

UN AVION ROSE CONTRE LE CANCER DU SEIN

DOSSIER
DE
PRESSE



Le mardi 8 mars 2011, à l'occasion de la journée internationale des femmes, un avion régional ATR 72 peint en rose sera livré à Toulouse à la compagnie aérienne brésilienne AZUL Linhas Aéreas.

Cet avion rose symbolise l'engagement du constructeur franco-italien ATR, aux côtés d'AZUL Linhas Aéreas, pour la lutte contre le cancer du sein.

An Alenia Aeronautica and EADS joint venture

ATR

PROPELLING TOMORROW'S WORLD

En organisant cet évènement, ATR souhaite :

- S'inscrire aux côtés d'AZUL Linhas Aéreas dans la lutte contre le cancer du sein ;
- Sensibiliser les femmes à un diagnostic précoce afin d'augmenter les chances de guérison de la maladie ;
- Etre un acteur responsable en mobilisant nos partenaires et fournisseurs en vue de récolter des fonds pour l'organisation d'une campagne de dépistage du cancer du sein à Toulouse, dans le cadre de l'opération internationale "Octobre Rose".
- Soutenir la ville de Toulouse dans la recherche contre le cancer.

M. Pierre Cohen, en sa qualité de Maire de la "Ville Rose" et de Président de l'Oncopôle, association regroupant l'ensemble des partenaires réunis au sein du nouveau Cancero-pôle de Toulouse, a tenu à manifester son engagement en participant activement à cet évènement. L'ensemble du personnel féminin d'ATR, ainsi que des représentantes des institutions locales et régionales telles que Mme Nicole Belloubet, vice-présidente du Conseil Régional, seront également présents lors de ce rendez-vous particulier et exceptionnel.

Le rose, couleur emblématique de la ville de Toulouse, à la fois berceau d'ATR et du pôle d'excellence en matière de recherche contre le cancer, a inspiré le nom de baptême de cet avion "La Ville Rose".

La livraison de cet avion rose, s'inscrit dans une **démarche durable** :

- D'une part, l'ATR 72 d'AZUL Linhas Aéreas arborera fièrement sa couleur rose à l'effigie de la lutte contre le cancer du sein pendant toute la durée de ses opérations sur le territoire brésilien. A ce titre, l'avion fera la promotion sur son fuselage de FEMAMA, une association brésilienne à but non lucratif engagée dans la lutte contre ce fléau. Parallèlement, tout au long d'une semaine nommée "la semaine Rose et Bleue" (Azul voulant dire bleu en portugais), la compagnie aérienne mettra en place des initiatives de sensibilisation au dépistage du cancer du sein et aux pratiques d'auto examen sur les aéroports où l'ATR rose se posera. Ces initiatives incluront des conférences réalisées par des volontaires de FEMAMA et la distribution de brochures informatives, qui seront également disponibles dans les dossiers des sièges de l'appareil.

- D'autre part, ATR et ses fournisseurs impliqués dans l'organisation de cet évènement verseront des fonds à l'association Oncopôle afin de financer une journée de dépistage du cancer du sein lors de la prochaine édition de la campagne "Octobre Rose" à Toulouse.

L'adhésion d'ATR et AZUL Linhas Aéreas à ce grand mouvement de sensibilisation de lutte contre le cancer du sein, contribuera certainement à faire évoluer le nombre de participantes aux campagnes de dépistage organisé.

En s'engageant auprès d'AZUL Linhas Aéreas et FEMAMA, ATR souhaite donner une envergure locale, nationale et internationale à cette action.

OCTOBRE ROSE

“Octobre rose” est le nom donné en France à la campagne internationale annuelle de sensibilisation au dépistage du cancer du sein. Tout au long de ce mois, associations caritatives, pouvoirs publics, entreprises et médias, se mobilisent pour promouvoir cette action de sensibilisation auprès des femmes, ainsi que pour recueillir des fonds pour la recherche sur ses causes, ses préventions et ses remèdes.

Aujourd’hui, le cancer du sein est l’une des principales causes de mortalité chez les femmes dans le monde : une femme sur huit est concernée au cours de son existence.

Né en 1985 aux Etats-Unis, ce “mois de la sensibilisation au cancer du sein” s’est rapidement étendu à travers le monde. Il arrive en France en octobre 1994 et se perpétue chaque année en un mois particulier d’information et de dialogue autour de ce fléau.

Entre autres opérations et animations de sensibilisation, des monuments mondialement célèbres sont éclairés en rose afin de renforcer l’ensemble des messages liés à la prévention, la détection, le traitement et le suivi en matière de cancer du sein.

