

## LABORATOIRE GALLIA ET BETC OSENT PARLER DU POST-PARTUM

<https://youtu.be/V7ZnYQh0wdM>

Et si le plus beau moment d'une vie était parfois le plus difficile ? 79%\* des mamans se disent épuisées émotionnellement au cours des premiers mois de vie de leur bébé. Les raisons sont aussi diverses qu'il y a de mamans : les hormones, l'impression d'avoir été au centre des attentions au cours de la grossesse pour se retrouver au second plan à l'arrivée du bébé, le manque de temps pour soi, le manque de sommeil... De plus, le mythe d'une parentalité parfaite continue de circuler, notamment sur les réseaux sociaux. Le post-partum reste une discussion taboue.

Le Laboratoire Gallia, expert du lait infantile et leader de la catégorie, a décidé de s'emparer de cette cause, accompagné par BETC. Cette cause s'appuie sur les valeurs de la marque, qui dédie son expertise aux parents et dont les communications sont axées autour de l'empathie. Elle ambitionne de soulager les parents en levant les tabous sur le post-partum et en proposant une série de services d'accompagnement.

Laboratoire Gallia et BETC ont ainsi développé une campagne TV, presse et digitale qui invite à retourner la question classique des visites à un nouveau-né : de « *Comment va bébé ?* » à « *Comment va maman ?* ». Pour pallier le fait que les parents n'osent pas demander de l'aide, elle mobilise les proches en les encourageant à se questionner et à agir : que cela soit par une aide logistique, ou en étant présent et à l'écoute.

Le film de cette campagne met en scène l'échange émouvant entre une maman et une amie qui s'inquiète de son bien-être, et qui ose briser le tabou lui posant une simple question : « **comment ça va, toi ?** ». Une petite phrase si simple, qui crée un réel impact et une grande prise de conscience. Dans un souci de reconnaître les difficultés de tous les parents, la marque a également produit, dans une dynamique similaire, un film de 10s à destination des papas.

Laboratoire Gallia prend aussi la parole en presse, dans une série de portraits qui poursuivent le message des films. Sont représentés des mamans, un papa et une sage-femme (pour un visuel qui prendra place en salle d'attente des cabinets). Le bébé n'est pas au centre de l'image, une manière de mettre le focus sur les parents et leur bien-être.

Le film a été réalisé par Matthieu Tribes, qui avait déjà prouvé dans le film de *Lu* et des *Petits frères des pauvres* sa maîtrise du registre de l'émotion. Les prints ont été shootés par le photographe Jair Lanes.

Aux formats 40s, 30s et 10s, les films sont diffusés en TV et en digital dès le 6 mars. La campagne presse sera quant à elle visible à partir du 8 mars.

*\*Étude réalisée en décembre 2022 par Ipsos auprès de 400 parents, ayant des enfants entre 0 et 24 mois.*

**CONTACT PRESSE : BETC** – Camille Chang – [camille.chang@betc.com](mailto:camille.chang@betc.com)