



**Octobre rose 2009  
Mois national de mobilisation contre le cancer du sein**

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

**23 septembre 2009**

**A l'occasion de la cinquième édition d'Octobre rose, l'Institut National du Cancer met l'accent sur « le dépistage organisé, un dépistage de qualité pour tous »**

Pour la cinquième année consécutive, l'Institut National du Cancer met en place, en lien avec le ministère chargé de la Santé et l'Assurance Maladie, un dispositif d'information pour inciter les femmes âgées de 50 à 74 ans à participer au programme national de dépistage organisé du cancer du sein.

Généralisé depuis 2004 en France, ce dispositif permet aux femmes concernées de bénéficier tous les deux ans d'un examen de dépistage de qualité, pris en charge à 100%. Les mammographies normales y sont systématiquement relues (« double lecture ») par un second radiologue. Ainsi en 2006, parmi les cancers dépistés, 6,4% ont été détectés grâce à cette seconde lecture<sup>1</sup>.

Pourtant cinq ans après sa généralisation, malgré sa forte notoriété<sup>2</sup> et un taux de participation toujours en hausse (51,7% de la population-cible pour la période 2007-2008), il reste nécessaire de mettre l'accent sur les qualités du dépistage organisé du cancer du sein.

<sup>1</sup> Institut de Veille Sanitaire (InVS)

<sup>2</sup> Baromètre INCa/BVA : « Les Français face au dépistage des cancers », enquête téléphonique réalisée entre janvier et février 2009

Cette édition 2009 s'organise autour de 3 objectifs principaux :

- Mobiliser toutes les associations et les acteurs de proximité pour inciter au dépistage grâce à la mise à disposition d'outils d'information et de communication
- Informer les femmes suivies à titre individuel des qualités du programme national
- Travailler sur les freins psychologiques et les résistances au dépistage afin de convaincre toutes les femmes qui, pour diverses raisons (problèmes d'accès aux soins, facteurs socioéconomiques, représentations liées au cancer et au dépistage), ne se font pas dépister.

Afin d'atteindre ces objectifs, l'Institut National du Cancer a donc déployé une communication adaptée aux populations ciblées.

## **I - L'Institut met en œuvre un dispositif d'information national complet pour s'adresser à toutes les femmes.**

### **1) Des outils de communication variés et très largement diffusés**

Le dispositif comprend tout d'abord **50 000 affichettes de mobilisation** : « Le dépistage organisé du cancer du sein, dès 50 ans, c'est tous les deux ans » et **200 000 cartes postales** à envoyer à ses proches pour les inciter à participer au dépistage organisé. D'autres outils de communication (jetons de caddie, mugs, etc.) seront également diffusés, notamment à l'occasion de réunions d'information.

L'Institut National du Cancer a, par ailleurs, réalisé **un outil de partage d'expériences sur des actions locales originales menées en direction des publics défavorisés par les structures de gestion et les associations.**

Ces outils seront diffusés par les structures de gestion, les associations de lutte contre le cancer, les comités de la Ligue contre le cancer, les comités féminins et les établissements de soins souhaitant mener des actions d'information santé. Les entreprises seront également mobilisées via le partenariat de l'INCa avec la Fédération nationale des comités féminins.

### **2) Des communications ciblées selon les populations**

- **Une campagne presse féminine et radio** destinée à valoriser les qualités du programme national de dépistage organisé ; l'accent est mis sur l'âge à partir duquel il

faut se faire dépister et rappelle l'importance de la régularité de la démarche de dépistage.

