

Communiqué de presse

Lundi 9 Avril 2018

Mercredi 11 avril : Journée mondiale de la Maladie de Parkinson

Aujourd'hui, la maladie de Parkinson touche 166 000 personnes en France.

Près de 10 000 nouveaux cas sont déclarés chaque année, dont 50% ont moins de 58 ans. A l'occasion de la journée mondiale de la maladie de Parkinson, le 11 avril, l'ICM a décidé de mettre en lumière les dernières avancées de l'Institut, les traitements et les thérapeutiques de demain permis par les progrès de la neuro-imagerie et l'utilisation des Big Data.

OBJECTIF 2018 : Anticiper pour mieux soigner

En 2018, l'un des enjeux majeurs des maladies neurodégénératives reste de mieux détecter l'apparition des symptômes.

Grâce à son écosystème privilégié et ses multiples facettes l'ICM est un acteur-clé de la recherche sur l'ensemble des maladies neurologiques.

Sur les 28 équipes de recherche de l'Institut, certaines évoluent plus spécifiquement sur les pathologies du mouvement, comme le Pr Marie Vidailhet, neurologue spécialiste de la maladie de Parkinson à la Pitié-Salpêtrière et chef d'équipe à l'ICM.

Elle consacre une partie de ses recherches aux réseaux neuronaux impliqués dans le tremblement des patients parkinsoniens et s'attache en particulier à comprendre l'interaction entre les différentes aires cérébrales afin d'établir la carte des anomalies de communication entre les neurones spécifiques au symptôme du tremblement de la Maladie de Parkinson.

Son objectif est d'identifier des sous-groupes parmi les patients frappés d'un pronostic d'évolution sévère en utilisant des marqueurs d'imagerie médicale (IRM) afin de caractériser au plus tôt ces marqueurs cérébraux.

Ces recherches combinées à l'approche de la neuro-informatique et à la Big Data permettraient à terme de détecter les pré-symptômes de la maladie et de proposer aux patients des traitements personnalisés toujours plus efficaces.

Une campagne publicitaire émotionnelle en immersion totale

« Seules nos émotions devraient nous faire trembler »

A l'occasion de la Journée Mondiale de la Maladie de Parkinson, l'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière lance un nouveau film publicitaire pour sensibiliser le public et faire un appel aux dons.

Tout en s'articulant autour d'un film publicitaire diffusé à la télévision et sur les réseaux sociaux, la campagne intègre une version mobile du film utilisant une technologie inédite 100% mobile : la technologie haptique.

Elle permet le déclenchement du vibreur des Smartphones afin de recréer les tremblements de la maladie de Parkinson lors du visionnage du film.

L'utilisation du mobile permet d'interpeller le plus grand nombre et de faire vivre une nouvelle expérience, immersive et émotionnellement puissante grâce à cette technologie.

Le film nous fait traverser la vie de Tom, de son enfance à sa vieillesse.

Aux moments les plus forts de sa vie, les décharges d'émotions qu'il vit le font trembler. Lorsqu'il est plus âgé et que les symptômes de la maladie apparaissent, son tremblement, n'est cette fois plus dû aux émotions mais à la Maladie de Parkinson elle-même et ne s'arrête plus.

La force du film est de créer une réelle « secousse » chez le spectateur en associant les tremblements de Tom aux tremblements du vibreur de son Smartphone.

Le double objectif de cette nouvelle campagne est de communiquer auprès de toutes les générations, et de pouvoir mobiliser un public plus jeune en viralisant la campagne grâce à cette technologie mobile.

Et parce que seules nos émotions devraient nous faire trembler, chacun aura le choix de faire stopper les tremblements en faisant un don à l'ICM pour soutenir la recherche et de donner les moyens à l'institut de vaincre la Maladie de Parkinson.

Faites un don sur don.icm-institute.org

Découvrez la campagne ici :

<https://shakeparkinsonsoff.icm-institute.org/>

Pour profiter pleinement de l'expérience avec la technologie haptique : Utilisez un smartphone **Android** avec le navigateur **Chrome** et désactivez le **mode silencieux**.

