

Guide pratique Octobre rose 2015

Sommaire

1. Le cancer du sein
2. Présentation du dispositif Octobre rose
3. Les messages à diffuser
4. Les Fiches-actions
5. Les partenariats nationaux
6. Annexes

1. Le cancer du sein

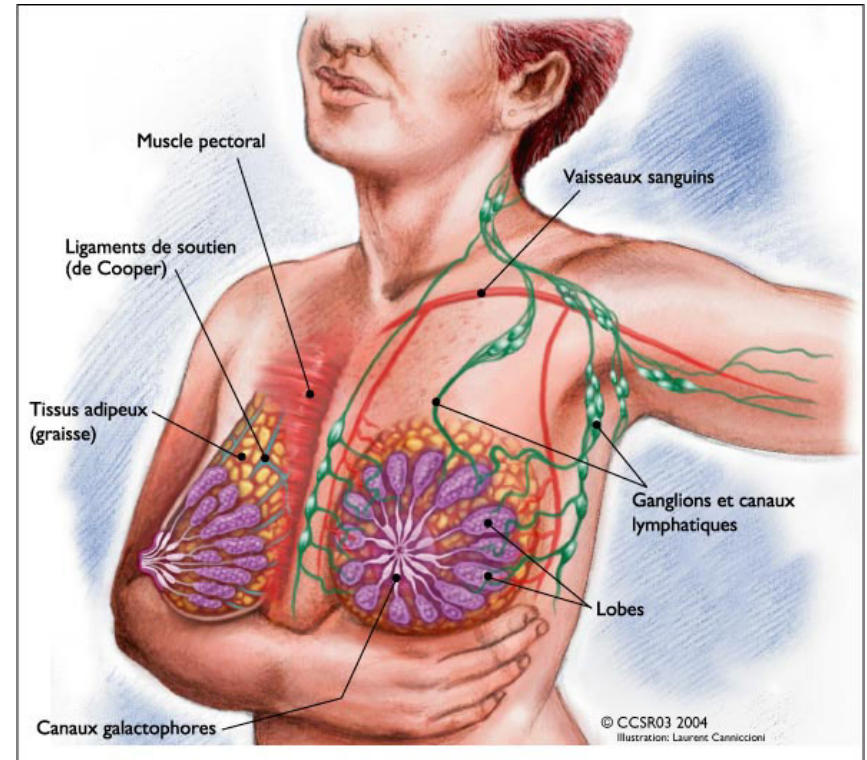
Le sein

Un peu d'anatomie :

Le sein est une masse de tissus glandulaires, gras et conjonctifs. Il est constitué de :

- lobules – glandes qui produisent le lait ;
- canaux – tubes qui transportent le lait des lobules au mamelon ;
- tissu gras et conjonctif – ils entourent et protègent les canaux et les lobules et donnent sa forme au sein ;
- aréole – surface ronde qui entoure le mamelon et qui contient les petites glandes sudoripares qui sécrètent la sueur comme lubrifiant lors de l'allaitement ;
- mamelon – région située au centre de l'aréole d'où le lait est expulsé.

Le sein est également parcouru par des vaisseaux sanguins et lymphatiques reliés aux ganglions. Ensemble, ils composent le système lymphatique qui aide notamment à lutter contre les infections.



Développement et évolution d'un cancer du sein

Un cancer du sein se développe à partir des cellules qui forment la paroi des canaux ou des lobules.

Une cellule normale se transforme et se multiplie de façon anarchique et désorganisée, pour former une masse, appelée tumeur maligne. On distingue plusieurs types de cancers, dont 95% sont des adénocarcinomes naissant le plus souvent à partir des cellules des canaux. On parle alors de carcinome canalaire.

•Le cancer in situ :

les cellules malignes sont à l'intérieur des canaux ou des lobules. Les cancers canaux in situ sont les plus fréquents. Ces cancers peuvent majoritairement évoluer si on ne les traite pas.

•Le cancer infiltrant :

si aucun traitement n'est effectué, la tumeur risque de franchir la membrane de la paroi et d'infiltrer les tissus qui entourent les canaux et les lobules.

•L'extension cancéreuse :

lorsque les cellules cancéreuses migrent par les vaisseaux sanguins ou lymphatiques, elles peuvent atteindre les ganglions et se propager vers d'autres parties du corps et organes (foie, poumons, cerveau, os).

Cancer du sein : données épidémiologiques (données 2012 – INVS/INCa)

- Cancer le plus fréquent chez les femmes en France : 48 763 nouveaux cas estimés par an ; 11 886 décès estimés par an
- La mortalité est en baisse régulière depuis 1995 et un peu plus marquée depuis 2005. L'amélioration du diagnostic précoce et des prises en charge thérapeutiques sont les éléments majeurs de cette diminution.
- Une femme sur huit sera confrontée à ce cancer du sein au cours de sa vie.
- Le cancer du sein représente plus du tiers des cancers féminins et 1/5 des décès par cancer.

2. Présentation du dispositif Octobre rose

Un visuel spécial Octobre rose

Cette année, pour vos communications locales, nous avons réadapté le visuel de la Semaine nationale de lutte contre le cancer aux couleurs d'Octobre rose. Vous disposerez d'ici quelques jours d'un nouveau visuel pour :

- sensibiliser aux facteurs de risque ;
- promouvoir le dépistage organisé ;
- présenter vos différents événements.

→ Le visuel sera sur le même principe que celui ci-dessous mais avec un nouvel ambassadeur (femme de plus de 50 ans portant la couleur rose), la présence du ruban rose, un message adapté octobre rose que vous pourrez ensuite réadapter et personnaliser sur GOCAD.



→ 3 formats personnalisables (A4, 40x60, 120x176) sur GOCAD.

→ Le visuel sera à votre disposition fin-juillet.