- **Un roman-photo pour inscrire le dépistage dans une habitude de santé** et lutter contre l'idée reçue selon laquelle le dépistage ne s'adresse qu'à des personnes ayant des symptômes et se sentant malades. Imprimé à 2 millions d'exemplaires, le roman-photo sera encarté dans le magazine Version Fémina, et diffusé dans les départements où le taux de participation au dépistage est le plus faible. Il sera également mis à la disposition des structures de gestion et des associations de proximité.
- **Un partenariat exceptionnel avec la série TV « Plus Belle la vie »** pour sensibiliser les téléspectatrices qui n'auraient pas encore participé au dépistage organisé, en profitant de la notoriété de la série (6 millions de téléspectateurs) et de son capital sympathie, notamment auprès de la cible des femmes de plus 50 ans.
- **Des actions spécifiques en direction des Départements d'Outre mer** : diffusion d'une annonce de presse sur la qualité et la fiabilité du dépistage dans les principaux médias locaux et de deux campagnes radio. Un dépliant et une affichette seront également diffusés par les structures locales.
- **Des actions ciblées en direction des femmes d'origine étrangère** ayant davantage de difficultés d'accès au dépistage pour des raisons culturelles ou socio économiques avec notamment la mise en place de partenariats avec les principales radios de la diversité (Radio Orient, Beur FM et Africa n°1), et la diffusion par les associations du secteur social, les associations communautaires et locales de dépliants d'information traduits en 6 langues (arabe, turc, mandarin, russe, portugais, anglais).
- **Une exposition itinérante** circulera dans plusieurs importantes villes de France qui se mobiliseront en octobre. Cette exposition rappelle de façon pédagogique les enjeux du dépistage du cancer du sein.

## **II - L'institut développe en parallèle un programme d'information spécifique en direction des professionnels de santé**

Un programme d'information spécifique sur le dépistage organisé du cancer du sein a été conçu cette année, à destination des professionnels de santé concernés. Chaque professionnel selon sa discipline et donc sa patientèle recevra une « information-socle », afin de conseiller les femmes concernées quel que soit leur parcours médical.

- **A destination des médecins traitants** : une **brochure « le médecin traitant dans le dépistage organisé du cancer du sein »** sera encartée dans le bulletin de l'Ordre National des Médecins de septembre/octobre. Les délégués de l'Assurance Maladie visiteront les médecins traitants et leur remettront des fiches synthétiques rappelant les conduites à tenir en fonction des niveaux de risque de cancer de leurs patients. Le médecin traitant reste l'interlocuteur privilégié des femmes pour toutes les questions de **prévention** et joue un rôle crucial d'incitation des femmes au dépistage organisé du cancer du sein.

- **A destination de gynécologues** : un outil d'information sera réalisé en partenariat avec le SYNGOF (syndicat des gynécologues de France), et complété d'un mailing adressé à tous les gynécologues médicaux et gynécologues obstétriciens de France. Le gynécologue est un prescripteur majeur de dépistage du cancer du sein. Bien informé, il incitera davantage les femmes à être suivies dans le cadre du dépistage organisé.

- **A destination des pharmaciens, acteurs de santé de proximité** : mise à disposition d'un document synthétique dédié pour permettre aux pharmaciens de conseiller et d'orienter les femmes concernées. Ce document sera adressé, en partenariat avec le Cespharm, à l'ensemble des 23 000 officines de métropole et des DOM TOM. Ce document sera accompagné de dépliants grand public et d'une affiche sur le dépistage organisé du cancer du sein.

- **A destination des médecins du travail** : un document synthétique leur sera remis. Il a été réalisé pour les aider à conseiller et orienter les salariées concernées. En effet, nombre de salariés ne consultent pas en ville et ne voient comme professionnel de santé que le médecin du travail. Son rôle est donc particulièrement important dans la promotion des dépistages.

Ces différents outils sont téléchargeables sur le site Internet de l'Institut National du Cancer : [www.e-cancer.fr](http://www.e-cancer.fr)

**Contacts Presse :**

**Institut National du Cancer**

Vanessa Ralli

Tél : 01 41 10 14 44

Email : [vralli@institutcancer.fr](mailto:vralli@institutcancer.fr)

Portable : 06 61 18 06 52

**Chandler Chicco Agency**

Catherine Héron / Maud Petersen

Tél : 01 53 43 92 43 / 01 53 43 93 40

[cheron@ccapr.com](mailto:cheron@ccapr.com) / [mpetersen@ccapr.com](mailto:mpetersen@ccapr.com)

Portable : 06 82 25 22 17 / 06 87 42 09 59