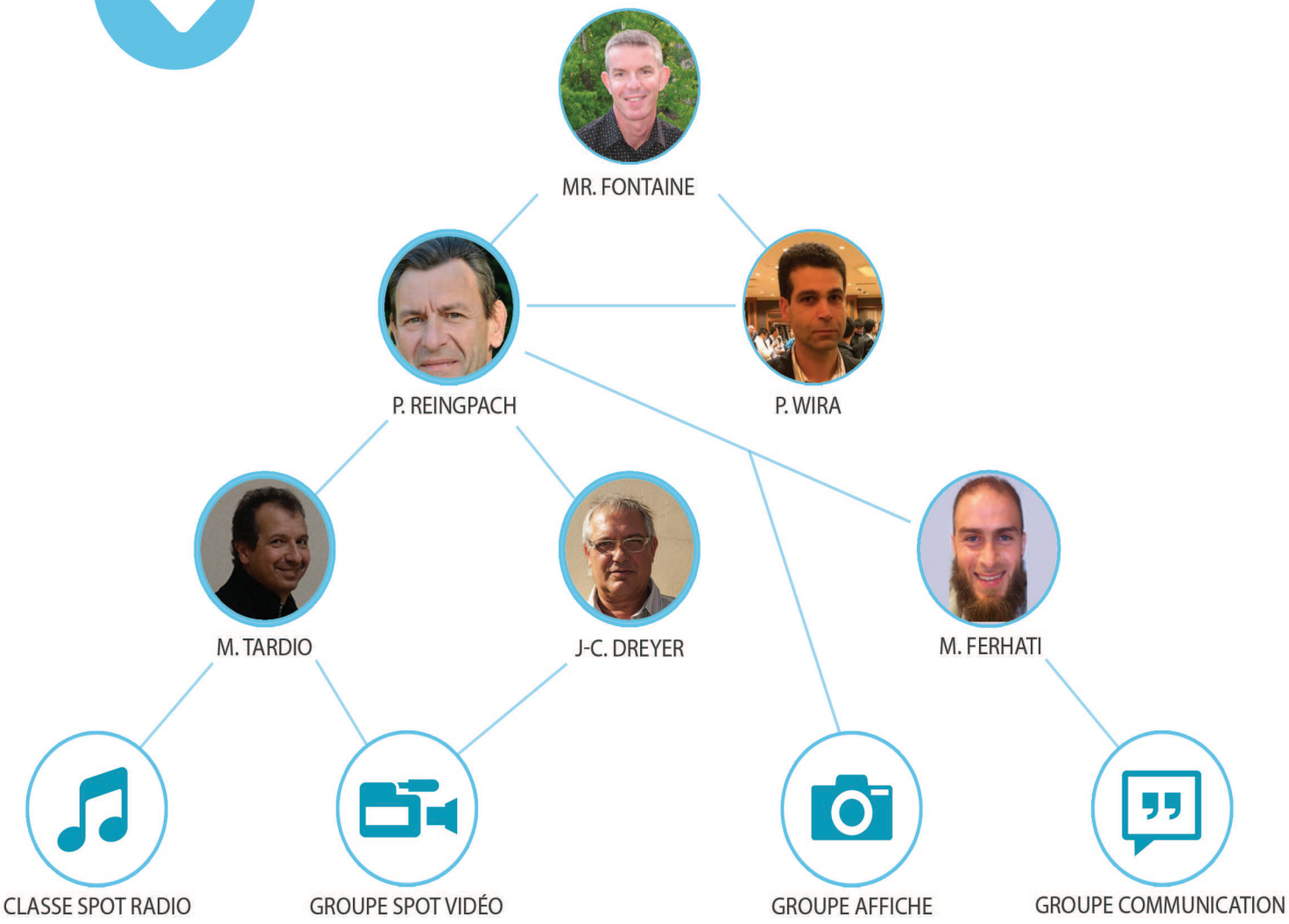
WEBER THIBAULT & BIEDRON CHARLIY

«FIN DE SOIRÉE»

LE SPOT RADIO S'INTITULE « FIN DE SOIRÉE », SA DURÉE EST D'ENVIRON 31 SECONDES. ON TROUVE 2 VOIX DANS CE SPOT : CELLE D'UNE FEMME, CELLE D'UN HOMME AINSI QUE DES « BIPS DU RÉPONDEUR » ET LA VOIX DU RÉPONDEUR POUR MARQUER CHAQUE PHASE DU SPOT RADIO. CE SPOT RADIO A POUR BUT DE SENSIBILISER LES CONDUCTEURS AINSI QUE LEUR ENTOURAGE. POUR CELA, UNE FEMME LAISSE 3 MESSAGES VOCAUX À SON FILS. AU FUR ET À MESURE, CETTE MÈRE S'INQUIÈTE DE PLUS EN PLUS CAR SON FILS NE LUI RÉPOND PAS. ENFIN, LA VOIX D'HOMME PREND PLACE ET VEUT MONTRER QUE L'ENTOURAGE DE(S) CONDUCTEUR(S) EN GÉNÉRAL S'INQUIÈTE POUR EUX.

