

HEMISPHERE DROIT 



Paris, le 2 avril 2008

Communiqué de presse

La Ligue contre le cancer veut changer notre regard sur le cancer avec une nouvelle campagne signée Hemisphere droit.

Après avoir mené une compétition pour sa nouvelle campagne de communication 2008, la Ligue contre le cancer a confié celle-ci à Hemisphere droit. L'agence a proposé une campagne qui évite de tomber dans la dramatisation d'un sujet déjà douloureux pour des millions de personnes touchées de près ou de loin par une maladie qui, au delà d'un problème majeur de santé publique, est également une importante question de société. La Ligue revendique la nécessité d'une approche globale contre cette maladie.

Une approche globale pluri-medias et multi-formats

Surprendre, fédérer et sensibiliser tout en portant un autre regard sur le cancer, sont les maîtres mots de cette campagne, **diffusée à partir du 8 avril**, et qui a pour particularité de traiter un sujet profond et grave tout en restant positif et optimiste, à l'image de la Ligue. L'objectif est de s'adresser à la fois aux 730 000 adhérents, aux milliers de militants et au grand public directement concerné par la maladie ou pas, tout en sortant des codes de communication généralement utilisés.

Le concept créatif se traduit par un clip musical décliné sous différents formats (spots TV 20" et 30" et clip 2'30"), qui met en scène un personnage central et emblématique, **Lali**, incarnant à elle seule l'esprit de la campagne.

Lali est une petite fille (en illustration 3D) qui nous invite à la suivre dans un voyage imaginaire dans un monde parfait. Elle chante qu'elle vit "***dans un pays où il n'y a pas de cancer, pas de thérapie et encore moins de soucis, pas de tumeur, ce serait le bonheur, jamais de malades c'est la vraie rigolade.....***".

A la fin du clip, la chanson et la musique s'arrêtent, tous les personnages disparaissent sauf Lali qui reste seule sur le fond blanc de l'écran.

Une voix off intervient :

“En attendant un monde parfait, rendons le déjà meilleur. Tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait.”

Le logo de la Ligue apparaît renvoyant vers son nouveau site internet www.ligue-cancer.net

Lali s'adresse à nous avec un sourire d'encouragement :

« Contre le cancer, la Ligue ».

Voir le spot TV 30'' : http://www.hemisphere-droit.com/La_ligue_contre_le_cancer/Lali_30.zip

Voir le spot TV 20'' : http://www.hemisphere-droit.com/La_ligue_contre_le_cancer/Lali_20.zip

Voir le clip 2'30'' : http://www.hemisphere-droit.com/La_ligue_contre_le_cancer/Lali_Clip.zip

Cette chanson a l'ambition de devenir un hymne à la vie, optimiste, qui nous donne l'espoir de soigner toujours plus efficacement les personnes malades et de prévenir toujours mieux les cancers. Elle traduit la mission globale que la Ligue s'efforce de mener au quotidien dans sa lutte pour changer la vie des gens, et autant que faire se peut l'améliorer. Recherche, Aide aux malades et à leurs proches, Information, Prévention, Dépistage : la Ligue est le seul acteur de la lutte contre le cancer à être présent sur tous les fronts de la maladie pour une plus grande efficacité d'action , tout en étant le 1^{er} financeur non étatique de la recherche contre le cancer en France.

Hemisphere droit et Hemisphere digital ont conçu un module web qui sera **disponible dès le 8 avril 2008** : www.lepaysdelali.fr où les internautes pourront voir les clips de la campagne, connaître l'histoire de la naissance de Lali, son univers, les crayonnés de tous les personnages, ainsi que les paroles de la chanson. Chaque mot clé renverra sur le site de la Ligue et la page traitant précisément du sujet abordé. Ils pourront également télécharger les fonds d'écran, les avatars de Lali et ses amis, faire suivre le site à leurs amis pour qu'ils découvrent le monde de Lali. Ils pourront aider Lali pour que son monde existe grâce à un module de dons, et s'inscrire pour recevoir la Newsletter de la Ligue contre le cancer.

Un Fan Club leur sera proposé pour y adhérer et soutenir Lali dans son action.

Enfin, le profil de Lali sera disponible sur Dailymotion, Youtube, Facebook, et Myspace. Chacun pourra blogger les clips sur son propre site ou blog personnel.

Un plan media massif pour une grande cause

Un grand nombre de médias apportent leur contribution à cette campagne novatrice en offrant à la Ligue beaucoup d'espaces gracieux.

Le dispositif média se décline suivant 2 axes principaux : télévision et web.

En télévision, le spot publicitaire sera visible sur les chaînes hertzienne (TF1, France Télévision, Canal + et M6). Une trentaine de chaînes de la TNT, du câble et du satellite relaieront la campagne. Les Dom – Tom – Pom ne seront pas oubliés avec une large diffusion sur RFO.

Sur le web, des espaces aux couleurs de la nouvelle campagne seront particulièrement visibles sur les grands sites de partage de vidéo.

Qu'est-ce que la Ligue nationale contre le cancer ?

