

Association Fédérative Française des Sportifs Transplantés et Dialysés

La Course du Cœur 2025

« Paris / Bourg Saint Maurice - Les Arcs »

Du mercredi 19 au dimanche 23 mars 2025

37^e ÉDITION

La COURSE du CŒUR

PARIS - BOURG SAINT MAURICE - LES ARCS
DU 20 AU 24 MARS 2024

**4 JOURS & 4 NUITS
POUR FAIRE COURIR LA VIE
ET SOUTENIR LES DONS
D'ORGANES ET DE TISSUS**

Une course en relais
réservée aux entreprises et aux collectivités

Des équipes de 14 coureurs
dont une équipe de greffés

Pour un défi sportif de 750km
porté par la solidarité de tous

Évènement sportif solidaire proposé par l'association Trans-Forme

TRANS-FORME
Association Fédérative Française
des Sportifs Transplantés et Dialysés
Labellisée Grande Cause Nationale 2009
Licenciée Bilan Carbone

01 43 46 75 46 - info@trans-forme.org - trans-forme.org
relais@trans-forme.org - lacourseducœur.com
Facebook: La Course du Cœur Instagram: La Course du Cœur
Twitter: @LaCourseduCoeur #CDC24 Association Trans-Forme

N° Vert Agence de la Biomédecine : 0 800 20 22 24



Attention : Visuel de l'édition 2024

LA 38^{ème} COURSE DU CŒUR
« Paris / Bourg Saint Maurice - Les Arcs »



Photo : Pr Christian Cabrol

La Course du Cœur est un hommage au Pr Christian Cabrol, pionnier de la transplantation d'organes, auteur de la 1^{ère} greffe du cœur en Europe (27 avril 1968)

Et dans son sillage, à tous les médecins et personnels soignants impliqués quotidiennement dans la transplantation sauveuse de vies

ENGAGEZ VOTRE EQUIPE !!!

www.lacourseducoeur.com

La 38^{ème} Course du Cœur - en 2025

En 1987, le Ringard Club de France et le Professeur Christian Cabrol, premier chirurgien ayant réalisé une greffe de cœur en France et parrain historique de la Course, mettent l'exploit sportif au service du Don d'organes en créant **La Course du Cœur**.

Au mois de mars, durant 4 jours et 4 nuits, une équipe internationale de transplantés, associées à plusieurs dizaines d'autres coureurs, se relaient pour parcourir environ 750 km qui séparent Paris de la station des Arcs dans un seul et même but : contribuer à la **sensibilisation du grand public aux enjeux des don d'organes, de moelle osseuse et de tissus**.

Depuis 1998, Trans-Forme, Association Fédérative Française des Sportifs Transplantés et Dialysés, a pris le relais de l'organisation de cette formidable aventure.

Aujourd'hui, grâce notamment à la campagne de sensibilisation de plus de 200 communes traversées chaque année par la Course du Cœur, et l'opération « 10 000 cœurs pour l'hôpital », **Trans-Forme** recueille des milliers de cœurs en papier réalisés par les enfants des écoles comme témoignage de soutien aux personnes transplantées et aux patients en attente de greffe.

**La 38^{ème} édition de la Course du Cœur
« Paris / Bourg Saint Maurice - Les Arcs »
Départ le mercredi 19 mars 2025
Un seul message ...
*Le don d'organes, je dis OUI !***



La 38^{ème} Course du Cœur en 2025

1. Pourquoi courons-nous ? La transplantation en France aujourd'hui

↳ La greffe, une nécessité

La greffe, ou transplantation d'organes, remplace un organe indispensable à la vie qui est en défaillance. Si cette greffe n'a pas lieu, la formidable machine qu'est le corps humain s'essouffle et le malade meurt ; si cette greffe a lieu, la vie est pleinement rendue. Une alternative pour une seule solution : le don d'organes.

↳ La France, pays pionnier mais en manque

La 1^{ère} greffe de cœur en France a été réalisée par le regretté Professeur Christian CABROL en 1968. Presque 60 ans plus tard, la France peine toujours à combler le déficit d'organes disponibles pour sauver les nombreux patients en liste d'attente.

