

# Communiqué de presse **DRAFTFCB**

## Contact presse :

Emilie Rohmer  
01 41 06 75 71 - [emilie.rohmer@draftfcb.com](mailto:emilie.rohmer@draftfcb.com)

### **Draftfcb, partenaire de Tribu Cancer, signe un premier film d'appel aux dons**



**Paris, le 17 octobre 2008** – Draftfcb signe le premier film de sensibilisation sur le cancer et d'appel aux dons de Tribu Cancer, association reconnue d'intérêt général d'aide et de soutien aux personnes malades et à leurs proches.

« Nous sommes très sensibles de constater que l'agence Draftfcb, qui est à l'initiative du projet, unisse des actions, des volontés et des moyens financiers pour contribuer à apaiser ce fléau qu'est le cancer », souligne Eric Fournier, Directeur de la communication de Tribu Cancer.

La création, forte et poignante, met en scène une femme qui avance face à la caméra, le regard déterminé. Puis elle s'arrête, passe sa main dans ses cheveux, et très délicatement, enlève sa perruque. Elle est chauve. Elle la tend devant elle, telle une casquette pour faire la quête. A l'image, apparaît l'accroche *Les malades du cancer ont besoin de vos dons*.

Julie Granier (Wanda), qui a réalisé ce spot, a su donner un ton juste, authentique et sincère en faisant tourner une jeune femme atteinte d'un cancer.

« Empruntant les codes de l'univers de la beauté et de la cosmétique, nous avons voulu traiter le sujet avec beaucoup de douceur, d'esthétisme et de légèreté. Le message apparaît ainsi beaucoup plus fort, mais ne choque pas », résume Benoît Héry, Président de l'agence.

A travers ce film produit gracieusement par Wanda Productions, l'agence prouve dans le cadre de son positionnement que Draftfcb est aussi acteur pédagogique et de solidarité. L'émotion qui ressort de ce film démontre par ailleurs que la publicité peut être un outil de responsabilisation sociale.

Le film sera diffusé en TV en version 30 secondes (TF1, France Télévisions, NT1, TMC) à partir du 20 octobre et sera relayé en version 45 secondes sur le site [www.tribucancer.org](http://www.tribucancer.org)

**Vous pouvez télécharger le film via le lien suivant :**

<http://www.beam.tv/beamreel/kkvtfztPTP/log/FsfTqCWqjv>

# Communiqué de presse

# DRAFTFCB

## Crédits

**Agence :** Draftfcb

**Directeur Artistique :** Sébastien Zanini

**Concepteur Rédacteur :** Pierre-Marie Faussurier

**TV Producer :** Suzanne Hormain

**Responsable du budget :** Ludovic Braco

**Société de Production :** Wanda

**Producteur exécutif :** Jean-Luc Bergeron

**Réalisatrice :** Julie Granier

**Comédienne :** Marina Pognon

**Annonceur : Tribu cancer :**

**Président :** Jean-Louis Laporte

**Directeur de la communication :** Eric Fournier

## **A propos de Tribu Cancer**

Association reconnue d'intérêt général d'aide et de soutien aux personnes touchées par le cancer, les malades et leurs proches.

Née en Août 2004, à l'initiative de Nathalie Laporte, elle-même atteinte d'un cancer, l'association s'est donnée pour mission d'améliorer la qualité de vie de personnes atteintes par le cancer et de leurs proches en rompant leur isolement grâce au soutien à distance et aussi en les aidant à réaliser des projets.

L'association Tribu Cancer a ouvert en 2007 le service, unique en France, de soutien psychologique « Mail de Nuit » pour rompre l'isolement des malades et de leurs proches la nuit : ce service fonctionne de 21 heures à minuit, toutes les nuits et a besoin de s'étendre de minuit à 9 heures du matin pour répondre à une demande grandissante. »

[www.tribucancer.org](http://www.tribucancer.org)

## **A propos de Draftfcb**

Le groupe Draftfcb est aujourd'hui un réseau de 159 agences avec plus de 9500 collaborateurs, implantées dans 98 pays.

Draftfcb worldwide est la première marque de communication globale et multi-spécialistes, à fonctionner avec un seul P&L, organisé autour du concept « Return on Ideas™ ».

Draftfcb Paris affirme sa singularité sur le marché français, en plaçant le consommateur au centre de ses préoccupations et en proposant à ses clients un modèle d'agence moderne, organisant ses ressources de façon transversale : Advertising, Direct, Interactive, Promotion, Trade & Shopper Marketing, Data.

Cette organisation différente répond aux mutations actuelles des métiers de la communication et de la publicité, et permet aujourd'hui à Draftfcb Paris d'asseoir sa nouvelle philosophie en préemptant le point de vue : « Sans point de vue, pas d'idée, Sans idée, pas de point de vue. »

L'agence cultive ainsi la valeur de l'idée dans tous les canaux où elle s'exprime et place le métier sous l'égide de la valeur ajoutée.

Pour plus d'informations : [www.draftfcb.fr](http://www.draftfcb.fr)