

LE JOURNAL DES FEMMES

Henk van der Mark : "Il y a encore trop de peur par rapport au cancer du sein"

Interview publiée le 19/10/12 18:38

A l'occasion d'Octobre Rose, Henk van der Mark, président de l'association "Le Cancer du sein, Parlons-en!", dresse un bilan de la campagne de sensibilisation et revient sur le rôle d'Estée Lauder dans cette lutte contre la maladie.

Vous êtes président de l'association "Le Cancer du Sein, Parlons-en !", que représente cet engagement pour vous ?

Henk van der Mark : L'association a été créée il y a 18 ans par mon prédécesseur. Elle a deux objectifs : la mise en place d'une campagne de sensibilisation pour la [lutte contre le cancer du sein](#) et la récolte de dons, ce que nous faisons depuis 9 ans. A ce jour, nous avons récolté 1,3 million d'euros de dons grâce à nos partenaires et sponsors. C'est une association très engagée et très suivie.

PUBLICITÉ

[inRead invented by Teads](#)

20 ans après la création du Ruban Rose par Evelyn Lauder, quel bilan tirez-vous ?

H. van der M. : Au niveau mondial, cela a beaucoup évolué. Nous avons fait des campagnes de sensibilisation avec beaucoup de réussite. En France, nous avons fait pareil. Nous avons fait un très beau pas, mais nous n'avons pas encore atteint à un stade qui nous satisfait. La maladie existe toujours aujourd'hui !



"On est encore plus engagé que jamais dans la lutte contre le cancer du sein. c'est une mission de coeur", Henk van der Mark, président de l'association "Cancer du Sein, Parlons-en !" et d'Estée Lauder Companies France. © Estée Lauder

En quoi est-ce important pour un groupe de cosmétique de s'engager dans une telle action ?

H. van der M. : Estée Lauder est une société dans laquelle il y a beaucoup de femmes et qui crée des produits pour les femmes. Le lien est donc tout à fait légitime. Madame Lauder a eu cette idée brillante de commencer à reverser des dons pour la cause du Cancer du sein. La société l'a soutenue dans sa mission de sensibilisation, avec notamment la distribution gratuite de 122 millions de rubans roses dans le monde entier, dont 250 000 en France.

Très impliquée, Evelyn Lauder est décédée il y a un an. Quel hommage aimeriez-vous lui rendre ?

H. van der M. : J'ai deux casquettes. En tant que président de l'association, c'est une mission de cœur. On est encore plus engagé que jamais. Parce que la maladie est toujours là. Toute la société Estée Lauder se mobilise. Maintenant, c'est son fils, William, qui prend le relais. Il le fait très bien. Cela fait partie de l'ADN de la société. Le message qu'elle a passé est très fort. Nous souhaitons continuer à porter ce message dans les années à venir jusqu'à ce que la maladie disparaisse.

Le ruban rose comporte désormais un petit strass bleu. Quelle est la signification ?

H. van der M. : Notre but est aussi d'impliquer les hommes ! Une femme qui est malade, c'est forcément un homme qui va être concerné, que ce soit un mari, un père ou un enfant. Clairement, les hommes sont là et on leur demande leur soutien. Par ailleurs, il faut savoir qu'environ 1% des hommes est concerné dans leur corps par la maladie. Le cancer du sein des hommes existe. En France, Fernandel est par exemple mort du cancer du sein. Donc on parle aux hommes. C'est une maladie très compliquée pour eux car c'est une maladie de femme. C'est extrêmement complexe d'un point de vue psychologique et tabou.

Quel message souhaitez-vous transmettre ?

H. V. der M. : Espoir

En France, quelle est la perception des femmes par rapport au cancer du sein aujourd'hui ?

H. van der M. : Il y a encore beaucoup de peur par rapport à cette maladie. Or, la peur est un frein. Depuis 20 ans au niveau mondial et depuis 18 ans en France, nous essayons de faire comprendre aux femmes que la détection précoce du cancer du sein permet, en cas de cellules malignes, de sauver des vies, avec des cures qui sont beaucoup moins pénibles ! Mais il reste encore beaucoup de choses à faire. Nous avons la chance d'être dans un pays où les femmes de 50 à 74 ans bénéficient tous les deux ans d'une mammographie gratuite. Or, sur les 100% de femmes qui sont invitées, seules 54 % s'y rendent. Nous essayons de dire aux femmes et à leur entourage : "Arrêtez d'avoir peur, faites quelque chose !"