Un dispositif marketing pour Octobre rose 2015

Actions validées

- Campagne courrier de fidélisation d'octobre. Contacter Marion WECKMANN pour souscrire à cette campagne et renforcer vos actions marketing liées à Octobre Rose : 01.53.55.24.21 – marion.weckmann@ligue-cancer.net

Actions en cours d'évaluation

- Campagne de prospection téléphonique sur un message femme, octobre rose, cancer du sein, sur des fichiers spécifiques
- Campagne de prospection asilage-colis : insertion d'un prospectus de dons « octobre rose » dans des magazines / colis
- Infographie interactive : chiffres clés du cancer du sein et incitation à donner
- Page de collecte de dons avec jauge permettant d'évaluer le nombre de dons déjà effectués
- Newsletter / Email : envoyée à toute la base email Sysmarlig
- Collecte événementielle : promotion des courses d'octobre et incitation à la collecte en ligne. Contacter Julie MAILLARD pour toute information : 01.53.55.24.82 – julie.maillard@ligue-cancer.net
- Création d'un QR Code à insérer dans les différents visuels (affiches, flyers) : il renverra vers l'infographie, puis la page de collecte

3. Les messages à diffuser

Message n°1 – Sensibilisation aux facteurs de risque identifiés

Message n°2 – Promotion du dépistage organisé du cancer du sein

Message n°3 – Offre de services à destination des femmes atteintes de cancer

Message n°4 – Se reconstruire après une mastectomie

Message n°1 – Sensibilisation aux facteurs de risque identifiés

Facteurs de risque peu modifiables

- Age (+ de 75 % après 50 ans)
- Sexe
- Puberté précoce (<12 ans)
- Ménopause tardive (>50 ans)
- Absence de grossesse
- Densité importante
- Hyperplasie atypique
- Antécédents familiaux
- Prédisposition génétique (5 à 10% des cas)

Facteurs de risque modifiables

- Age tardif de la première grossesse (>30 ans - >35 ans+)
- Surpoids/obésité
- Sédentarité
- Alcool
- Traitement de substitution à la ménopause
- Traitement contraceptif prolongé avant premier enfant

Des comportements favorables à notre santé

Mangez une alimentation diversifiée et équilibrée

Il a été montré qu'une alimentation variée et équilibrée, limitant la consommation de boissons alcoolisées et sucrées et associant à la pratique d'une activité physique, pouvait réduire le nombre de nouveaux cas de cancers : **diminution de ± 20% du risque des cancers du côlon et du sein (après la ménopause).**

Bougez-vous !

Le bénéfice de l'activité physique après le diagnostic de certains cancers a également été démontré en termes d'amélioration de la qualité de vie et de survie : **diminution du risque de récurrence du cancer du sein ± 30%.**

Et pour un bénéfice santé maximal, il vaut mieux augmenter la durée des exercices plutôt que leur intensité !

Message n°2 – Promotion du dépistage organisé du cancer du sein

Qu'est-ce que le dépistage organisé du cancer du sein ?

- Le dépistage consiste à réaliser une **mammographie ET un examen clinique** des seins, pris en charge à 100% par l'assurance maladie (examens complémentaires remboursés selon les modalités habituelles).
- Pour TOUTES les femmes âgées de **50 à 74 ans**. Les femmes sont invitées **tous les 2 ans**.
- Le dépistage organisé repose sur 2 lectures de la mammographie, avec une assurance qualité et contrôle rigoureux des installations et des professionnels formés.

Le test de dépistage : la mammographie

- Seul test de référence qui permet de découvrir des cancers de quelques millimètres, non détectables à l'examen clinique.
- L'inspection et la palpation par un médecin peuvent permettre de détecter des lésions >1 cm.
- Les femmes doivent examiner leurs seins régulièrement pour rester attentives à toute modification.
- Néanmoins l'autopalpation n'est pas recommandée (anxiogène et ne permet pas d'améliorer la précocité du diagnostic).

Le radiologue peut prescrire des examens complémentaires en cas d'anomalie (IRM, biopsie) pour préciser le diagnostic.

Messages à diffuser par typologie

Pour les femmes qui participent au dépistage organisé

Les encourager à renouveler leur mammographie tous les deux ans pour que le dépistage soit efficace.

Pour les femmes qui participent au dépistage individuel

Les inciter à faire le dépistage organisé gratuit pour bénéficier d'une deuxième lecture pour plus de sécurité.

Pour les femmes qui ne suivent aucun dépistage

Les rassurer sur l'examen et sur le résultat, les sensibiliser sur l'importance de la mammographie comme moyen efficace pour détecter une tumeur du sein le plus tôt possible, et les accompagner dans la démarche.

Message n°2 – Promotion du dépistage organisé du cancer du sein

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- Réduction relative de 40 % de la mortalité = réduction de la mortalité pour les femmes dépistées régulièrement par rapport aux femmes non dépistées (femmes de 50 et 69 ans – étude CIRC juin 2015).- Plus de cancers dépistés tôt :<ul style="list-style-type: none">- La seconde lecture de la mammographie permet de détecter 6 à 7% des cancers non repérés dans la 1^{re} lecture.- Gagner du temps sur la maladie :<ul style="list-style-type: none">- La mammographie permet de détecter des tumeurs de petite taille, bien avant qu’elles ne soient palpables.- De meilleures chances de guérison :<ul style="list-style-type: none">- Lorsqu’un cancer du sein est détecté à un stade précoce, il peut être guéri dans 9 cas sur 10.- Des traitements moins lourds pour une meilleure qualité de vie :<ul style="list-style-type: none">- Le traitement proposé pour traiter un cancer du sein dépend en partie du stade auquel il est découvert.	<ul style="list-style-type: none">- Le temps d’attente avant les résultats définitifs : environ 2 semaines- Le risque de faux positif qui est source d’inquiétude : examens complémentaires pour une anomalie qui s’avère bénigne- Le risque de faux négatif/cancer de l’intervalle : apparition d’un cancer avant la mammographie suivante- Le risque de surdiagnostic et de surtraitement de cancers peu évolutifs- L’exposition aux rayons X (risque de surexposition)

Message n°2 – Promotion du dépistage organisé du cancer du sein

Les arguments

- Se faire dépister ne signifie pas avoir un cancer
- Le dépistage n'empêche pas le cancer
- Sensibiliser les femmes sans les angoisser
- Le dépistage découvre des tumeurs de petites tailles, facteur favorable de guérison
- En cas de cancer du sein, plus de 75% relèvent d'une tumorectomie

Les actions

- Sensibiliser et former des personnes relais et les pairs (les habitants volontaires)
- Privilégier une communication orale, de proximité
- Organiser des rencontres et/ou des réunions avec le public (bas d'immeuble, marché, dans les lieux de vie, associations de quartier, accompagnement au cabinet de radiologie, etc.)
- Mieux impliquer les professionnels, et les sensibiliser pour qu'ils soient relais auprès de la population
- Élaborer si besoin des outils de communication adaptés...

