

## NUTRICIA et heaven présentent “Les Fort’midables”.

### [Lien vers le film.](#)

À mesure que l’on avance en âge ou lorsque l’on fait face à une maladie, nous pouvons être confrontés à la dénutrition. En France, ce sont 2 millions de personnes qui sont atteintes de dénutrition. Une pathologie souvent diagnostiquée trop tardivement et qui peut avoir des conséquences graves pour les patients.

Pionnier européen de la nutrition médicale, NUTRICIA s’engage depuis plus de 40 ans en mettant son expertise scientifique au service des patients.

Aujourd’hui, NUTRICIA, lance avec son agence heaven, une campagne de sensibilisation en social media & digital, pour montrer à tous qu’un dépistage et une prise en charge nutritionnelle adaptée sont essentiels pour faire face à ces épreuves de la vie et continuer à profiter de ses passions.

La campagne “Les Fort’midables” met en scène de fort’midables patients qui dansent pour rappeler qu’une prise en charge nutritionnelle doit s’allier à une activité physique adaptée pour faire face à la dénutrition et/ou à la maladie.

La danse est ici utilisée comme le symbole d’une activité physique qui allie mouvement, passion et partage, des éléments clés.

La campagne a été faite en partenariat avec la FFEPG (Fédération Française d’Éducation Physique et de Gymnastique Volontaire) qui prône le *sport-santé* et a pour objectif de développer la pratique de l’activité physique auprès de tous les publics et à tous les âges.

Les deux acteurs sont non professionnels, ce sont des membres de la FFEPGV qui sont ou ont été réellement touchés par la dénutrition.

Le film, produit par SMMV, est diffusé sur les plateformes sociales de NUTRICIA et à

travers une campagne média digitale, mais aussi dans de nombreux cabinets médicaux partout en France.

—

## **CONTACT PRESSE**

Olivier Duval de Laguerce

E: [olivier.duval@heaven.fr](mailto:olivier.duval@heaven.fr)

T: 0764423906



### À propos de heaven

Heaven est une agence de publicité next-generation.

Heaven s'appuie sur sa connaissance des nouveaux comportements digitaux et sociaux pour concevoir et déployer des stratégies et des campagnes innovantes et performantes, locales et internationales qui s'invitent au cœur des conversations des internautes.

Heaven présente également depuis 2017 "Born Social", le premier baromètre annuel de référence sur l'évolution des comportements Next Gen des moins de 13 ans.

Pour concevoir et délivrer ses campagnes, heaven s'organise autour d'expertises métiers : Influence, Social, Brand Content, Media, UX, Creative Tech et Études qui toutes viennent nourrir la création publicitaire.

Heaven, qui fait partie du groupe Hopscotch, compte parmi ses clients actifs des marques comme Adobe, Danone, Deliveroo, Dacia, Xbox, Bel, Payot, Google, ou encore Kinder.

L'agence est dirigée par Arthur Kannas et Sophie Noël, et est composée de 70 collaborateurs aux métiers complémentaires.

[www.heaven.paris](http://www.heaven.paris) | [facebook](#) | [twitter](#) | [instagram](#)

