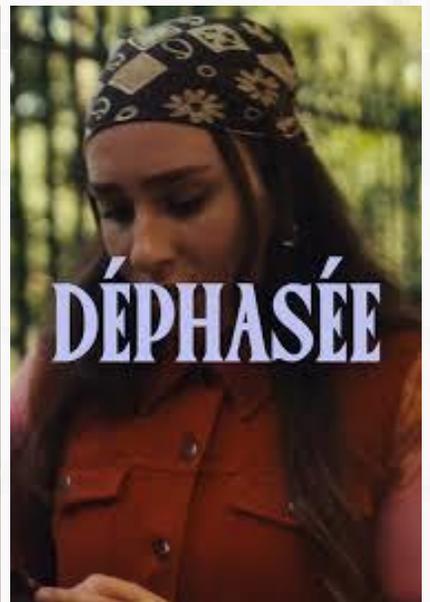
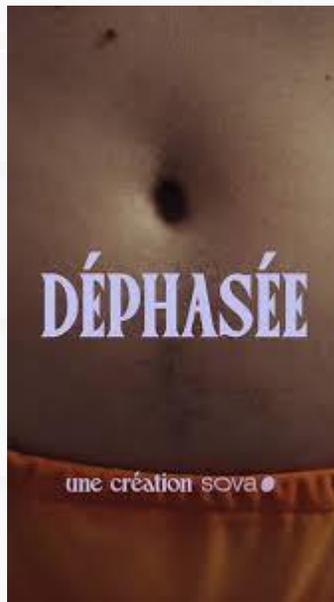


SANTÉ EN MOUVEMENT!

ZOOM SUR



SOVA FRAPPE FORT : UNE MINI-SÉRIE ÉVÈNEMENT POUR BRISER LE TABOU DU SOPK

À l'occasion de la Journée mondiale du SOPK, **le 1^{er} septembre 2025, Sova** a dévoilé une mini-série innovante pour sensibiliser sur ce syndrome **mal connu qui touche 1 femme sur 10** : une plongée pleine d'émotion, de pédagogie et d'engagement.



Un Zoom proposé par Yasmine Achour,
docteure en pharmacie et consultante
innovation santé.

SANTÉ EN MOUVEMENT!

En France, le **Syndrome des Ovaires Polykystiques (SOPK)** reste l'un des grands oubliés de la santé féminine, alors même qu'il touche 1 femme sur 10 en âge de procréer. Profitant de la Journée mondiale du SOPK, la marque Sova, pionnière sur le sujet, a dévoilé en avant-première une mini-série bouleversante, conçue comme un catalyseur d'information grand public et un outil pour la communauté des femmes concernées. À travers cet événement, Sova revendique un nouveau modèle de sensibilisation : émotion, pédagogie et preuve par l'expérience. Retour sur une initiative à la croisée de l'engagement social, de la communication innovante et du combat pour l'émergence d'une pathologie trop longtemps ignorée.

UN TROUBLE MÉDICAL SOUS-DIAGNOSTIQUÉ

Le SOPK se manifeste par un cortège de symptômes hétérogènes: troubles du cycle, infertilité, prise de poids, acné, hirsutisme, chute de cheveux et tant d'autres. Selon les chiffres de l'Inserm, **70% des cas ne seraient toujours pas diagnostiqués**, alors qu'il s'agit de la **première cause d'infertilité féminine**.

Ce retard de diagnostic entraîne une errance médicale parfois de plusieurs années.



“ J’ai mis 4 ans à poser un nom sur ce que je vivais. Ce n’est pas une fatalité : mieux comprendre le SOPK, c’est déjà mieux vivre avec ” confie Eva Lecoq, co-fondatrice de Sova et principale initiatrice du projet.

SANTÉ EN MOUVEMENT!

Cette désinformation s'explique autant par le silence du corps médical – peu formé, peu sensibilisé à la diversité des symptômes – que par le manque de ressources fiables pour le grand public.

UNE MINI-SÉRIE POUR LEVER LE VOILE

Face à ce constat, Sova imagine une mini-série en cinq épisodes, pensée comme un support accessible, émotionnel et intergénérationnel, pour “que plus aucune femme n'ignore le SOPK en 2025”. Le format court (13 minutes au total) tranche avec les documentaires classiques : la série privilégie l'action sur les réseaux sociaux, là où l'engagement et le partage s'avèrent les plus puissants. “La mini-série n'est pas exhaustive, mais son enjeu n'est pas d'informer à 100% : il s'agit de donner enfin la parole à celles qui vivent le SOPK et de permettre au plus grand nombre de comprendre par l'expérience et l'émotion”, ajoute Eva Lecoq en avant-première le 1er septembre au Cinéma Le Balzac.

Un choix éditorial fort, où la pédagogie se combine à la narration authentique du quotidien de femmes confrontées à l'errance médicale, l'incompréhension et l'isolement.

SANTÉ EN MOUVEMENT!

L'AVANT-PREMIÈRE : ÉMOTIONS ET ENGAGEMENT

Lors de l'avant-première parisienne, qui a eu lieu ce 1er septembre au cinéma Le Balzac à Paris, l'équipe impliquée dans la concrétisation de ce projet insiste sur un détail capital : "La mini-série, c'est d'abord un outil pour permettre aux femmes de sensibiliser leur entourage, de sortir de la solitude et de déclencher une parole trop longtemps étouffée".

