

# Dossier de Presse



## Sommaire

- p. 2 Communiqué de presse
- p. 3, 4 La Croix-Rouge française donne ce que vous lui donnez...
- p. 5 Croix-Rouge française en chiffres, ● p. 6 à 12 Présentation de la Campagne 2006 : (Adriana Karembeu, Jean-Louis Annaloro, Fiche technique du film, Fiche technique de l'affiche.)
- p. 13 Remerciements,

### Contacts-Presses Croix-Rouge française :

Emmanuelle Soublin : 01 44 43 12 07 / 06 07 34 99 29

Marie-laure Lohou : 01 44 43 11 39



**CROIX-ROUGE FRANÇAISE**

[www.croix-rouge.fr](http://www.croix-rouge.fr)



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

www.croix-rouge.fr

Paris, Mai 2006

0 820 16 17 18 (0,12 €/min)

# JOURNÉES NATIONALES 2006

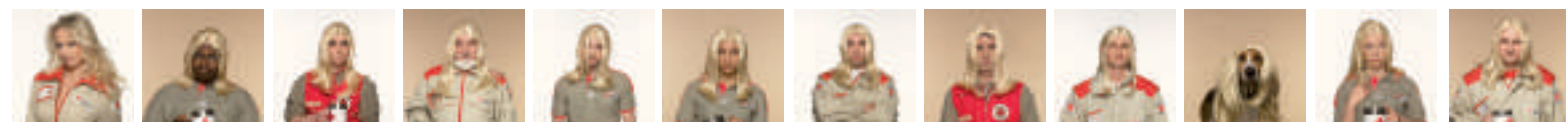
**Les 20 et 21 mai, la Croix-Rouge française a besoin de vous pour ses actions de proximité !**

- **A l'occasion de ses Journées Nationales**, les 20 et 21 mai prochain, quelque 20 000 bénévoles de la Croix-Rouge française descendront, comme chaque année à la même période, dans la rue pour la traditionnelle quête sur la voie publique.
- **La quête nationale est un moment essentiel pour la vie de l'association.** Chaque année, l'argent collecté lors de cet événement permet à plus de 1 000 délégations locales implantées sur l'ensemble du territoire de financer les actions de proximité en faveur des personnes les plus vulnérables.
- Ainsi près de 50 000 bénévoles de la Croix-Rouge française interviennent jour après jour, 7 jours sur 7, 24 heures/24, toute l'année, auprès des personnes les plus démunies dans les domaines de l'action sociale, l'urgence et le secourisme, la formation et la santé.  
Faire un geste lors de la quête nationale, c'est permettre aux bénévoles de la Croix-Rouge française de continuer à aider, soutenir et soulager tous ceux qui, à côté de chez nous, vivent dans la détresse.
- Plus que jamais, l'association a besoin du soutien de tous.
- Cette année encore, Adriana Karembeu partagera ces journées solidaires avec l'ensemble des bénévoles de la Croix-Rouge française. Après Cannes en 2003, Paris en 2004, Strasbourg en 2005, l'ambassadrice de l'Association, également bénévole, tendra la main dans les rues de Nice durant le week-end des 20 et 21 mai.

### **Contacts Presse Croix-Rouge Française :**

**Emmanuelle Soublin** : 01 44 43 12 07 / 06 07 34 99 29

**Marie-laure Lohou** : 01 44 43 11 39





## LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE DONNE CE QUE VOUS LUI DONNEZ...

### A quoi sert l'argent de la quête nationale ?

#### ● AUX ACTIONS SOCIALES

- ▶ **avec 3 €** : un kit hygiène (brosse à dents, dentifrice, peigne, rasoir, gel douche, savon) pour les personnes sans domicile fixe logées temporairement dans une structure d'hébergement d'urgence
- ▶ **avec 45 €** : le fonctionnement d'un véhicule de Samu social pendant une nuit (essence, boissons chaudes, vêtements chauds...).
- ▶ **avec 5 €** : de la lessive pour un mois pour permettre aux détenus sans ressources de maintenir une hygiène de base.
- ▶ **avec 30 €** : un kit complet d'enseignement du français à un adulte.

