

PREMIÈRE URGENCE INTERNATIONALE «L'O.N.G. DU DERNIER KILOMÈTRE» AVEC STRIKE.



Franchir le dernier kilomètre. Agir en première ligne.

Paris, le 26 août 2026 – Première Urgence Internationale lance, avec l'agence Strike, une nouvelle campagne d'affichage pour mettre en lumière ce qui fait sa singularité : sa capacité à atteindre les populations les plus vulnérables, jusque dans les zones les plus difficiles d'accès.

Alors que les besoins humanitaires continuent d'augmenter partout dans le monde, les financements publics consacrés à l'aide internationale diminuent. Cette tension entre des besoins toujours plus importants et des ressources toujours plus contraintes fragilise la capacité à répondre aux crises, au moment même où les populations affectées ont plus que jamais besoin d'aide. Selon une projection de The Lancet, 14 millions de morts évitables pourraient ne pas l'être d'ici 2030 en raison de ces coupes. Mais financer et acheminer l'aide ne suffit pas. Encore faut-il qu'elle parvienne jusqu'à celles et ceux qui en ont besoin. Dans les zones de conflit, après une catastrophe naturelle ou dans les territoires les plus isolés, le dernier kilomètre est souvent le plus difficile à franchir.

Pour diffusion immédiate - Communiqué de presse - Paris le 6 août 2026

L'ONG du dernier kilomètre

Première Urgence Internationale est connue dans le milieu humanitaire comme l'ONG du dernier kilomètre. Celle qui répond présente là où les besoins sont les plus urgents et où l'accès aux populations est parfois le principal défi. Routes détruites par les bombardements, territoires touchés par les inondations, zones isolées ou difficiles d'accès : sur le terrain, les obstacles sont nombreux. Pour Première Urgence Internationale, ils ne constituent pas une raison de renoncer. Le terrain est son point de départ et l'accès aux populations, sa priorité. Et c'est ce que les gens ont besoin de comprendre, plus que jamais, pour s'assurer que leurs dons serviront sur le terrain, qu'ils ne se seront pas interceptés en chemin, ou détournés par une milice ou une politique corrompue.

Une campagne pour donner à voir le dernier kilomètre.

Cette campagne d'affichage massive en DOOH, déclinée en Display et sur les réseaux sociaux, illustre au travers de ces trois visuels leurs domaines d'interventions. Elle montre un convoi de camion, un cargo, ou encore un avion forcé de faire demi-tour avant d'arriver à destination. Dans l'impossibilité de livrer l'aide nécessaire, parce qu'il ne dispose pas des moyens pour faire « le dernier kilomètre » chacune de ses situations est vécue du point de vue d'une femme, d'un homme, d'un enfant dans l'attente d'une aide précieuse qui n'arrivera jamais. Une façon de rendre visible ce qui se joue lorsque l'aide n'arrive pas jusqu'à eux. Des situations dont nous sommes tous les témoins au quotidien d'une actualité plus que jamais effroyable : des associations qui ne peuvent accéder aux zones de guerre, des bateaux bloqués dans le détroit d'Ormuz, des populations abandonnées au Venezuela comme ailleurs.



Crédits

ANNONCEUR / Première Urgence Internationale

Communications Manager : Paul Duke
Chargée de webmarketing
et de communication digitale :
Gwendoline Kostenko, Pauline Loret
Chargée de Communication Multimédia : Tania Rieu

AGENCE / STRIKE

Président / CCO : Jérôme Gonfond
Directrice associée / Head of production :
Mélina Audoux
Directeur de clientèle : Régis Perrone
Directeur Général : Pierre Bellefleur
Directeur de création : Rémi Lascault
Direction artistique : Constanza Wattel, Alba Menéndez, Julien Gallopin

AGENCE MÉDIA / ALTO BY ORIXA

Directrice du pôle : Charlotte Cordel
Account Strategist : Eva LEVY

CONTACT PRESSE :

Première Urgence Internationale : presse@premiere-urgence.org
Press Relation Officer :
Juliette Maigne | jmaigne@premiere-urgence.org | 0783425719

STRIKE :

Jérôme Gonfond | jg@strike.paris | 0669625521

À propos de PREMIÈRE URGENCE INTERNATIONALE

Première Urgence Internationale est une organisation non gouvernementale française de solidarité internationale, apolitique et laïque. Elle intervient auprès des populations victimes de conflits armés, de catastrophes naturelles, d'épidémies ou de crises économiques majeures.

Présente dans de nombreux pays, l'association apporte une aide concrète aux personnes les plus vulnérables en répondant à leurs besoins essentiels : accès aux soins, alimentation, eau potable, assainissement, logement et protection.

Ses équipes travaillent directement sur le terrain, souvent dans des contextes particulièrement difficiles, afin d'apporter une réponse rapide et adaptée aux urgences humanitaires.

À propos de STRIKE

STRIKE est une agence indépendante créative et responsable, dédiée au progrès social et environnemental, qui consacre la plus grande partie de son activité à l'accompagnement d'ONG telles que Greenpeace, Handicap International, Médecins du Monde et One. L'agence met par ailleurs son expertise au service d'annonceurs, de marques et d'institutions, qui recherchent eux aussi à adopter une approche plus vertueuse et plus responsable, de la communication et de la publicité. En 5 ans d'existence, l'agence a déjà remporté plus de 60 prix nationaux et internationaux, se plaçant sur la deuxième place du podium des agences de publicité françaises au classement pondéré des Hits d'Or de CB News en 2025.

À propos de Alto by Orixia

Alto by Orixia est une agence 360° dédiée aux grandes causes, avec une mission claire : transformer chaque projet en voix qui porte, en action qui compte, en impact qui dure. Une ambition qu'elle tire grâce à sa force de caractère : transversalité, créativité et excellence opérationnelle lui permettent, chaque jour, de transformer les causes à impact positif en campagnes singulières, du branding à la performance. La preuve de cette expertise ? Plus de 185 ONG, associations et fondations font déjà confiance à Alto.