



Communiqué de presse – Paris, le 6 novembre 2025

Proches orchestre la 1ère campagne nationale de prévention de la Fondation du Souffle : « Respirer, sans même y penser »



À l'issue d'un appel d'offres remporté en 2025, Proches (groupe Insign) signe la conception, la stratégie et l'orchestration de la première campagne nationale de prévention pour la Fondation du Souffle : « Respirer sans même y penser ». Créée pour changer les comportements, et transformer la sensibilisation en véritable prise de conscience sur un enjeu majeur de santé publique, la protection du capital respiratoire, la campagne oriente les publics vers les outils de la Fondation, au premier rang desquels le Soufflotest. La première vague de la campagne est diffusée du 16 octobre au 19 novembre 2025. Inscrite dans un programme triennal, elle vise à sensibiliser le grand public à grande échelle, avec l'ambition de toucher un Français sur deux en trois ans, et à installer le sujet dans le quotidien.

La [campagne](#) s'appuie sur la mécanique créative des « 22 000 respirations par jour » : une interpellation brève qui capte l'attention, puis un message libérateur invitant à des gestes utiles. Le film de 15 secondes décline ce rythme, et l'ensemble du dispositif s'adapte aux contextes de diffusion : transports avec Media Transports, salles de sport avec Basic-Fit, [TV avec TFI+](#), pharmacies avec Cegedim et autres formats digitaux.

« Cette campagne nous permet d'aller au-delà de la sensibilisation pour installer un réflexe utile et mesurable. Avec Proches, nous avons construit un dispositif simple, lisible et tourné vers l'action, valorisant le Soufflotest – créé par la Fondation et le concours de

ses pneumologues bénévoles - comme porte d'entrée pour mieux comprendre ses habitudes respiratoires et agir au quotidien. La campagne s'appuie sur des messages spécifiques à chaque support pour mieux s'inscrire dans le quotidien des Français et encourager, jour après jour, le réflexe de prendre soin de sa santé respiratoire », déclare **Élise Sagnard, Responsable de la communication de la Fondation du Souffle.**

Cette réalisation illustre la méthode Proches: hybridation des expertises, maîtrise de la chaîne de valeur de la stratégie à l'activation, et pilotage intégré d'un déploiement TV, radio, affichage, DOOH, social et digital. Pour maximiser la portée, Proches s'est appuyée sur un réseau d'experts media et de direction artistique, ainsi que sur des partenaires mobilisés pour des diffusions gracieuses partielles, notamment TFI, Media Transports, CEGEDIM, Basic-Fit, Equativ et DooHit.

« Ce projet dit l'essentiel de Proches : défendre la bataille culturelle de la Fondation à travers une campagne créative et stratégique pour sensibiliser de manière durable et tactique », conclut **Agathe Joubert, Directrice Associée, Agence Proches.**

À propos de Proches - Proches est une agence de communication et de stratégie d'influence fondée il y a 10 ans sur le principe de la « bataille culturelle » et de l'hybridation des compétences. Pour faire germer une idée, obtenir un changement de législation ou créer une tendance, Proches identifie les lignes profondes à faire évoluer et mobilise toutes les expertises de l'influence : affaires publiques, relations médias corporate et lifestyle, communication d'entreprise, e-influence, etc. Les 50 consultants de l'agence proposent des stratégies adaptées à chaque sujet et travaillent en étroite collaboration avec leurs clients et les leaders d'opinion. Proches travaille avec des entreprises allant de la start-up au groupe coté, des institutions et des associations. L'agence compte une centaine de marques et d'organisations comme références, avec un taux de recommandation supérieur à 9/10.