



AXA PRÉVENTION MET LA SANTÉ DES FEMMES AU CŒUR DE SA NOUVELLE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

A travers son nouveau film « Mon Coeur » signé Hungry and Foolish, AXA Prévention réaffirme son engagement pour la santé des femmes dont 200 d'entre elles meurent chaque jour de maladies cardiovasculaires. Un film poignant réalisé par Safy NEBBOU qui encourage le suivi de la santé des femmes en sensibilisant leur entourage : « Famille, conjoints, collègues et amis, c'est à nous tous d'agir pour la santé des femmes. »

Film : <https://youtu.be/evgrGtlhQZc>

Les femmes s'oublient, font passer la santé de leurs proches avant la leur, repoussent le moment de consulter, ont un suivi médical en pointillés et une prévention « bricolée » : ces constats alarmants ont été révélés en 2021 par l'étude inédite d'AXA Prévention.

« La charge mentale qui pèse sur les femmes n'est plus à démontrer. C'est particulièrement vrai quand il s'agit de la santé : 81% des femmes se préoccupent de la santé de leurs proches avant la leur. Quand elles sont malades et tant qu'elles ne sont pas empêchées dans leur vie quotidienne, elles essaieront d'abord de se soigner seules pour 85% d'entre elles et repousseront le moment d'aller consulter. Ce constat est encore plus vrai pour les femmes en situation de précarité. Résultat : les maladies cardio-

vasculaires sont la première cause de décès chez les femmes, alors que dans 8 cas sur 10, grâce à une meilleure prévention cela aurait pu être évité. La société doit agir. C'est la raison pour laquelle l'association AXA Prévention souhaite faire de ce combat un des piliers de son engagement pour alerter le grand public et particulièrement l'entourage des femmes. C'est tout le sens de notre nouvelle campagne de sensibilisation » explique Eric Lemaire, Président d'AXA Prévention.

L'association réaffirme aujourd'hui son engagement à travers ce film qui sera diffusé à partir du 14 septembre au Cinéma, puis en TV et en digital. Ce plan média orchestré par KR Media, fait écho à l'ensemble des actions menées par AXA Prévention sur le terrain. A commencer par son soutien au bus du Cœur des Femmes qui a repris sa tournée le mardi 13 septembre dans la ville du Havre, où près de 200 femmes en situation de vulnérabilité pourront bénéficier d'un dépistage cardio-vasculaire, métabolique et gynécologique gratuit.

Crédit AXA Prévention :

Eric LEMAIRE
Clotilde DU FRETAY
Christine ECART DUPLESSY
Sylvie MENSA

Crédits Agence :

Directeur de création : Emmanuel FRANÇOIS-EUGÈNE
Concepteur-rédacteur : Stéphane LE FRAPPER
Directeur Artistique : Quentin DELACHAUD
Directrice conseil : Marine MERHI
Cheffe de projet : Caroline GUILLIER
TV Producer : Patricia CHEMAUL
Production : Satellitemylove
Réalisateur : Safy NEBBOU

À propos d'AXA Prévention : AXA Prévention, association à but non lucratif, a été créée en 1984 pour prévenir les risques sur la route. Dès 2011, son périmètre est élargi à la prévention santé, des accidents de la vie courante et des risques numériques. Elle devient alors la seule association de prévention multirisques. Sa vocation : « étudier et mettre en œuvre toutes les mesures de nature à prévenir les risques auxquels sont exposés les personnes et leurs biens, spécialement en matière de circulation routière et de santé » - extrait des statuts de l'association du 01/01/11.

AXA Prévention est présidée par Éric Lemaire et Clotilde du Fretay en est la Secrétaire Générale. Association loi 1901, elle contribue au développement de comportements responsables. Elle initie chaque année de nombreuses actions de terrain sur l'ensemble du territoire. Elle mène des enquêtes nationales et des campagnes de sensibilisation aux risques de grande ampleur. Elle publie des documents pédagogiques à destination du grand public. Chaque action engagée par AXA Prévention dans ces causes d'intérêt général satisfait deux grands principes : la pédagogie et l'éducation aux risques.

AXA Prévention est un des nombreux visages de l'engagement d'entreprise responsable d'AXA. Plus d'informations : axaprevention.fr

À propos de Hungry and Foolish :

Hungry and Foolish est une agence indépendante qui construit les marques grâce à ses expertises croisées entre Publicité et Social Media. Hungry and Foolish rassemble 60 collaborateurs et compte parmi ses clients : Accor (Ibis, Ibis Budget, Ibis Styles, Novotel, Mercure), Aéroport Toulouse Blagnac, AÉSIO Mutuelle, AXA Prévention, Bic, Biocoop, BNP Paribas, Brooklyn, Camif, Oppo, Schneider Electric, Shine, Ultra Pretium Direct, Veolia. Plus d'informations sur www.hungry.paris

Hungry and Foolish : Matthieu REINARTZ - mr@hungry.paris - 06 73 12 26 40