



Snapzheimer : La campagne éphémère de la Fondation Médéric Alzheimer

«Des souvenirs qui s'effacent en 10 secondes c'est drôle...
Sauf quand ça devient votre réalité ».

La campagne Snapzheimer a été conçue pour sensibiliser les jeunes à une maladie qui les concernera tôt ou tard, de près ou de loin.

Paris, le 17 avril 2014 – En s'appropriant Snapchat, l'outil de **partage éphémère de photos**, la campagne Snapzheimer imaginée par Proximity BBDO veut faire vivre symboliquement aux jeunes l'expérience de la maladie d'Alzheimer. Cette campagne est **une véritable innovation dans l'usage des réseaux sociaux mobiles car elle transforme l'usage de l'application en message. Grâce à l'application Snapchat, la campagne va s'inviter dans l'insouciance du quotidien des jeunes**, détourner l'expérience d'un de leur média préféré et les sensibiliser sur la réalité de la maladie d'Alzheimer, une seule fois et pas plus...

Sensibiliser la nouvelle génération à une « maladie de vieux » : Alzheimer

Le problème est de taille : **comment intéresser des jeunes hyper connectés** à la maladie de l'isolement, de la déconnexion ?

Proximity BBDO a décidé d'utiliser un outil de leur quotidien : Snapchat, pour en faire le média inattendu d'une campagne de sensibilisation. Prendre les jeunes au « piège » de leur usage de Snapchat. Les alerter et puis disparaître pour les avertir de l'urgence de cet enjeu de société.

Avec cette campagne, le média devient le message, l'incarnation virtuelle d'un mal dont souffrent aujourd'hui 850 000 Français.

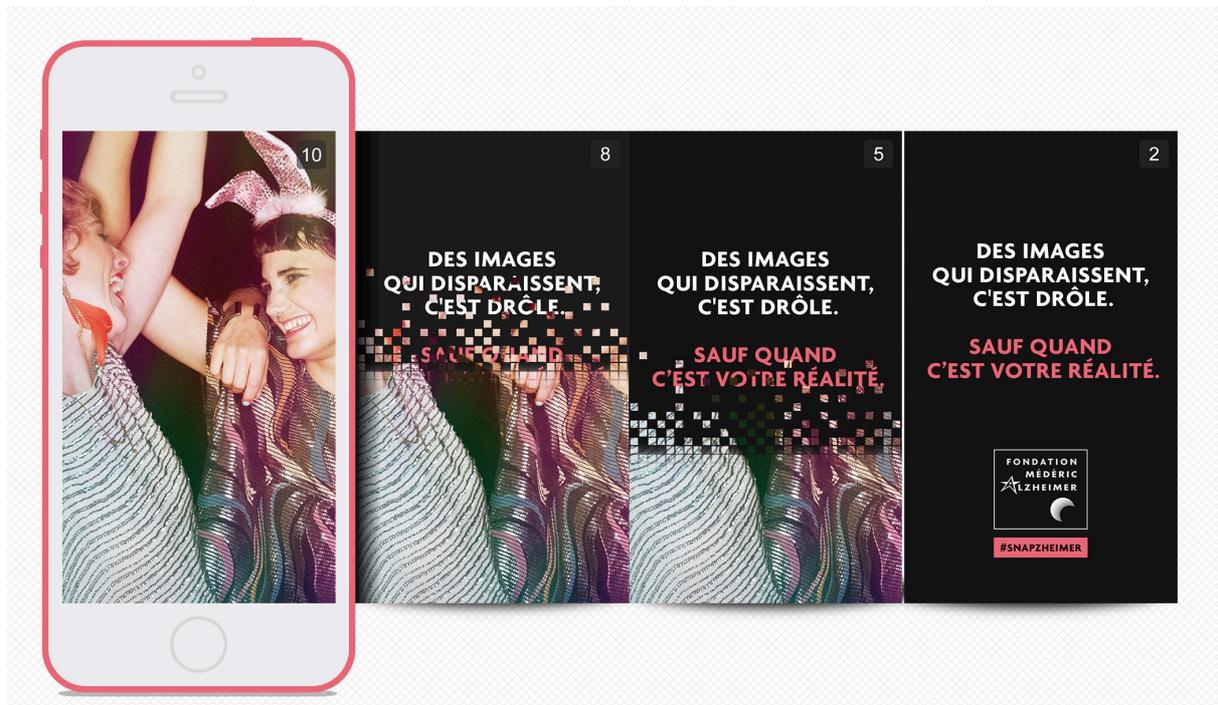
La campagne Snapzheimer innove, détourne pour sensibiliser

La Fondation Médéric Alzheimer lance sa campagne de sensibilisation Snapzheimer le jeudi 17 avril. Ce jour là, 900.000 utilisateurs de Snapchat, sélectionnés grâce à la base de données du groupe Beaumanoir (partenaire de l'opération), recevront un Snapchat d'un genre particulier... Des photos de la campagne s'afficheront puis s'effaceront au bout de 10 secondes pour laisser place à un message de sensibilisation. Un lien les redirigera vers le site snapzheimer.org où ils pourront découvrir une infographie animée, leur rappelant les chiffres sur la maladie, et les invitant à donner pour la recherche.

