



**l'Assurance
Maladie**

Agir ensemble, protéger chacun

Manche

IL EST TEMPS DE MONTER SUR LE TRÔNE

Sensibilisation au dépistage organisé du cancer colorectal



DOSSIER DE PRESSE

Mai 2025

SOMMAIRE

- 01** | PRÉSENTATION DU PROJET
- 02** | CONTEXTE ET ENJEUX
- 03** | LES ACTIONS MISES EN PLACE
- 04** | OBJECTIFS ET IMPACT ATTENDU
- 05** | ARGUMENTAIRE : POURQUOI SE FAIRE DÉPISTER ?
- 06** | PRÉVENTION PRIMAIRE : LES BONS RÉLEXES POUR RÉDUIRE LES RISQUES
- 07** | PARTENAIRES ET SOUTIEN LOGISTIQUE
- 08** | STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET PROMOTION
- 09** | ÉVALUATION DES RÉSULTATS

01 | PRÉSENTATION DU PROJET

Nom du projet : «Il est temps de monter sur le trône - Sensibilisation au dépistage organisé du Cancer Colorectal»

Structure porteuse : CPAM de la Manche avec collectif de partenaires CDOS, MSA Côtes Normandes, Ligue contre le Cancer de la Manche et Conseil départemental.

Période : Avril à Juin 2025

Public visé : Femmes et hommes de 50 à 75 ans (direct), grand public, sportifs, partenaires locaux (indirect)

Le projet «Il est temps de monter sur le trône» vise à sensibiliser la population au dépistage organisé du cancer colorectal à travers une approche innovante et ludique. Inspiré d'une initiative réussie dans l'Hérault, il propose des animations accessibles et engageantes pour informer efficacement le public sur l'importance du dépistage précoce.

À travers des événements sportifs et des actions de terrain, cette campagne cherche à briser les tabous et à encourager une participation accrue au dépistage, garantissant ainsi une meilleure prise en charge de cette maladie.

02 | CONTEXTE ET ENJEUX

Le cancer colorectal est l'une des premières causes de mortalité par cancer en France. Pourtant, il s'agit d'un cancer qui peut être guéri dans 9 cas sur 10 s'il est détecté suffisamment tôt. Déjà 2 millions de personnes en France réalisent ce test en France chaque année.

Malheureusement, le taux de dépistage demeure insuffisant, avec seulement 33,90* % de participation dans le département de La Manche en 2024, un taux certes supérieur à la moyenne de la région (31,7%*) et au national (29,8%*) mais bien loin des 70 % recommandés par les autorités de

santé européennes. Ce recul d'un point par rapport à l'année précédente montre qu'il est urgent d'agir. Il est également à noter que les femmes se font davantage dépister que les hommes dans le département (36,20 %* pour les femmes contre 31,3%* pour les hommes).

L'objectif de cette campagne est de **rendre le dépistage plus accessible et compréhensible**, en expliquant son importance et sa simplicité, tout en l'associant à des événements populaires pour maximiser l'impact.

**Source : Santé Publique France (vague 2023/2024).*

LE CANCER COLORECTAL EN CHIFFRES

- Peut-être **guéri dans 9 cas sur 10** si détecté suffisamment tôt.
- **33,90 % de participation** au dépistage dans la Manche en 2024 (**36,20 %** pour les femmes ; **31,30 %** pour les hommes).
- Un taux de **70 % de participation** est recommandé par les autorités de santé européennes.

03

LES ACTIONS MISES EN PLACE

LE STAND ITINÉRANT

«IL EST TEMPS DE MONTER SUR LE TRÔNE»

Ce concept original (inspiré de la campagne créée par l'institut du cancer de Montpellier) vise à utiliser l'humour pour engager la discussion sur le dépistage. Un stand itinérant sera déployé lors d'événements sportifs et dans des lieux fréquentés par le public. Les participants pourront s'asseoir sur un «trône bleu» et repartir avec une photo souvenir. Des animateurs seront présents pour répondre aux questions et expliquer le dépistage.

