

CAMPAGNE “LA GRIPPE, C’EST LOURD”

Viatriis lance une campagne de sensibilisation pour faire prendre conscience du véritable fardeau de la grippe

- **Expliquer à quel point la grippe peut être éprouvante, au-delà d'un simple rhume saisonnier.**
- **Encourager chacun à se protéger et à protéger ses proches par la prévention.**

Lyon, le 18 novembre 2025 – Après avoir présenté en octobre les résultats d'une étude médico-économique démontrant les bénéfices pour la population et le système de santé d'une vaccination élargie dès 50 ans, Viatriis Santé - filiale française du groupe pharmaceutique mondial Viatriis, engagée pour l'accès aux soins au plus grand nombre et mobilisée depuis de nombreuses années pour la prévention de la grippe - lance une campagne de sensibilisation “La grippe, c'est lourd”. Au travers de témoignages, cette initiative vise à éclairer concrètement sur le fardeau que représente la grippe. La campagne met le zoom sur ce que vivent réellement les personnes grippées : un quotidien devenu difficile à surmonter, même pour les tâches les plus simples et qui bouleverse l'équilibre personnel et professionnel.

La grippe : un virus qui pèse sur la vie de tous les jours

Contrairement aux idées reçues, la grippe n'est pas une simple infection hivernale. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : durant l'hiver 2024-2025, elle a occasionné directement et indirectement plus de 17 000 décès et près de 3 millions de consultations en France¹.

Et la grippe ne concerne pas que les plus fragiles. Pour les personnes en bonne santé, la grippe impacte lourdement le quotidien avec en moyenne 1 semaine au lit pour en guérir et 2 à 4 semaines pour s'en remettre complètement², déstabilisant la vie familiale, professionnelle et sociale. Gérer les devoirs des enfants, préparer les repas, s'occuper du bain et de l'histoire du soir quand on a la grippe devient un véritable parcours du combattant.

Pour les personnes à risque, les conséquences sont encore plus graves : la grippe multiplie par 6 à 10 le risque d'infarctus, par 8 celui d'AVC, et accroît significativement le risque d'hospitalisation^{3,4,5}.

L'impact réel de la grippe est généralement sous-estimé, surtout par ceux qui n'en ont jamais souffert. Ce manque de perception de la gravité potentielle constitue un obstacle à la prise de conscience et à la prévention.

¹ Santé Publique France. Bulletin BEH : bilan de la saison 2024-2025 au 14 octobre 2025..

[https://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2025/17/2025_17_1.html#:~:text=Au%20cours%20de%20la%20p%C3%A9riode,moins%20de%205%20ans%20\(versus](https://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2025/17/2025_17_1.html#:~:text=Au%20cours%20de%20la%20p%C3%A9riode,moins%20de%205%20ans%20(versus)

² Ameli. Reconnaître la grippe. 26 février 2025. Grippe. Disponible sur : <https://www.ameli.fr/seine-saint-denis/assure/sante/themes/grippe/reconnaitre-grippe>

³ Ministère de la santé et de la prévention. Vaccination contre la grippe 2022-2023. Un réflexe à renforcer auprès des personnes les plus fragiles. Information presse 18 octobre 2022

⁴ Anderson NW, et al. Morbidity and mortality among patients with respiratory syncytial virus infection: a 2-year retrospective review. Diagn Microbiol Infect Dis. juill 2016;85(3):367-71.

⁵ Perry TW, et al. Incidence of Cardiovascular Events After Hospital Admission for Pneumonia. Am J Med. 1 mars 2011;124(3):244-51.

Et alors que la vaccination antigrippale, en complément des gestes barrières, reste la meilleure protection contre les formes graves et les complications de la grippe, le niveau de couverture vaccinale au sein de la population ne cesse de diminuer, avec seulement 46,5% des personnes à risque vaccinées lors de la saison dernière¹.