Environ 27 000 personnes sont aujourd'hui inscrites sur liste d'attente, et parmi elles de nombreux enfants, 5 à 6 000 personnes inscrites sont greffées dans l'année.

Près de 1000 personnes inscrites en liste d'attente décèdent encore chaque année faute de greffon à temps.

Aujourd'hui, environ 66 000 personnes vivent en France avec un greffon fonctionnel.

↳ Se mobiliser pour mieux agir

« Donner ses organes, c'est donner la vie », aimait à répéter le Professeur Christian Cabrol. « En cas de choix, c'est à la vie que doit aller la préférence, car la beauté du don de soi est l'une des plus remarquables manifestations de civisme et de solidarité sociale, un acte gratuit où s'exprime en profondeur la liberté de chacun. »

**Parler du Don d'Organes autour de soi, en discuter en famille, au bureau, est indispensable.
Pour ou contre, il faut prendre position et informer ses proches de son choix.**

C'est la raison pour laquelle nous nous mobilisons : informer, susciter le dialogue, sensibiliser chacun(e) aux enjeux des dons d'organes, de moelle osseuse et de tissus.



2. La Course du Cœur, qu'est-ce que c'est ?

- ▣ **Environ 750 km de course à pied** en relais non-stop en quatre jours et quatre nuits entre Paris et la station des Arcs
- ▣ **Jusqu'à 25 équipes de 14 coureurs dont 1 équipe de personnes transplantées** (cœur, foie, rein, poumons, moelle osseuse, ...)
- ▣ **Plus de 200 communes traversées** par une caravane de plus de 100 véhicules
- ▣ Des **étapes de 10 à 60 km** et des étapes particulières : roller, bike and run, relais volants, marathon du crépuscule, super marathon volant des cimes, canoë, aviron virtuel, tir à la carabine, orientation, etc.
- ▣ Une équipe médicale spécialisée de **11 médecins** dotée du matériel médical approprié, **un ambulancier et de 30 kinésithérapeutes** (bénévoles)
- ▣ **Un escadron moto de 15 Gardes Républicains et 30 commissaires pour la sécurité** de l'épreuve (bénévoles)
- ▣ **Environ 150 bénévoles** au service des coureurs
- ▣ Plus de **2 200 nuitées en hôtel**
- ▣ Plus de **6 600 repas servis** en auberge, restaurants ou paniers-repas, de jour comme de nuit aux arrivées d'étapes
- ▣ Une « popote », des animateurs et des musiciens pour supporter les coureurs
- ▣ Une équipe de communication qui assure la promotion et la sensibilisation au don d'organes tout au long du parcours
- ▣ Une opération spécifique de sensibilisation au don d'organes pour les enfants, des artistes-clowns, une troupe de théâtre, dans le cadre de l'opération « 10 000 cœurs pour l'hôpital »
- ▣ Etc.



3. Pourquoi participer à la Course du Cœur ?

- ☐ **Être un acteur majeur de la sensibilisation du grand public** à la réussite de la transplantation et à la nécessité des dons d'organes, de moelle osseuse et de tissus
- ☐ **Devenir l'ambassadeur d'une action pour la vie**, le don de soi, l'altruisme, le sport et la réhabilitation des patients malades chroniques par la pratique d'une activité physique
- ☐ **Aider et soutenir la réhabilitation** des transplantés par l'activité physique et sportive
- ☐ **Participer à un défi sportif et humanitaire de bon niveau sportif** soutenu par les plus grandes personnalités de la médecine
- ☐ **Associer son entreprise à une opération unique en France** disposant d'un fort relais médiatique régionale et nationale (TV, radios, presse écrite).
- ☐ **Affirmer le soutien de son entreprise à une action sociétale et citoyenne majeure**
- ☐ **Disposer d'un formidable outil de communication interne** autour d'un vrai projet d'équipe et d'une cause solidaire, avec la possibilité de mener différentes actions au sein de l'entreprise (conférences, cartes de donateurs, etc.)



