



Fondation
Recherche Cardio-Vasculaire

Institut de France

Nathalie



PUBLICIS CONSEIL

TELEVISION



PUBLICIS CONSEIL

LCI EST @ VOUS Mercredi 24 avril

A la Une Replay TV Musique Humour Cinéma Manga



LCI

00:06:26 / 00:10:39

J'aime 6 Tweeter 0 +1 0



Emission LCI EST @VOUS Week End
le 28/04/13



PUBLICIS CONSEIL

MAGAZINE



PUBLICIS CONSEIL

Un film pour sauver le cœur des femmes

Au travail, à la maison, avec les enfants... hommes et femmes ne sont toujours pas égaux. C'est en partant de ce constat que la Fondation recherche cardio-vasculaire-Institut de France a réalisé un film coup-de-poing diffusé depuis le 29 avril (TV et Web), qui met en scène le quotidien d'une mère de famille (Julie Depardieu). Comme le montre le spot, les femmes ont malheureusement autant de risque de mourir d'une crise cardiaque que les hommes.

F.D.

Secteur: santé - Annonceur: La Fondation recherche cardio-vasculaire-Institut de France - Resp. annonceur: D.Hermann - Agence: Publicis Conseil - Resp. agence: A.Hacpille et C.Planche-Breton - Coprésident en charge de la création: O.Altmann - CR: O.Camensuli - TV Prod. (WAM): P.Marcus, P.Pauwels et A.Foumet - Prod. son (WAM): O.Guillou - Réal.: H.Plumet - Maison de prod.: Partizan.



SITES



PEOPLE

Voici un rôle dans lequel on n'attendait pas l'actrice. Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France. Celui-ci met en garde les femmes contre les risques de maladies cardiaques.

"Voici Nathalie. Comme la moyenne des Françaises, elle passe dans sa cuisine deux fois plus de temps qu'un homme et deux fois plus de temps à s'occuper de la maison et de ses enfants... A poste égal, elle gagne 27% de moins que ses collègues masculins et elle a cinq fois moins de chances d'arriver à la tête de son entreprise". Voilà ce que dit la voix off de la campagne vidéo diffusée en exclusivité sur LCI mercredi soir. Dans le même temps, on voit **Julie Depardieu** s'activer à la maison, au bureau, de plus en plus fatiguée... Allumer une cigarette puis avaler un café.

Mais tout à coup, le ton change. "Il y a quand même une chose pour laquelle Nathalie a exactement les mêmes chances qu'un homme... c'est de mourir d'une crise cardiaque", prévient la voix off pendant que l'actrice s'effondre sur le trottoir en pleine rue. Un spot tourné par la Fondation pour alerter les femmes sur les risques de **maladies** cardiovasculaires et les inciter à consulter un cardiologue à partir de 40 ans.

Une femme sur trois meurt d'une maladie cardio-vasculaire. Les maladies cardio-vasculaires sont désormais sept fois plus mortelles que le cancer du sein. Dans les pays industrialisés, c'est la première cause de mortalité après 55 ans pour les femmes. Ces chiffres alarmants émanent de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France qui milite sur ces questions. Alors pour sensibiliser le public, l'actrice Julie Depardieu a tourné un spot de **prévention**. Un clip présenté mercredi en exclusivité dans LCI est @ Vous avant d'arriver lundi prochain sur vos écrans.

Rendez-vous sur <http://www.fondation-recherche-cardio-vasculaire.org/> pour plus d'informations.

EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile



par Anne-Claire Huet

le 24 avril 2013 à 22h45, mis à jour le 24 avril 2013 à 23h03.

TEMPS DE LECTURE

3min



Julie Depardieu défend la cause des femmes Vidéo LCIWAT sélectionnée dans Actualité



PUBLICIS CONSEIL



Rians - Triporteur



Fondation Recherche
Cardio-Vasculaire



Fondation Recherche Cardio-Vasculaire
par pubtv

<http://www.fondation-recherche-cardio-vasculaire.org/>



Communiqués de Presse

26 April 2013

*Fondation Recherche Cardio-Vasculaire
- Institut de France Julie Depardieu
défend la cause des femmes face aux
maladies cardio-vasculaires*





 Tweeter < 3

 J'aime < 1

 Envoyer

Julie Depardieu une campagne choc contre les risques cardiaques (vidéo)

Publié le : 29/04/2013 Dans ACTUALITÉS

Julie Depardieu, la fille de **Gérard Depardieu**, a donné son accord pour être la porte-parole de la nouvelle campagne initiée par la Fondation Recherche Cardio-vasculaire.



Pipole.net: Site le 29/04/13

Et les images viennent d'être dévoilées sur la toile. Et le moins que l'on puisse dire, c'est qu'elle sont choquantes.

Une nouvelle croisade pour l'actrice ! Elle est en effet la porte-parole de la Fondation Recherche Cardio-vasculaire, qui vient de lancer une nouvelle campagne de sensibilisation aux risques de problèmes cardiaques une fois passé le cap de la quarantaine.

Signée de l'agence Publicis Conseil, cette campagne se veut également très féministe, où il est précisé au passage que le personnage endossé par **Julie Depardieu**, Nathalie, une femme très active d'une quarantaine d'années, « passe deux fois plus de temps dans sa cuisine qu'un homme », et surtout qu'elle « gagne 27 % de moins pour le même poste ».

