

Paris, le 30 mai 2024

La Fédération Française de cardiologie et ici Barbès font du cœur des femmes une priorité

28 mai 2024 : Journée Internationale d'Action pour la Santé des Femmes. Une journée majeure pour la Fédération Française de cardiologie qui a voulu interpeller sur le sujet du cœur des femmes à travers un film de prévention conçu par ici Barbès.

Les maladies cardiovasculaires sont la première cause de décès chez les femmes en France. Elles sont 200 à en mourir chaque jour alors qu'un grand nombre d'entre elles pourraient être évitées. C'est ce message que veut faire passer la Fédération Française de cardiologie en alertant les femmes et en favorisant une prise de conscience générale.

Parce que les femmes méconnaissent leurs symptômes et qu'elles font passer leurs proches avant elles : elles consultent trop tard. Parce que la recherche et les traitements ont longtemps ciblé les hommes à risque : elles sont prises en charge trop tard.

Le film *Prenons de l'avance*, à travers l'allégorie de l'attente d'un métro, illustre cette problématique du retard. Une femme, seule sur le quai, est empêchée de monter : elle laisse passer des enfants, des hommes sexagénaires, des chercheurs-ses. Elle ressent une douleur et porte la main à son cœur, la musique accélère. Le réalisateur du film, Thibaut Buccellato a choisi de laisser les images l'emporter sur les mots. Lorsqu'elle peut enfin monter dans une rame, souriante et apaisée, la voix off énonce : « **Méconnaissance des symptômes, tendance à faire passer les autres avant elles-mêmes, inégalités persistantes dans les prises en charge, les femmes victimes de maladies cardiovasculaires sont soignées trop tard. Alors, prenons de l'avance.** »

Pour le professeur Gérard Helft, président de la Fédération Française de cardiologie, « *il existe des facteurs de risque spécifiques aux femmes. Avec la Commission cœur de femmes nous travaillons sur cet enjeu majeur de santé publique à travers la prévention, l'information et la recherche sur le cœur des femmes. Cette campagne vient soutenir notre combat et interpeller les femmes, les mères, leurs filles, leurs amies afin qu'elles prennent conscience de l'importance de préserver leur cœur et de se faire suivre.* »

Le dispositif *Prenons de l'avance* sera déployé du 28 mai au 23 juin en télé et VOL ainsi que sur les réseaux sociaux et les plateformes de streaming avec un spot audio digital. Il sera également diffusé en DOOH dans les centres de santé.

Prenons de l'avance fait l'objet d'un volet relations presses accompagné par BCW et d'une stratégie de contenus déployée par The Links. Elle dirige vers une page d'atterrissage sur le site www.fedecardio.org/prenonsdelavance où le public peut retrouver des informations et témoignages sur le cœur des femmes.

LE FILM PRENONS DE L'AVANCE

FICHE TECHNIQUE :

Annonceur : Fédération Française de cardiologie

Président : Professeur Gérard Helft

Déléguée générale : Aline Carré

Contact : aline.carre@fedecardio.org

Agence : ici Barbès

Directrice de clientèle : Marie-Hélène Moudingo

Chef de projet : Louis Thibault

Directeurs de création : Timothée Bouquet, Loris Utard

Presse : Stefan Izoret – stefan.izoret@icibarbes.com

Production : HENRY

Réalisateur : Thibaut Buccellato

À propos de la Fédération Française de Cardiologie

La Fédération Française de Cardiologie lutte contre les maladies cardiovasculaires depuis 60 ans. Association reconnue d'utilité publique depuis 1977, elle est financée quasi exclusivement grâce à la générosité du public. Présente partout en France, ses quatre missions sont : le soutien de la prévention, le financement de la recherche cardiovasculaire, l'accompagnement des personnes à risques cardiovasculaires et la promotion des gestes qui sauvent.

À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIX^e 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 : Afula, Agence nationale de la sécurité du médicament (ANSM), APEC, l'Assurance Maladie, EDF, Enedis, Les entreprises s'engagent, France Invest, Giphar, GRTgaz, La Mutuelle Générale, MNT, Rexel, SNCF, SNCF Mixité, Société Générale, Surfrider Foundation...

