# "He gets us" :

# une campagne publicitaire pour faire connaître Jésus aux Jeux Olympiques

Publié le 19 mars 2024 - [www.infochretienne.com](http://www.infochretienne.com)

**La campagne publicitaire "He Gets Us" (Il Nous Comprend en français), ayant pour but de faire découvrir la figure de Jésus sous un angle nouveau, a fait beaucoup parlé d'elle aux Etats-Unis notamment lors du Super Bowl. L'organisation à l'origine de cette campagne nationale se prépare désormais pour les Jeux Olympiques de Paris.**

Lors du Super Bowl qui s'est tenu le 11 février dernier, à Paradise dans l'État du Nevada au cours duquel les Chiefs de Kansas City ont remporté la victoire face au 49 de San Francisco, une campagne publicitaire a attiré l'attention du public. Entre des publicités faisant la promotion de chips ou de bières, des spots publicitaires se sont attardés sur la figure de Jésus.

Des pubs qui s'inscrivent dans le cadre d'une campagne nationale d'envergure qui a envahi les Etats-Unis depuis 2022. Intitulée He Gets Us (Il nous comprend en français NDLR), cette campagne de plusieurs millions de dollars est financée par la Servant Fondation. Dans un article publié hier, [CBN News](https://www2.cbn.com/news/world/he-gets-us-campaign-sets-sights-summer-olympics) a annoncé que l'organisation prévoit également d'avoir une présence significative aux Jeux Olympiques qui auront lieu cet été à Paris du 26 juillet au 11 août, sans donner plus d'informations pour l'instant.

**Faire connaître le message d'amour de Jésus**

Pour apparaître au Super Bowl, "He Gets Us" a dépensé environ 17 millions de dollars. Une somme astronomique qui a créé la polémique. Jason Vanderground de l'agence de publicité de l'entreprise, BrandHaven, défend cette approche, soulignant l'objectif de la campagne qui consiste à atteindre ceux qui ne connaissent pas Jésus.

"Insérer ce message d'amour de Jésus dans le climat que nous connaissons aujourd'hui, caractérisé par la solitude, l'anxiété et des différences politiques significatives. Je pense que c'est une idée très provocatrice à suggérer au peuple américain", a-t-il déclaré dans les colonnes de CBN.

L'année dernière, [USA Today](https://eu.usatoday.com/story/sports/Ad-Meter/buzz-meter/2023/02/12/he-gets-us-super-bowl-ad-commercial-jesus/11243476002/) donnait un peu plus d'information sur cette campagne publicitaire chrétienne décrite par [Christianity Today](https://www.christianitytoday.com/news/2022/march/he-gets-us-ad-campaign-branding-jesus-church-marketing.html" \t "_blank) comme la "plus grande de tous les temps".

"He Gets Us" est à la fois le nom de la campagne et d'une filiale de la Servant Foundation (également connue sous le nom de The Signatry), basée au Texas, qui se décrit comme une organisation à but non lucratif affirmant n'être affiliée à aucune dénomination ou parti politique.

C'est par le biais de cette fondation que de riches donateurs, pour la plupart anonymes, soutiennent cette campagne d'envergure. Parmi ses autres partenaires, on retrouve l’association Luis Palau, l’application biblique YouVersion, le Billy Graham Center du Wheaton College ou encore le média Christianity Today.  

Lancée en 2022, la campagne ["He Gets Us"](https://www.infochretienne.com/articles/aux-etats-unis-une-campagne-publicitaire-de-100-millions-de-dollars-pour-faire-connaitre-jesus/) se déploie sur des panneaux d'affichages dans plusieurs villes américaines ou lors d'événements sportifs. Il s'agit la plupart du temps, de clips vidéos en noir et blanc diffusant des messages qui se concentrent sur l’expérience terrestre de Jésus, pour montrer qu'Il nous comprend. Les téléspectateurs sont ensuite invités à se rendre sur le site [HeGetsUs.com](https://hegetsus.com) qui leur offre la possibilité de discuter en direct, d’envoyer des sujets de prières, de s’inscrire pour rejoindre un groupe Alpha ou encore de faire un plan de lecture de la Bible par le biais de l’application YouVersion.

**Camille Westphal Perrier**