#### **ACTIONS :**

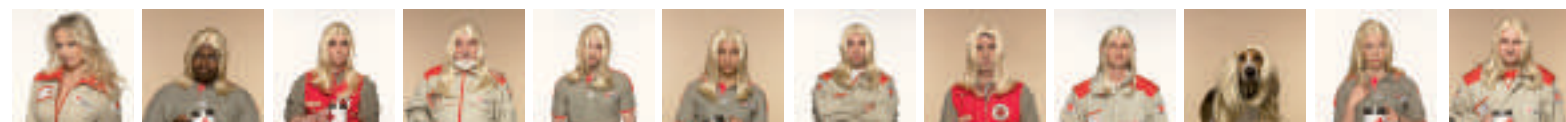
- 56 Samu sociaux (la Croix-Rouge française est le N° 1 de l'urgence sociale en France), antennes de distribution alimentaire et vestimentaire, lutte contre l'illettrisme (ateliers d'alphabétisation, cours de français « langue étrangère », accompagnements scolaires), présence dans les prisons et dans les quartiers difficiles, accueil et écoute des plus démunis.
- Une implantation de dispositifs d'aide et d'accompagnement dans plus de 1 000 unités réparties sur tout le territoire
- Une approche de l'action sociale qui privilégie la responsabilisation des personnes aidées afin de favoriser leur insertion sociale.

#### ● AUX ACTIONS D'URGENCE ET DE SECOURISME

- ▶ **avec 75 €** : une valise complète de premiers secours pour une équipe secouriste de votre département
- ▶ **avec 12 €** : Un kit complet d'un bénévole participant au nettoyage des habitations (une paire de gants, un balai de cantonnier, une raclette avec son manche, un seau, une serpillière, une éponge, du produit de nettoyage...).

#### **ACTIONS :**

- avec 15 000 secouristes bénévoles en France, la Croix-Rouge française est capable de se mobiliser à la moindre alerte auprès des victimes de catastrophes naturelles ou technologiques.
- 23 000 postes de secours qui permettent à la CRF d'assurer la couverture sanitaire de la plupart des événements culturels et sportifs se déroulant sur le territoire national.
- 542 antennes spécialisées mobiles.
- 200 000 personnes secourues en urgence chaque année.





## LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE DONNE CE QUE VOUS LUI DONNEZ...

### A quoi sert l'argent de la quête nationale ?

#### ● AUX ACTIONS SANTÉ

▶ **avec 30 €** : un kit bébé pour un enfant en bas âge (thermomètre électronique, shampoing, couches, biberon, tétines...).

##### **ACTIONS :**

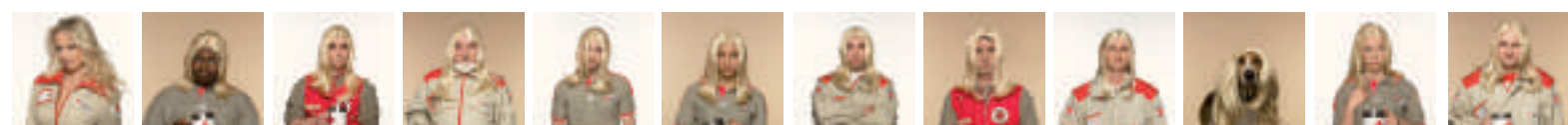
- ▶ une animation de 80 structures sanitaires et 349 structures sociales ou médico-sociales.
- Une priorité auprès des personnes handicapées et des personnes âgées, notamment celles atteintes de la maladie d'Alzheimer.

#### ● A LA FORMATION EN FRANCE

▶ **avec 10 €** : une initiation aux premiers secours

##### **ACTIONS :**

- La Croix-Rouge française a mis en place les initiations aux premiers secours, d'une durée d'une heure. Ces initiations sont notamment dispensées l'été sur les plages, lors de manifestations sportives et culturelles, dans les quartiers dits sensibles.
- 47 instituts de formation dont 35 écoles d'infirmiers intégrant ses valeurs humanistes à la croisée du médical et du social.





# LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE EN CHIFFRES...

## ● L'ASSOCIATION

- ▶ 50 000 bénévoles
- ▶ 18 000 salariés
- ▶ 22 délégations régionales
- ▶ 100 délégations départementales
- ▶ 1 075 délégations locales et territoriales.