Pour aller plus loin :

-SUR L'INTRANET : <http://intranet.ligue-cancer.net/>

> rubrique Dépistage – brochures, éléments d'information, communiqués de presse, films

➤ Rubrique Ecole de Formation - S 18 A - Formation Connaissance des dépistages des cancers, quelles actions et comment les promouvoir auprès des publics ?

-SUR INTERNET :

➤ Sur le site de la Ligue contre le cancer : <http://www.ligue-cancer.net/localisation/sein>

➤ Sur le site de l'Institut national du cancer : <http://www.e-cancer.fr/Patients-et-proches/Les-cancers/Cancer-du-sein/Les-points-cles>

Message n°3 – Promotion de l'offre de services à destination des femmes atteintes de cancer

Les Comités proposent différents types de soins de support pour améliorer la qualité de vie des malades tant sur le plan physique, psychologique que social (soutien psychologique, ateliers alimentation, soins socio-esthétiques, activités physiques adaptées).

Par exemple, la pratique d'une activité physique adaptée permet de réduire les effets secondaires des traitements (fatigue, dépression, etc.) ainsi que le risque de récurrence, tout en se réconciliant avec son image corporelle. Aussi, la participation à des événements sportifs (tels des courses ou des marches) dans le cadre de la campagne Octobre Rose est donc totalement pertinent.

Des services pour réduire l'impact social de la maladie :

▪ **Des aides financières** : chaque Comité dispose d'une Commission sociale qui attribue des aides financières aux personnes économiquement fragilisées par la maladie, pour soulager :

- ✓ les dépenses de la vie quotidienne (alimentation, loyer, électricité, factures, etc.) ;
- ✓ les dépenses liées à la maladie (prothèses, soins non remboursés, etc.) ;
- ✓ les dépenses d'aide humaine (aide à domicile, garde, portage de repas, etc.) ;

Ces aides sont ponctuelles, en complément des aides légales. Pour en bénéficier, se rapprocher d'un travailleur social pour monter le dossier à transmettre au Comité.

▪ **Des aides dans les démarches administratives et sociales, ou pour le retour à l'emploi** : Le comité propose... (détailler suivant l'offre locale).

Des services téléphoniques au 0 810 111 101 (coût d'un appel local) du lundi au vendredi de 9h à 19h.

Tapez 1 pour obtenir de l'écoute et du soutien auprès d'une équipe de psychologues, dans le respect de l'anonymat et de la confidentialité.

Tapez 2 pour contacter le service AIDEA, si vous souhaitez obtenir une **assurance emprunteur dans le cadre de votre prêt** ou des conseils. AIDEA est gratuit, anonyme et confidentiel.

Tapez 3 pour obtenir des conseils juridiques gratuits.

Message n°4 – Se reconstruire après une mastectomie

Contexte de l'étude

Réalisation d'une enquête auprès de femmes ayant eu une mastectomie, suivie ou non d'une reconstruction mammaire : enquête quantitative auprès de 992 femmes (par auto questionnaire) ; enquête qualitative auprès de 12 femmes (entretien semi directif), parue dans *l'Observatoire sociétal des cancers* en avril 2015.



Avec ou sans reconstruction : un reste à charge pour une majorité de femmes.

Après la mastectomie		
5 femmes sur 6 concernées par des soins supplémentaires dont	1 femme sur 2 non concernée par la reconstruction chirurgicale dont	1 femme sur 2 concernée par la reconstruction chirurgicale dont
1 femme sur 3 concernée par les restes à charge.	9 femmes sur 10 concernées par les restes à charge.	1 femme sur 2 concernée par les restes à charge.
Reste à charge 456 € en moyenne	Reste à charge 256 € en moyenne/an	Reste à charge 1 391 € en moyenne

→ Avec ou sans reconstruction : des restes à charge difficiles à financer pour 1 femme sur 2.

Notamment pour les femmes :

- au chômage (81 % ont eu des difficultés, vs 54 % en moyenne) ;
- vivant seules (72 %) ;
- des catégories sociales les moins aisées (62 %) ;
- ayant eu une reconstruction chirurgicale (59 %, vs 51 % des femmes n'ayant pas eu de reconstruction) ;
- 1 femme sur 5 ayant eu des restes à charge a dû solliciter une aide financière extérieure (famille, association, prêt bancaire) ;
- 1 femme sur 10 a dû faire appel à une assistante sociale.

Message n°4 – Se reconstruire après une mastectomie

4 propositions de la Ligue pour améliorer le parcours des femmes à la suite d'une mastectomie

1. Permettre l'accès à un soutien psychologique à toutes les étapes du parcours de soins
2. Développer des dispositifs d'information accompagnée
3. Réduire le coût financier laissé à la charge des patientes à la suite d'une mastectomie
4. Mobiliser les représentants des usagers du système de santé pour faire entendre la voix des femmes atteintes de cancer du sein

Pour aller plus loin :

- Le rapport 2014 de *l'Observatoire sociétal des cancers*

- Version papier disponible sur demande auprès de la mission Société et politiques de santé (dans la limite du stock disponible)
- Version électronique accessible sur le site de la Ligue (rubrique Je découvre la Ligue)

- Un diaporama de présentation des résultats de l'enquête Ligue contre le cancer / BVA auprès de femmes ayant eu une mastectomie, suivie ou non d'une reconstruction mammaire, disponible dans la rubrique Société et politiques de santé de l'intranet à partir du 10 août 2015.