Nos créations

ORGANIGRAMME DU PROJET



NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE-EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

LA SOCIÉTÉ CIVILE ...

DES TÉMOINS

DES ACTEURS

DES ÉTUDIANTS

EN LIEN AVEC DES PROFESSIONNELS

LA PRÉFECTURE

L'IUT MULHOUSE

DES PARTENAIRES

TOUT LE MONDE EST CONCERNÉ... ET VOUS ?

SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Appel à témoins pour un clip de prévention

Dans le cadre de la campagne « Emma et Noémie », l'IUT de Mulhouse recherche des personnes impliquées dans un accident de la route et prêtes à l'évoquer devant une caméra.

Les actions d'initiation aux dangers de la route (ici à Thann) visent souvent les jeunes, très exposés.
Archives L'Alsace/Arnaud Viry

En janvier dernier, en partenariat avec la préfecture du Haut-Rhin et les parents des deux adolescentes, les étudiants de la filière « métiers du multimédia et de l'internet » de l'IUT de Mulhouse avaient été invités à concevoir une campagne de sécurité routière portant les prénoms d'Emma Baur et Noémie Schlienger, tuées à Steinbrunn-le-Haut en août 2012 lors d'une collision entre leur scooter et une camionnette dont le conducteur était fortement alcoolisé. Cette campagne grand public doit voir le jour en décembre prochain, sous formes d'affiches, de spots radio et vidéos.

Le message « *Au volant on est responsable de soi-même, de ses passagers et des autres usagers ; pas de comportement à risques sur la route* » doit sensibiliser au vécu des victimes et de leurs proches après un accident et faire prendre conscience de sa propre responsabilité en tant qu'usager de la route.

Un clip intitulé « Sous le masque »

Parmi les idées retenues, le clip « Sous le masque » consiste à recueillir les témoignages de personnes impliquées dans un accident de la route : responsables, victimes ou proches de victimes, membres des services de secours…

Dans ce cadre, la Direction départementale des Territoires du Haut-Rhin lance un appel à ceux qui seraient prêts à faire part de leur expérience devant la caméra. Le dispositif de tournage prévoit que les témoins donnent leur nom (ou un prénom fictif), suggèrent un conseil pour éviter les accidents, racontent comment ils ont vécu ce drame, ce qui a changé dans leur vie et dans leur comportement d'usagers de la route.

Ils seront guidés et soutenus par Barbara Schall, psychologue à la Cellule d'urgence médico-psychologique 68. Ils pourront se présenter masqués s'ils le souhaitent (masque blanc neutre) et le rester pour les trois séquences, ou bien enlever le masque à un moment ou un autre s'ils préfèrent parler à visage découvert.

Une réunion préalable se tiendra à l'IUT de Mulhouse (deux dates possibles : mercredi 16 ou jeudi 17 septembre de 18 h à 19 h), avant un tournage qui devrait durer environ une demi-heure, selon un planning à définir avant la mi-octobre.

O. B.

SE RENSEIGNER Pour tout renseignement complémentaire, contacter Marie-Madeleine Jonas, coordinatrice sécurité routière, au 03.89.24.85.28 ou à l'adresse suivante : marie-madeleine.jonas@haut-rhin.gouv.fr.

ÉVASION FISCALE

Que font les Colmariens fortunés de leur argent ?