## ● SECOURISME

- ▶ 15 000 secouristes bénévoles
- ▶ 542 véhicules spécialisés
- ▶ 23 000 postes de secours assurés par an
- ▶ 200 000 victimes secourues chaque année

## ● SOLIDARITÉ

- ▶ 35 000 bénévoles
- ▶ 680 dispositifs vestimentaires
- ▶ 235 dispositifs alimentaires
- ▶ 56 Samu sociaux
- ▶ 20 Antennes de premier accueil médicalisé (APASM)
- ▶ 151 délégations engagées dans la lutte contre l'illettrisme
- ▶ 1 400 places d'hébergement d'urgence
- ▶ environ 22 000 appels reçus par Croix-Rouge Écoute par an.

## ● SANTÉ

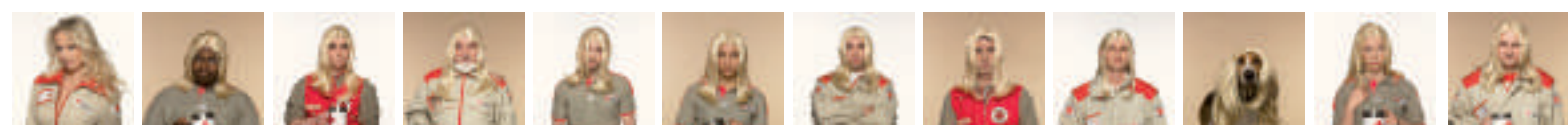
- ▶ 349 structures sanitaires et médico-sociales
- ▶ 80 établissements sanitaires

## ● FORMATION

- ▶ 47 Instituts de formation aux métiers de la santé
- ▶ 83 centres départementaux de formation professionnelle
- ▶ 14 000 élèves formés chaque année
- ▶ 3 100 formateurs
- ▶ 220 000 personnes initiées ou formées aux « gestes qui sauvent » par an

## ● INTERNATIONAL

- ▶ 25 pays d'intervention
- ▶ 82 volontaires en mission.





## CAMPAGNE NATIONALE 2006 sous la coupe d'Adriana

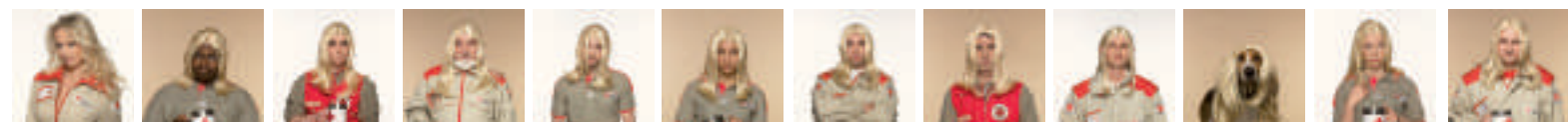
L'an dernier Adriana Karembeu s'était transformée dans le spot TV en coach des quêteurs, via une chorégraphie particulière à laquelle Robert était le premier à s'essayer... Cette année, le film est rediffusé mais l'affiche monte d'un cran dans l'idée de "promotion Adriana 2006". Nous retrouvons l'équipe de quêteurs posant dans une cour d'école, coiffés d'une lisse chevelure blonde.

*"En utilisant le mécanisme basé sur les correspondances entre illusion et réel, j'aime jouer sur une confrontation dans laquelle Adriana représente le rêve et Robert, entouré des quêteurs bénévoles, la réalité"* explique Thierry Aubert, concepteur du visuel.

*"J'ai eu une vraie envie de travailler pour ce projet, marqué par un ton humoristique sans pour autant céder à la facilité. Avec ce visuel, on s'inscrit dans la continuité des campagnes précédentes, tout en donnant une dimension nouvelle, témoigne Andy Glass, photographe de notoriété internationale. Autour d'Adriana, les bénévoles ont été extraordinaires. Je suis toujours émerveillé de constater la fraîcheur des gens à jouer un rôle alors que ce n'est pas leur métier..."*

Dans le détail, on notera que Robert manifeste un certain agacement à devenir ainsi la " chose " de son mentor... L'œil aiguisé reconnaîtra aussi un invité surprise (*non prévu dans la prise de vue !*). Une affiche sous forme de clin d'œil détonant pour symboliser le millésime 2006 des Journées nationales. Objectif : dépasser cette année encore la barre de 4 millions d'euros.