DISTRIBUTION D'INFORMATIONS ET KITS DE DÉPISTAGE

Lorsque cela est possible, des kits de dépistage seront remis aux participants par un professionnel de santé (médecin ou pharmacien formé), accompagnés d'explications sur la manière de les utiliser correctement. Ces kits permettent un test simple, réalisable à domicile, pris en charge par l'Assurance Maladie.

INTERVENTIONS ET SENSIBILISATION DANS LES CLUBS SPORTIFS

Des sessions de sensibilisation seront organisées en partenariat avec les clubs sportifs locaux, permettant d'atteindre un public varié et de promouvoir une démarche préventive auprès des licenciés et des supporters.



DATES ET LIEUX DES ACTIONS

- **Le Teilleul** : le 29 mai à l'occasion des finales départementales de handball
- **Carentan** : les 21 et 22 juin à l'occasion des finales départementales de football

04

OBJECTIFS ET IMPACT ATTENDU

La lutte contre le cancer colorectal repose sur une stratégie claire : **informer, mobiliser et agir ensemble**. À travers cette campagne de sensibilisation, plusieurs objectifs prioritaires sont visés, avec un impact mesurable sur la santé publique à court, moyen et long terme.

INFORMER ET SENSIBILISER LARGEMENT À L'IMPORTANCE DU DÉPISTAGE

L'un des principaux freins au dépistage reste le manque d'information, parfois associé à des idées reçues, à de la gêne ou à une méconnaissance des enjeux. L'objectif est donc de **lever les tabous**, de rendre le **message accessible à tous** et de **rappeler que le dépistage peut sauver des vies**, même en l'absence de symptômes.

FAIRE PROGRESSER DURABLEMENT LE TAUX DE PARTICIPATION AU DÉPISTAGE

Aujourd'hui, moins de 35 % des personnes concernées réalisent le test. L'ambition est de **franchir le cap des 40 % dans un premier temps**, puis de se rapprocher des **standards européens**, où certains pays atteignent 60 à 70 % de participation.

Une hausse du taux de dépistage permettrait d'**identifier davantage** de cas précoces, souvent guérissables, et donc de **réduire la lourdeur des traitements**.

RÉDUIRE SIGNIFICATIVEMENT LA MORTALITÉ LIÉE AU CANCER COLORECTAL

Grâce à la détection précoce, les chances de survie dépassent 90 %. En favorisant le dépistage, on agit directement sur la **réduction du nombre de décès évitables**. Chaque test effectué peut faire la différence entre une évolution silencieuse de la maladie et une prise en charge rapide et efficace.

CRÉER UNE DYNAMIQUE LOCALE FORTE AUTOUR DE LA PRÉVENTION

La prévention est l'affaire de tous. En mobilisant les acteurs de terrain — **professionnels de santé, associations, collectivités, clubs sportifs, entreprises** —, la campagne vise à créer une **mobilisation collective** durable. Le but : ancrer les réflexes de prévention dans le quotidien des citoyens, via des relais de confiance et des actions concrètes sur le territoire.



ATTEINDRE UN TAUX DE DÉPISTAGE DE **40 %**

05

ARGUMENTAIRE : POURQUOI SE FAIRE DÉPISTER ?

UN CANCER SILENCIEUX

Le cancer colorectal évolue souvent sans symptômes visibles aux premiers stades. Le dépistage permet de détecter d'éventuelles lésions avant l'apparition des complications.

UN TEST SIMPLE ET RAPIDE

Le test immunologique se fait à domicile en quelques minutes, sans douleur.

UN TAUX DE GUÉRISON ÉLEVÉ

Détecté à temps, ce cancer est guérissable dans plus de 90 % des cas.

UNE PRISE EN CHARGE COMPLÈTE

Le dépistage est entièrement remboursé par l'Assurance Maladie.

UN ENGAGEMENT POUR SOI ET SES PROCHES

En se faisant dépister, on protège non seulement sa propre santé, mais on sensibilise aussi son entourage.

À QUOI SERT LE TEST DE DÉPISTAGE ?