4. Les fiches-actions

Fiche action n°1 – Je mobilise des bénévoles

Fiche action n°2 – Je tiens un stand

Fiche action n°3 – Je mobilise les partenaires institutionnels

Fiche action n°4 – Je mobilise les commerçants et/ou les entreprises

Fiche action n°5 - J'organise une conférence-débat

Fiche action n°6 – J'organise une marche ou une course collective

Fiche action n°7 – Je communique avec les médias locaux

Fiche action n°8 – Mes messages-clés

Fiche action n°9 – Je communique sur les réseaux sociaux

Fiche action n°10 – Je valorise les actions de mon Comité

Fiche action n°1 : « je mobilise des bénévoles »

Toutes les manifestations de terrain sont l'occasion pour les Comités de **mobiliser et motiver leurs bénévoles** autour d'un projet commun. C'est aussi une belle opportunité de **recruter de nouveaux bénévoles** lors des actions de terrain.

J'anime mon réseau de bénévoles existants

- **Responsabiliser ses bénévoles :**
Proposer aux bénévoles de piloter et mettre en œuvre des actions concrètes comme l'organisation d'un événement, la diffusion de messages de prévention...
- **Valoriser et mettre à l'honneur ses bénévoles :**
Octobre rose permet de rendre visible les forces humaines de notre association.

et / ou

Je recrute des bénévoles

En amont :

Profitez d'Octobre rose pour faire passer des appels à bénévolat :

- intervention dans les écoles ;
- engagement de groupes d'étudiants.

Pendant Octobre rose :

Profitez de votre présence sur le terrain et de vos contacts avec la population pour faire connaître vos besoins en bénévoles. Pour cela, essayez de recenser en amont des besoins précis.

NB :

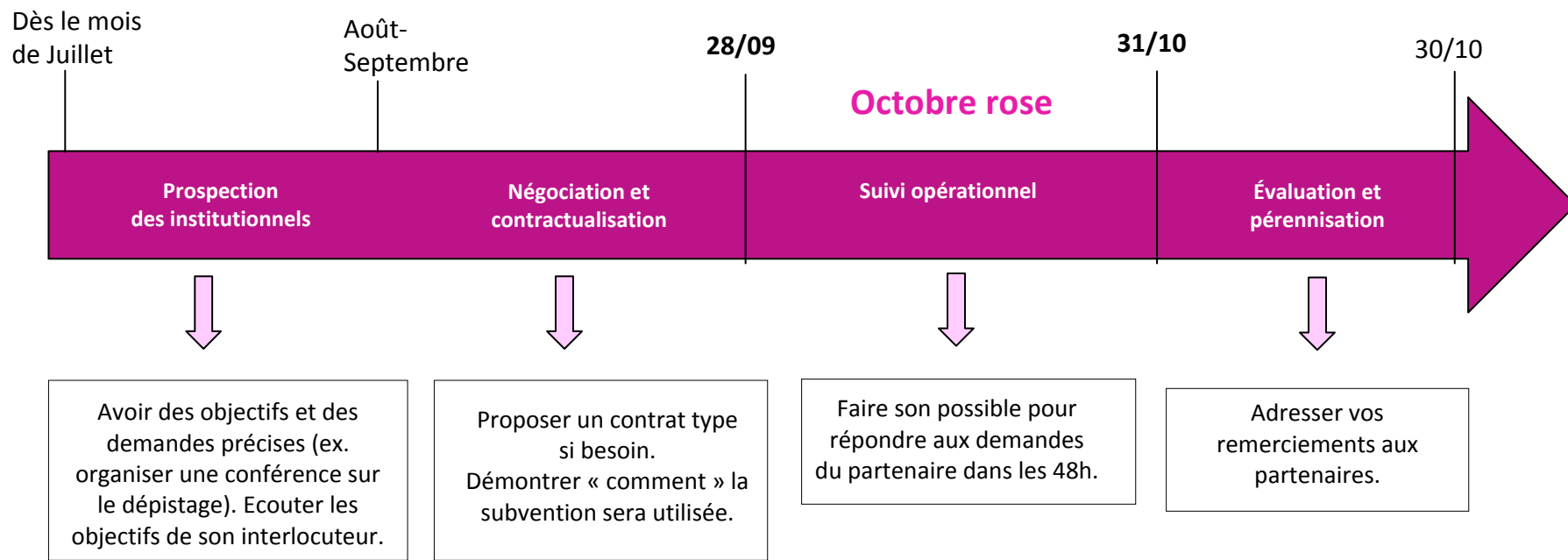
Il est important d'être le plus précis possible dans vos besoins en bénévoles. Nous vous encourageons à faire un inventaire de vos besoins et réaliser ensuite des fiches de postes les plus détaillées possible qui correspondent à ces besoins.

Fiche action n°2 : « je tiens un stand » : le B-A-BA

Avant toute chose, il est primordial de bien définir le ou les objectifs de votre stand (sensibilisation, information, etc.). L'écueil à éviter étant de vouloir tout dire et de mettre trop de documentation.

- 1) **S'équiper avec du matériel d'exposition adapté** en fonction des lieux d'exposition (intérieur / extérieur) : wind-flag, barnum, stand parapluie, roll'up, présentoirs... Prévoir des outils d'identification des bénévoles (t-shirt, brassard, badges, etc.). Ne pas hésiter à investir dans du matériel du type stand ou kakemonos que vous pourrez réutiliser et donc amortir sur le long terme. Voir en annexe 3 tous les outils existants ou que l'on peut fabriquer pour vos stands.
- 2) **Identification des lieux et demande d'autorisation** auprès des autorités compétentes : mairie pour les lieux publics, directeurs de magasin pour les centres commerciaux...
- 3) **Solliciter et préparer en amont les bénévoles** capables de répondre aux objectifs définis. Si vous choisissez de faire de la prévention, il faut des bénévoles formés et capables de répondre aux questions de prévention.
- 4) **Choix de la documentation d'exposition en fonction de la thématique**. Ne surtout pas chercher à mettre toutes vos brochures. Faites une sélection en lien avec vos objectifs et essayer de les ordonner sur le stand par thématique => Il existe de nombreuses brochures sur les cancers féminins que nous vous conseillerons de privilégier sur vos stands pendant Octobre rose
- 5) **Prévoir des « goodies » à vendre** avec une caisse et un fond de caisse (bracelets, T-Shirt, Badges, ballons, etc.). Le **Bracelet rose** fonctionne bien à la vente. Nous vous conseillons de « l'offrir contre un don minimum de 2€ ».
- 6) **Coordonner la présence sur le stand et prévoir les rotations** (essayer d'avoir des équipes homogènes en associant les plus dynamiques avec les plus timides). Ne pas oublier le temps de montage et de démontage de votre stand. Il est important de prévoir un « responsable » pour chaque session (il devra disposer d'une liste avec les n° de téléphone utiles). C'est lui qui briefera les bénévoles.