Les femmes auraient par ailleurs « cinq fois moins de chance d'arriver à la tête de leur entreprise ».

On vous propose de découvrir les images pour vous faire une idée des messages envoyés par « Publicis Conseil », qui en plus de sensibiliser les téléspectateurs aux risques cardiaques, plaident en faveur de la parité hommes/femmes.

Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institu...



PUBLICIS CONSEIL

JULIE DEPARDIEU DÉFEND LA CAUSE DES FEMMES

Publié le 30 avril 2013



La femme est l'égal de l'homme pour... les maladies cardio-vasculaires. Julie Depardieu incarne Nathalie pour la Fondation Recherche Cardio Vasculaire,: une jeune femme active, normale.



Doc news: Site le 30/04/13

Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité chez les femmes en France. Une femme sur trois meurt de maladie cardio-vasculaire et de plus en plus jeune avec 10% de taux de mortalité chez les 25/44 ans (source : *Bulletin Épidémiologique Hebdomadaire*). Parce que leur mode de vie (stress, charge de travail...) est équivalent à celui des hommes, les femmes deviennent leur égal sur ce mal qui a été pendant des années très masculin.

La marraine de la Fondation Recherche Cardio Vasculaire de l'Institut de France a accepté d'endosser le rôle de Nathalie, jeune femme active dépeinte dans sa vie quotidienne: tout ce qu'il y a de plus banal. Dans ce film imaginé par Publicis Conseil, Hervé Plumet, réalisateur chez Partizan, a su faire transfigurer toute la justesse de ce quotidien d'une femme active qui cavale dans tous les sens et multiplie ses vies (celle de mère de famille, celle de pro...). Peut être cette campagne qui sera diffusée en TV, interpellera t'elle les hommes?



SITES INTERNATIONAUX



CampaignBrief:

Site le 29/04/13

Julie Depardieu supports the cause of women facing cardiovascular diseases in new awareness campaign out of Publicis Conseil France

Monday 29, April 2013 at 2:23 PM by CB

[Comments \(0\)](#)



Cardiovascular diseases are the leading cause of death among women in France and in most industrialised countries and yet many are unaware of this fact. More than 8 million women a year worldwide die from these diseases, a figure that has continued to increase over the past ten years.

Faced with this situation, Publicis Conseil Paris has got to work to create a poignant film, which, with the outstanding collaboration of

Julie Depardieu, one of the female ambassadors of the Foundation, is getting people to sit up and take notice. Julie Depardieu plays a mother in her daily life, unwittingly putting a terrible strain on her heart: professional life, smoking, occupational and family stress...

[VIEW THE SPOT](#)



PUBLICIS CONSEIL

Adsoftheworld: Site le 29/04/13

Cardiovascular Research Foundation: Nathalie ▶ TV ▶ Europe ▶ France ▶ Public interest ▶ Publicis ▶ Cardiovascular Research Foundation



★★★★★★★☆☆
Average: 8 (3 votes)

Advertising Agency: **Publicis Conseil, Paris, France**

Chief Creative Officer / Creative Director: **Olivier Altmann**

Copywriter: **Olivier Camensuli**

Account managers: Alexandre Hacpille, Carole Planche-Breton

TV Production: Pierre Marcus, Patrick Pauwels, Aurélie Fournet

Sound producer: **Olivier Guillou**

Director: **Hervé Plumet**

Company production: Partizan

Post-production: Quentin Martin



PUBLICIS CONSEIL

BLOGS



FONDATION RECHERCHE CARDIO VASCULAIRE : JULIE DEPARDIEU

A LA UNE , TÉLÉVISION / CINÉ

La pub du 29 avril 2013 est un film publicitaire pour la Fondation Recherche Cardio Vasculaire Institut de France. La cause soutenue par cette excellente pub sont les maladies cardiaques et plus particulièrement chez les femmes. En effet, les femmes ont autant de risques que les hommes de subir une maladie cardio-vasculaire. Il faut savoir que les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité dans le monde. Les femmes ont cependant 20% de chance en moins de se voir proposer un test d'effort. Nous retrouverons dans ce spot Julie Depardieu, une des ambassadrices de la fondation. Le film met en avant les inégalités qu'il y a entre les femmes et les hommes et se termine sur un constat bien triste. Malgré qu'elles soient moins payées, qu'elles aient moins de chances d'être promues, elles ont tout autant de chance d'avoir un arrêt cardiaque que leurs pairs. Le message à retenir est donc le suivant, à partir de 40 ans, consultez un cardiologue ! Vous retrouverez ce film dès aujourd'hui en télévision.



Agence de communication : Publicis Conseil, France

Directeur de création : Olivier Altmann

Concepteur-Rédacteur : Olivier Camensuli

Réalisateur : Hervé Plumet

Maison de production : Partizan

1ere date antenne : 29 avril 2013

Plan média : TF1, France Télévision, Ushuaia TV, RTL9



PUBLICIS CONSEIL

Julie Depardieu défend la recherche cardio-vasculaire

Posted: 26 Apr 2013 07:36 AM PDT



Pour sensibiliser le public aux risques encourus par les femmes, la Fondation Recherche Cardio-vasculaire a fait appel à l'actrice Julie Depardieu dans un spot percutant.

La **parité homme-femme** est loin d'être une réalité dans la plupart des domaines. Mais il en est malheureusement un où les hommes et les femmes sont **égaux** face aux risques : **les maladies cardiaques**. Pour illustrer ce fait peu connu du grand public, la **Fondation Recherche Cardio-vasculaire** a fait appel à l'agence **Publicis Conseil** pour réaliser un **spot TV** incisif.