**La campagne 2006, avec un message qui rappelle que la solidarité ce n'est pas triste, et que l'esprit d'équipe constitue bien la clé de succès de tout engagement humanitaire, au quotidien, auprès des plus fragiles d'entre nous.**





## **Adriana KAREMBEU** fait « blondir » les quêteurs

**Adriana Karembeu** et la Croix-Rouge française ou le symbole d'un mariage réussi entre le milieu de la mode et celui de l'humanitaire...



- En 2000, le célèbre top-modèle a soutenu, nourri et promu une campagne de sensibilisation aux gestes qui sauvent. Au nom de l'Association, elle a rappelé que seulement 7 % des Français étaient formés aux premiers secours ; il suffirait d'élever ce pourcentage à 20 % pour sauver 10 000 vies supplémentaires chaque année.

- Adriana Karembeu ne s'est pas contentée d'apporter son soutien inconditionnel, désintéressé et très professionnel. Elle s'est investie de façon exemplaire, demandant à devenir elle-même formatrice, dynamisant les opérations de diffusion des premiers secours, relayant inlassablement nos messages d'intérêt général et assurant la promotion des différents produits de l'Association (*Guide du Sauveteur*, trousse de secours, DVD « Gestes qui Sauvent »).

- Ancienne étudiante en médecine, puis mannequin de renommée internationale, aujourd'hui comédienne, elle a toujours doublé son parcours professionnel d'une activité bénévole. Elle est habitée par la volonté de mettre sa jeunesse, sa grâce, son énergie au service des autres, et d'incarner ainsi un civisme en actes.

- Cette année encore, elle a accepté de revêtir la tenue du « quêteur Croix-Rouge » et de partager avec nous ces journées solidaires.

- Adriana Karembeu intervient au profit de la Croix-Rouge de façon **strictement bénévole**.





## **Jean-Louis ANNALORO, Robert l'alter ego blond d'Adriana**

### ● SON PARCOURS

A 46 ans, père de trois enfants et déjà grand-père de deux petits-enfants, amateur de kick boxing, Jean-Louis Annaloro est un artiste accompli. Tour à tour marionnettiste, clown, jongleur chanteur, acteur, il s'inscrit dans la tradition des saltimbanques talentueux, à la croisée du spectacle de cirque et du théâtre. Fort d'une formation théâtrale plus classique, il s'accomplit avec la même aisance devant une caméra, pour la télévision ou le cinéma (il a à son actif plusieurs dizaines de rôles dans des films, des clips ou des publicités).

*« Que je joue dans une grande salle parisienne ou dans une petite salle communale, dans un théâtre ou une école, mon moteur reste le même : c'est d'aller au devant des gens, adultes et enfants, pour leur donner un instant de plaisir et de bonheur. C'est le sens des autres qui me porte et me transporte ».*

Pas étonnant, avec un tel tempérament, qu'il se produise dans plus de 250 spectacles par an.

Pas surprenant non plus qu'il incarne, en tandem avec Adriana Karembeu, un quêteur Croix-Rouge plus vrai que nature. Il est d'ailleurs formé aux gestes de premiers secours et participe régulièrement à des actions de solidarité de la Croix-Rouge parisienne. Une manière de dire que son humanité ne se professe pas, elle s'incarne.



### ● SON ACTUALITÉ

Au-delà des projets divers qu'il poursuit dans le théâtre et le cinéma, Jean-Louis Annaloro s'illustre depuis septembre dans LA LEGENDE DES 1001 PLUMES, comédie clownesque et musicale pour tous publics.

Contact presse : Béatrice Ecosse - 01 47 91 38 29







## FICHE TECHNIQUE FILM

● **ANNONCEUR**

Croix-Rouge française  
Jean-François RIFFAUD (Directeur de la communication  
et du développement des ressources)  
Pierre KREMER (Délégué national à la communication)