4. Comment être partenaire ?

- **Engager une équipe**

- **Associer le nom de votre entreprise** à ce défi sportif et humanitaire de haut niveau, soutenu par les plus grandes personnalités de la médecine
- **Rejoindre** les nombreux partenaires de renom qui soutiennent déjà la course
- **Bénéficier d'une présentation de l'équipe (logo & texte) et/ou d'un lien sur le site internet www.lacourseducoeur.com** (mention sur les posters de la Course)
- **Bénéficier des actions de communication et des relations avec la presse réalisées à l'occasion de la course**
- **Accompagner, le cas échéant, Trans-Forme pour l'organisation d'évènements en relation avec la course : la conférence de lancement, le cocktail du cœur, le déjeuner communication, le déjeuner du « Jury Club Cœur », les réunions des capitaines et des bénévoles ...**

- **Octroyer un apport financier (à discuter ensemble)**

- **Associer le nom de votre entreprise :**
 - **Aux dossards des coureurs** (environ 20 équipes de 14 coureurs),
 - **A l'équipement de l'équipe des greffés-coureurs Trans-Forme,**
 - **Aux parkas des bénévoles de l'encadrement,**
 - Aux véhicules de la caravane (plus de 100 véhicules) dont **le véhicule de direction de course** présent à toutes les étapes,
 - Aux différents supports de communication : affiches, tracts, etc. diffusés sur le parcours,
 - Etc.

- **Réaliser des dons « en nature » :**

- Besoin de 64 véhicules environ pendant 5 à 8 jours environ (encadrement bénévole, équipes des coureurs-greffés, etc.) et de carburant.
- Besoin de consommables de ravitaillement (eau, barres énergétiques, boissons, etc.)
- Besoin de matériel médical (défibrillateurs, etc.) et de massage (huiles, etc.)
- Etc.



5. Qui soutient la Course du Cœur ?

• **Des personnalités du monde médical**

La Course du Cœur bénéficie du soutien des plus éminentes personnalités de la communauté de la transplantation et du don, notamment du Pr Pascal Leprince, chef du service de chirurgie cardiaque de La Pitié Salpêtrière, et de Madame Marine Jeantet, Directrice générale de l'Agence de la biomédecine.

• **Nos partenaires en 2024**

Institutionnels

- Le Ministère des Sports
- Le Ministère de l'Intérieur
- La Garde Républicaine de la Gendarmerie Nationale
- L'Agence de la biomédecine
- La Ville de Paris
- La Ville de Bourg Saint Maurice
- La Station des Arcs
- Etc.

Associations

Les associations œuvrant pour le don d'organes, aux côtés de Trans-Forme :

- Association Nationale des Cheminots pour le Don Bénévole (ANCDB)
- Association Adicare

Partenaires

- Accenture-OCTO
- ADS Compagnie
- Alsarnica
- Distri Bike
- Essity
- Europcar
- Europe Moto Sports
- Groupe Dassault
- Herbalife
- Hôpital Nord Franche-Comté
- HPE/HP
- Institut Cœur Effort et Santé
- Jeewin
- Jussieu Secours Versailles
- La Compagnie des Pyrénées (eau neuve)
- Le Figaro & Le Figaro.fr
- Medisite
- Mutuelle Générale des Cheminots
- Options
- RATP
- Renault
- SAMU CHU Rouen

- SAMU Garches
 - Skiset
 - Weleda
 - Etc.
- **Les équipes qui ont couru la Course du Cœur en 2024**
Trans-Forme, ASBF (Banque de France), BMS, CA-GIP, CHU Rouen, Entente Sportive Renault, Groupe Dassault, Hôpitaux Saint Joseph & Marie Lannelongue, HP/HPE, KCT | DELL duo de cœur, MGC Cœur, Team SAP, SCNF SYSTRA, Société Francophone de Transplantation, TOTALENERGIES.
 - **Les équipes qui ont couru le Prologue de la Course du Cœur en 2024**
Astellas, Chiesi, Ensemble contre les Leucémies, Lycée de l'Iroise, PKD France, Sanofi, VMWARE by Broadcom

6. Le challenge de la communication

Le challenge de la communication est à la fois interne et externe.