Cette vidéo met en scène le quotidien d'une femme lambda, interprétée par **Julie Depardieu**. Celle-ci se démène pour mener de front sa vie de famille et sa carrière, avec toutes les difficultés que cela comporte. Et ce qui pourrait apparaître au premier abord comme un plaidoyer pour la parité se révèle finalement être une campagne choc en faveur du **dépistage cardio-vasculaire**. Un enjeu de taille puisque les maladies cardio-vasculaires sont les premières causes de mortalité chez les femmes.

Avec cette campagne, la **Fondation Recherche Cardio-vasculaire** sensibilise son public, à la fois **femmes** et aux **risques cardio-vasculaires** que celles-ci encourent.



Pub Fondation pour la Recherche Cardio-Vasculaire [Vidéo]



Crédits

- Agence publicitaire : [Publicis Conseil](#)
- Annonceur : [Fondation pour la Recherche cardio-vasculaire](#)
- Directeur de création : [Olivier Altmann](#)
- Concepteur-Rédacteur : [Olivier Camensuli](#)
- Réalisateur : [Hervé Plumet](#)
- Maison de production : [Partizan](#)
- Pays : **France**
- Diffusion : **avril 2013**



Abracadabuzz:

Site le 26/04/13

SCROLLING BOX



Sous hypnose ils ne différencient pas le coca normal et le coca zero !

🕒 27 avril 2013



INSPECTEUR
Le BLANCO

Inspecteur Le Blanco - Saison 2 Episode 14
Retrouve toutes les vidéos du Studio Bagel; parodies, sketches; fausses...

🕒 26 avril 2013



Il n'y a qu'une seule chose où l'égalité homme femme est respectée...

🕒 26 avril 2013



Il n'y a qu'une seule chose où l'égalité homme femme est respectée...

Posted by: benda in Marques ⌚ 26 avril 2013 💬 0 👁 148 Views

Publicis conseil paris a réalisé une publicité incroyable pour la fondation recherche cardio vasculaire qui nous remet en question sur l'inégalité homme femme, mais également sur le bien le plus précieux que nous possédons : notre santé.

Une campagne de publicité étonnante qui choquera sûrement certains d'entre vous.



Julie Depardieu dans un spot choc sur les maladies cardio-vasculaires

ADVERTISING BRANDING

PUBLIÉ LE 26 AVRIL 2013 - **MOTS-CLÉS** : COEUR, MALADIE, PUBLICIS

Nouveau film de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire – Institut de France mettant en scène Julie Depardieu, imaginé par Publicis Conseil. Un film choc qui porte une grande cause.

122

34

Like

Tweet

Les maladies cardio-vasculaires sont la **première cause de mortalité** chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire) et pourtant celles-ci l'ignorent. Dans le monde c'est plus de 8 millions de femmes par an qui décèdent des suites de ces maladies (source : World Heart Federation), un chiffre qui ne cesse d'augmenter depuis ces dix dernières années.

Les femmes sont de plus en plus touchées

Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Une parité entre hommes et femmes dont ces dernières se passeraient bien. Les chiffres sont sans appel : Une femme sur trois meurt de maladie cardio-vasculaire et de plus en plus jeune avec 10% de taux de mortalité chez les 25/44 ans (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire). Ces maladies sont 7 fois plus meurtrières chez les femmes que le cancer du sein et 55% des accidents cardiaques sont fatals chez les femmes contre 43% chez les hommes car le diagnostic de la prise en charge est plus tardif et la prévention infiniment moins développée que chez les hommes, encore une grande inégalité...

Pour **Danièle Hermann**, Présidente de la **Fondation Recherche Cardio-Vasculaire** – Institut de France, « le constat est d'autant plus alarmant du fait qu'il ne cesse de progresser ». Victime elle-même d'une cardiopathie aigüe dans sa jeunesse, elle tente par son expérience et sa Fondation de sensibiliser le public et la médecine sur l'importance de cette première cause de mortalité. Elle a d'ailleurs écrit un livre à ce sujet en 2012 : « Le cœur des femmes » qui montre que les femmes sont touchées en premier lieu par les crises cardiaques.



Golem 13: Site le 29/04/13



Face à cette situation, **Publicis Conseil** se mobilise et imagine un film poignant qui fait réagir, avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial...

L'agence a voulu jouer sur l'idée de « fausse piste », énumérant toutes les inégalités dont les femmes font preuve face aux hommes dans leur vie de tous les jours, et révélant finalement une parité inattendue et pour le moins inquiétante : les chances de mourir d'une crise cardiaque sont les mêmes chez la femme que chez l'homme.

De cette façon Publicis Conseil et la Fondation Recherche Cardio Vasculaire espèrent déclencher une véritable prise de conscience face à la méconnaissance voire l'ignorance des femmes sur le risque cardio-vasculaire et combattre les idées reçues.

Au-delà de l'objectif de sensibilisation et d'alerte des femmes, le film a aussi pour ambition d'informer les leaders d'opinion ainsi que les professionnels de la santé, puis d'aider et favoriser le développement de la recherche médicale et biologique. La prévention des maladies cardio-vasculaires pour les femmes étant un véritable enjeu de santé publique.

