

## **Saint-Étienne**

### **Un Plan Cancer inédit à l'échelle d'une collectivité**

#### **Le problème auquel répond votre initiative innovante**

Bien-être social et santé publique constituent deux axes importants de la politique municipale stéphanoise. Communiquer sur ces thématiques et notamment celles liées aux maladies infectieuses (cancer, VIH...) s'avère être complexe sans stigmatiser, culpabiliser, « sermonner » ou angoisser la population.

#### **Votre solution innovante**

Dédramatiser le plan cancer Stéphanois en proposant une communication optimiste, disruptive, fédératrice et porteuse d'espoir !

#### **Les objectifs :**

- Faire de Saint-Étienne, une ville de référence et précurseur dans la lutte contre le cancer
- Impliquer et sensibiliser les Stéphanois en tant qu'acteurs de leur santé, en favorisant l'accès à la prévention sur l'alimentation, les activités physiques...
- Les informer de la mise en place de ce plan Cancer

#### **L'histoire de votre action innovante**

- **Qui**

La Ville de Saint-Étienne a élaboré ce plan de lutte contre le cancer impliquant le CHU, l'ARS, la CPAM, la Ligue contre le Cancer, les professionnels de santé, le Département de la Loire, Saint-Étienne Métropole, l'Éducation nationale, les associations, les Stéphanois.

- **Pour qui**

Les Stéphanois au sens large, mais aussi les patients, les aidants, les familles

- **Quoi**

Première ville et France et en Europe à se saisir de cet enjeu de santé publique, la Ville de Saint-Étienne a lancé le 13 mai son Plan cancer par une journée « festive », de sensibilisation et de mobilisation pour placer la ville en première ligne dans la lutte contre la maladie : expositions, activités physiques, ateliers participatifs autour de la nutrition, de soins post cancer, tables rondes et conférences.

A cette occasion, une communication spécifique a été développée et sera visible tout le mandat sur chaque action liée au Plan Cancer. Elle se veut volontairement dédramatisante, disruptive, colorée, lumineuse, porteuse d'espoir.

- Un label et une marque « Plan Cancer 2021-2026 » seront estampillés sur chaque support de communication dédié. Ils ont été déposés à l'INPI.
- Création du nœud « stéphanois » : un symbole de sensibilisation et de la solidarité stéphanoise pour se mobiliser et lutter contre le cancer. Représenté par la symbolique du nœud, chaque infection cancéreuse dispose d'un code couleur spécifique et identifiée. Ainsi, le nœud stéphanois du Plan cancer forme un patchwork de plusieurs couleurs, lumineux et pop ! Il se veut gai, symbole de la force de vivre et optimiste pour l'avenir.
- Miser sur la prévention et la sensibilisation : une vaste campagne de marquage de l'espace urbain et de street marketing. Ainsi aux principaux arrêts de tramway, des messages incitant à descendre une station avant et encourageant à la pratique d'une activité physique simple, rapide et pas coûteuse étaient apposés. Parallèlement, les petits nœuds en satin symboliques du Plan Cancer et des programmes pédagogiques étaient diffusés par des équipes de promotion

vêtues aux couleurs de cette communication. Des bandes de tissu lestées sur la façade de l'Hôtel de Ville, des nœuds géants sur différents sites étaient également mis en place.

- Enfin, un programme pédagogique a été conçu afin de communiquer sur ce lancement officiel, mais également pour véhiculer des messages de sensibilisation et de prévention :+ conseils utiles et repères nutritionnels pour mieux consommer, idées de balades dans les parcs stéphanois, la « journée idéale » en termes d'activités physiques...
- **Quand** : lancement officiel le 13 mai 2022, puis audition dès le 18 mai et mise en place des 1<sup>ère</sup> actions opérationnelles sur janvier 2023 > durée du mandat

### **Les moyens humains et financiers**

Mobilisation du studio graphique de la communication externe et d'une chargée de communication.

- **Coût total** : 48 826,26€.

### **L'évaluation de l'innovation**

- **Impact** :

Lors du lancement officiel (sur 2 sites) : plus de 1 500 personnes ont pris part aux animations ludiques sur la place et aux conférences et tables rondes.

Valorisation de cette action largement relayée par la presse locale

- **Potentiel de diffusion et de répliation**

Le projet a inspiré d'autres entités telles que France Urbaine (association des agglomérations et métropoles françaises) qui a créé un groupe de travail à partir de l'exemple stéphanois.

- **Bilan, suivi, projet d'évolution**

Ont été mis en place dès le 18 mai, des auditions d'associations, d'usagers et de professionnels de santé, une plateforme de concertation des habitants.

Ces phases d'auditions et de concertation seront les bases de l'écriture d'un plan d'actions concret de lutte contre le cancer.

**Mots clés** : Communication / Santé / Prévention