L'objectif de ce challenge 2025 est de susciter de nombreuses opérations de communication interne et externe sur le thème de la sensibilisation au don d'organes, par les entreprises ayant engagé une équipe au sein de la Course du Cœur.

Le jury impartial est le « Club Cœur » qui est composé des dirigeants (volontaires) des entreprises participantes et se réunit avant le départ de la course, afin d'élire les entreprises remportant ces challenges.

Les critères de jugement (non exhaustifs) du jury :

- Impact des actions de sensibilisation au don d'organes
- Nombre de personnes sensibilisées dans l'entreprise
- Pérennité des actions au sein de l'entreprise
- Impact des actions de communication externe
- Etc.

Les actions de communication menées depuis le début de la Course du Cœur sont rappelées [ici](#).

Quelques actions de communication menées au sein des entreprises :

- Présentation officielle des membres de l'équipe aux salariés
- Affichage d'un compte à rebours sur le panneau d'affichage de l'accueil
- Affichage sur les différents sites : photos, affiches officielles de la Course
- Conception et affichage de posters « Course du Cœur » déclinés aux couleurs des entreprises. Ces posters sont disposés aux endroits de passage sur les différents sites des entreprises.
- Projection du film de la Course du Cœur, « Les pionniers de la greffe » et « les enfants de la Course »
- Rencontre hebdomadaire des équipiers lors d'entraînements
- Mise en place d'un club de supporters sur inscriptions
- Parrainage de l'équipe par une salariée transplantée de l'entreprise
- Distribution de cartes de donateurs et de documents de sensibilisation au don d'organes
- Conception d'un calendrier dédié à la Course, distribué à l'ensemble des salariés
- Envoi d'un SMS par jour du Président au capitaine d'équipe, pendant la Course

- Mise en place d'un club de supporters destiné à accompagner et à suivre l'engagement de l'équipe
- Mise à disposition d'un livre d'or au sein de l'entreprise
- Choix d'une devise et d'une chanson
- Réalisation d'un film dédié à l'équipe et diffusion du film auprès des salariés de l'entreprise
- Diffusion d'information continue avant, pendant et après la Course sur écrans plasma à l'accueil du siège
- Conception et réalisation d'une carte de donateur aux couleurs de l'entreprise
- Images de la Course sur la carte de vœux numérique avec renvoi aux films institutionnels et au rapport d'activité
- Mise en œuvre d'une campagne de sensibilisation au don d'organes par la médecine du travail
- Conception de « Greffes Stories » : notion de victoires sur la vie à l'image des réussites des clients de l'entreprise
- Insertion d'un encart sur le don dans les agendas distribués aux collaborateurs et aux clients
- Communication auprès des visiteurs médicaux (au sein d'un laboratoire pharmaceutique) et présence de ceux-ci dans les villes étapes
- Organisation d'un concours artistique / littéraire sur le thème du don d'organes + exposition
- Etc.

Actions de Communication digitale

- Calendrier des événements publié sur l'intranet
- Information sur le don d'organes via le portail et/ou l'intranet
- Lancement du jeu des clics organisé sur le site web de la course
- Mise en ligne d'un compte à rebours jusqu'au départ de la Course du Cœur
- Information continue mise en ligne sur l'intranet avant la course et pendant la durée de la course
- Création d'un logo téléchargeable par les salariés sur leur e-mail
- Créations de blogs dédiés à la Course du Cœur avec liens sur les intranets des entreprises
- Envoi de newsletters dédiées sur l'avancement du projet
- Information sur le déroulement et l'avancement de l'événement via l'intranet
- Mise en place d'un forum de discussion interactif entre les membres de l'équipe et les salariés
- Insertion d'articles sur la sensibilisation au don d'organes, sur l'engagement de l'entreprise et sur la Course du Cœur dans le journal interne de l'entreprise
- Modification de la signature électronique des emails
- Etc.