Hervé Plumet, réalisateur chez Partizan, a su apporter toute la justesse à cette histoire quotidienne dans laquelle tant de femmes pourront se reconnaître.



PUBLICIS CONSEIL

AdForum: Site le 29/04/13

Fondation Recherche Cardio-Vasculaire/Institut de France - "Nathalie" - Publicis Conseil

 J'aime

 Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

 0

 0

 0



 Recommander

 Tweeter

 +1



adforum.com

 J'aime

 Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

 Tweeter

 0

 Nathalie

 Publicis Conseil

 Fondation Recherche Cardio-Vasculaire/Institut de France

 France

 Fondation Recherche Cardio-Vasculaire/Institut de France

 Nathalie



PUBLICIS CONSEIL

Quand la parité hommes-femmes n'est pas toujours souhaitable...

26 avril 2013

Catégorie : Pub en France

Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés. Pourtant celles-ci l'ignorent. Dans le monde, plus de 8 millions de femmes par an décèdent des suites de ces maladies. Ce chiffre ne cesse d'augmenter depuis ces dix dernières années.

Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Une parité dont elles se passeraient bien volontier.

Face à cette situation, l'agence Publicis Conseil imagine un film poignant qui fait réagir, avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial?.



Dans Ta Pub:
Site le 28/04/13

Une publicité choc pour la recherche cardio-vasculaire, avec Julie Depardieu

avril 27, 2013 / par Gabriel Teisson / 0 Comment

Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire)

Face à cette situation, [Publicis Conseil](#) et la [Fondation Recherche Cardio-Vasculaire](#) se mobilisent et imaginent un film poignant qui fait réagir, **avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu**, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, **mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve** : vie active, tabac, stress professionnel & familial...



PUBLICIS CONSEIL

Dans Ta Pub: Site le 28/04/13

Au début on a l'impression de regarder un spot de l'association **Ni Putes Ni Soumises**. L'agence a voulu jouer sur l'idée de « fausse piste », **énumérant toutes les inégalités dont les femmes font preuve face aux hommes dans leur vie de tous les jours**. Révélant finalement une parité inattendue et pour le moins inquiétante : les chances de mourir d'une crise cardiaque sont les mêmes chez la femme que chez l'homme.



Fondation Recherche Cardio-Vasculaire et Julie Depardieu

26 avril 2013

Julie Depardieu défend la cause des femmes face aux maladies cardio-vasculaires

Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire) et pourtant celles-ci l'ignorent. Dans le monde c'est plus de 8 millions de femmes par an qui décèdent des suites de ces maladies (source : World Heart Federation), un chiffre qui ne cesse d'augmenter depuis ces dix dernières années. Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Une parité entre hommes et femmes dont ces dernières se passeraient bien. Les chiffres sont sans appel : Une femme sur trois meurt de maladie cardio-vasculaire et de plus en plus jeune avec 10% de taux de mortalité chez les 25/44 ans (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire). Ces maladies sont 7 fois plus meurtrières chez les femmes que le cancer du sein et 55% des accidents cardiaques sont fatals chez les femmes contre 43% chez les hommes car le diagnostic de la prise en charge est plus tardif et la prévention infiniment moins développée que chez les hommes, encore une grande inégalité... Pour Danièle Hermann, Présidente de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire – Institut de France, « le constat est d'autant plus alarmant du fait qu'il ne cesse de progresser ». Victime elle-même d'une cardiopathie aigüe dans sa jeunesse, elle tente par son expérience et sa Fondation de sensibiliser le public et la médecine sur l'importance de cette première cause de mortalité. Elle a d'ailleurs écrit un livre à ce sujet en 2012 : « Le cœur des femmes » qui montre que les femmes sont touchées en premier lieu par les crises cardiaque (Source : fondation-recherche-cardio-vasculaire.org).



Trop Bon Trop Com :

Site le 29/04/13

Face à cette situation, Publicis Conseil se mobilise et imagine un film poignant qui fait réagir, avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial.... L'agence a voulu jouer sur l'idée de « fausse piste », énumérant toutes les inégalités dont les femmes font preuve face aux hommes dans leur vie de tous les jours, et révélant finalement une parité inattendue et pour le moins inquiétante : les chances de mourir d'une crise cardiaque sont les mêmes chez la femme que chez l'homme.

De cette façon Publicis Conseil et la Fondation Recherche Cardio Vasculaire espèrent déclencher une véritable prise de conscience face à la méconnaissance voire l'ignorance des femmes sur le risque cardio-vasculaire et combattre les idées reçues.

Au-delà de l'objectif de sensibilisation et d'alerte des femmes, le film a aussi pour ambition d'informer les leaders d'opinion ainsi que les professionnels de la santé, puis d'aider et favoriser le développement de la recherche médicale et biologique. La prévention des maladies cardio-vasculaires pour les femmes étant un véritable enjeu de santé publique.

Hervé Plumet, réalisateur chez Partizan, a su apporter toute la justesse à cette histoire quotidienne dans laquelle tant de femmes pourront se reconnaître.

Si besoin de plus d'informations : <http://www.fondation-recherche-cardio-vasculaire.org/>



PUBLICIS CONSEIL



Scooped by [Astrid de Bérail](#)

Julie Depardieu dans un spot choc sur les maladies cardio-vasculaires

 Scoop.it!



From golem13.fr - April 26, 1:58 PM

“ Nouveau film de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France mettant en scène Julie Depardieu, imaginé par Publicis Conseil. Un film choc qui porte...”



