



FONDATION DES
DONS SANS FIL
DU CANADA



Banques alimentaires
Canada

La force du nombre : une nation s'unit derrière Banques alimentaires Canada

Aux débuts de la pandémie de COVID-19, alors que de nombreuses familles étaient plongées dans un climat d'incertitude et d'insécurité alimentaire, les Canadiens et Canadiennes ont fait front commun comme jamais auparavant. Le concert Stronger Together a fédéré des millions de personnes dans un élan de solidarité autour de la musique et la culture, concrétisant un soutien vital pour Banques alimentaires Canada.

Sur toutes les stations de télévision, de radio et les plateformes numériques du pays, cette émission spéciale de 90 minutes a battu les records d'auditoire de toute l'histoire du pays, abstraction faite des émissions de sports.

Grâce à l'intégration habile des dons par texto, les téléspectateurs ont pu transformer leur compassion en action, prouvant que lorsqu'un pays s'unit, les dons peuvent changer des vies.

POINTS SAILLANTS

- L'émission a été diffusée à l'échelle nationale sur les principaux réseaux et les grandes plateformes en ligne durant le pic de la pandémie de COVID-19.
- La présence d'artistes et de personnalités aimés du public, comme Justin Bieber et Hailey Baldwin Bieber, a permis d'accroître le rayonnement de l'événement et la participation des auditoires.
- Grâce à des invitations affichées à l'écran durant toute la diffusion du concert, les téléspectateurs ont pu donner facilement en temps réel.
- L'événement a démontré le pouvoir des médias alliés aux dons par texto pour mobiliser la générosité comme jamais auparavant.

UN MOUVEMENT À L'ÉCHELLE DU PAYS

En intégrant directement les dons par texto à la diffusion du concert Stronger Together, Banques alimentaires Canada a mis entre les mains du public canadien un outil simple et accessible pour répondre aux appels en temps réel. La campagne a démontré comment les dons par texto pouvaient se déployer dans les médias pour répondre à des besoins urgents dans la population, donnant à un moment d'unité nationale un impact concret et mesurable.



Stronger Together a été un mouvement à l'échelle du pays. Avec plus de 12 millions de téléspectateurs, le concert a été l'événement le plus regardé dans l'histoire de la télévision canadienne, dans la catégorie hors sports.

Le volet en ligne de la campagne a généré plus de 2,1 millions d'impressions et 587 000 engagements, en plus de mobiliser plus de 1,2 milliard de personnes partout dans le monde.



UN CANADIEN SUR
TROIS A REGARDÉ
L'ÉMISSION

En tout, Banques alimentaires Canada a récolté plus de 8 millions de dollars de dons, prouvant le pouvoir des médias de communication et des dons par texto pour transformer la compassion en action à grande échelle.

LES CHIFFRES



1 600 000 \$

DE DONS RÉCOLTÉS PAR TEXTO EN 3 JOURS



200 000 +

DONS EN 24 HEURES

Le public canadien s'est montré très généreux : en tout juste 24 heures, plus de 200 000 dons ont été enregistrés. Les dons par texto ont permis de recueillir 1,6 million de dollars en 3 jours, ce qui représente 20 % des dons amassés grâce à Stronger Together.



DES DONS ONT
ÉTÉ EFFECTUÉS
PAR TEXTO

La campagne Stronger Together a démontré que le mariage entre accessibilité et communication était propice à la générosité. Un appel à l'action direct combiné au partage d'une expérience et d'émotions communes – un cocktail puissant – a permis de canaliser la générosité des Canadiens rapidement et à grande échelle.

Stronger Together a illustré de manière convaincante le pouvoir des dons par texto pour transformer les mots en action et unir les Canadiens et les Canadiennes pour soutenir les familles dans le besoin au pays.

Lancez votre propre campagne : soutien@donssansfil.ca