



La Fondation Groupama avec dentsu France et Prisma Media créent une campagne sur-mesure contre les maladies rares

« Aujourd'hui encore seuls 5 % des personnes souffrant d'une maladie rare peuvent espérer guérir ! » déclare Sylvie Le Dilly, Présidente de la Fondation Groupama

Depuis plus de 25 ans, La Fondation Groupama lutte contre les maladies rares qui touchent 3 millions de personnes en France. Trop souvent méconnues, ces pathologies nécessitent une meilleure compréhension et un soutien financier constant. Pour corriger les idées reçues sur les maladies rares et mieux faire connaître le quotidien des malades et de leur famille, la Fondation a lancé, dès 2017, une grande étude en partenariat avec OpinionWay.

Afin de promouvoir les résultats de cette 6^{ème} vague et sensibiliser le public, une campagne de communication a été menée du 10 mai au 15 juin 2024. Conçue par la Fondation Groupama, le groupe dentsu France et les équipes créatives de Prisma Media Solutions, elle a inclus des publi-communiqués et des infographies dans les titres Femme Actuelle, Ça m'intéresse, Dr Good! et Prima.

En collaborant avec Prisma Media, la Fondation Groupama vise à maximiser son impact auprès du grand public et des pouvoirs publics. Le pouvoir de prescription de la presse allié à des contenus de qualité stratégiquement placés, a permis de dresser un état des lieux des maladies rares tout en valorisant les efforts de la Fondation pour soutenir la recherche et améliorer la vie des patients et de leurs familles.

« Nous avons choisi le groupe Prisma Media pour cette opération car nous souhaitons un partenaire qui partage notre engagement dans la lutte contre les maladies rares et nous aide à donner à ces dernières une plus grande visibilité ». Sophie Dancygier, Déléguée Générale de la Fondation Groupama

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à contacter [Alexandre Bougouin](#), Directeur Délégué PMS Creative.

À Propos de la Fondation Groupama

Créée en 2000, la Fondation Groupama est la première fondation d'entreprise entièrement dédiée à la lutte contre les maladies rares. Ces dernières touchent plus de 3 millions de personnes en France et représentent un enjeu majeur de santé publique et de société. La Fondation s'appuie sur deux axes stratégiques : faire avancer la recherche et améliorer le parcours de vie des patients et de leur famille. Elle soutient des équipes de recherche, des institutions et des associations de patients.

Illustration du modèle mutualiste de Groupama, la Fondation repose sur un réseau unique d'élus référents dans les territoires qui se mobilisent et collectent des fonds pour les associations à travers les balades et événements solidaires. Depuis sa création, la Fondation a reversé plus de 12 millions d'euros pour la lutte contre les maladies rares, soutenu 54 équipes de recherche et accompagné 340 associations.

A Propos d'iProspect

iProspect (groupe dentsu) est une agence média omnicanale internationale. Le rapprochement unique entre la stratégie média et le storytelling avec l'expertise digitale et la connaissance des audiences permet de définir un nouveau territoire de communication centrée sur le branding et la performance. En proposant des solutions basées sur l'humain, iProspect accélère la croissance des marques les plus emblématiques au monde telles que Sonos, Accor, LG, Shiseido, Salomon, Levi's, Budweiser, Microsoft et Cofidis. iProspect rassemble plus de 8 000 spécialistes des médias et de la performance répartis dans 93 pays. En France, l'agence est dirigée par Emilie Rouganne.

À propos de dentsu

INNOVATING TO IMPACT.

Dentsu est l'un des grands groupes de communication mondial, présent dans quatre régions (Japon, Amériques, EMEA, APAC), dirigé par Hiroshi Igarashi et qui compte 72 000 collaborateurs dans 143 pays. Membre de Dentsu Group Inc., son siège social se trouve à Tokyo, au Japon.

Dentsu est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication : conseil média et stratégies de communication intégrée, performance marketing, création de contenus, expérience consommateur, martech, data management et événementiel, dentsu revendique la collaboration radicale grâce à la diversité des talents et l'éventail des expertises.

En adoptant une approche de la transformation de l'entreprise centrée sur les individus, dentsu s'appuie sur des insights propres pour connecter la marque, le contenu, le commerce et l'expérience soutenus par une créativité moderne. Le savoir-être des collaborateurs s'allie à leur savoir-faire pour répondre aux besoins des consommateurs et de leurs marques à travers 3 engagements : responsabilité, simplicité et transparence.

En France, présidé par Pierre Calmard, dentsu est composé de 4 agences (Carat, dentsu X, iProspect et Dentsu Creative) et d'expertises transverses (dentsu insights, dentsu trading,...). Le groupe compte 900 collaborateurs à Paris et en régions (Nantes, Marseille, Lille, Lyon, Bordeaux et Toulouse).

Dentsu France a le statut de société à mission dont la raison d'être est de « choisir de concevoir la communication comme un vecteur d'harmonie sociale et environnementale ».

www.dentsu.com

Contact dentsu communication groupe : Gregory Guyot | DA Communication dentsu France | Gregory.guyot@dentsu.com | communication@dentsu.com



L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, accompagne ses clients à chaque étape de leur réflexion médias. Avec une audience mensuelle de 40 millions* de lecteurs et un portefeuille diversifié de 37 marques, couvrant à la fois le secteur du luxe (Harper's Bazaar, Milk, Côté Maison, The Good Life...) et des domaines plus grand public (Femme Actuelle, Capital, GEO, Voici, Télé-Loisirs...), Prisma Media est leader de la presse magazine et des médias en ligne. En cultivant des marques médias désirables et en favorisant l'innovation, Prisma Media Solutions s'affirme comme un partenaire stratégique pour la croissance et le rayonnement des marques.

Contact : Adeline Desdoit, Directrice Hub Communication PM, adesdoit@prismamedia.com

PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM

