



Paris, le 5 décembre 2013
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

NE SERAIT-CE QU'UNE SECONDE

Livre d'art pour la Fondation Mimi

« Je crois que c'est l'insouciance qui me manque le plus. »

Voici la phrase qui est à l'origine du projet « Ne serait-ce qu'une seconde »

Le 17 juin 2013, à l'initiative de la Fondation Mimi et en collaboration avec l'agence Leo Burnett France, 20 personnes atteintes du cancer ont participé à une expérience de relooking inédite. Elles ont été invitées dans un studio où elles ont été coiffées et maquillées sans qu'elles ne puissent se voir.

Un cliché a immortalisé l'instant où elles ont ouvert les yeux.

Cette découverte leur a permis d'oublier la maladie, ne serait-ce qu'une seconde.

Ce projet s'est déroulé en deux étapes.

La première, en juin dernier à Bruxelles, La Fondation Mimi et l'agence Leo Burnett ont fait travailler conjointement le photographe Vincent Dixon et le réalisateur Coban Beutelstetter. L'un avait pour rôle d'immortaliser la seconde où ces personnes se sont redécouvertes. L'autre avait pour mission de filmer chaque instant de cette expérience.

La deuxième étape du projet consistait à organiser une expo photo le 7 novembre 2013 à destination des familles des patients. L'idée était de leur révéler au même moment les clichés réalisés par Vincent Dixon. En un instant les sourires se sont propagés.

A cette seconde précise, pour les familles aussi, le cancer n'existait plus.

De ce projet, il existe un spot de 3mn43s, lancé aujourd'hui

sur la chaîne Youtube: youtu.be/GFVMe8wOTx0

et sur le site: www.mimi-foundation.org

Ainsi qu'un livre de photos intitulé « Ne serait-ce qu'une seconde »

disponible sur commande seconde@mimi-foundation.org

Ce livre renferme les 20 clichés des participants du projet. Une légende accompagne chaque portrait : La date et l'heure à laquelle la photo a été prise.

Et surtout cette seconde précise durant laquelle chaque personne a oublié la maladie.

En parcourant ce livre, le lecteur se laisse emporter par les rires, les fous rires et les visages remplis d'insouciance. Il s'étonnera même de voir apparaître sur son propre visage... un sourire.

Et c'est bien cela, l'idée centrale du projet « Ne serait-ce qu'une seconde »
la propagation de sourires.



Quelques visuels du projet
«Ne serait-ce qu'une seconde»



FICHE TECHNIQUE

Annonceur : Mimi Fondation
Présidente et Fondatrice : Myriam Ullens de Schooten
Directrice Générale : Marianne Wagner

Agence : Leo Burnett France
Directeur de la Création : Xavier Beauregard
Président : Jean-Paul Brunier
Directrice Artistique : Stéphanie Thomasson
Concepteur Rédacteur : Stéphane Gaubert
Responsables commerciales : Elise Ziri Bret, Cécile Balut, Valerio Pasqualini

Achat d'art : Claire Sougy
Photographe : Vincent Dixon
Coiffeurs : Gregory Kaoua, Christophe Martinez
Maquilleurs : Philippe Meysmans, Laura Noben , Marie-Claire Vervaene
Styliste : Chantal Bourbigot
Retouches photos: Kilato

Production : Prodigious, Pierre Marcus
Réalisateur : Coban Beutelstetter
TV Producer : Elisabeth Boitte, Antoine Grujard
Post-producer : Franck-Hervé Marc, Antoine Daubert, Sophie Leger
Musique : Prodigious, Laurent Favard

CONTACTS

Contact Fondation Mimi
Marianne Wagner : seconde@mimi-foundation.org

Contacts Leo Burnett France
Cécile Le Pan de Ligny - Alexandre Debackere: presse@leoburnett.fr