Le test de dépistage du cancer colorectal ne vise pas à poser un diagnostic de cancer, mais à détecter la présence éventuelle de **traces de sang dans les selles**, invisibles à l'œil nu. Ce saignement peut être un signe précoce de lésions précancéreuses ou d'un cancer colorectal.

En cas de test positif, **une coloscopie est proposée** pour établir un diagnostic plus précis. Il est important de souligner que dans la majorité des cas, il s'agit de polypes bénins ou d'autres anomalies non cancéreuses, pouvant être retirées avant qu'elles ne se transforment.

Ce dépistage représente donc une opportunité de prévention très efficace, simple à réaliser, et sans risques.

06

PRÉVENTION PRIMAIRE : LES BONS RÉFLEXES POUR RÉDUIRE LES RISQUES

Au-delà du dépistage, il est possible d'agir en amont pour limiter les facteurs de risque du cancer colorectal. On estime qu'environ la moitié des cas pourraient être évités grâce à une hygiène de vie plus saine. Adopter de bonnes habitudes au quotidien, c'est donc se donner les moyens de prévenir efficacement l'apparition de ce cancer.

UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE, UN ALLIÉ DE POIDS

L'alimentation joue un rôle clé dans la prévention. Plusieurs études ont mis en évidence un lien entre certains aliments et l'augmentation ou la réduction du risque :

- limiter la consommation de viande rouge (bœuf, agneau, porc...) et surtout de charcuteries, classées comme cancérogènes probables ou avérés par l'OMS,
- privilégier les fibres alimentaires (présentes dans les légumes, fruits, légumineuses et céréales complètes) qui favorisent le bon fonctionnement du transit intestinal,
- réduire les aliments ultra-transformés, souvent riches en graisses saturées, en sel et en sucres ajoutés, et pauvres en nutriments protecteurs.

L'ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE, UN ATOUT SANTÉ MAJEUR

Une activité physique modérée mais régulière diminue significativement le risque de cancer colorectal. Bouger au moins 30 minutes par jour, que ce soit par la marche, le vélo, le jardinage ou une activité sportive, aide à maintenir un poids stable, à réduire l'inflammation et à améliorer le métabolisme.

LE POIDS SOUS SURVEILLANCE

Le surpoids et l'obésité augmentent le risque de développer un cancer colorectal. Maintenir un indice de masse corporelle (IMC) dans la norme fait partie des leviers importants de prévention.

RÉDUIRE L'ALCOOL ET ÉVITER LE TABAC

La consommation d'alcool, même modérée, est un facteur de risque reconnu pour plusieurs cancers, dont celui du côlon. Quant au tabac, il augmente le risque de polypes précancéreux et accélère leur évolution. Moins boire et ne pas fumer, c'est protéger son côlon — et bien plus encore.



07

PARTENAIRES ET SOUTIEN LOGISTIQUE

Le comité départemental olympique et sportif : mobilisation des réseaux sportifs et logistique des événements.

La ligue de la Manche contre le cancer, la MSA Côtes Normandes, le Conseil départemental : co-animation des stands, relais d'information.



08

STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET PROMOTION

- **Teasing vidéo** : un spot de 30 secondes sera diffusé en amont pour annoncer l'événement.
- **Réseaux sociaux** : diffusion de la vidéo de teasing et de la vidéo finale.
- **Relais du monde du sport** : les acteurs du sport relaieront en amont l'intervention.
- **Relais institutionnel** : les partenaires, relaieront également l'évènement auprès de leurs publics.

09

ÉVALUATION DES RÉSULTATS



L'impact de la campagne sera mesuré à travers :

- le **nombre de visiteurs** sur les stands,
- le **nombre de rééditions d'invitation émises**,
- le **taux de participation au dépistage** avant et après l'événement,
- les **retours du public** via des enquêtes de satisfaction.

CONTACT PRESSE

Cindy LEJUEZ

Responsable communication marketing statistiques

cindy.lejuez@assurance-maladie.fr

02 33 06 59 09