Vos tweets/posts :

#ShakeParkinsonsOff L'ICM lance une campagne publicitaire émouvante pour lutter contre la maladie de Parkinson. Parce que seules nos émotions devraient nous faire trembler, vivez une expérience unique sur votre Mobile sur <https://shakeparkinsonsoff.icm-institute.org/>

Combien de fois avez-vous vraiment tremblé dans votre vie ? Découvrez-le avec la nouvelle campagne de l'ICM à l'occasion de la journée mondiale de la maladie de Parkinson. #ShakeParkinsonsOff Vivez l'expérience <https://shakeparkinsonsoff.icm-institute.org/>

A propos de l'ICM :

L'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière est la concrétisation d'un nouveau modèle en matière de recherche en neurosciences. Installé à l'hôpital Pitié-Salpêtrière à Paris, cet Institut international de recherche de 22 000 m², unique en son genre est au cœur de la démarche de soins. Pouvoirs publics, entreprises et donateurs se donnent la main pour permettre de réunir les malades, les médecins et les chercheurs parmi les plus éminents, venus du monde entier pour travailler ensemble et trouver de nouveaux traitements pour les maladies du système nerveux.

A propos de Publicis Conseil :

L'agence de la Full Brand Experience, appartient au réseau Publicis Worldwide, présent sur tous les continents dans 110 pays. Sa philosophie, « Lead the Change », consiste à identifier et analyser les changements afin de donner un temps d'avance aux marques qu'elle accompagne à travers le monde. C'est une nouvelle fois le cas avec l'ICM. Publicis Conseil est fier d'accompagner l'Institut du Cerveau et de la Moelle Epinière depuis son inauguration, il y a 10 ans, et toutes ses prises de paroles ayant pour but de sensibiliser le plus grand nombre aux maladies neurologiques, psychiatriques et de la moelle épinière.

Aider la recherche aujourd'hui, c'est nous guérir demain.

**Pour toute demande d'informations complémentaire
Ou de demande d'interview, veuillez contacter:**

Axelle de Chaillé

axelle.dechaille@icm-institute.org / 01.57.27.47.02 / 07.63.31.55.96

Ou

Maÿlis Gilliot

maylis.gilliot@icm-institute.org / 01.57.27.40.22

Fiche Technique

Responsables Annonceur

Directeur de la Communication et du Développement : Jean-Louis Da Costa

Directrice adjointe de la Communication : Axelle de Chaillé

Responsable web : Antoine Bonvoisin

Publicis Conseil

Global chief creative officer : Bruno Bertelli

Executive Creative Director : Elie Trotignon

Directeur de Création digitale : Pierre Coulier

Directeur Artistique : Delphine Bojago, Olivier Gamblin

Conception-Rédaction : Delphine Bojago, Olivier Gamblin

Responsables Agence : Gaëlle Morvan / Laurent Enet

Creative Technologist : Julien Mahé, Kirgan Somville

Planning Strat : Etienne Averseng

Process Manager : Patricia Denis-Du-Péage

Production Film

TV Production : Florent Villiers

Réalisateur : James Lees

DOP : Jackson Hunt

Maison de Production : LA PAC

Producteur : Jérôme Denis

Dir. Prod : Eric Lipchitz

Dir Post Prod : Betty Bertrand

Editing : Benjamin Buel

Resp Post-Production (Prodigious) : Xavier Guennan, Karine Friang

Post-Production : Régis Oyer, Sylysak Taidonekhong, Julien Laudicina, Guillaume Schmitt, Mika Arslanyan,

Producteurs Son (Prodigious) : Boris Nicou, Olivier Guillou

Mixeurs : Florentin Foucault, David Cailleaux

Et avec la collaboration de : Studio Éclair, Pathé-Gaumont, OBahamas

1ère date antenne : 11 Avril 2018

Contact Press

FRANCE

emilie.seid@conseil.publicis.fr | +33 1 44 43 70 21

heloise.mathon@publicis.fr | +33 01 44 43 70 51

INTERNATIONAL

julie.foulet@publicis.com | +44(0)7931866489

lizzie.dewhurst@publicis.com | +44(0)7931866489