L'événement s'est distingué notamment par la mixité des intervenants : l'équipe de Sova, la réalisatrice et scénariste Lena Dana, les acteurs de la série, l'équipe de production Sourire Productions mais aussi des patientes faisant partie de la communauté Sova et des créateurs de contenus autour de la santé des femmes. L'équipe de Sova a aussi eu la volonté de rendre la parole accessible à tous, avec une stratégie de diffusion entièrement pensée pour les réseaux sociaux, la communauté de Sova sur les réseaux sociaux a eu l'opportunité d'assister à l'avant-première et de faire part de leurs ressentis sur la mini-série en fin de visionnage.

L'initiative est saluée par un public visiblement ému, qui partage en direct son vécu d'errance médicale, d'angoisse liée à l'infertilité et d'incompréhension familiale. Les extraits révèlent une communauté en mouvement, mobilisée pour transformer le SOPK d'un sujet tabou en enjeu de santé publique.

SANTÉ EN MOUVEMENT!

UN IMPACT SOCIAL IMMÉDIAT :

DONNÉES, COMMUNAUTÉ ET RELAIS D'OPINION

En trois ans, la communauté Sova s'est imposée comme la voix d'une génération : 170 000 abonnés sur les réseaux, des millions de vues, une croissance x 10 du chiffre d'affaires, et une forte capacité à mobiliser l'opinion sur un sujet initialement absent du débat public. "Sova, c'est avant tout un combat sociétal : briser le mur du silence autour du SOPK, pour en faire une maladie reconnue et prise en charge comme une maladie chronique" – tel est le credo affiché par la marque et réaffirmé lors de l'avant-première.

Les réseaux sociaux constituent un véritable levier, permettant de toucher en profondeur les adolescentes, jeunes femmes et familles, au-delà des cercles spécialisés habituels. Même si Sova reste active auprès des associations et professionnels de santé autour de la pathologie. Sova revendique un modèle hybride : business, politique de santé et engagement social.

SANTÉ EN MOUVEMENT!

UNE STRATÉGIE DE DIFFUSION DISRUPTIVE

La série “Déphasée” n’a pas été pensée pour les circuits traditionnels (télé, ciné...), mais pour maximiser l’impact : Instagram, YouTube, TikTok. Un choix justifié par la volonté de “briser le plafond de verre” et d’atteindre plusieurs millions de femmes en âge de procréer, bien plus qu’une action ciblée écoles ou médecins. “Nous travaillons régulièrement avec les professionnels de santé, mais le défi est d’éduquer directement les femmes concernées – et leurs proches – à une information fiable, critique et partagée”, souligne la cofondatrice.

La stratégie de diffusion vise à transformer chaque spectatrice en ambassadrice, capable de relayer le message auprès de ses proches et sa communauté. En septembre, période de forte audience et de campagne d’éducation récurrente, les publications sont massivement partagées, confirmant la pertinence du dispositif.



Un choix justifié par la volonté de
“briser le plafond de verre”
et d’atteindre
plusieurs millions de femmes



SANTÉ EN MOUVEMENT!

VERS UNE RECONNAISSANCE INSTITUTIONNELLE ?

Si la médiatisation du SOPK s'est accélérée depuis la création de Sova, un obstacle persiste : l'accès aux soins, la prise en charge et le remboursement des solutions proposées. À ce jour, les compléments alimentaires – même étudiés et validés scientifiquement – n'entrent pas dans le circuit du médicament et donc ne sont pas remboursés.

“Nous travaillons à un produit intermédiaire, entre complément et médicament, pour garantir plus de traçabilité et de reconnaissance, mais l'important reste l'éducation et la communauté”, explique Eva Lecoq.

Le combat se poursuit aussi via les partenaires associatifs (Asso'SOPK, SOPK Europe) qui œuvrent pour la reconnaissance du SOPK au même titre que d'autres pathologies féminines.



L'association Asso'SOPK organise d'ailleurs chaque année le Forum du SOPK.

Cette année, il aura lieu à La Marbrerie de Montreuil le 20 septembre prochain.

SANTÉ EN MOUVEMENT !

LES NOUVEAUX ACTEURS DE LA SANTÉ FÉMININE : SOVA, UN MODÈLE À REPRODUIRE ?

Fondée en 2022 par Eva et Solène Lecoq, Sova s'impose comme la 1ère marque française à proposer une gamme dédiée au SOPK. Née du manque de réponse thérapeutique, la marque propose une approche naturelle, sûre et efficace pour améliorer la qualité de vie des patientes. Leur engagement va bien au-delà du produit : l'entreprise finance des projets de sensibilisation, s'engage aux côtés d'associations et milite pour une meilleure prise en charge à l'échelle nationale.

Par sa mini-série, Sova **place l'épidémie silencieuse du SOPK au centre du débat public et ouvre une brèche dans l'approche traditionnelle de la santé féminine**. Entre émotion brute, pédagogie incarnée et vision digitale, le projet marque un tournant, avec l'ambition affichée de faire du SOPK une maladie reconnue, traitée et médiatisée, pour en finir avec l'errance médicale et l'isolement. Un pari audacieux, résolument porté par une génération qui entend faire bouger les lignes.