Fondation Recherche Cardio Vasculaire : Julie Depardieu

La pub du 29 avril 2013 est un film publicitaire pour la Fondation Recherche Cardio Vasculaire Institut de France. La cause soutenue par cette excellente pub sont les maladies cardiaques et plus...



1Jour1Pub
il y a 4 heures



Minute Buzz:

Site le 29/04/13

Nouvelle pub choc pour la Fondation Recherche cardio-vasculaire

le 26 avril 2013 par Morgan Lecouflet

Tags: recherche, cancer, maladie

37
partages

 Partager sur Facebook

 Partager sur Twitter

 J'aime 25

 Tweeter 12

 +1 4

 Pin it

 Share



"Nathalie passe deux fois plus de temps dans sa cuisine qu'un homme", "elle gagne 27 % de moins pour le même poste" et elle a "cinq fois moins de chance d'arriver à la tête de son entreprise". Un tel script pourrait largement laisser penser que ce [spot publicitaire](#) a été dévoilé par l'association [Ni Putes Ni Soumises](#). Et pourtant, il s'agit bel et bien d'une [publicité](#) choc pour la [Fondation Recherche cardio-vasculaire](#).

En invitant **Julie Depardieu** pour incarner "Nathalie", ce spot pub permet non seulement de prendre conscience de la condition féminine en France, mais insiste surtout sur l'**importance de consulter d'un cardiologue passé 40 ans**. Efficace.



PUBLICIS CONSEIL

Zapping vidéo:

Site le 28/04/13

JULIE DEPARDIEU MEURT D'UNE CRISE CARDIAQUE DANS UNE PUB

Article rédigé: avril 27, 2013

Dans: Julie Depardieu, Pub

Commentaires: 0 commentaire

Julie Depardieu meurt d'une crise cardiaque dans une publicité. Enfin, dans un spot Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire Institut de France. Celui-ci met en garde les femmes contre les risques de maladies cardiaques qui augmentent chaque années. Voici Nathalie, Comme la moyenne des Françaises, elle passe dans sa cuisine deux fois plus de temps qu'un homme et deux fois plus de temps à s'occuper de la maison et de ses enfants. A poste égal, elle gagne 27% de moins que ses collègues masculins et elle a cinq fois moins de chances d'arriver à la tête de son entreprise ! Dans les pays industrialisés et dans le monde : c'est désormais la première cause de mortalité après 55 ans. 1 Femme sur 26 meurt du cancer du sein. 1 Femme sur 3 meurt d'une maladie cardio-vasculaire ? 7 fois plus !

Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institu...



Avec le changement de vie des femmes, en France, une personne sur deux qui décède d'une crise cardiaque est une femme.



PUBLICIS CONSEIL

EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile

Voici un rôle dans lequel on n'attendait pas l'actrice. Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France. Celui-ci met en garde les femmes contre les risques de maladies cardiaques. EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile...

Published By: [tf1 \(french, France\)](#) - 5 days ago

[read more...](#)



EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile

admin | 24 avril 2013 | 0 Comments



Voici un rôle dans lequel on n'attendait pas l'actrice. Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France. Celui-ci met en garde les femmes contre les risques de maladies cardiaques.

EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile ☐

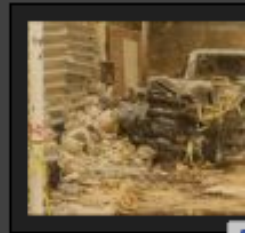


EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile

Voici un rôle dans lequel on n'attendait pas l'actrice. Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France . Celui-ci met en garde les femmes contre les risques de maladies cardiaques.

EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile

il y a 4 jours sur « LCI  »



EXCLU VIDEO. Julie Depardieu a le coeur fragile

==> Voici un rôle dans lequel on n'attendait pas l'actrice. Julie Depardieu a tourné un spot de prévention pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France. Celui-ci met en garde l ...

Cette information a été publiée sur [LCI](#) le 24/04/2013 22:45



The Today Brief:

Site le 28/04/13

The latest advertising videos from FRANCE ([Go To Worldwide](#))



2 hrs, 23 min ago

 Universal Pictures France
FAST & FURIOUS 6 - Bande
annonce 2 officielle VOSTF [HD]



3 hrs, 40 min ago

 JWT Paris
Svelteesse | Recette de Fraise &
Touche de Menthe



4 hrs, 12 min ago

 Warner Bros. France
The Conjuring - Bande annonce 2 -
VOST



4 hrs, 53 min ago

 Yves Saint Laurent Parfums
Behind the scenes - The New
Mascara Volume Effet Faux Cils
Baby Doll



6 hrs, 15 min ago

 publicisconseilparis
Cardiovascular Research
Foundation - Institut de France -
"Nathalie"



23 hrs, 9 min ago

 Nintendo France
LEGO City Undercover: The Chase
Begins - Webisode 1 (Nintendo
3DS)



PUBLICIS CONSEIL

PEOPLE



Nouvelle pub choc pour la Fondation Recherche cardio-vasculaire

Par  MinuteBuzz Le 26-04-2013

Avec Julie Depardieu, une actrice qui a du coeur.... [+ Lire le blog](#)



Paper Blog:

Blog le 26/04/13

Julie Depardieu dans un spot choc sur les maladies cardio-vasculaires

Publié le 26 avril 2013 par [Golem13](#)

Nouveau film de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire – Institut de France mettant en scène Julie Depardieu, imaginé par Publicis Conseil. Un film choc qui porte une grande cause.