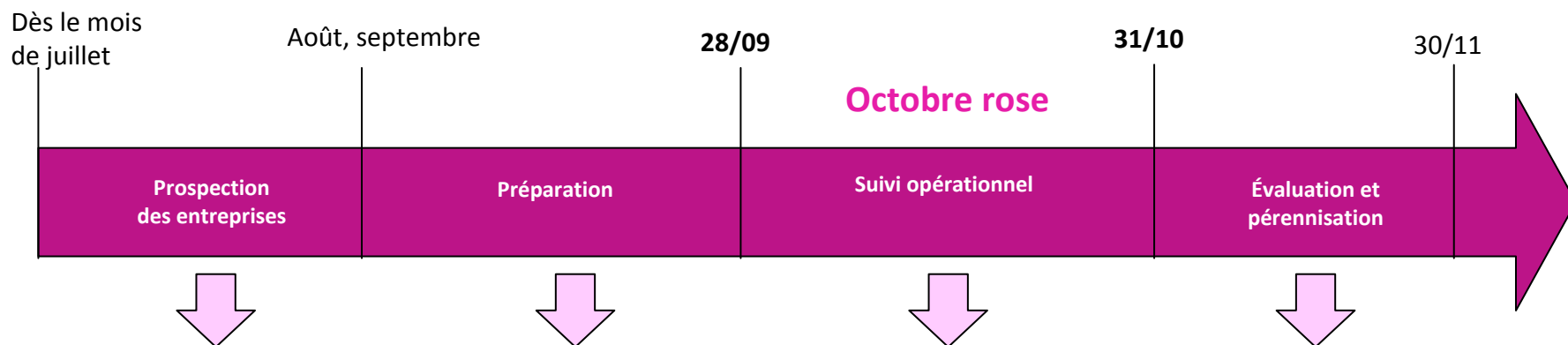
Fiche action n°3 : « je mobilise les partenaires institutionnels »



Les partenaires institutionnels potentiels : mairies, collectivités locales, conseils régionaux et départementaux, préfectures, écoles, ARS, MDPH, CPAM, Pôle Emploi, centres hospitaliers...

NB : Pour démarcher vos collectivités locales, vous disposez du **dossier « Ma ville se ligue contre le cancer »** sur H2K ainsi qu'un **modèle de lettre** en annexe de ce document (cf. annexe 2).

Fiche action n°4 : « je mobilise les commerçants et entreprises »



Faire une sélection d'une cinquantaine de commerçants et d'entreprises soit en fonction de vos propres contacts, soit en fonction des différentes actualités publiées en presse locale et/ou nationale, ou en vous référant à la Chambre de Commerce.

Identifier le contact pertinent en fonction du projet que vous souhaitez faire financer.

Prendre rendez-vous par courrier, email et/ou téléphone.

Mettre à leur disposition des brochures sur les actions locales du Comité, des affiches et d'autres éléments de communication (ballons orange et bleu, « goodies »).

En plus de la collecte auprès de leurs clients, suggérer un abondement de la part des commerçants/entreprises. Au titre du mécénat, un don ouvre droit à une réduction fiscale de 60% de ce montant.

Donner à chaque boutique un contact au Comité et les appeler pour suivre le bon déroulement.

Prendre des photos avec des Ligueurs aux couleurs de la Ligue : elles serviront sur place et sur le site internet du Comité.

Signaler sur le site du Comité les boutiques partenaires pour informer le public (idéalement sur une carte type googlemaps).

Remercier les entreprises partenaires, personnellement mais aussi sur le site du Comité.

Solliciter leurs impressions sur Octobre rose et leurs suggestions, soit pour la prochaine édition d'Octobre rose, soit pour convenir d'un partenariat annuel.

Fiche action n°5 : « j'organise une conférence-débat »

Intérêts : faire connaître, expliquer et valoriser vos missions et services locaux
4 enjeux à ne pas rater pour le succès de votre conférence

Définir un thème « vendeur »	Faire la promotion	Assurer l'animation	En tirer un bénéfice
<p>Les paramètres devant être pris en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - cibler le bon thème en fonction du public et des actions locales. - définir un thème en fonction des axes de communication dont vous disposez. - identifier une « tête d'affiche », une personnalité publique. - Demande aux bénévoles et à leurs proches (famille, collègues, etc.) ou aux partenaires pour trouver un intervenant. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque membre du Comité participe à la promotion de l'événement : les bénévoles transmettent la newsletter à leurs proches, etc. - L'invité de la conférence mobilise son propre réseau et communique sur ses réseaux sociaux. - Les partenaires peuvent participer à relayer l'information. - Mettre en place une inscription pour mesurer l'impact de l'événement. - Actionner les leviers de communication classique (emailing d'invitation sur le fichier de contacts du Comité, newsletter, communiqué de presse, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Préparer en amont avec l'intervenant les questions et les sujets abordés / procéder idéalement à une répétition. - Si vous disposez d'un compte Twitter, mettez en place un live-tweet avec un hashtag dédié à l'événement (cf. fiche « réseaux sociaux »). - Prévoir un temps d'échange avec la salle, avec des personnes dédiées au passage de micros. 	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="background-color: #e6e6fa; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); margin-bottom: 10px;">Communication</div> <ul style="list-style-type: none"> - Publier les photos de l'événement sur le site, sur les réseaux sociaux et dans le journal d'information du Comité. - Faire remonter au Siège les comptes rendus et photos de l'événement. <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/> <div style="background-color: #e6e6fa; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); margin-bottom: 10px;">Dons</div> <ul style="list-style-type: none"> - L'entrée doit être gratuite⁽¹⁾ avec possibilité de faire un don. - Récupérer les contacts des participants et les intégrer dans Sysmarlig. - Prévoir des activités annexes : stand d'information, urne de dons, restauration et buvette, etc. </div>
<p>En moyenne, seulement 10% des invités viennent effectivement. Pour une salle de 100 personnes, il est prudent de convier 1 000 personnes</p>			

