



TROIS ANS DE PARTENARIAT ENTRE GO RED FOR WOMEN ET LE LADYCAT DE DONA BERTARELLI ASSURENT À LA CAMPAGNE UNE CROISSANCE DE 56 %

Genève, le 3 février 2010 -- Les trois ans de partenariat entre Dona Bertarelli, son catamaran Decision 35 Ladycat (SUI10) et Go Red for Women, la campagne internationale de la Fédération mondiale du cœur visant à sensibiliser le public aux maladies cardio-vasculaires chez la femme, se sont achevés avec succès en décembre 2009.

« Grâce au soutien de Dona Bertarelli, la campagne s'est étendue à 47 pays (le partenariat n'en couvrait que 30 à ses débuts), contribuant à sensibiliser les femmes à la nécessité de surveiller leur santé cardiaque et générant un véritable dynamisme. Des progrès significatifs ont été réalisés concernant la sensibilisation des décideurs à cette problématique », a déclaré Helen Alderson, CEO de la Fédération mondiale du cœur. « Forts de l'exemple donné par Dona Bertarelli et son équipage, les messages conseillant de ne pas fumer, de manger sainement et de faire régulièrement de l'exercice ont été véhiculés dans de nombreux pays, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. »

Le Ladycat a été lancé en 2007. Son équipage, entièrement féminin, a pris part au Julius Baer Challenge, l'une des régates multicoques monotypes en eaux fermées les plus compétitives au monde. En tant que partenaires de la campagne Go Red for Women, tous les membres de l'équipage ont milité en faveur d'un mode de vie plus sain pour les femmes.

Au début du partenariat, Go Red for Women a mené des enquêtes de référence en Australie, en Colombie, au Danemark, à Singapour et aux États-Unis afin d'identifier le niveau de connaissance des maladies cardio-vasculaires du public féminin, plus particulièrement sur le fait que ces maladies sont les principales causes de décès chez les femmes. Les enquêtes ont révélé que seulement 10 % des femmes en étaient conscientes. Des enquêtes de suivi menées depuis en Australie et aux États-Unis ont montré que les femmes connaissaient mieux le sujet, prouvant que Go Red for Women avait eu un impact positif sur leur sensibilisation aux maladies cardio-vasculaires.

« Je suis ravie que les 450.000 francs suisses que nous avons versés en faveur de la campagne aient eu un impact sur la vie de tant de femmes. Nous sommes privilégiés en Suisse car nous bénéficions d'un accès facile au système de santé, ce qui n'est pas le cas dans tous les pays du monde. La Fédération mondiale du cœur réalise un travail important susceptible d'améliorer la vie et la santé des femmes et nous avons été honorées de participer à ce travail », a commenté Dona Bertarelli.

L'objectif de la campagne Go Red for Women (<http://www.worldheart.org/what-we-do/go-red-for-women/>) est de donner aux femmes les moyens de prendre davantage soin de leur cœur, d'encourager les décideurs et les gouvernements à inscrire les maladies cardiovasculaires au nombre des priorités en matière de santé aussi bien au niveau mondial

que national, ainsi que de sensibiliser les professionnels de santé afin qu'ils portent davantage d'attention sur les maladies cardiovasculaires chez la femme.

- fin -

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

La Fédération mondiale du cœur
Charanjit Jagait
Tél. : +41 22 807 03 34
E-mail : charanjit.jagait@worldheart.org
<http://www.worldheart.org>

Ladycat
Danièle Castle
Tél. : +41 79 202 6667
E-mail : daniele.castle@genevensis.com
<http://www.ladycat.ch/site09/index.php>

À propos de la Fédération mondiale du cœur

La Fédération mondiale du cœur est une organisation non-gouvernementale qui unit ses membres et mène la lutte mondiale contre les maladies cardiaques et accidents vasculaires cérébraux, notamment dans les pays à revenus faibles et moyens. Elle regroupe 202 sociétés médicales et fondations du cœur opérant dans plus de 100 pays.

www.worldheart.org