



Une femme sur trois connaîtra une relation abusive au cours de sa vie. C'est cette statistique alarmante de l'OMS qui guide depuis 2020 l'engagement d'YSL Beauté avec son programme mondial « Abuse is not Love ». En 2025, la marque franchit une nouvelle étape

En partenariat avec:



avec « Don't Call It Love », une campagne poignante signée BETC Étoile Rouge, dévoilée à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes. Le film, d'abord perçu comme une romance qui fait rêver, fait rapidement basculer le spectateur dans le drame. « Avez-vous remarqué des signes d'abus dans ce

film ? », interroge un écran noir, avant de rejouer les scènes et de révéler les signes avant-coureurs. Des comportements problématiques, souvent confondus avec des marques d'intérêt voire d'amour. « Nous avions déjà été impliqués dans le projet "Abuse is not love" d'YSL Beauté, et cette année, la marque souhaitait davantage toucher le public de manière émotionnelle. Qu'il puisse se projeter, se reconnaître. Nous avons vite compris qu'il y avait une envie de sensibiliser », explique Florence Bellisson, présidente et directrice de la création chez BETC Étoile Rouge. Et de poursuivre : « Je trouve qu'YSL Beauté a eu beaucoup de courage avec ce film. Bien sûr, on sait qu'il y a des signes d'abus qui sont très souvent banalisés dans le milieu de l'entertainment, mais là, c'est une



VERBATIM

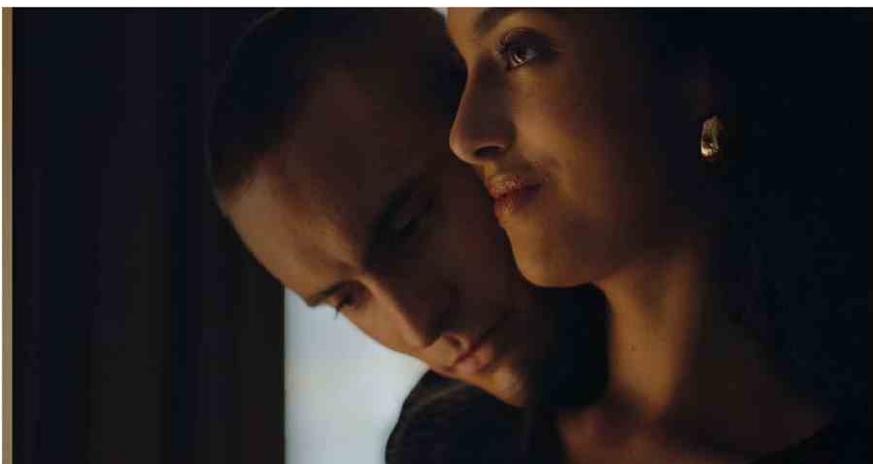
« Les marques de beauté ont des responsabilités »

MANON ERGIN, VP Global Communications et Image Yves Saint Laurent Beauté

« Cette année, nous avons eu envie d'aller plus loin en proposant un récit plus émotionnel, moins corporate, pour créer une forme de choc, interpeller les audiences et les sensibiliser. En tant que marque de beauté, nous avons une

responsabilité en nous adressant aux femmes: dans une campagne, chaque plan, chaque message peut transmettre une représentation particulière de la femme. Nous nous devons d'être vigilants. »





SECTEUR : Beauté - **RÉALISATION :** « Abuse is not Love - Don't Call it Love » - **ANNONCEUR :** Yves Saint Laurent Beauty - **RESPONSABLES ANNONCEUR :** Stéphane Bezy, Manon Ergin, Juleah Love, Clara Keivanjah - **AGENCE :** BETC Étoile Rouge - **RESPONSABLES AGENCE :** Marine Hakim, Mathilde Durillon, Charlotte Naepels - **DIRECTEURS DE LA CRÉATION :** Stéphane Xiberras, Florence Bellisson - **SORTIE :** 8 mars 2025

« Ce genre de projet vient donner du sens à ce qu'on fait. Ce n'est plus seulement de la communication : c'est une contribution à un changement sociétal urgent. »

Florence Bellisson, présidente et directrice de la création chez BETC Étoile Rouge.

marque qui s'en rend compte et qui prend la décision de se positionner et de se battre contre. C'est aussi ce qui fait que ce film fonctionne aussi bien : il touche à une conscience collective. » Pour garantir l'exactitude et la portée éducative du message, YSL Beauté a travaillé en étroite collaboration avec ses partenaires historiques, des experts et des ONG (comme En avant toute(s) ou It's On Us) consultés tout au long de la campagne. Certains ont même assisté au tournage, pour ajuster les gestes des comédiens, les dialogues, les attitudes. Car finalement, ce film n'est pas une campagne publicitaire : c'est un outil de prévention et de sensibilisation.

UN ENGAGEMENT CONSTANT, UN MESSAGE UNIVERSEL. Avec « Don't Call It Love », YSL Beauté continue de porter un message à l'échelle mondiale. Depuis 2020, son programme « Abuse is not Love » a déjà permis de reverser plus de 5,2 millions d'euros à des ONG locales partenaires, et de soutenir ou former plus de 1,3 million de personnes dans 25 pays. Et si ce nouveau film vise un public large, il s'adresse particulièrement aux 16-24 ans, statistiquement les plus touchés par les relations abusives. « Nous ne pouvions pas faire un film trop long, il fallait un format impactant, assez court, que les gens puissent regarder

du début à la fin. Le public visé est très large, avec un fort enjeu sur les plus jeunes, mais en réalité, tout le monde peut être touché par une relation abusive. Les chiffres sont très parlants, c'est pourquoi il est important de continuer de construire des narrations qui permettent de dénoncer certains codes et de faire bouger les choses », rappelle Manon Ergin, VP Global Communications et Image Yves Saint Laurent Beauté.

Dès sa sortie, « Don't Call It Love » a suscité de fortes réactions. En interne comme sur les réseaux sociaux, de nombreux témoignages saluent la justesse et la puissance du film. Et pour les créatifs impliqués, l'émotion est également au rendez-vous. « C'est le genre de projet qui vient donner du sens à ce qu'on fait. Ce n'est plus simplement de la communication : c'est une contribution à un changement sociétal urgent. Nous sommes tous très fiers d'avoir pu y participer, cela a été pour nous extrêmement inspirant. D'ailleurs nous avons tous senti un véritable engouement autour de ce projet, autant dans la préparation, la production, que la postproduction et le montage. Nous sommes heureux d'avoir été récompensés pour notre travail, mais maintenant il faut continuer le combat et être très vigilants sur la progression de cette cause », conclut Florence Bellisson. ■

LE JURY DU GRAND PRIX STRATÉGIES DE LA BEAUTÉ 2025



Bruno Aveillan
 NOIR
 Réalisateur, photographe, directeur de création et artiste



Delphine Coutable
 AGENCE LES POUPEES RUSSES - GROUPE SYNEIDO
 Directrice générale



Nicolas Debray
 NOCIBE FRANCE
 Président



Laure Friscourt
 GROUPE IFOP
 Directrice générale adjointe en charge des activités Beauté-Bien-être et de la Chine



Julie Rosenkrantz-de Briey
 YVES ROCHER FRANCE
 Directrice générale