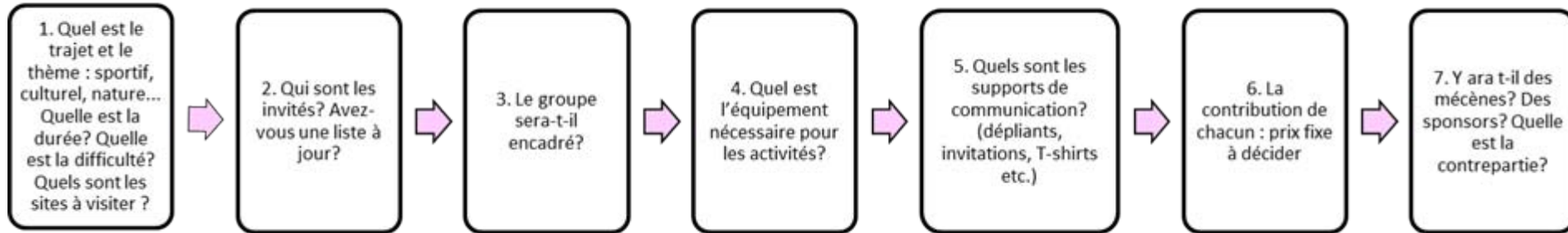
NB : Il est impératif de s'assurer du respect des obligations communes à toute organisation d'événement : assurance, sécurité, etc. Consultez la fiche « Annexe n°1 ».

(1) Les temps d'information et de prévention de la Ligue doivent rester gratuits

Fiche action n°6 : « J'organise une course ou une marche »

NB : organiser une marche ou une course relève bien souvent de l'organisation par des professionnels de l'événementiel. Pour Octobre rose de nombreuses courses sont organisées partout en France notamment les courses Odyssea dont certains Comités sont bénéficiaires. Si toutefois vous souhaitez, en organiser une, vous trouver ci-dessous quelques éléments indicatifs.

POUR VOUS PRÉPARER



POUR VOUS SIMPLIFIER LA VIE

1. **Rapprochez-vous de structures organisatrices existantes** telles que les associations, les clubs sportifs, etc. Aussi, restez à l'écoute de leur réseau pour trouver une animation (un intervenant, un animateur, un groupe de musique etc.)
2. Veillez à garder une **cohérence visuelle**. L'événement se décline aux couleurs d'Octobre rose et le logo de la Ligue contre le cancer doit pouvoir être clairement identifié.
3. Réalisez une **opération de communication** auprès des cercles de sport, des associations comme celles des pompiers, des écoles et des lieux de rassemblement de votre ville ou de votre village. Vous pouvez facilement demander l'autorisation d'afficher dans ces lieux.
4. **Monétisez votre événement** en décidant du prix d'entrée, vous pouvez commander les urnes qui seront utilisées lors de l'événement. Etudiez la possibilité de vendre des goodies et de solliciter les stands de restaurations et buvettes existantes.

POUR VOUS PROJETER SUR LE LONG TERME

1. En priorité, favorisez les manifestations existantes.
2. Pensez sur le long-terme en intégrant les données dans Sysmarlig et en faisant un bilan chiffré à la fin de la manifestation afin de pérenniser les partenariats.

Fiche action n° 7: « Je communique avec mes médias locaux »

3 enjeux à ne pas rater :

- communiquer sur vos actions contre le cancer du sein
- relayer les messages primordiaux de sensibilisation et de promotion du dépistage
- faire connaître votre Comité au sein de votre département

A - Avant Octobre rose :

- 1 Mise à jour de votre fichier presse**
Identifiez et vérifiez vos contacts presse (noms, coordonnées).
- En juillet : envoi d'un save-the-date**
Court texte à adresser à votre fichier presse pour alerter des actions organisées pendant le mois d'Octobre à l'occasion de la mobilisation contre le cancer du sein.
- J-15 : envoi d'un communiqué de presse**
Document plus exhaustif à envoyer à votre fichier présentant vos manifestations, vos actions et vos messages-clés pour Octobre rose.
- J-10 → Jour J : relances journalistiques**
Appelez un à un vos journalistes pour leur rappeler la tenue de vos manifestations.

B - Pendant Octobre rose :

- 1 Tenir une conférence de presse**
Organisez une conférence de presse uniquement si votre actualité est assez importante pour inviter les journalistes.
- 2 Préparer les porte-paroles et avoir un discours adapté**
Cf. fiches messages-clés
- 3 Soigner les venues des journalistes**
Répondez à leurs attentes et leurs besoins dans l'intérêt de votre Comité.

C - Après Octobre rose :

- 1 Éditer une revue de presse**
Regroupez vos retombées médiatiques au sein d'un même document. Cette revue de presse pourra vous être utile lors de vos prochains rendez-vous.
- 2 Visionner les interviews**
Se regarder à l'écran permet de prendre conscience des tiques de langage et de s'améliorer pour les prochaines interviews.

NB : Pour constituer votre fichier presse, pensez aux journaux quotidiens, aux hebdomadaires, aux mensuels, à la presse audiovisuelle (TV et radios locales)... mais aussi aux médias digitaux (journaux en ligne, bloggeurs, etc.).

Un kit « Relations avec les médias » est disponible sur l'intranet rubrique > communication.

Le Service Communication peut vous accompagner dans vos relations presse locales.