Page 23

Photo L'Alsace/Dominique Gutekunst

HANDICAP

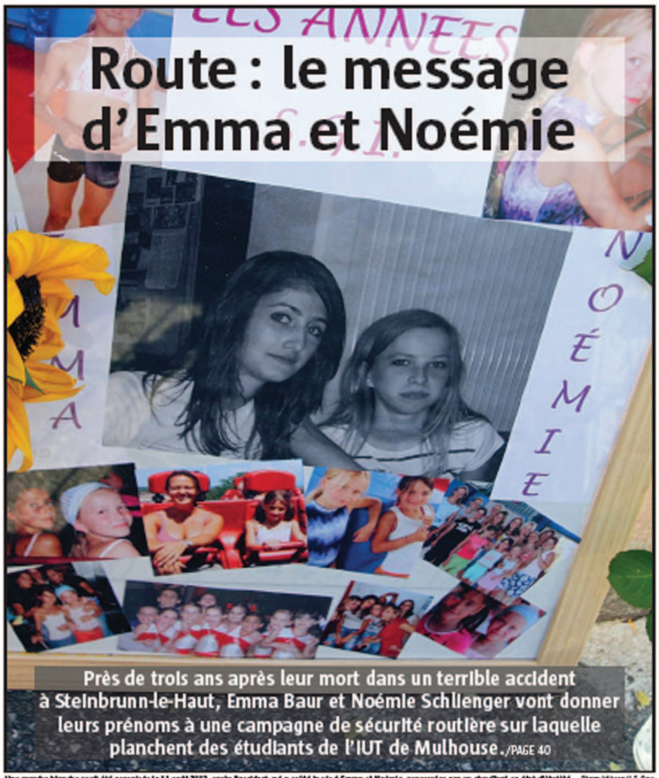
La loi sur l'accessibilité toujours très mal appliquée

Page 36

COLMAR
L'ALSACE
www.lalsace.fr | MERCREDI 11 FÉVRIER 2015 | 1,00 € | N° 22401

Fabricant • installateur serplaste.fr Volets Fenêtres Portes TRIPLE VITRAGE OFFERT Tél. 03.89.31.24.00

Route : le message d'Emma et Noémie



Près de trois ans après leur mort dans un terrible accident à Steinbrunn-le-Haut, Emma Baur et Noémie Schlienger vont donner leurs prénoms à une campagne de sécurité routière sur laquelle planchent des étudiants de l'IUT de Mulhouse. /PAGE 40

Une marche blanche avait été organisée le 11 août 2012, après l'accident qui a coûté la vie à Emma et Noémie, renversées par un chauffard en état d'ébriété. Photo L'Alsace/J.-F. Frey

DÉCÈS

Colette Faller, grande dame des vins d'Alsace

Photo L'Alsace/Hervé Kielwasser

La viticultrice Colette Faller, à la tête du domaine de Weinbach à Kientzheim, est décédée samedi. Après la mort de son mari Théo en 1979, elle était devenue l'une des premières femmes à diriger un domaine viticole en Alsace, d'abord aux côtés de sa fille aînée Catherine, puis de sa cadette Laurence, décédée l'année dernière. Le trio avait développé la notoriété des grands crus du domaine dans une trentaine de pays.

Page 38

BASKET-BALL

La SIG éliminée

Le Strasbourgeois Dragicevic tente de contourner le Russe Spiridonov. Mais la SIG ne passera pas !
Photo L'Alsace/Dominique Gutekunst

En concédant la défaite (63-73), hier soir au Rhénus, face aux Russes du Zénith Saint-Pétersbourg, les basketteurs strasbourgeois ont fait leurs adieux à l'Eurocoupe.

Page 18

TENNIS

565 joueurs alsaciens promus en février

Page 14

MÉTÉO Matinée Après-midi Demain

SOLDES & BONNES AFFAIRES jusqu'à -60%*
Tapis • Rideaux • Parquets • Stratifiés • Sols plastique • Moquettes
KINGERSHEIM Le Kaligone 97 rue de Guebwiller 03 89 53 55 77
HYPERTAPIS
COLMAR HOUSSEN Zone commerciale Houssen (en face de Cora) 03 89 41 15 34

Stressless EKORNES SOLDES
MEUBLES KLEIN ESPACE CONFORT 27-29 rue des Tanneurs • 68100 MULHOUSE

SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Emma et Noémie vont sauver des vies

La préfecture du Haut-Rhin et l'IUT de Mulhouse s'associent pour un projet de campagne de sécurité routière portant le nom des deux adolescentes tuées à Steinbrunn-le-Haut en août 2012. Les étudiants de la filière « métiers du multimédia et de l'internet » ont jusqu'à la fin de l'année pour concevoir et réaliser des supports efficaces.

Textes : Olivier Brégeard

Le premier message, implicite, inscrit dans les corps et dans les voix des deux mères, c'est qu'on ne se remet jamais de la disparition d'un enfant. Chaque anniversaire, chaque fête du calendrier, chaque échéance scolaire, revient souligner l'absence, avec encore plus de vivacité qu'au quotidien. « *Cette année, elles auraient passé le bac* », souligne Anne Baur.

Le mois dernier, elle et Sylvie Schlienger sont venues témoigner devant les étudiants de première année de la filière « métiers du multimédia et de l'internet » (MMI) de l'IUT de Mulhouse.

