

Depuis 2012, The Estée Lauder Companies France a lancé un concours photo qui vise à sensibiliser le grand public sur la question du cancer du sein. Un engagement qui remonte à 1994. Jean-Christophe Jourde, président du groupe en France et de l'association Le Cancer du Sein, Parlons-en!, nous donne quelques explications.

PROPOS RECUEILLIS PAR BENOÎT BAUME

Estée Lauder

Noir & Blanc & Rose

Quelles sont les origines de l'engagement du groupe Estée Lauder dans la lutte contre le cancer du sein ?

Jean-Christophe Jourde Tout est parti, comme souvent chez nous, d'une femme : Evelyne H., la belle-fille d'Estée Lauder. En 1992, elle s'est engagée dans cette cause, car elle fut elle-même atteinte d'un cancer du sein.

Elle s'est alors aperçue que les patientes avaient souvent honte d'en parler, et que mettre en lumière cette maladie permettait à plus de femmes d'être dépistées. Elle a créé le Ruban rose, qui est devenu le symbole mondial de la lutte contre le cancer du sein. En 1994, nous avons repris cette initiative en France en créant avec le groupe Marie Claire l'association Le Cancer du Sein, Parlons-en!, qui a deux grandes missions : la sensibilisation du grand public au dépistage, et la levée de fonds au bénéfice de la recherche. 74 millions de dollars ont été récoltés pour la recherche depuis vingt-huit ans à travers le monde. En 2018, en France, ce sont 500 000 euros qui auront été versés à la recherche.

Quels sont les progrès permis par ces différentes actions ?

Les femmes se font davantage dépister qu'avant, même si une Française sur deux ne le fait pas encore. Une détection précoce permet de guérir 9 cas sur 10. La mortalité liée à cette maladie a chuté de 25 % depuis trente ans, mais 54 000 femmes sont encore diagnostiquées tous les ans dans l'Hexagone, et 11 600 en meurent. C'est donc un phénomène de société encore très actuel, et les efforts que nous faisons ne doivent surtout pas se relâcher.



Et pourquoi organiser un concours photo ?

Car c'est un moyen efficace d'attirer l'attention sur la maladie. La photo est aussi une manière de se réapproprier son corps et de retrouver sa beauté. Le concours Estée Lauder Pink Ribbon Photo Award existe depuis 2012. Il faut présenter un texte et une photo autour d'une nouvelle thématique que nous définissons à chaque édition. Les participants, professionnels ou amateurs, ont souvent été confrontés à la maladie, soit directement, soit à travers leurs proches. Avec un jury d'experts, nous sélectionnons quarante finalistes, dont les trois Prix du Jury. Un Prix du Public est aussi mis en place avec la chaîne Téva. Les lauréats gagnent de la visibilité et un appareil photo.

Depuis deux ans, nous remettons les prix lors du salon Paris Photo, partenaire du concours, et nous organisons une exposition sur le pont d'Iéna, à Paris, durant près d'un mois.

Ce concours est donc au service de l'association Le Cancer du Sein, Parlons-en! ?

Oui totalement. Pour nous, c'est un moyen de sensibiliser à la cause. D'ailleurs les frais du concours sont supportés par le groupe pour que l'association, dans laquelle nous ne sommes pas directement visibles, soit bénéficiaire de l'opération. Les témoignages des participants sont poignants, cela contribue fortement à libérer la parole et à sensibiliser, toujours et encore, au dépistage. La lutte est encore longue, mais avec ce concours photo, pour lequel nous avons édité un livre en 2017 pour les 25 ans du Ruban rose, nous avons un très bel outil au service de la cause. ●

pinkribbonaward.fr



LE LIVRE ESTÉE LAUDER PINK RIBBON PHOTO AWARD ÉDITÉ POUR LES 25 ANS DU RUBAN ROSE (ÉD. XAVIER BARRAL, 2017).

MARIE-LAURE DE-HARO A GAGNÉ LE PRIX DU PUBLIC TÉVA AVEC CETTE PHOTO DE VALÉRIE TENANT UN BOUQUET DE ROSES.