Fiche action n°8 : « mes messages-clés »

POUR VOS RELATIONS PRESSE

Définir des thèmes locaux vendeurs : privilégiez un thème principal

- Les manifestations prévues pendant Octobre rose ;
 - Les missions et les services proposés par le Comité de la Ligue contre le cancer toute l'année auprès des femmes atteintes d'un cancer et de leurs proches ;
 - La promotion du dépistage organisé du cancer du sein ;
 - Les facteurs de risque identifiés des cancers féminins ;
 - Un appel à don pour financer des actions précises ;
 - Recrutement de bénévoles
 - Etc.
- Choisissez le ou les thèmes les plus représentatifs et les plus porteurs pour votre Comité.

Connaître les messages-clés de la Fédération

- **Se reporter aux 3 messages principaux de la Fédération énoncés dans les diapositives de 9 à 16 :**
- sensibiliser aux facteurs de risque identifiés, promouvoir le dépistage organisé du cancer du sein et communiquer sur l'offre de services à destination des femmes atteintes de cancer du sein
- **Les chiffres-clés de la Ligue 2015 :** 1^{er} financeur privé et indépendant de la recherche contre le cancer en France ; 640 000 adhérents ; 12 800 bénévoles ; 4 missions sociales ; 800 projets de recherche financés chaque année ; 10 400 familles aidées financièrement chaque année.
- **Savoir présenter la Ligue contre le cancer en quelques secondes**

Préparer les porte-paroles aux interviews

- **Incarner le Comité :** le porte-parole doit pouvoir renseigner le journaliste sur Octobre rose, sur les actions du Comité, donner des chiffres et connaître le discours de la Ligue.
- **L'effet Colombo !** Placez dès le départ le message qui vous semble important. Vous aurez plus de chances qu'il soit repris.
- **Avoir un discours concis et direct :** utilisez des mots-clés et faites des phrases courtes.
- **Illustrer vos propos :** expliquez toujours chaque idée par un exemple concret local.

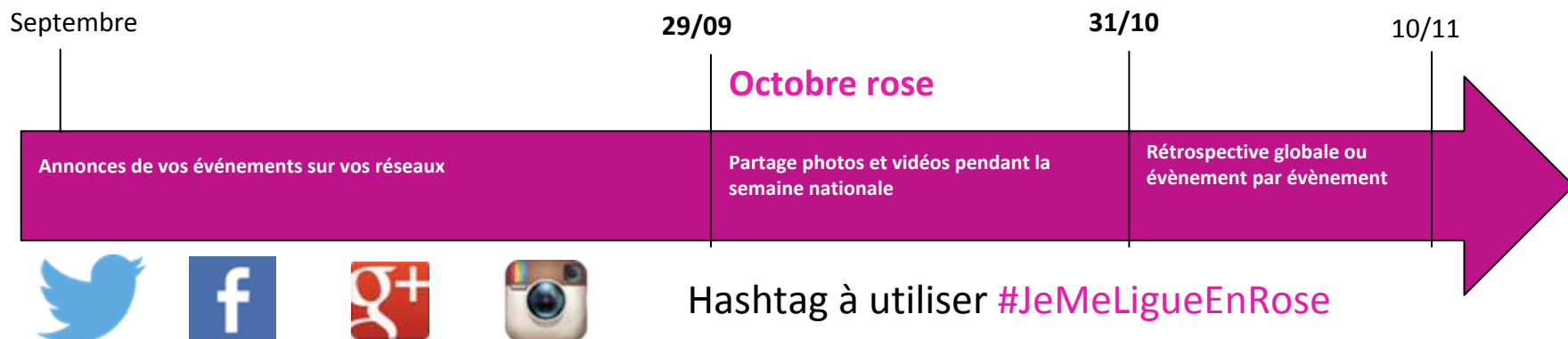
NB : N'hésitez pas à vous rapprocher du service communication pour travailler et affiner votre contenu.

Fiche action n°9: « Je communique sur les réseaux sociaux »

Utilisez les réseaux sociaux pour valoriser vos actions

- 1** **Annoncez Octobre rose sur :**
 - >Votre site Internet
 - >Vos réseaux sociaux Facebook, Twitter, Instagram, Google+
 - >Dans votre newsletter

- 2** **Prenez des photos, faites des vidéos de tous vos évènements. Partagez-les sur vos réseaux sociaux**
 - >Objectif : partager l'ambiance, montrer le public nombreux, montrer des visages réjouis et/ou militants (en plein effort par exemple), donner la parole aux acteurs comme aux participants.
 - > Partager vos photos et vidéos en direct sur Facebook, Twitter, Instagram et Google+ pour donner de l'immédiateté aux gens, montrer et valoriser ce que vous faites.



Fiche action n°10 : « je valorise les actions de mon Comité »

Obtenir des partenariats de visibilité avec vos mairies (panneaux J.C. Decaux, panneaux lumineux, etc.)

Organiser des portes ouvertes au sein du Comité

Organiser des séances de découverte de vos services proposés

Organiser des relations publiques

Avoir un discours concret auprès des partenaires institutionnels (cf. dossier Ma ville se ligue contre le cancer) et des entreprises

Former vos bénévoles

VALORISER
les missions et services rendus par votre Comité

Organiser une conférence-débat

Organiser des relations presse

Communiquer sur les réseaux sociaux

Distribuer de dépliants d'information lors des stands, des événements et des conférences

Compléter vos pages internet

Être visible : tenue vestimentaire, habillage de stand, winflag

5. Les partenariats nationaux

Les partenariats nationaux

Trois principaux partenaires nationaux s'engagent lors d'Octobre Rose

1. KIABI



Pour la 2^e année consécutive, la Fondation Kiabi, s'engage avec les magasins de prêt-à-porter Kiabi avec la vente de produits partagés. En lien avec les Comités départementaux, les magasins peuvent également organiser des collectes dans les magasins ou sur Internet. Une note spécifique à ce partenariat sera émise très prochainement.

