



DODGE-COUILLES:
Lancer des balles pour la bonne ~~couille~~ cause,
au profit de Cancer Testiculaire Canada



Montréal, le 11 juin 2018 - [Poches & Fils](#), bien connue pour ses chandails à poches et autres produits colorés, s'allie à [Cancer Testiculaire Canada](#) pour défaire le tabou entourant le cancer des testicules. L'entreprise montréalaise a organisé le 2 juin dernier au Collège Ahunstic un événement caritatif à son image, ludique et décalé: le Dodge-Couilles. Il s'agit d'un tournoi de ballon-chasseur d'un nouveau genre, où étaient conviés tous ceux qui ont eu les couilles de venir se défier pour la bonne cause!

Lancer des balles pour la bonne couille!

Qu'est-ce que le [Dodge-Couilles](#), en quelques mots? Il s'agit d'un tournoi de ballon-chasseur totalement décalé qui a vu s'affronter une quinzaine d'équipes. Les gagnants du tournoi ont reçu un prix de 800\$ en produits Poches & Fils à se partager, et un prix spécial a été remis par Pabst à l'équipe avec l'uniforme le plus original. Plusieurs membres et ex-

joueurs de l'équipe des [Carabins](#) de l'Université de Montréal se sont joints à l'initiative, dont Byron Archambault, et ont participé à la sérieuse compétition. D'autres activités étaient également disponibles sur place, pour le plaisir de ces grands sportifs!

« On est trop content du succès de la première édition du Dodge-Couilles. C'était malade, tout le monde a eu du gros fun! On a déjà hâte de se relancer la balle l'an prochain pendant la deuxième édition du Dodge-Couilles avec plus d'équipes encore. Est-ce que les Beach Dogs vont réussir à défendre leur titre? D'ici à ce qu'on le sache, prenez soin des poches que vous aimez! » confie Alexandre Laurin, directeur du e-commerce chez Poches & Fils.



La première édition du Dodge-Couilles 2018 en images.

Combattre le cancer par l'humour

[Poches & Fils](#) s'est sentie interpellée par la cause, notamment parce qu'une grande partie de son jeune public serait susceptible d'être touchée. On le sait peu, mais il s'agit en effet du cancer le plus répandu chez les hommes âgés de 15 à 34 ans. L'entreprise, en association avec [l'organisation Cancer Testiculaire Canada](#), a mis sur pied cette initiative dans le but de générer un changement dans le quotidien des jeunes hommes, en éradiquant le tabou de l'auto-examen des testicules. Les messages portés par Cancer Testiculaire exhortent les jeunes hommes à être attentifs aux symptômes.

Alexandre Désy, fondateur de Cancer Testiculaire Canada explique: *« C'est la gêne qui tue. Nous combattons le cancer par l'humour pour faire tomber les tabous et générer des*

conversations. Être capable d'en parler de manière anodine, sans faire peur, c'est essentiel pour généraliser le dépistage. Engager la conversation, c'est un pas de plus dans la bonne direction! »

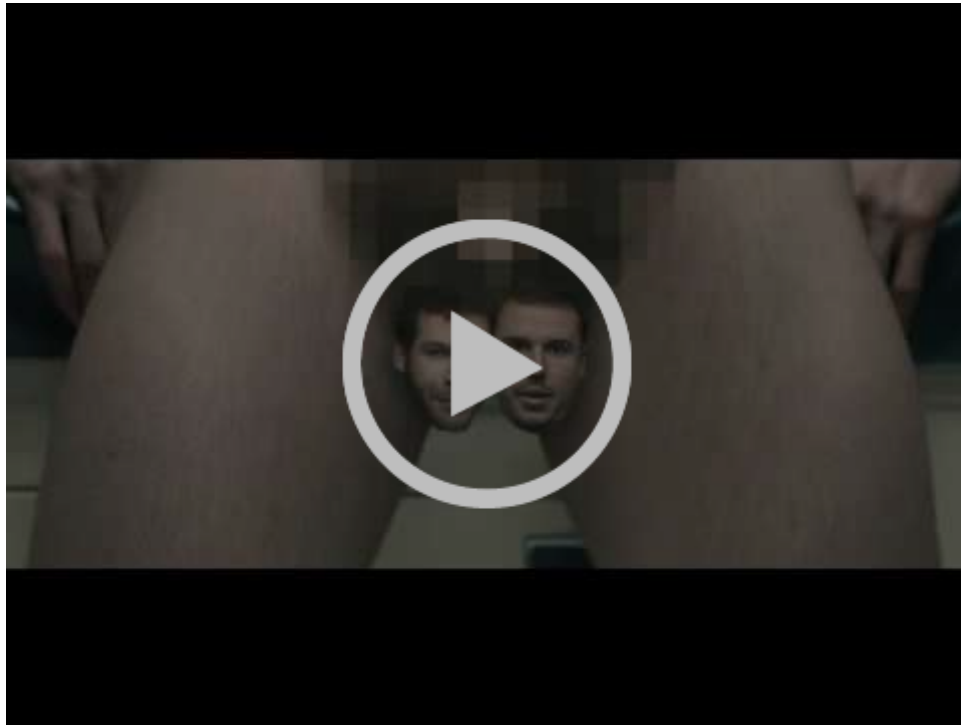


Un sujet tabou, qui ne devrait pas l'être

[Poches & Fils](#) s'est associée à [Cancer Testiculaire Canada](#), qui sensibilise les élèves au niveau collégial à travers tout le pays. L'organisme est aussi l'instigateur de campagnes de sensibilisation devenues virales, ainsi que d'événements caritatifs à succès. **L'événement Dodge-Couilles a permis de lever 4500\$ pour la cause, qui permettra à Cancer Testiculaire Canada de continuer sa mission de sensibilisation des étudiants.** Avec seulement 28\$, l'organisation réussit à faire prendre conscience à toute une classe de l'importance de l'auto-examen des testicules. Ces gestes simples s'avèrent plus que primordiaux, puisqu'il s'agit de l'un des cancers qu'on guérit le mieux quand il est détecté assez tôt.

Un sujet tabou, qui ne devrait pas l'être !

« Bien des choses sont embarrassantes,
Faire examiner ses testicules n'en fait pas partie! »



Campagne de sensibilisation #JasonsCouilles



À propos de Poches & Fils

D'abord connue pour ses chandails à poches originales et personnalisées, la marque de vêtements montréalaise Poches & Fils propose aujourd'hui un style vestimentaire unique, coloré et humoristique. Créée en 2015, Poches & Fils offre ses produits en ligne et dans plus de 120 boutiques au Canada dont Simons, Sports Expert et Sail.

Contact presse

Justine Basson

Stratège | [Immersion](#)

jbasson@immersionmgt.com

438.386.9949