

**Communiqué de presse
Diffusion immédiate**

**Des personnalités s'unissent pour offrir une campagne de reconnaissance
à l'Institut de Cardiologie de Montréal**

« Parce qu'on vous aime en vie! »

Montréal, le 7 mai 2013. – Plusieurs personnalités québécoises s'unissent pour offrir une campagne de publicité à l'Institut de Cardiologie de Montréal (ICM), afin de mettre en lumière sa grande expertise, autour du thème « **Parce qu'on vous aime en vie!** ». En effet, malgré sa renommée internationale, l'excellence de l'Institut de Cardiologie de Montréal demeure l'un des secrets les mieux gardés du Québec. « Pour toute notre équipe, l'initiative de ces personnalités de premier plan et d'organisations qui comptent parmi les plus beaux fleurons du Québec constitue un témoignage vibrant de l'attachement et de la fierté qu'inspire l'Institut de Cardiologie de Montréal », souligne le D^r Jean-Claude Tardif, directeur du Centre de recherche de l'ICM.

Bénéficiant d'un placement publicitaire de premier plan, la campagne « Parce qu'on vous aime en vie ! » se déploiera jusqu'au mois d'août 2013 et se déclinera sur les autobus, les abribus, dans les journaux, à la radio et à la télévision.

Les Montréalais pourront y entendre les voix et y voir les visages des ambassadeurs de l'ICM : le D^r **Jean-Claude Tardif**; **Jean Rizzuto**, homme d'affaires engagé et instigateur de ce mouvement; **Pierre Lavoie**, athlète et fondateur du Défi Pierre Lavoie; **Michel Therrien**, entraîneur des Canadiens de Montréal; le très honorable **Jean Chrétien**; le très honorable **Brian Mulroney**; **Grégory Charles**; Sylvie Bernier; **France Chrétien Desmarais**; **Joannie Rochette**; **Diane Giard**, Banque Nationale; **Michel Patry**, HEC Montréal; **Michal Hornstein**; **Nathalie Bondil**, Musée des beaux-arts; ainsi que **Daniel Lamarre**.

Cette campagne a également reçu l'appui des partenaires suivants: Cogeco Métromédia Plus, Québecor Média (Affichage), V Télé, Power Corporation, La Presse +, Cogeco Diffusion, Octane Stratégies, Studio Mel's et la Banque Nationale.

Pour le Dr Jean-Claude Tardif, cette campagne permettra de mieux faire connaître au grand public ce fleuron qu'est l'Institut de Cardiologie de Montréal. « Peu importe votre âge ou votre origine, l'Institut de Cardiologie est un joyau montréalais qui appartient au grand public. Nous souhaitons mieux le faire connaître et véhiculer nos messages d'amitié, de santé et de prévention, parce qu'on vous aime en vie », a-t-il résumé lors du lancement de la campagne.

Rendant hommage à M. Jean Rizzuto, qui est à l'origine de cette initiative, le D^r Tardif a souligné : « M. Rizzuto a toujours eu à cœur l'ICM. Il a su partager cette passion et rassembler autour de cette cause des personnalités issues de milieux divers qui ont tous accepté de donner de leur temps et de contribuer financièrement à la réussite de cette campagne. Tout le personnel de l'ICM se joint à moi pour le remercier chaleureusement de son engagement exceptionnel ».

À propos de l'Institut de Cardiologie de Montréal : www.icm-mhi.org.

– 30 –

Renseignements :

Vanessa Lyssan
514 266-5434
vlyssan@octanestrategies.com