

Paris, le 30 mai 2023

**ici Barbès, Roche et les associations du comité CAP SEP/NMO rendent hommage aux sportifs du quotidien pour la Journée mondiale de la sclérose en plaques.**

À l'occasion de la Journée mondiale de la sclérose en plaques, le 30 mai 2023, ici Barbès, Roche et les associations du comité CAP SEP/NMO lancent une campagne de communication pour sensibiliser le grand public, mettre en lumière les signes invisibles de la maladie et lutter contre les idées reçues.

Chaque année, en France, la sclérose en plaques touche près de 100 000 personnes. Cette maladie mal connue, qui se déclare en moyenne entre 20 et 40 ans, présente une grande variété de symptômes : douleurs, fatigue, troubles visuels, moteurs, cognitifs ou encore troubles de la sensibilité. Tous affectent les malades et contribuent à rendre leur quotidien compliqué.

La campagne « *Les athlètes du quotidien* » rappelle que, pour les personnes atteintes de cette maladie, le quotidien ressemble à une succession d'épreuves sportives. L'idée : créer de nouvelles disciplines sportives en lien avec les troubles de la maladie : l'**alpi-marche** (troubles moteurs), le **rompichathon** (épisodes de fatigue), ou encore l'**urino-sprint** (troubles sphinctériens urinaires et intestinaux).

Décalée, positive et au ton inattendu, la campagne s'appuie sur les valeurs fédératrices et positives du sport : combativité, espoir et bonne humeur. Elle permet à chacun de faire le lien entre le dépassement sportif et ce que doivent endurer les malades.

Dès le 25 mai, la campagne média, orchestrée par l'agence Monolith Partners, sera visible en affichage dans le métro parisien, en affichages digitaux (DOOH) dans les gares parisiennes et de province (Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Strasbourg et Toulouse), mais aussi via un volet digital (Social Media et VOL).

La campagne continuera ensuite de vivre sur les réseaux sociaux avec des productions de contenus gérées par l'agence et centrées sur l'accompagnement des patients vers l'autonomie. Enfin, la campagne « *Les athlètes du quotidien* » trouvera un second souffle lors des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024, avec le soutien de Roche et des associations CAP-SEP-NMO.

# ON PEUT REMPORTER DES ÉPREUVES TOUS LES JOURS SANS BATTRE DE RECORD DU MONDE.



LA SCLÉROSE EN PLAQUES est une maladie neurodégénérative et auto-immune qui entraîne des troubles moteurs, sensitifs et cognitifs.<sup>1, 2</sup>  
C'est la 1ère cause de handicap sévère non traumatique chez les jeunes adultes.<sup>1</sup>  
Quand on est atteint d'une sclérose en plaques, chaque jour est un défi.

ALPI-MARCHE, ROMPICHATHON...  
DÉCOUVREZ LES ÉPREUVES DE  
CES ATHLÈTES DU QUOTIDIEN →



1 - DR. HUBERT BERTHELEMI, Scénario de Jacques DUBOIS, Octobre 1979 (2002)  
2 - DR. HUBERT BERTHELEMI, Scénario de Jacques DUBOIS, Octobre 1979 (2002)



UNE INITIATIVE DU COMITÉ CAP SEP NMO,  
COMPOSÉ PRINCIPALEMENT D'EXPERTS ASSOCIATIFS  
ET DE PERSONNES ATTEINTES DE LA SCLÉROSE EN PLAQUES

## Contact ici Barbès :

Stefan Izoret – [stefan.izoret@icibarbes.com](mailto:stefan.izoret@icibarbes.com)

## À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIX<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :

- le conseil stratégique et le branding
- le contenu ;
- le social media ;
- la publicité.

## Le credo de l'agence : La science des gens.

La science répond aux attentes du marché : de la data, du ROI, de la précision mais elle ne peut pas s'entendre sans un intérêt profond pour les gens (bien au-delà des cibles), parce que c'est quand on les connaît bien qu'on peut leur faire aimer les marques.

Nos clients : La Mutuelle Générale, GRTgaz, EDF, Enedis, DomusVi, SNCF, Giphar, l'Assurance Maladie, Rexel, l'INCa (Institut national du cancer )...