L'agence 87seconds lance une websérie "good vibe" pour expliquer aux enfants de façon claire et ludique la crise COVID-19.

Paris - 30 mars 2020. *'Le Journal Qui Banane !'* est une nouvelle web série, constituée d'épisodes d'une minute, spécialement pensée pour les enfants. A l'instar de nombreuses entreprises, l'agence de production audiovisuelle s'est donnée pour mission de proposer des initiatives innovantes et positives en cette période de crise.

Un journal positif et ludique pour les enfants et inspiré par les enfants

Comment informer les enfants de manière claire et ludique ? Voici le défi que s'est lancée 87 Seconds. La conjoncture actuelle a permis à l'équipe créative de trouver assez de temps pour mettre à profit sa créativité dans le développement de nouvelles idées.

La web série « good vibe » est ainsi née, largement inspirée de l'expérience personnelle de Philip Swinnen, gérant de 87 Seconds Belgique : *"J'ai moi-même 2 enfants en bas âge, et aucun n'a la moindre idée de ce qu'il se passe autour d'eux ces dernières semaines. Ils me regardent tous les matins avec un air de 'que va-t-on encore faire aujourd'hui ?!'".*

Le but est d'expliquer aux jeunes enfants de 4 à 8 ans de manière positive l'actualité du monde qui les entoure. L'accent n'est pas mis sur l'aspect inquiétant de la maladie mais plutôt sur les actions positives qui en découlent. « *Les enfants débordent d'une énergie positive qui nous revigore. Ils ne sont pas les premiers touchés par la maladie mais ils ne doivent pas être négligés et nous devons leur rendre cette énergie qu'ils nous insufflent avec un contenu adapté à leur quotidien »,* continue Philip Swinnen.

Le premier épisode de la web série vient d'être lancé, en français et en néerlandais, sur notre chaîne Youtube. Il s'agit d'un épisode pilote abordant la question « Pourquoi fait-on autant de bruit à 20h ? ». D'autres épisodes suivront prochainement pour éclairer nos jeunes esprits sur divers sujets qui peuvent leur sembler opaques ou ennuyeux tels que la diminution de pollution, garder la forme à la maison... Nous espérons être à la hauteur de l'attente de notre jeune public ! Vous pourrez retrouver un épisode par semaine chaque vendredi durant le confinement et nous envisageons déjà des thématiques pour continuer à la faire vivre après.

Un projet d'équipe

Pour 87seconds comme pour beaucoup d'entreprises, les temps sont difficiles. De nombreux projets en cours ont été reportés ou annulés, et les perspectives pour de nouvelles demandes sont incertaines. En période de confinement les équipes ne peuvent organiser de tournages. Heureusement, il existe de nombreux moyens de communication sur lesquels nous pouvons nous appuyer. Cette série est le symbole d'échanges entre les équipes des bureaux de Paris, Bruxelles et Amsterdam, d'un travail commun, à distance entre une dizaine de personnes pour pouvoir maintenir le lien et concevoir un projet créatif et innovant.

"Nous exerçons notre métier par passion et nous souhaitions avant tout nous mobiliser autour de projets communs qui ont un sens. Malgré la distance nous pouvons continuer à créer, être agiles et partager notre

attitude positive", explique Jérôme Houdry, Directeur Général. *"Nous avons une équipe formidable, et c'est grâce à l'initiative de collaborateurs des différents bureaux que "Le Journal Qui Banane!" est né. "*

Lien de l'épisode 1 : https://www.youtube.com/watch?v=_x0sdP6M3kY

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Jérôme Houdry
Directeur Général
jhoudry@87seconds.com
T +33.610.19.27.94

A propos de 87seconds

87seconds est une entreprise de contenu vidéo, faisant partie du groupe Datawords et spécialisée en production de vidéo et en stratégie. Créée en 2012, l'agence a fusionné avec Digiprod en 2018 et dispose aujourd'hui de bureaux à Bruxelles, Paris, Lyon, Genère, Amsterdam et Madrid. 87seconds propose un large pannel de campagnes vidéos, d'expériences et de formats, grâce à son équipe de 80 personnes, comptant des creatives managers et des chefs de projets. Parmi ses nombreux clients: the European Institutions, ING, L'Oréal, Johnson & Johnson, Nestlé, Engie, KPMG, Test-Achat, Alpro, Duvel, Michelin, Visit.brussels, Astra Zeneca, et Médecins du monde. Plus d'informations sur www.87seconds.com