



MINISTÈRE DE LA JUSTICE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ministère de la Justice

Institution

Le ministère de la Justice a pour missions de préparer les textes de loi, garantir le bon fonctionnement des juridictions et prendre en charge les personnes qui lui sont confiées par l'autorité judiciaire.

• CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A

• PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non

• 90 000 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES



É GARDEZ VOTRE
ÉNERGIE
POUR LES
BONS
MOMENTS

POUR RÉGLER UN CONFLIT
CHOISISSEZ LA NOUVELLE
JUSTICE AMIABLE

Conflit familial, patrimonial, professionnel,
la justice amiable vous apporte une solution négociée
dans un délai que vous maîtrisez.

RENDEZ-VOUS SUR
avocat.fr
— OU SUR —
justice.fr

© PHOTOFESTIVAL/ISTOCKPHOTO.COM - ANTHONY MONTAUDO

Ministère de la Justice

**Gardez votre énergie pour les bons moments /
Campagne de promotion de la Justice amiable**

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Campagne conjointe du ministère de la Justice et des avocats (CNB) pour promouvoir auprès du grand public la Justice amiable comme une solution alternative de résolution des conflits. Il existe actuellement plusieurs modes de règlements amiables mais le recours à ces possibilités est encore très faible en France par rapport à d'autres pays (en matière civile 70% des différends donnent lieu à une décision de justice quand au Québec ou en Angleterre seules 5 à 10% des affaires font l'objet d'un jugement). Plus de notoriété des dispositifs alternatifs permettrait de désengorger la justice traditionnelle et donc d'en réduire les délais tout en offrant in fine un gain pour le justiciable qui a une plus grande maîtrise du coût et de la durée de la procédure ainsi que le sentiment d'y « participer » pour une issue souvent mieux acceptée.

05-2024 / 06-2024 - BUDGET : 400 000 €

Le budget comprend :

Uniquement de l'achat média (réparti équitablement entre les 2 annonceurs MJ/CNB)

Ministère de la Justice

Gardez votre énergie pour les bons moments / Campagne de promotion de la Justice amiable

POUR QUI ?

Cible : grand public souvent inquiet de devoir saisir la justice.

Le choix d'un ton résolument publicitaire pour un annonceur peu habitué à ce type d'expression disruptive et directe.

- Une accroche "Gardez votre énergie pour les bons moments" qui permet :

1. D'éviter la stigmatisation en parlant de justice moins chère ou plus rapide
2. D'accentuer les bénéfices positifs et réels
3. Un message universel qui résonne avec un large public
4. Une approche empathique qui met l'accent sur le gain pour le justiciable.

- Trois visuels pour permettre la plus large appropriation du message en incarnant une diversité.

COMMENT ?

Par un plan média en plusieurs volets pour garantir des objectifs de notoriété et de considération.

° Un dispositif plurimédia

- Un volet presse avec 30 insertions (magazines, PQN, hebdomadaires)
- Un volet display avec achat d'espace programmatique et vidéo online des 3 créas sous format animé
- Un volet digital avec la diffusion des créations via différentes régies publicitaires en optimisant la campagne au clic (selon coûts des visuels et des régies)
- Un volet search (achat de mots clés)

° Un dispositif hors média

- Une diffusion des kits de communication dans les juridictions et les cabinets d'avocats en France
- Un enrichissement éditorial (détail des procédures sur Justice.fr, promotion de la politique publique sur Justice.gouv.fr, présence sur les réseaux sociaux...)
- Un accompagnement en relations presse

Ministère de la Justice

Gardez votre énergie pour les bons moments / Campagne de promotion de la Justice amiable

LES RÉSULTATS

- Presse = plus de 40% de la cible a été touchée en moyenne 5 fois par nos publicités
- Digital = 7,5 millions d'impressions et 2,8 millions de vues à 100%
- Régies activées et SEA = 317 000 clics sur nos publicités
- Justice.fr : une multiplication x5 du trafic sur la page dédiée pendant la période de campagne (155K visites pendant les 3 semaines de campagne VS 35K visites en période classique)
- Avocat.fr : + 265 000 visites.
- Hausse de 29% de demandes de consultation d'un avocat sur la plateforme

La diversité des messages a permis une bonne optimisation de la campagne tout en évitant la fatigue publicitaire.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

La conception de cette campagne a fait l'objet d'intenses échanges au fond avec les parties prenantes : représentants des justiciables (les avocats), magistrats, cabinet du garde des Sceaux... afin d'intégrer au mieux les leviers et les freins du développement de la justice amiable en France.

Par ailleurs le choix d'une conception et production 100% interne s'inscrit dans le souci d'un annonceur public de maîtriser au mieux ses dépenses de communication, ce qui a permis de consacrer 100% du budget alloué à l'achat d'espace au bénéfice de la visibilité et de l'impact.