Comme elles l'avaient fait avec nous il y a deux ans (*L'Alsace* du 22 juin 2013), comme elles le font, depuis, dans des établissements scolaires de la région, elles se sont forcées à raconter cette soirée du 3 août 2012, où leurs filles, Emma, 14 ans, et Noémie, 15 ans, « *deux copines inséparables* » qui venaient de passer le brevet des collèges, ont été tuées par un automobiliste en état d'ivresse, à Steinbrunn-le-Haut. La sirène au loin, l'arrivée sur la place du village, la découverte des corps inanimés, la camionnette accidentée, le scooter encastré… La terre qui s'ouvre sous les pieds, la plongée dans l'abîme, l'irréalité des urgences, plus tard la morgue, le choix d'un cercueil… Dans les semaines et les mois qui suivent, l'incompréhension, le doute, la culpabilité. L'envie d'en finir, seulement freinée par l'amour de ceux qui restent. Des objets qui deviennent intouchables. La nécessité sociale de « *faire semblant* » d'être encore vivant.

« Grâce à vous, les choses peuvent changer »

Pour « *tenir debout* », pouvoir « *prononcer encore les prénoms* » de leurs filles, et « *faire en sorte qu'elles ne soient pas mortes pour rien* », les deux mamans ont décidé d'agir, de sensibiliser, de mobiliser, en espérant « *faire évoluer les mentalités* » sur la route. « *Grâce à vous, les choses peuvent changer* », ont-elles lancé aux étudiants, restés cois, visiblement émus par ce récit qui les a pris au dépourvu.

« *On a besoin de vous* », a renchéri Laurent Lenoble, directeur de cabinet du préfet du Haut-Rhin, venu lancer le projet de campagne « Emma et Noémie », formalisé par la signature d'une convention avec l'IUT. « *Vous êtes les futurs professionnels du multimédia, avec des compétences de plus en plus pointues. Nous comptons sur vous pour aller plus loin dans la démarche de sécurité routière.* »

La mission de ces 52 étudiants : créer des supports (affiches, flyers, spots radio et vidéo) pour traduire, à leur façon, le fait qu'au volant, « *nous sommes tous responsables* », de nous-mêmes comme des autres. Un message « *par les jeunes, pour les jeunes* » (de pair à pair, dit-on), qui s'inspirera du drame de Steinbrunn, mais sans le « citer ». Avec une contrainte : « *choquer sans images chocs* », marquer les esprits du plus grand nombre sans verser dans le spectaculaire. « *Mettez-vous en situation*, a conseillé Laurent Lenoble. *Nous allons vous aider en vous apportant des témoignages, vous faire rencontrer des experts, psychologue, juriste…* »

Noémie Schlienger et Emma Baur, les deux adolescentes victimes d'un chauffard en août 2012. « Cette année, elles auraient passé le bac… » DR

De la conception à la réalisation de ces supports, un calendrier précis a été défini avec les enseignants de l'IUT. Les premières idées ont été présentées oralement lundi, et sont déjà prometteuses. Anne Baur et Sylvie Schlienger valideront la démarche *in fine*. Les meilleurs travaux seront utilisés dans une campagne qui débutera en décembre prochain et se poursuivra l'année suivante, dans les médias volontaires et les établissements scolaires.

« Noémie et Emma nous donnent l'énergie de nous battre chaque jour »

Pour les étudiants de MMI, où il était de coutume depuis quelques années de réaliser des affiches de prévention, ce projet de campagne est une première par sa durée, son ampleur et ses enjeux. « *Noémie et Emma nous donnent l'énergie de nous battre chaque jour. Je pense qu'elles sauront vous la donner, à vous aussi* », a lancé Anne Baur. « *Quand vous verrez vos productions dans les rues, dans les journaux, à la télévision, ou que vous les entendrez à la radio, je ne doute pas que vous ressentirez un sentiment de grande fierté* », a conclu de son côté Laurent Lenoble.

Contact

POUR TOUTES QUESTIONS OU RENSEIGNEMENTS

MAIL DE LA CAMPAGNE :
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

MAIL DES GÉRANTS :
THOMAS.JEHEL@UHA.FR
NATHAN.ALLENET-MOULIN@UHA.FR
THOMAS.MISCHLER@UHA.FR
MALIK.FERHATI@UHA.FR
MARIE-MADELEINE.JONAS@HAUT-RHIN.GOUV.FR

SITE WEB :
WWW.UHA.FR

PAGE COMMUNAUTAIRE :
HTTPS://GOO.GL/FZ96HV

NOUS CONTACTER
06.41.83.12.65
CAMPAGNE.EN@GMAIL.COM

UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE