



Philippe Laffon

Le dépistage organisé du cancer du sein et la promotion de la campagne de vaccination contre le ROR sont intégrés dans notre COG 2011-2015. Pour chacune de ces actions, des engagements ont été précisément fixés, notamment sur la mise en œuvre d'actions spécifiques pour augmenter le taux de participation de nos ressortissants.

Ainsi, au cours du dernier trimestre 2011, deux temps forts sont venus rythmer notre activité. En premier lieu, le lancement de notre première action de promotion événementielle grand public du dépistage organisé du cancer du sein. Mais également, l'expérimentation des réunions d'information sur la vaccination ROR dans les départements sous-vaccinants.

Deux actions de promotion santé dont le dénominateur commun est le travail collaboratif avec d'autres institutions. Une démarche stratégique qu'il nous faudra toujours privilégier, preuves en sont les bénéfices observés.

Avec plus de 5 000 femmes rencontrées durant l'action "La campagne Octobre rose... dans les campagnes", l'INCa - partenaire de notre opération - a su apprécier notre capacité à nous investir sur nos territoires et notre position d'acteur opérationnel et fiable.

A ce titre, je tiens à remercier les équipes MSA pour leur forte implication.

De même, tout le réseau MSA a su se mobiliser pour aider, en lien avec l'Inpes, à endiguer l'épidémie de rougeole. Une action que nous renforcerons en 2012, au travers d'une nouvelle convention qui définira, entre nos deux institutions, les axes de collaboration à venir. Vous serez prochainement informés du détail.

Ces deux actions attestent résolument de notre démarche proactive pour répondre aux besoins spécifiques de notre population. Mais aussi et surtout, elles donnent du sens à nos métiers et de la valeur à notre mission.

À tous, je vous souhaite mes vœux les meilleurs pour l'année 2012.

Philippe Laffon
Directeur santé CCMSA

Dépistage organisé du cancer du sein "La campagne Octobre rose... dans les campagnes"... à Trouville-sur-Mer

Conçue par la MSA et l'INCa*, la première action événementielle de sensibilisation du grand public au dépistage organisé du cancer du sein a été mise en œuvre par les MSA en octobre 2011. Sur le marché de Trouville-sur-Mer (14), collaborateurs de la MSA Côtes Normandes, équipe du centre de gestion départemental des dépistages, élus et bénévoles sont allés à la rencontre de la population.

Retour sur cette opération de terrain, bâtie sur une dynamique partenariale entre tous les acteurs.

Mercredi 12 octobre 2011, sur le marché de Trouville-sur-Mer, dans le département du Calvados, les collaborateurs de la MSA Côte Normandes, les équipes de l'association Mathilde en charge de la gestion des dépistages des cancers, les élus mais aussi les bénévoles, dites personnes relais, étaient au rendez-vous. Objectif : informer la population sur le dépistage organisé du cancer du sein et lever les freins éventuels.

des élus et des personnes relais de la MSA Côtes Normandes. Il s'agissait d'impliquer le plus grand nombre dans cette action de promotion. Nous avons donc réparti les tâches de chacun, sachant que le service communication allait coordonner l'organisation entre les différents acteurs. Cela s'est très bien déroulé, l'association Mathilde ayant également l'habitude d'assurer une présence sur les marchés", explique Patricia Le Courtois, responsable communication de la MSA Côtes Normandes.

S'inscrire dans une démarche de terrain

Pour Marjorie Letemplier, secrétaire de l'association Mathilde : "Chaque mois, nous adressons environ 8 000 invitations et relances aux femmes concernées par le dépistage organisé du cancer du sein. Cependant, il est toujours très intéressant de s'inscrire dans une démarche de terrain comme



Pour Servane Pouclée, assistante sociale de la MSA Côtes Normandes : "Aller sur un marché est effectivement un bon moyen de toucher un certain nombre de personnes. L'intérêt de cette action de proximité est aussi de pouvoir cibler un lieu où le taux de participation au dépistage du cancer du sein est le plus faible, ce qui est le cas pour le département du Calvados".

Travailler en partenariat

Une action rendue possible par une mise en œuvre en partenariat : "Cette opération n'a nécessité, en amont, qu'une seule réunion préparatoire. Elle regroupait les personnes du centre de gestion départemental Mathilde et les responsables des services de l'animation



celle initiée par la MSA et à laquelle nous sommes très sensibles. Cela nous permet d'avoir une meilleure visibilité et d'être au plus près de la population pour une sensibilisation la plus large possible. Car il faut le rappeler, le taux de participation au dépistage stagne. Il est donc nécessaire d'aller chercher les personnes réticentes ou peu informées".

Devant le stand fourni en documentation et objets promotionnels, les visiteurs s'arrêtent. Certaines femmes font part de leur appréhension quant à faire une mammographie. D'autres, convaincues de l'importance du dépistage et désireuses de convaincre leur entourage, repartent avec de la documentation.



Plus d'une centaine de femmes sensibilisées en une matinée



Le point documentaire à disposition du public

Impliquer élus et bénévoles

Présentes également sur le stand et dans les allées du marché, les personnes relais. Ce réseau de bénévoles est une particularité de la MSA Côtes Normandes : "Nous animons ce réseau d'environ deux cents personnes sur les départements du Calvados et de la Manche. Deux fois par an, nous nous réunissons, le but étant de les informer pour qu'elles puissent relayer les messages de prévention, en milieu rural,

concernant le dépistage des cancers du sein et colorectal. Aujourd'hui, plusieurs personnes relais sont présentes dans les allées du marché pour informer de la présence du stand d'information et distribuer des flyers. C'est une mobilisation très appréciable", déclare Daniel Bally, animateur territorial.



Distribution de flyers dans les allées

d'une matinée : "Avec ce stand vraiment très bien fait, nous allons pouvoir poursuivre l'action de façon très visuelle et cela, au-delà des affiches que nous avons l'habitude d'exposer dans nos locaux. Nous allons donc le faire tourner dans toutes les structures d'accueil de la MSA Côtes Normandes".

Et de conclure : "La présence même d'un stand sur un marché démontre l'importance à accorder au dépistage du cancer du sein. Il est donc nécessaire de prolonger la portée du message préventif en continuant d'en parler après Octobre rose".

* Institut National du Cancer.

À retenir

■ Avec plus de 11 000 décès estimés en 2010, le cancer du sein reste au 1^{er} rang des décès par cancer chez la femme. Les dernières données publiées par l'Institut National de Veille Sanitaire mentionnent un taux de participation de 50,2% au dépistage organisé, bien en deçà des recommandations européennes qui ont fixé 75% comme taux cible et 70% comme taux acceptable.

■ En 2010, le taux de participation des ressortissantes MSA était de 55,5%. L'objectif fixé est de 70% d'ici 2015.



Mobilisation des personnes relais sur le stand

Parmi ces personnes, **Élise Revel**, également déléguée MSA : "Cette opération est une très bonne initiative de la MSA. Il est très important de se mobiliser pour ce dépistage. J'ai moi-même été atteinte de cette maladie mais je n'ai pas été mobilisée pour cette raison. Je l'étais déjà avant".

Prolonger la portée de l'action

Une mobilisation essentielle que **Patricia Le Courtois** entend maintenir bien après cette action événementielle