● **DIRECTEUR ARTISTIQUE/CONCEPTEUR**

► Thierry AUBERT

● **RÉALISATRICE**

► Christelle d'AULNAT

● **CHEF OPÉRATEUR**

► David NIELSEN

● **PRODUCTION**

► BLUE MARLYN

● **PRODUCTEUR**

► Patrick ANDRÉ

● **DIRECTEURS DE PRODUCTION**

► Sylvain CARELLAS,  
► Jean-Pierre CRAPARD

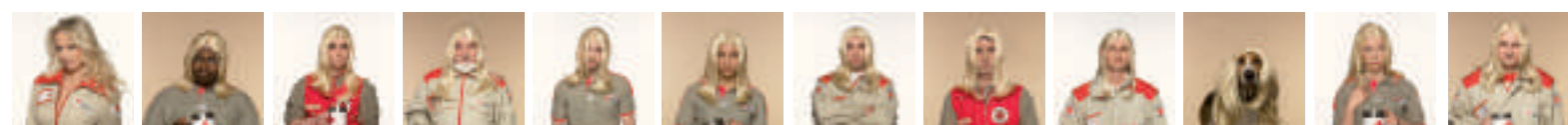
● **COMÉDIENS**

► Jean-Louis ANNALORO (Robert)

et Céline MAUGE, Michel LAROSSI, Tom RAYNAL,  
Jean-Benoît SOUIL, Gauthier DE LA TOUCHE,  
Patrick NOÉRIE (Voix off)

● **MUSIC BY PÉPÉ DELUXE**

(Sony Music)





## *Film télé : 30 secondes*



Début de la musique... Adriana s'approche façon défilé de mannequins, elle prend la pose pour faire la quête...



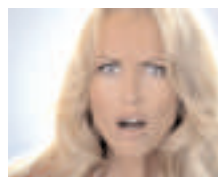
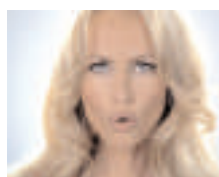
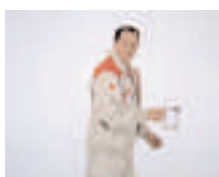
Elle se retourne, face à elle une rangée de secouristes **Adriana** : Bon, vous voyez, c'est tout simple... Alors, qui commence ?



**Off** : Samedi 20 et dimanche 21 Mai, c'est la quête nationale de la Croix-Rouge

mais si Adriana n'est pas là, c'est Robert qui s'en chargera...

## *Film télé : 15 secondes*





## FICHE TECHNIQUE **AFFICHE ET PRESSE**

● **ANNONCEUR**

Croix-Rouge française

Jean-François RIFFAUD (Directeur de la communication  
et du développement des ressources)

Pierre KREMER (Délégué national à la communication)

● **DIRECTEUR ARTISTIQUE/CONCEPTEUR**

Thierry AUBERT

● **PHOTOGRAPHE**

Andy GLASS

● **AGENT PHOTOGRAPHE**

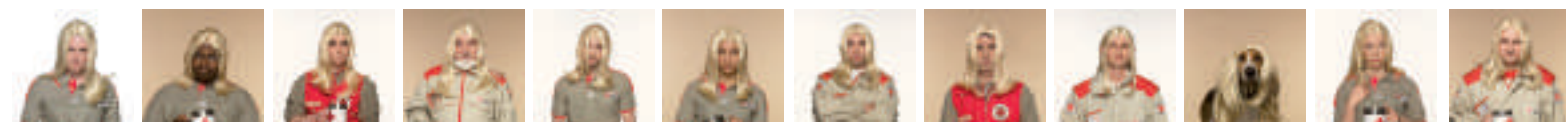
Allain François, Karine Palies

● **RETOUCHE**

DAHINDEN / cité de l'image

● **PHOTOGRAPHE PACK-SHOT**

Roger Turqueti



# PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE 2006

**Samedi 20 et dimanche 21 Mai**  
Journées nationales de la Croix-Rouge française  
**ÊTRE SOLIDAIRE C'EST UN DON**

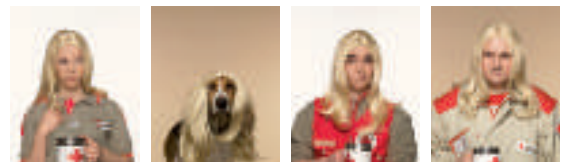
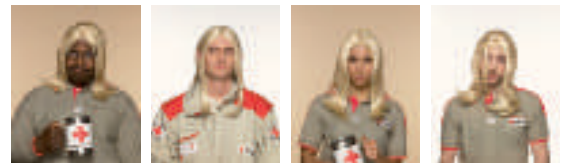
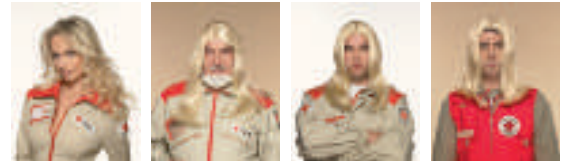