Depuis 2004, 1 275 000 euros ont été reversés par l'association "Le Cancer du Sein, Parlons-en !".

Concrètement, quels projets avez-vous soutenus ?

H. van der M. : Chaque année, nous reversons des sommes importantes pour la recherche scientifique. C'est vraiment notre rôle. Cette année, nous avons distribué des chèques pour un montant total de 150 000 euros. Cinq récompenses ont été remises : un prix de 50 000 euros pour la recherche médicale ; deux prix de 25 000 € chacun pour la qualité de vie, dont l'objectif est d'essayer d'améliorer les appareils pour les détections, la partie psychologique... ; et deux autres prix de 25 000 € chacun pour la catégorie avenir. Cette dernière catégorie permet de récompenser de jeunes scientifiques qui apportent des pistes nouvelles et complémentaires, très prometteuses.



Illumination de l'opéra Garnier en rose, le 10 octobre 2012, dans le cadre des 20 ans du Ruban Rose. © Estée Lauder

Le 10 octobre dernier, Estée Lauder Companies France a choisi d'illuminer en rose de l'Opéra national de Paris - Palais Garnier en rose. Pourquoi une telle opération ?

H. van der M. : Nous essayons chaque année de faire quelque chose d'extraordinaire. Le Palais Garnier est l'un des plus beaux monuments à Paris. Je suis très content d'avoir obtenu ce partenariat. C'est d'ailleurs Brigitte Lefebvre, directrice de la danse, qui a fait le décompte et appuyé sur le bouton pour illuminer l'opéra en rose. La Tour Montparnasse sera aussi illuminée jusqu'à la fin octobre. Dans les messages qui étaient très chers à Evelyn Lauder, il y avait cette notion de lumière, parce qu'elle voulait toujours être positive. Ces illuminations ont commencé en 2000. L'Empire State Building, la Muraille de Chine... Nous le faisons partout. Au total, 70 pays dans le monde sont impliqués. L'année dernière, nous avions même pour thème "World in pink"

Vous avez également lancé le concours photo "Pink Positive"...

H. van der M. : Oui, et ce plusieurs raisons. Madame Evelyn Lauder était une photographe passionnée. Nous célébrons cette année les 20 ans du ruban rose. C'est la première année après son décès. Il s'agit donc en quelque sorte d'un hommage. Mais il s'avère aussi que la photo parle à tout le monde. J'ai voulu faire passer un message positif au travers d'histoires de femmes qui ont vécu le cancer, qui l'ont combattu et qui en sont sorties plus fortes. C'est un partage humain de la maladie. Nous avons reçu une centaine de photos, dont une quarantaine ont été exposées. C'est très émouvant.



Henk van der Mark, en compagnie de Willam Lauder, directeur exécutif d'Estée Lauder Companies, et de Liz Hurley, ambassadrice de la Campagne de sensibilisation de la lutte contre le Cancer du sein. © Estée Lauder

Il semble régner un vrai esprit de famille et d'attachement aux fondateurs au sein du groupe. Comment parvenez-vous à maintenir cette philosophie ?

H. van der M. : C'est historique. Cela fait 15 ans que je suis dans le groupe et j'ai eu la chance de rencontrer la famille à de nombreuses reprises. Elle est très impliquée dans toutes les étapes de l'organisation. A commencer par Monsieur Lauder lui-même. Lorsqu'il visite les points de vente, il va à la rencontre des conseillères. Il considère qu'elles représentent sa mère et toutes les marques du groupe. Il est très "high-touch", très accessible. Une anecdote : il y a trois mois, lors d'une visite de magasin au Printemps, en discutant avec une conseillère, il a remarqué qu'elle ne portait pas de vernis à ongles. Il lui a demandé : "Quelle est la meilleure vente de vernis à ongles". Elle a répondu : "Le rose". Et de répondre : "Faites-moi plaisir, mettez-le !". Elle s'en est empressée ! Voilà, il est dans nos vies. Et je suis convaincu que cette conseillère n'oubliera jamais...

Enfin, qui est la femme Estée Lauder ?

H. van der M. : Madame Lauder disait : "Every woman can be beautiful" (Chaque femme peut être belle, ndlr). Mon rôle est de rendre chaque femme plus belle ". Cette phrase veut tout dire. Il n'y a pas une femme type. Estée Lauder est pour chaque femme, chaque type de peau, chaque milieu social...