A PROPOS DE LA FONDATION MIMI

Mot de la Présidente

« Apprendre que l'on est frappé par un cancer est terrifiant. Soudain, la vie bascule. Une opération est toujours délicate et pénible, les traitements souvent longs et lourds. L'impact de la maladie est différent pour chacun mais a toujours des conséquences considérables sur la vie du malade et celle de son entourage. J'ai vécu des moments difficiles. Mais j'ai eu la chance d'être merveilleusement entourée par tous ceux qui comptaient pour moi. Une jolie perruque et les soins d'une esthéticienne m'ont fait sentir que j'étais toujours une femme à part entière malgré le passage évident de la maladie. Le soutien d'une psychologue m'a aidé à rester forte tout au long de mon combat. L'attention des infirmières et des médecins, la décoration lumineuse du service d'oncologie ont rendu les séances de chimiothérapie moins éprouvantes. Les témoignages de personnes en rémission m'ont prouvé que je pouvais gagner et envisager l'avenir positivement. De cette expérience est née ma conviction qu'un cancer doit être attaqué sur tous les fronts, pas seulement sur le plan médical. Et la volonté d'offrir, à toutes les personnes qui doivent affronter cette maladie, la possibilité d'être soutenues, aidées, réconfortées. Pour que chacun puisse vivre 'mieux' le cancer, le défier avec plus de sérénité. »

Myriam Ullens de Schooten

Présidente et fondatrice de la Fondation Mimi

Découvrez les actions de la Fondation sur www.mimi-foundation.org

A PROPOS DE LEO BURNETT FRANCE

www.leoburnett.fr

Leo Burnett France appartient à l'un des plus grands réseaux d'agences du monde dont le propriétaire est Publicis Groupe, le 3ème groupe mondial de communication. Leo Burnett place les gens et leur comportement au cœur de sa réflexion stratégique et de ses idées créatives. C'est la philosophie HumanKind. Parce que les gens jugent les marques sur leurs actes, Leo Burnett suscite et promeut des actes qui transforment le projet d'une marque en une réalité palpable. Des actes qui permettent de vivre une expérience et qui transforment ainsi vraiment le comportement des gens.

Leo Burnett : *«la créativité a le pouvoir de changer le comportement humain»*

Depuis 2012, Mediagong a rejoint Leo Burnett pour renforcer ainsi le pôle digital de l'agence. Désormais 40 personnes conçoivent aussi bien des dispositifs digitaux que des campagnes interactives.

Ses principaux clients sont Kellogg's, Procter & Gamble, Prisma Media, Fiat, Charal, Costa Croisières, Jeep, Lindt, TF1, LCI, Le Gaulois, Le Trèfle, GoodYear, Iveco, Pfizer, CNP Assurances, MediaTransports, etc.



Ce projet a pu voir le jour grâce à la généreuse collaboration de nombreux partenaires:

Vincent Dixon (photographe) / Gregory Kaoua et Christophe Martinez (coiffeurs)

Coban Beutelstetter (réalisateur) / Nathalie Belun (régisseur)

Chantal Bourbigot (styliste) / Bénédicte Cazeau-Beyret (assistante coiffeur)

Florence Camprasse (agent photographe) / Laurent Havaux (décorateur)

Julien Hayard (assistant photo) / Ingrid Martraix (agent coiffeur)

Philippe Meysmans (maquilleur) / Hugo Michaux (assistant photo)

Laurence Morel (ingénieur du son) / Laura Noben (maquilleuse)

Emile Tonnelier (assistant plateau) / Philippe Vandendriessche (ingénieur du son)

Marie-Claire Vervaene (maquilleuse film) / Nicolas Vermout (responsable studio 202)

Jean-Jacques Cabuy, Sylvain Carellas

Daniel Hafid ceo and chairman, follea international (China - Germany - USA)

Marie-Charlotte pour m.t.l. perruque, paris.

Ask our agents / Back-up / Comme 1 concept / Giorgio Armani cosmetics

Hotel made in Louise / Jeep / Studio retouches kilato / Leo Burnett France

Mais où et donc production / Prodigious / Laurent Sequaris (Sequencis)

Studio 202 / Thalys/ Agence de hair and make up artist / Touch by dominique