Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

(Vidéo) Journée mondiale du cœur à Avignon, sauver des vies grâce au défibrillateur



La journée mondiale du cœur a lieu ce jeudi 30 septembre. Dans ce cadre, la startup Lifeaz s'engage pour sensibiliser les Français aux gestes qui sauvent et à l'utilisation de défibrillateurs, en partenariat avec les magasins Boulanger où seront proposés des ateliers de formation. Chaque année plus de 400 Vauclusiens décèdent d'un arrêt cardiaque.

Se former pour sauver

Le prochain atelier aura lieu à Avignon, dans le Centre commercial Auchan, au Pontet, Jeudi 30 Septembre de 10 à 17h. Objectif ? Éviter les plus de 3 800 décès par arrêt cardiaque chaque année en Provence-Alpes-Côte d'Azur, -dont 434 en Vaucluse- via la sensibilisation aux gestes qui sauvent et le déploiement de défibrillateurs.

Equiper les particuliers en défibrillateurs

La France est très peu équipée en défibrillateurs et les Français sont très mal formés à l'utilisation de cet

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

appareil qui peut multiplier les chances de survie des victimes d'arrêt cardiaque. Dans 70 % des cas, un témoin est présent et peut agir grâce à des gestes simples et à l'utilisation d'un défibrillateur. Alors que le déploiement des défibrillateurs est privilégié dans les établissements publics 80% des arrêts cardiaques ont lieu à domicile.



Objectif ? Augmenter le taux de survie

À titre de comparaison, à Seattle, aux États-Unis, où 80 % de la population est formée aux gestes de premiers secours et où les défibrillateurs sont massivement déployés, aussi bien dans les lieux de vie que dans les espaces publics, le taux de survie face à un arrêt cardiaque dépasse les 60 %, contre 5 % en France.

Un outil au service de la vie

Face à ce constat, Lifeaz œuvre depuis 2015 pour donner le pouvoir aux citoyens d'agir et de sauver des vies grâce à Clark, le 1er défibrillateur pour les particuliers : il est 100% made in France, connecté et conçu pour être déployable partout et utilisable par tous ; Everyday Heroes, une plateforme de sensibilisation gratuite, ludique et accessible à tous pour permettre à chacun d'apprendre en quelques clics à réagir face à toutes les situations d'urgence : arrêt cardiaque, hémorragie, étouffement…

Un partenariat pour toucher le grand public

'Le mois du cœur' est une initiative de la startup Lifeaz, déployée chez Boulanger pour sensibiliser les Français. En mai dernier, Boulanger a sélectionné Lifeaz pour proposer Clark à ses clients, et ainsi

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 4 novembre 2026

devenir le premier distributeur en France d'un défibrillateur pensé pour la maison. Avec le lancement du Mois du cœur, Lifeaz et Boulanger veulent démocratiser la sensibilisation aux gestes de premiers secours et l'équipement des particuliers en défibrillateurs. Jusqu'au 1er octobre, Boulanger accueillera les équipes de Lifeaz pour proposer des ateliers de sensibilisation aux gestes de premiers secours et à l'utilisation de Clark.

En savoir plus

L'approche de Lifeaz ? Proposer que tout le monde sache et ose intervenir pour sauver une vie avec un défibrillateur connecté Made In France et des services associés pour s'assurer qu'il fonctionne à tout moment, et, ainsi, sensibiliser le public aux gestes qui sauvent.
La startup Lifeaz est accompagnée et conseillée par un comité scientifique très réputé formé de cardiologues et rythmologues de l'Hôpital Jacques Cartier de Massy, du Dr Cassan, Directeur du centre mondial de référence des 1ers secours de la Croix-Rouge. Le MIT a nommé Lifeaz dans les 10 innovations les plus prometteuses et innovantes en France en 2017. La startup a été lauréate du Concours d'Innovation Numérique et a reçu de la part d'Allianz, la RATP, les Arts et Métiers, Cisco et Aviva plusieurs prix récompensant l'innovation et l'impact de Lifeaz.
MH

https://www.youtube.com/watch?v=2CU_hbOC7yE