

# La gentillesse mise en valeur

■ La campagne *Pour un monde humain* invite les gens à faire preuve de générosité dans leur quotidien



PHOTO JOURNAL DE MONTRÉAL, CHRISTINE BOUTHILLIER

■ « Les Canadiens sont de gentilles personnes. Il faut simplement se souvenir d'arrêter, parce qu'on est toujours en train de courir, de parler au téléphone ou de crier après les gens dans la circulation, et de considérer les autres », conseille Mark Sherman.

Alors qu'on tente habituellement de vendre automobiles, assurances ou services bancaires, de mystérieuses publicités diffusées ces derniers mois invitent plutôt aux bonnes actions.

**CHRISTINE BOUTHILLIER**

Le Journal de Montréal

« Il y a beaucoup de problèmes : éducation, santé, environnement... On s'en remet souvent au gouvernement pour les régler, explique Mark Sherman. Mais chaque individu peut aider à réparer la planète. »

Le Montréalais, fondateur de l'agence de placement publicitaire Media Experts, est à l'origine de la campagne *Pour un monde humain*, qui incite depuis six mois les Canadiens à la bonté.

Elle invite notamment à « perdre nos airs bêtes » ou à « ne pas traîner une vieille rancune ».

Les entreprises peuvent contribuer à cette belle initiative. Media Experts, par ses relations avec les médias, a le pouvoir de répandre un message. Son fondateur a décidé d'inciter les Canadiens à la gentillesse.

« En les encourageant à être gentils, ça touchait à tout, tant ouvrir la porte à autrui que le bénévolat ou la charité », raconte M. Sherman.

Pour créer le message publicitaire, il

s'est associé à son collègue Zak Mroueh, président de l'agence de publicité torontoise Zulu Alpha Kilo.

Le message semble passer. Des internautes relatent leurs bonnes actions via le site Web et la page Facebook de la campagne ou leur propre blogue.

Une étude d'Ipsos montre que ceux qui se rappellent avoir vu la campagne sont deux fois plus enclins à laisser passer quelqu'un devant eux dans une file d'attente.

Mark Sherman n'est pas surpris de cette réponse du public, mais s'étonne de l'enthousiasme de la communauté médiatique.

La campagne est défrayée par Media Experts et Zulu Alpha Kilo. Toutefois, plusieurs entreprises médiatiques les ont aidés gratuitement ou à moindre coût à créer et diffuser le message de la campagne.

## Campagne mystérieuse

La campagne *Pour un monde humain* n'indique pas qui est à l'origine de ces publicités. « La forme la plus sincère de charité est celle qui est anonyme », explique M. Sherman.

Il refuse de dévoiler le montant qu'il a engagé dans cette aventure, ne voulant pas attirer l'attention sur lui. Il espère poursuivre cette campagne pendant des années.

## ILS DONNENT AU SUIVANT

- Catherine Gendron, de Saint-Hyacinthe : devenue bénévole dans un refuge pour animaux.
- Daniel Lévesque : a aidé une personne âgée qui avait oublié son sac dans un magasin et a transporté en voiture un couple d'Ottawa.
- Isabelle Sawyer, de Montréal : a donné des informations sur les trains de banlieue à un étudiant et lui a fait économiser au moins 100 \$ en lui recommandant de faire valider son billet.
- Francine Drolet, de Rivière Madeleine : a emmené en voiture un inconnu qui tentait de rattraper son autobus et transporte tous les jours quelqu'un au travail sans rien attendre en retour.
- Patrick Leblanc : a donné un livre à une étudiante qui cherchait à se le procurer pour le cégep.

SOURCE : POUR UN MONDE HUMAIN.CA, PAGE FACEBOOK