Les maladies cardio-vasculaires sont la **première cause de mortalité** chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire) et pourtant celles-ci l'ignorent. Dans le monde c'est plus de 8 millions de femmes par an qui décèdent des suites de ces maladies (source : World Heart Federation), un chiffre qui ne cesse d'augmenter depuis ces dix dernières années.



Les femmes sont de plus en plus touchées

Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Une parité entre hommes et femmes dont ces dernières se passeraient bien. Les chiffres sont sans appel : Une femme sur trois meurt de maladie cardio-vasculaire et de plus en plus jeune avec 10% de taux de mortalité chez les 25/44 ans (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire). Ces maladies sont 7 fois plus meurtrières chez les femmes que le cancer du sein et 55% des accidents cardiaques sont fatals chez les femmes contre 43% chez les hommes car le diagnostic de la prise en charge est plus tardif et la prévention infiniment moins développée que chez les hommes, encore une grande inégalité...

Pour **Danièle Hermann**, Présidente de la [Fondation Recherche Cardio-Vasculaire – Institut de France](#), « le constat est d'autant plus alarmant du fait qu'il ne cesse de progresser ». Victime elle-même d'une cardiopathie aigüe dans sa jeunesse, elle tente par son expérience et sa Fondation de sensibiliser le public et la médecine sur l'importance de cette première cause de mortalité. Elle a d'ailleurs écrit un livre à ce sujet en 2012 : « Le cœur des femmes » qui montre que les femmes sont touchées en premier lieu par les crises cardiaque.



PUBLICIS CONSEIL

Paper Blog:

Blog le 26/04/13

Face à cette situation, **Publicis Conseil** se mobilise et imagine un film poignant qui fait réagir, avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial....

L'agence a voulu jouer sur l'idée de « fausse piste », énumérant toutes les inégalités dont les femmes font preuve face aux hommes dans leur vie de tous les jours, et révélant finalement une parité inattendue et pour le moins inquiétante : les chances de mourir d'une crise cardiaque sont les mêmes chez la femme que chez l'homme.

De cette façon Publicis Conseil et la Fondation Recherche Cardio Vasculaire espèrent déclencher une véritable prise de conscience face à la méconnaissance voire l'ignorance des femmes sur le risque cardiovasculaire et combattre les idées reçues.

Au-delà de l'objectif de sensibilisation et d'alerte des femmes, le film a aussi pour ambition d'informer les leaders d'opinion ainsi que les professionnels de la santé, puis d'aider et favoriser le développement de la recherche médicale et biologique. La prévention des maladies cardiovasculaires pour les femmes étant un véritable enjeu de santé publique.

Hervé Plumet, réalisateur chez Partizan, a su apporter toute la justesse à cette histoire quotidienne dans laquelle tant de femmes pourront se reconnaître.

Si besoin de plus d'informations : www.fondation-recherche-cardio-vasculaire.org



Blended:

Site le 29/04/13

HOMMES/FEMMES : EGAUX FACE À LA MORT

— 29 avril 2013

Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institu...



Alors que le débat sur les différences hommes/femmes refait surface (rappelons que pour gagner autant qu'un homme en un an, une femme doit travailler 59 jours de plus), la [Fondation pour la Recherche Cardio-Vasculaire](#) utilise cette iniquité pour parler de son combat. Une sorte de double message, très efficace, au point de créer une certaine culpabilité phallique.
Imaginé par Publicis avec Julie Depardieu.



PUBLICIS CONSEIL

Blended: Site le 29/04/13



La pub du jour (2/2) : Institut de France avec Julie Depardieu

Poster un commentaire

29 avril 2013 par pvigneul

Par Publicis Conseil, p'tit coucou à Aurélie Fournet:

http://www.strategies.fr/content/support_campagne/affiche_support_iframe.php?print=&medid=44532be388as&son=



Julie Depardieu dans une campagne choc de sensibilisation

Par sandralavergne  il y a 23 heures  Dans le dossier *Marketing Viral*

La Fondation Recherche Cardio-vasculaire a fait appel à l'actrice Julie Depardieu pour tourner dans un spot publicitaire choc.



MeltyBuzz:

Site le 29/04/13

La [Fondation Recherche Cardio-vasculaire](#) lance une campagne de sensibilisation sur les risques cardiaques à partir de 40 ans, mais pas seulement. **En effet, l'association signe là avec l'agence Publicis Conseil un spot non seulement engagé, mais aussi féministe.** Julie Depardieu y incarne Nathalie, une femme dans la quarantaine qui mène une vie assez stressante puisqu'elle *"passe deux fois plus de temps dans sa cuisine qu'un homme"*, *"gagne 27 % de moins pour le même poste"* et a *"cinq fois moins de chance d'arriver à la tête de son entreprise"*. Mais dans la maladie, il y a parité puisque les femmes sont autant sujettes à risque que les hommes... La Fondation a donc fait d'une pierre deux coups avec ce spot qui a le mérite de marquer les esprits, sans trop en montrer. La conclusion est qu'il faut impérativement consulter un cardiologue à partir de 40 ans.

Les Femmes Passent Plus De Temps Dans La Cuisine



Laisse moi te dire:

Site le 27/04/13

Quand la parité hommes-femmes n'est pas toujours souhaitable...

