**Ozark Henry et TBWA redonnent la parole à deux jeunes victimes d’accident de la route**

**Dans le nouveau morceau d’Ozark Henry, « 21 grams short », on peut entendre les voix de 2 jeunes victimes d’accident de la route. C’est la nouvelle campagne surprenante que TBWA a créée pour l’IBSR pour parler aux jeunes avec le plus d’efficacité possible.**

Chaque année, 128 jeunes meurent sur ​​nos routes. La plupart de ces accidents sont dus à des excès de vitesse, à la fatigue ou à la conduite sous l'influence de l'alcool ou de la drogue. Trouver la meilleure façon de parler aux jeunes sur ce sujet n'est pas facile. Les pointer du doigt donne rarement l'effet escompté et ils ne sont pas en attente de campagnes gouvernementales. Mais si la sagesse vient avec l'âge, ils ont déjà un cœur. Nous n’avons donc pas pris une approche rationnelle cette fois-ci, mais plutôt émotionnelle.

TBWA a ainsi demandé à Ozark Henry d'écrire une chanson qui parle de la perte d’un proche après un accident. Une chanson entraînante qui touche tout le monde et qui raconte ce qu’on vit quand on perd un être cher, un ami ou un frère. La chanson « 21 grams short » a été envoyée à toutes les chaînes nationales sans aucune référence à l'IBSR. Le clip poignant a été tourné par Guy Goossens, le réalisateur entre autres de la série Matroesjka et de Frits & Freddy.

Deux semaines plus tard vint la seconde partie de la campagne. Lors d'une conférence de presse de l'Institut Belge pour la Sécurité Routière, toute la campagne fut expliquée en détail. Le single d’Ozark Henry était le lancement d'une nouvelle campagne de sensibilisation. Les voix et les images insérées dans la chanson et dans le clip sont celles de Kevin et de Maxime, deux jeunes qui ont vraiment trouvé la mort dans un accident de voiture.

Ozark Henry a trouvé son inspiration dans des conversations qu’il a eues avec la famille et les amis de Maxime et de Kevin, qui sont respectivement flamand et wallon. Et c'est précisément parce que cette chanson parle d’histoires authentiques qu’elle apporte de véritables émotions, bien plus que pourraient le faire le ton accusateur d’une affiche sur le bord de la route ou un article dans le journal. Car rien ne touche mieux les jeunes que leurs pairs, et la musique touche les émotions les plus profondes, ce qui est beaucoup plus puissant.

Toute l'histoire de Maxime et de Kevin se retrouve sur la plate-forme en ligne goforzero.be. A côté du making-of de la chanson, du clip, des témoignages de la perte de Maxime et Kevin, on peut également trouver ne nombreux conseils et outils qui peuvent aider à prévenir les accidents. Parce que cela restera le but ultime de Go For Zero: passer de 128 jeunes par an à 0.

**Credits**

Client: IBSR (Institut Belge pour la Sécurité Routière)

 Jan Vandaele

Campaign Title: A final message

Creative Director: Frank Marinus & Geert Verdonck

Art Director: Najate El Achari

Copywriter: Joris Luyten

Account team: Bénédicte Ernst & Miet Vanderyse

Production agency: SAKE

 Producer: Sarah Bornauw

 Sound Engineer : Jan Pollet & Gwen Nicolay

 Editor: Tom Syryn

 Director: Guy Goossens

 Song : Piet Goddaer/Ozark Henry