Actions de Communication « Évènementielle »

- Organisation de la conférence de lancement de la Course ou de la réunion des capitaines, en partenariat avec Trans-Forme
- Accueil dans le restaurant VIP de l'entreprise de la réunion du « Club Cœur » pour l'élection du challenge de la communication interne
- Exposition sur le don d'organes avec des personnes de l'Agence de la Biomédecine
- Animation « Cœur » au restaurant d'entreprise
- Témoignage d'un patient transplanté et de sa compagne
- Pot de l'amitié offert à l'ensemble des équipes à l'issue d'un entraînement
- Port d'un maillot dédié lors des entraînements
- Participation des dirigeants d'entreprise au « Club Cœur » (jury du challenge)
- Accueil des capitaines d'équipes dans le cadre de la réunion de préparation
- Organisation d'un « open bar » dans l'entreprise, relatif à l'engagement dans la Course, avec gâteaux en forme de cœur

- Organisation d'un « tournoi du cœur », tournoi de football à l'initiative d'un coureur, ouvert aux équipes de la Course
- Organisation d'une conférence débat sur la greffe
- Tenue d'un stand « le don, j'en parle » 2 jours par semaine, les 2 semaines avant le départ
- Exposition : collecte des manifestes, distribution de docs
- Dîner organisé avec les parrains, les accompagnateurs, la responsable communication
- « Afterwork » musical
- Etc.

Actions de Communication externe

- Envoi de communiqués de presse – PQN / PQR / Presse professionnelle
- Animation d'une conférence de presse sur la participation de l'entreprise à la course
- Réalisation d'une pige presse sur le mot clé « Course du Cœur »
- Message d'annonce destiné aux clients fidèles
- Lettres des directeurs régionaux pour informer les maires des villes traversées par la course du soutien de l'entreprise
- Publication d'articles sur la transplantation dans le magazine de l'association « Relais »
- Collaboration à la campagne « manifeste pour le don d'organes »
- Distribution d'objets promotionnels sur le don d'organes
- Contribution à la réalisation de vidéos sur la promotion du don d'organes « Les pionniers de la greffe » et « les enfants de la Course »
- Publicités dans différents magazines
- Actions de Communication siège et sites le jour du départ de la course
- Présentation des équipes le jour du départ sur le site de l'entreprise et encouragement des dirigeants
- Animation « Shoot & Print » au prologue : photo des équipes et tirage immédiat
- Présence et participation à la 1ere étape de collaborateurs et de dirigeants d'entreprises
- Invitation de personnalités au prologue

Actions de Communication destinées aux enfants

- Organisation d'ateliers de maquillages de découpage de peinture et de dessin
- Collecte de cœurs en papiers dessinés par les enfants des collaborateurs de l'entreprise
- Sensibilisation des enfants des collaborateurs, durant toute la journée du départ : spectacle des clowns, atelier fabrication de cœurs, goûter, atelier "Licorne" ...
- Projection d'un film en pâte à modeler « le rein par quatre chemins »
- Organisation d'un concours de dessins et exposition
- Organisation d'une kermesse avec différentes activités orientées sur le don d'organes
- Adaptation du jeu "Où est Charlie"
- Le don d'organes expliqué par les Playmobil
- Etc.

7. La Course du Cœur et les media

La Course du Cœur bénéficie chaque année d'une couverture médiatique croissante. En 2025, la Course du Cœur bénéficiera de nombreux articles, reportages et interviews : une revue de presse exhaustive sera disponible sur demande.

8. Contacts

Association Trans-Forme - 66, boulevard Diderot - 75012 Paris / Tél. : 01 43 46 75 46
Sites Web : www.trans-forme.org - www.lacourseducoeur.com - www.relaisonline.org



Page Fan : La Course du Cœur et Groupe communautaire : La Course du Cœur



@CourseduCoeur



La Course du Cœur



Association Trans-Forme

Chef de projet, responsable des partenariats & Directeur de Course :
Olivier COUSTERE – olivier.coustere@myriadintermediation.com