En France, 52.000 nouveaux cas et 12.000 décès sont comptabilisés tous les ans à cause de cette maladie. Comme dans le reste du monde, le nombre d’acteurs participant à l’opération “Octobre rose” s’est diversifié au fil des années.

Le dépistage précoce permet d’atteindre de très forts taux de guérison tout en réduisant considérablement l’agressivité des traitements appliqués. Il est donc indispensable d’être informé pour mieux anticiper, aider, voire combattre ce fléau.

LE CANCÉROPÔLE ET L’ONCOPÔLE DE TOULOUSE

Toulouse, siège d’ATR, est également celui du Cancéropôle.

Son ambition : faire reculer la maladie en regroupant, sur un même site de près de 220 hectares et de plus d’un milliard d’euros d’investissement, les acteurs de la recherche publique et privée, les professionnels du soin, les malades, les entreprises de santé.

Les activités et les projets du campus de cancérologie se regroupent autour de cinq pôles : l’Institut universitaire du cancer (soin aux malades et recherche clinique), la recherche publique (CNRS, INSERME, Université), la recherche privée (Laboratoires Pierre Fabre, Laboratoire Sanofi Aventis), l’innovation et la valorisation de la recherche (Pôle de compétitivité Cancer Bio Santé, ITAV) ainsi que les sciences humaines et sociales (action coordonnée en santé publique et dans le dépistage).

Pour mettre en relation tous ces domaines et accélérer les processus de recherche, de découverte, et d’applications thérapeutiques personnalisées l’association Oncopôle de Toulouse a été créée. Elle fédère l’ensemble des partenaires et des acteurs dont l’activité participe à la mise en place de ce nouveau pôle d’excellence dédié à la lutte contre le cancer. Elle coordonne et structure la participation des partenaires et des acteurs en ce qui concerne la globalité du projet.

À PROPOS D'ATR

Le constructeur d'avions à hélices ATR, dont le siège est à Toulouse, est le leader mondial dans le segment de ces avions de 50 à 74 sièges. Ses deux modèles, l'ATR 42 et l'ATR 72 sont opérés par 165 compagnies dans 90 pays, et comptabilisent plus de 21 millions de vols depuis le début du programme, il y a tout juste 30 ans. ATR a vendu plus de 1000 appareils, réputés pour leur faible consommation en carburant et leurs faibles émissions de CO₂, (pouvant aller jusqu'à 50% de moins que celles des jets régionaux de même capacité). Les ATR sont également les avions régionaux présentant les coûts d'exploitation les plus bas. Les ATR de série "-600", derniers nés de la famille ATR, entreront en service courant 2011. ATR est un partenariat à parts égales entre le groupe aéronautique européen EADS et le groupe aéronautique italien Alenia Aeronautica (une société du groupe Finmeccanica).

À PROPOS DE FEMAMA

L'association FEMAMA est une organisation à but non lucratif qui fédère 46 institutions brésiliennes soutenant la lutte contre le cancer du sein. Fondée en 2006, elle est actuellement présente dans la plupart des États brésiliens par le biais de nombreux volontaires et organisations non gouvernementales (ONG). Elle travaille à la consolidation d'un programme national pour favoriser l'émergence de politiques publiques d'amélioration de la santé grâce au diagnostic précoce du cancer du sein et à la réduction de son taux de mortalité.

À PROPOS D'AZUL LINHAS AÉREAS

La compagnie aérienne AZUL Linhas Aéreas a démarré ses opérations en décembre 2008. Elle dessert aujourd'hui 28 villes et propose environ 200 vols par jour avec une flotte composée de 27 appareils Embraer et de 4 ATR. La compagnie complétera sa flotte lors des prochains mois avec la livraison de ses 20 nouveaux ATR 72-600 et de 59 Embraer supplémentaires. AZUL Linhas Aéreas combine des prix bas avec un niveau très élevé de qualité de service. Elle emploie plus de 3000 salariés, et génère des milliers d'emplois indirects au Brésil. Depuis sa création, elle a transporté plus de 7 millions de passagers. Elle a également reçu plusieurs prix, comme celui de "Meilleure compagnie du Brésil" du magazine Flight Revue, "Meilleure Performance de 2009", d'Aero Magazine, ou encore "Une des 30 meilleurs marques du monde", de l'agence newyorkaise Avdvertising Age.

Contact presse ATR :

David Vargas

Email : david.vargas@atr.fr

Tél. : 00.33.(0)5.62.21.66.14