Une campagne de sensibilisation pour changer la perception

Pour illustrer concrètement le fardeau de la grippe, la campagne “La grippe, c’est lourd” de Viatris s’appuie sur une approche expérientielle :

- Micro-trottoir réalisé à l’aide d’un micro lesté pour interpeller physiquement sur la lourdeur de la maladie et lancer le dialogue.
- Partenariats avec deux créatrices de contenus jeunes mamans (@cindypoum et @enmodemel) qui témoignent de leur expérience de la grippe et de leur quotidien alourdi par la maladie, en revêtant un gilet lesté pour incarner pleinement le propos.
- Publications réseaux sociaux visuellement impactantes pour traduire le poids de la grippe (par exemple des serviettes éponge en plomb laissées sur le lit), traduisant un quotidien devenu insurmontable.

La campagne digitale veut toucher un public large : parents, actifs, personnes en bonne santé ou sans facteur de risque apparent. Un public souvent peu sensibilisé car non concerné par la campagne vaccinale qui s’adresse en priorité aux personnes à risque, mais dont le quotidien peut être fortement perturbé en cas de grippe.

L’enjeu : provoquer une prise de conscience sur la réalité du fardeau de la grippe et dépasser les idées reçues qui freinent la prévention.

Et pour aller plus loin : élargir la vaccination antigrippale dès 50 ans pour une protection collective renforcée

Une étude médico-économique réalisée à l’initiative de Viatris et publiée en juin 2025 démontre les bénéfices d’une vaccination antigrippale élargie dès 50 ans pour la population et le système de santé.

Dès 50 ans, 40% de la population présente une pathologie chronique⁶ augmentant la vulnérabilité face au virus, alors même que cette tranche d’âge reste au cœur de la vie active et sociale – et donc de la transmission.

Parmi les scénarios de l’étude, une couverture vaccinale à hauteur de 54% dans la tranche 50-64 ans (pour l’ensemble des personnes - à risque et non à risque) se traduirait par près de 500 000 consultations en moins chaque année, 9 500 hospitalisations et 3 000 décès évités en France. Sur le plan économique, cette approche engendrerait des économies nettes de plus de 314 millions d’euros pour la société en tenant compte des coûts directs (consultations, hospitalisations) et indirects (arrêts de travail, perte de productivité).

La vaccination antigrippale, en complément des gestes barrières, reste la meilleure protection contre les formes graves et les complications. Chaque personne vaccinée se

⁶ Beraud G, et al. Cost-Effectiveness Analysis of Expanding Influenza Vaccination to Adults Aged 50 and Over in France. Infect Dis Ther. 2025. Epub ahead of print

protège contre les complications, préserve son entourage et contribue à renforcer la solidité du système de soins.

À propos de Viatris

Viatris Inc. (NASDAQ : VTRS) est une entreprise de santé mondiale qui fait le lien entre les médicaments génériques et les médicaments de marque, en combinant le meilleur des deux pour répondre de manière globale aux besoins de santé. Notre mission est de permettre à chacun dans le monde entier de vivre en meilleure santé à chaque étape de sa vie. Pour cela nous garantissons un accès large à la santé en permettant chaque année à environ 1 milliard de patients dans le monde de recevoir nos médicaments de qualité, et en couvrant tous les moments de la vie, de la naissance à la fin de la vie, des affections aiguës aux maladies chroniques. Grâce à notre portefeuille de médicaments extrêmement diversifié, à notre chaîne d'approvisionnement mondiale pensée pour servir le plus grand nombre de personnes là où se trouvent les besoins, et à notre expertise scientifique permettant de relever certains des défis sanitaires les plus préoccupants au monde, l'accès revêt une dimension essentielle chez Viatris. Notre siège social se trouve aux États-Unis, et nous disposons de centres mondiaux à Pittsburgh, Shanghai et Hyderabad.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur viatris.com et investor.viatris.com, et suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [YouTube](#) et [X](#).

Contact médias

Agence Monet

Alexandra DUNANT et Chloé VERNAY

viatris@monet-rp.com

01 45 63 12 43