Les maladies cardio-vasculaires sont la première cause de mortalité chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés. Pourtant celles-ci l'ignorent. Dans le monde, plus de 8 millions de femmes par an décèdent des suites de ces maladies. Ce chiffre ne cesse d'augmenter depuis ces dix dernières années.

Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Une parité dont elles se passeraient bien volontier.

Face à cette situation, l'agence Publicis Conseil imagine un film poignant qui fait réagir, avec la participation exceptionnelle de Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Julie Depardieu incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial....



PUBLICIS CONSEIL

NewsLetters



29.04.13

Le cœur des femmes sous surveillance



... À
Les

Il existe une nouvelle parité entre hommes et femmes dont ces dernières se passeraient bien : celles des maladies cardio-vasculaires longtemps « apanage » de la gent masculine. Elles sont désormais la première cause de mortalité chez les femmes en France et dans la plupart des pays industrialisés (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire) et pourtant celles-ci l'ignorent. Face à cette situation, Publicis Conseil prend son bâton de pèlerin pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire – Institut de France. L'agence imagine un film mettant en scène Julie Depardieu, une des ambassadrices de la Fondation. Elle incarne une mère de famille dans sa vie quotidienne, mettant sans le savoir son cœur à rude épreuve : vie active, tabac, stress professionnel & familial.... Et qui s'écroule, définitivement, à la fin du spot de 60 et 30 sec diffusé dès aujourd'hui en télévision et sur le web. Hervé Plumet, réalisateur chez Partizan, a su mettre en scène cette histoire quotidienne qui permettra à de nombreuses femmes de se reconnaître. Une chute violente clôt le message, destinée à déclencher une prise de conscience face à la méconnaissance voire à l'ignorance des femmes sur le risque cardio-vasculaire et à combattre les idées reçues. Les femmes sont de plus en plus touchées car elles ont progressivement adopté les mêmes modes de vie et comportements à risques que les hommes. Les chiffres sont sans appel : Une femme sur trois meurt de maladie cardio-vasculaire et de plus en plus jeune avec 10% de taux de mortalité chez les 25/44 ans (source : Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire). Ces maladies sont 7 fois plus meurtrières chez les femmes que le cancer du sein et 55% des accidents cardiaques sont fatals chez les femmes contre 43% chez les hommes car le diagnostic de la prise en charge est plus tardif et la prévention infiniment moins développée que chez les hommes.



Création du 29 avril 2013 – Publicis Conseil pour Institut de France, Fondation Recherche Cardio-Vasculaire

Stratégies.fr



Vidéo Stratégies



RESEAUX SOCIAUX



PUBLICIS CONSEIL

Twitter



gregory pouy @gregfromparis

26 Avr

Les femmes et les hommes ont enfin 1 point d'égalité:
youtube.com/watch?v=VAQQHV...

📺 Voir la vidéo



Cloud Actualité 24/7 @ActusCloud

15 h

Julie Depardieu défend la cause des femmes bit.ly/17Ubwhu

📺 Afficher le média



La Pubothèque @ValentinHochet

26 Avr

Nouveau spot pour la **Fondation Recherche Cardio-Vasculaire**
avec **Julie Depardieu** : by @PublicisConseil #pub
youtube.com/watch?v=VAQQHV...

Suivi par Wepulp et 3 autres

📺 Voir la vidéo



pvigneul™ @pvigneul

4 h

Regarde: **Julie Depardieu** défend la cause des femmes #wattv
#Iciwat wat.tv/p/68sab via @wat_tv cc @FournetAurelie

Ouvrir



Golem13 @Golem_13

26 Avr

Julie Depardieu dans un spot choc sur les maladies **cardio-vasculaires** bit.ly/15VsYpi @PublicisConseil

Ouvrir



buzzy blog @buzzy_blog

2 h

La **Fondation Recherche Cardio Vasculaire**, **Julie Depardieu** et
Publicis Conseil nous offrent un spot plutôt impactant !
fb.me/1WEtblaNm

📺 Voir la vidéo



Le Planneur @LePlanneur

28 min

Tous égaux devant la maladie, tous égaux devant la mort.

@PublicisConseil pour l'Institut de France : "Nathalie" youtu.be/VAQQHVSko

Détails



1 Jour 1 Pub @1jour1pub

3 h

Fondation Recherche Cardio Vasculaire : **Julie Depardieu** -
taleout.me/11R2XCd

Ouvrir



Dans Ta Pub @DansTaPub

27 Avr

Une #publicité choc pour la recherche cardio-vasculaire. À regarder
d'urgence ! danstapub.com/une-publicite-... par @PublicisConseil

Ouvrir



Dans Ta Pub @DansTaPub

18 h

Une nouvelle campagne choc pour les crises cardiaques.
danstapub.com/une-publicite-... par @PublicisConseil #publicité
#sensibilisation



Little Black Book @LBBOnline

19 min

.@Julie_Depardieu supports cause of women facing cardiovascular
diseases in powerful @PublicisConseil spot. bit.ly/11Qr85c

Retweeté par Publicis Conseil

Ouvrir



coupsdepub

@coupsdepub

🐦 Suivre

Julie Depardieu dans le nouveau spot de la
Fondation Recherche Cardio Vasculaire
youtu.be/VAQQHVSko v/
@PublicisConseil