*Affiches : formats : 120x176 / 40x60 / 30x40 (L'école existe en format largeur)*



*Si Adriana n'est pas là, c'est Robert qui s'en chargera,  
ou Maxime, Colette, Leslie, Samir, Sandra...*

**Samedi 20 et dimanche 21 Mai**  
Journées nationales de la Croix-Rouge française - www.croix-rouge.fr  
**ÊTRE SOLIDAIRE C'EST UN DON**

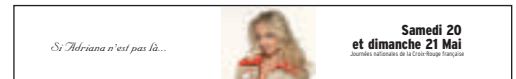


*Si Adriana n'est pas là, c'est Robert qui s'en chargera, ou Leslie, Samir, Sandra...*

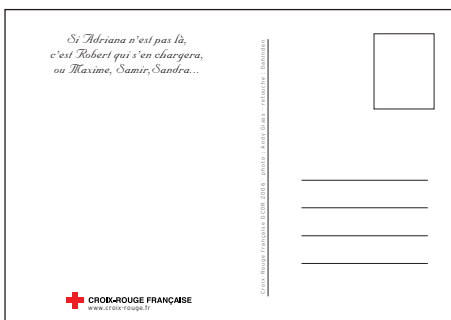
**Samedi 20 et dimanche 21 Mai**  
Journées nationales de la Croix-Rouge française - www.croix-rouge.fr  
**ÊTRE SOLIDAIRE C'EST UN DON**



*Annonces presses : demi page, quart de page, etc...*



*Bandeau internet*



*Carte postale :  
formats : 150x105*



**La Croix-Rouge française adresse ses remerciements à tous ceux qui ont apporté leur participation gracieuse à cette campagne...**

- ▶ Adriana KAREMBEU
- ▶ Pépé DELUXE (Sony Music) pour la musique du film
- ▶ Patrick Noerie ( voix off du film )
- ▶ Christine Lerche (styliste sur l’affiche )
- ▶ Dahinden/Cité de l’image ( retouches affiches )

## **LES « MODÈLES » CROIX-ROUGE qui ont posé bénévolement pour l’affiche et dans le film**

▶ Raphaël BASILY, Sophie BAUDIN, Jean-Claude BONIAKOWSKI, Jean-Samir CASSIS, Amélie DAVID, Marc DERIENNIC, Joël DERRIENNIC, Maxime GERBEAUX, Marc GUESDON, Gilles JOUBERT, Nicolas JULIEN, Christian KAREMBEU, Sandra-Laure MEFFRE, Saoud MESSAOUDI, Abdoulaye NIANG, Marie-Thérèse OWONA, Colette PEIGNOT, Julien PIQUET, Widdy PORINO, Dorothée RIBOT, Marion ROSENBERG, Simone ROULLAND, Leslie SAMOT, Marianne TEHRANI, Lieng VANN, Olivier ZOPPI, et RAOUL le chien.

- ▶ Air France, pour avoir accepté de passer le clip vidéo de la quête à bord de tous ses longs courriers
- ▶ Le groupe Accor, pour la mise à disposition, dans leurs hôtels, d’espaces pour nos quêteurs, et pour l’investissement personnel de ses salariés
- ▶ Espace Expansion, pour l’autorisation de quêter dans l’enceinte de leurs centres commerciaux et de disposer d’espaces pour nos affiches
- ▶ La Carac et ses bénévoles quêteurs
- ▶ FMA pour son action de mécénat
- ▶ les chaînes de télévision, généralistes et thématiques, qui lui ont accordé un tarif préférentiel ou une diffusion gracieuse pour le passage de son spot publicitaire,
- ▶ les radios nationales, locales et autoroutières,
- ▶ ainsi que la presse nationale et régionale ayant annoncé cette campagne,
- ▶ Mme Marie Ménager - Luna Presse (agent d’Adriana) et ses deux assistantes Olivia et Olga.