Créée en 1918, la Ligue nationale contre le cancer est une association loi 1901 à but non lucratif et reconnue d'utilité publique. Elle est une ONG indépendante reposant sur la générosité du public et sur l'engagement de ses bénévoles. Forte de plus de 727 000 adhérents, la Ligue est un mouvement populaire organisé en une fédération de 103 Comités départementaux qui, ensemble, luttent dans trois directions : la recherche médicale, l'information – la prévention – le dépistage et les actions pour les malades et leurs proches.

• LA RECHERCHE MÉDICALE

La Ligue est le premier financeur privé et indépendant de la recherche sur le cancer en France. Cette dernière s'organise autour de différents pôles : la recherche fondamentale, la recherche clinique (amélioration des traitements) et la recherche épidémiologique (étude des facteurs de risque pour l'amélioration des conditions de prévention et de dépistage). Elle est pilotée en toute indépendance et transparence par un conseil scientifique national et des conseils scientifiques régionaux et départementaux. En labellisant des équipes rigoureusement sélectionnées pour leur excellence par des commissions d'expertise, la Ligue assure le financement de programmes de recherche et suscite des avancées très importantes dans le traitement et la qualité de vie des malades.

• L'INFORMATION, LA PRÉVENTION ET LE DÉPISTAGE

L'objectif est triple. Sensibiliser chacun au danger de certaines pratiques (consommations de tabac et d'alcool, exposition prolongée au soleil, etc.), alerter sur les facteurs de risque, communiquer sur les avantages du dépistage précoce et informer sur l'identification de certains symptômes.

Pour répondre aux publics concernés, de nombreux moyens de communication adaptés sont régulièrement actualisés et disponibles au siège de la Ligue ou auprès des Comités départementaux.

• LES ACTIONS POUR LES PERSONNES MALADES ET LEURS PROCHES

Les Comités de la Ligue apportent leurs soutiens matériel et financier, moral et psychologique aux personnes malades, aux anciens malades et à leurs proches.

En organisant, en 1998, en 2000 et en 2004 en présence du président de la République, les Etats généraux des malades du cancer et de leurs proches, la Ligue a donné une très forte impulsion pour que les malades soient mieux pris en charge. En leur donnant la parole, la Ligue a mis en lumière, pris en compte et traduit en actes leurs attentes et leurs besoins pour l'amélioration de la qualité des soins et de la qualité de vie. Pour ce faire, des groupes de parole ont été institués afin de répondre à un besoin formulé par les personnes malades et leurs proches. Enfin, pour soutenir et rompre l'isolement de ces derniers, la Ligue leur dédie un espace d'expression et d'information avec le journal *"De proche en proches"*.

• L'INDEPENDANCE ET L'EXCELLENCE

La Ligue peut développer ses programmes d'excellence en toute indépendance grâce à la générosité du public. Faire un don à la Ligue c'est un faire un don efficace. Son utilisation est contrôlée par la Cour des Comptes qui a rendu un avis favorable en septembre 2007.

• AU CŒUR DE LA SOCIÉTÉ

Parce que le cancer est un problème de santé mais aussi une question de société, la Ligue intervient en communiquant activement sur la nécessité de modifier l'image sociale du cancer. Par le biais de son Ecole de formation, la Ligue facilite l'engagement militant en s'appuyant sur des connaissances validées.

• VIVRE

"Vivre", le magazine de la lutte contre le cancer pour découvrir toutes les actions de lutte de la Ligue. Chaque trimestre, *"Vivre"* donne la parole à une personnalité connue, pour ses engagements et consacre un long dossier à des questions de sociétés inédites. *"Vivre"* est disponible chez votre marchand de journaux ou bien sur abonnement auprès de votre Comité départemental.

A propos d'Hemisphere droit

Hemisphere droit est une entité **d'Hemisphere Group**, élu meilleur groupe indépendant 2007, et co-présidée par Frank Tapiro et Ary Ouaknine.

Hemisphere droit a été élue meilleure agence indépendante de l'année en 2004, 2005 et 2006.

Hemisphere droit gère des grandes marques internationales de grande consommation comme BIC (rasoirs et briquets), des grandes enseignes internationales et nationales comme entre autres, Virgin Mobile France, Virgin Radio et TV, Connexion, Cuisinella, l'Ademe, Poweo, et le groupe Partouche, et a accompagné le lancement en télévision du groupement Les Mousquetaires.

Fiche technique

Responsables annonceur : Christophe Leroux, Eric Delaunay

Responsables agence : Marianne Le Bihan, Laura Akal

Directeur de création : Frank Tapiro – Olivier Rabinel

Concepteurs Rédacteur : Bruno Japy, Olivier Rabinel

Production : Interactif Factory – Yannick Brunel - Gregory Cohen

Composition : Viking Studio – Frédéric & Eric Prados

Chanteur : Milan Prados

Web : Hemisphere Digital – Yann Dacquay – Geoffroy Machepy

Contact Ligue contre le cancer

Eric Delaunay, Responsable communication externe

01 53 55 24 29

delaunaye@ligue-cancer.net

Contact agence

Hemisphere Group / Sophie Lemoine

01 58 74 06 37

sophie.lemoine@hemisphere-group.com

Contacts presse

Idenium / Jennifer Giuli

01 56 21 19 95

jennifer@idenium.com