← Répondre ↺ Retweeter ★ Favori ... Plus



PUBLICIS CONSEIL

Twitter



MusiqueDePub.TV

@musiquedepub_tv



Suivre

Nouvelle pub : Fondation Recherche Cardio-
Vasculaire / Institut de France par Publicis
Conseil cc [@julie_depardieu](#) [fb.me](#)
[/2KrfL3blM](#)

Le Planneur

@LePlanneur

Tous égaux devant la maladie, tous égaux devant
la mort. [@PublicisConseil](#) pour l'Institut de
France : "Nathalie" [youtu.be/VAQQHVSko](#)



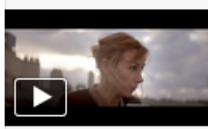
PUBLICIS CONSEIL

Facebook



Il Etait Une Pub

Nouvelle campagne choc de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France mettant en scène Julie Depardieu, imaginé par Publicis Conseil.



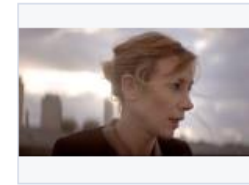
Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com

J'aime · Commenter · Partager · 3 · 1 · il y a 30 minutes ·



Golem13 a partagé un lien.
il y a environ une heure ·

LE COEUR DES FEMMES...



Julie Depardieu dans un spot choc sur les maladies cardio-vasculaires
golem13.fr

Nouveau film de la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire - Institut de France mettant en scène Julie Depardieu,

J'aime · Commenter · Partager

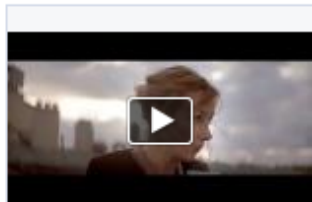
2

20 personnes aiment ça.



Ta Mère La Pub a partagé un lien.
vendredi ·

Il est tout frais et il est très bon ce spot pour la Fondation Recherche Cardio Vasculaire, voici "Nathalie" :



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"

J'aime · Commenter · Partager

1

8 personnes aiment ça.



Ta Mère La Pub Signé Publicis Conseil

J'aime · Répondre · 3 · vendredi, à 16:37



Imagine a partagé un lien.
vendredi ·

Publicis Conseil signe la dernière campagne de la Fondation Recherche Cardio Vasculaire :



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"

J'aime · Commenter · Partager



LA PUBOTHÈQUE - La pub nous inspire. · 17 170 personnes aiment
vendredi, à 09:21 ·

J'aime

Tous égaux face à la crise cardiaque ! Nouveau spot pour la Fondation Recherche Cardio-Vasculaire, avec Julie Depardieu (by Publicis Conseil)



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com

J'aime · Commenter

1

Emilie Seid aime ça.



PUBLICIS CONSEIL

Facebook



Influencia a partagé un lien.
il y a 19 heures

La Fondation pour la Recherche Cardio-Vasculaire surfe sur le débat de l'égalité hommes / femmes et montre que, face à la mort, il n'y a aucune distinction de genre...

Agence : Publicis Conseil Paris
Actrice : Julie Depardieu

<http://ick.li/GoScQV>



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
ick.li



La Nuit des Publivores Officiel fr a partagé un lien.
hier

Le sujet n'est pas très fun, mais ce spot imaginé par Publicis Conseil, avec Julie Depardieu, mérite d'être vu :
<http://www.youtube.com/watch?v=VAQQHVSko>



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com

J'aime · Commenter · Partager



ACT Responsable a partagé un lien.
il y a 23 heures, à proximité de Paris

Publicis Conseil features Julie Depardieu for the "Foundation Recherche Cardio-Vasculaire"

Appealing spot raising awareness about cardiovascular diseases in women. Pretty catchy !

[Voir la traduction](#)



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com



Les Archivistes a partagé un lien.
hier, à proximité de Le Mirail, Midi-Pyrenees

Chez les Depardieu, on fait aussi des choses intelligentes, comme s'engager auprès de l'Institut de France. <http://www.youtube.com/watch?v=VAQQHVSko>



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com



PUBLICIS CONSEIL

Facebook



PIGE DE PUB a partagé un lien.
hier, à proximité de Abidjan

Lundi c'est pubs venues d'ailleurs, nous commençons par le spot réalisé par [Publicis Conseil](#) pour la fondation de recherche cardio-vasculaire-institut de France.

#kpakpatoya
#civpub

Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"

[youtu.be](#)



PIGE DE PUB A travers ce spot, [Publicis Conseil](#) et la Fondation Recherche Cardio Vasculaire espèrent déclencher une véritable prise de conscience face à la méconnaissance voire l'ignorance des femmes sur le risque cardio-vasculaire et combattre les idées reçues.



PUBLICIS CONSEIL

Facebook



Vivelpub - le blog de pub a partagé un lien.
hier

L'égalité Homme-Femme enfin respectée ? Excellente publicité. <http://youtu.be/VAQQHVSkobo>
Rappel : dossier sur les publicités qui déclenchent les féministes : <http://www.vivelpub.fr/quand-la-publicite-dechaine-les-feministes/>



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
youtu.be



40 centimes a partagé un lien.
dimanche

La stratégie de la fausse piste, avec Julie Depardieu par Publicis Conseil.
https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VAQQHVSkobo



Fondation Recherche Cardio Vasculaire - Institut de France "Nathalie"
www.youtube.com



PUBLICIS CONSEIL