En détournant Snapchat, la campagne cherche à toucher les jeunes mais surtout à les rendre proactifs et les amener à montrer ces clichés à leur entourage.

L'opération se veut donc transgénérationnelle. Elle interpelle la jeunesse en utilisant ses outils, et intéresse les familles en intriguant par la technologie.

Proximity BBDO a réalisé cette campagne astucieuse pour montrer aux jeunes que leur média préféré peut être l'expression d'un mal dont leurs grands-parents peuvent souffrir.



Pour découvrir l'application en vidéo :

Car Alzheimer est aujourd'hui un enjeu de santé publique qui concerne toutes les générations : En 2020, 1 Français sur 4 de plus de 85 ans sera touché.

Parler de la maladie d'Alzheimer, y compris aux jeunes est devenu une priorité. Cette maladie touche un nombre considérable de Français ; on estime aujourd'hui entre **400.000 et 850.000** les personnes directement touchées. Mais au-delà des malades, c'est tout leur entourage qui est impliqué, et on estime à **3 millions le nombre de Français concernés indirectement par cette maladie.**

Alors qu'un malade sur deux ignore qu'il est atteint de la maladie d'Alzheimer, il est urgent aujourd'hui de remettre la recherche médicale et en sciences humaines, au cœur du débat public.

Depuis 15 ans, la Fondation Médéric Alzheimer se dédie à ce combat et récolte des financements pour la recherche en sciences humaines et en santé publique et agit pour améliorer l'accompagnement des personnes malades.

A PROPOS DE LA FONDATION MÉDÉRIC ALZHEIMER

Créée il y a 15 ans, la Fondation Médéric Alzheimer est la 1ère fondation reconnue d'utilité publique entièrement consacrée aux personnes atteintes de maladie d'Alzheimer. Elle aide les personnes malades et leurs proches à mieux vivre avec et malgré la maladie. Elle a trois principales missions :

- *faire progresser l'état des connaissances sur la maladie et ses conséquences, en développant la recherche en sciences humaines et sociales et contribuer à changer le regard de la société,*
- *aider à mieux vivre avec la maladie et retarder le plus possible la perte d'autonomie grâce à un meilleur accompagnement de la personne malade et de son entourage,*
- *soutenir les professionnels et les bénévoles pour améliorer leurs pratiques et les faire connaître.*

La Fondation développe une vision globale de la maladie d'Alzheimer et met en œuvre une approche pluridisciplinaire et décloisonnée des différents champs : biomédical, médico-social, juridique, économique...

permettant d'appréhender la maladie dans toutes ses composantes, en France et à l'international. Elle allie des expertises scientifiques à une capacité à soutenir ou conduire des expérimentations terrain innovantes qui génèrent un impact positif sur l'accompagnement des malades et de leur entourage.

La Fondation Médéric Alzheimer a soutenu plus de 400 projets d'initiatives locales et 120 projets de recherche, dont 36 bourses doctorales.

Pour obtenir plus d'information sur la Fondation Médéric Alzheimer : www.fondation-mederic-alzheimer.org

A PROPOS DU GROUPE BEAUMANOIR

Le Groupe Beaumanoir est un groupe rassemblant plus de 2 500 points de vente dans le monde, dont 1 401 magasins Cache Cache, 354 magasins Bréal, 332 magasins Bonobo, 163 boutiques Scottage et 328 points de vente Morgan. Le Groupe Beaumanoir réunit aujourd'hui plus de 13 600 collaborateurs dans le monde. Alors qu'en 2011 le Groupe a recruté près de 700 personnes, c'est plus de 1 000 nouveaux salariés qui ont été embauchés en 2012. En plus de son activité de distribution, le Groupe détient une filiale logistique, C-Log, et a développé une activité e-business avec Korben. Le centre principal d'expédition, géré par C-Log, est situé à Pleudihen-sur-Rance près du siège social de Saint-Malo. Fondé en 1985, le Groupe Beaumanoir s'est imposé comme un spécialiste de la distribution grâce à ses 2 533 points de vente et à des marques telles que Cache Cache, Morgan ou La City. Vingt-sept ans après sa création, le Groupe Beaumanoir, qui connaît un développement soutenu (232 magasins seront ouverts durant l'exercice en cours dont 182 à l'international) souhaite supporter la croissance de ses 800 magasins Cache Cache en Chine grâce à l'optimisation de leur gestion logistique.

Contact Presse - Agence L'Aventure Corporate

Malika Labou 07 88 04 48 10 – malika@aventurecorporate.com

Karin Roubaudi – 06 80 37 93 36 – karin@aventurecorporate.com