2. GOOD AIR DAY (GHD)



La marque Ghd France poursuit, pour la 8^e année consécutive, son engagement auprès de la Ligue en reversant 10 € par styler pink, outil de coiffage pour lisser les cheveux. En 2014, 67 450 € ont été récoltés au profit de l'association.

www.ghd.com

3. LOGIS DE FRANCE



La Fédération internationale des Logis (FIL), premier réseau hôtelier en Europe, reversera un euro par guide et pour chaque réservation enregistrée en octobre via la centrale des Logis. L'année dernière 10 000 € ont été reversés à l'association.

www.logishotels.com

6. Annexes

Annexe n°1 – Organisation d'un événement

Annexe n°2 – Modèle de courrier à destination des collectivités locales

Annexe n°3 – Récapitulatif des outils

Organisation d'un événement : sécurité et assurances (1/3)

Les manifestations récréatives ou culturelles

L'organisateur doit constituer un dossier **à transmettre au maire au plus tard un mois avant la date prévue pour la manifestation** et éventuellement mettre en place dans l'enceinte ou sur le parcours un service d'ordre qui a pour mission de :

- procéder à l'inspection des lieux (stade, parcours, installations) avant le début de la manifestation,
- être prêt à intervenir pour éviter qu'un différend ne dégénère,
- porter assistance aux personnes en péril,
- alerter sans tarder les services de secours ou de police,
- veiller au maintien de l'accès des itinéraires et issues de secours,
- faire respecter par le public les règles de sécurité et de salubrité publiques.

Toutes les manifestations publiques sont soumises à autorisation du maire de la commune concernée par l'événement. Le maire doit analyser les propositions faites par l'organisateur en fonction d'un certain nombre d'éléments tels que :

- l'importance du public attendu
- la configuration du lieu
- les circonstances propres à la manifestation
- les risques prévisibles de troubles à l'ordre public

La déclaration de la manifestation auprès du maire est obligatoire. En revanche l'obligation de mettre en place un service d'ordre n'est pas systématique, elle est liée aux circonstances, aux enjeux, aux risques particuliers de la manifestation.

En cas d'utilisation de chapiteaux, tribunes ou tout autre aménagement soumis à la réglementation des établissements recevant du public, l'organisateur doit produire les documents réglementaires en matière de sécurité incendie nécessaires aux commissions de sécurité compétentes.

Organisation d'un événement : sécurité et assurances (2/3)

Les manifestations sportives

L'organisateur d'une manifestation sportive doit faire parvenir, selon le cas en préfecture (bureau de la réglementation et des élections) ou en sous-préfecture, **1 mois** au moins avant le déroulement de celle-ci un dossier comportant :

- une déclaration indiquant la date et la nature de la manifestation, le nom, l'adresse et les coordonnées téléphoniques de l'organisateur ou du responsable de l'association organisatrice, le nombre approximatif de participants ;
- le programme ou (et) le règlement de la manifestation ;
- le descriptif écrit du ou des parcours, mentionnant également les horaires de départ et d'arrivée ;
- le tracé cartographique du ou des parcours.

L'organisateur d'une compétition sportive cycliste ou pédestre se déroulant sur la voie publique doit adresser un dossier en préfecture (bureau de la réglementation et des élections) ou en sous-préfecture comportant :

- une demande précisant le nom et l'adresse de l'association ou du club organisateur, le nom de la personne assurant le suivi du dossier (avec coordonnées téléphoniques), la date de la manifestation, les lieux et horaires exacts du départ et de l'arrivée de chacune des courses et le nombre de participants ;
- le descriptif écrit des parcours empruntés précisant les horaires de passage, ainsi que le kilométrage exact de chacune des courses ;
- l'engagement des organisateurs de prendre en charge les frais de service d'ordre exceptionnellement mis en place à l'occasion du déroulement de cette manifestation ;
- une attestation d'assurance en responsabilité civile couvrant l'organisation de cette manifestation
- un cahier des charges « sécurité », mentionnant les mesures de sécurité (signalisation et service d'ordre) mises en place à l'occasion de la manifestation, accompagnée d'une liste de signaleurs (personnes majeures titulaires du permis de conduire) ;
- un formulaire relatif à l'organisation des secours, accompagné des engagements écrits des personnes et organismes ayant accepté d'assurer la médicalisation de la manifestation ;

Organisation d'un événement : sécurité et assurances (3/3)

Manifestations et assurance

Responsabilité civile

L'organisateur d'une manifestation doit être assuré en responsabilité civile.

Le Comité est **co-organisateur** : vérifier que la structure qui organise la manifestation est bien titulaire d'un contrat d'assurance responsabilité civile organisateur.

Le Comité est **seul** organisateur : le siège administratif de la Fédération a souscrit un contrat d'assurance responsabilité civile qui couvre les manifestations organisées par les Comités.

Une attestation responsabilité civile pour l'année 2015 est disponible sur Intranet/juridique/assurance

Une attestation spécifique pour une manifestation déterminée, peut être obtenue auprès du service juridique.

Attention : *Le contrat ne couvre pas les manifestations soumises à autorisation préalable auprès des autorités et celles comportant la participation de véhicules à moteur.*

Pour les manifestations sportives :

Aux termes des dispositions du nouvel article R. 331-6 du code du sport, la manifestation sportive non motorisée, soumise au régime juridique de l'autorisation préalable, répond aux caractéristiques suivantes :

- *épreuve, course ou compétition sportive,*
- *comportant un chronométrage,*
- *qui se déroule, en totalité ou en partie, sur une voie publique ou ouverte à la circulation publique.*

Ce régime concerne le plus souvent des manifestations comportant un classement horaire des participants.

Auto mission

Pour les salariés et/ ou bénévoles qui utilisent leur véhicule automobile pour se rendre sur le lieu de la manifestation, le contrat auto mission s'applique :

Pour les comités qui l'ont souscrit.

Pensez à donner au salarié et/ ou bénévole l'attestation d'assurance sur laquelle est mentionnée le n° de contrat .

Modèle de courrier à destination des collectivités locales

Madame la Maire, Monsieur le Maire,

La Ligue contre le cancer profitera d'Octobre rose, mois de mobilisation contre le cancer du sein, pour rendre cette lutte visible et solidaire.

Avec chaque année plus de 350 000 nouveaux cas de cancer et plus de 150 000 décès, la Ligue fait de ce combat une priorité nationale.

Le Comité XXXXXXXX de la Ligue souhaiterait mobiliser les forces-vives de votre ville les xxx octobre 2015. Personnes malades, proches, ligueurs, militants associatifs, élus, commerçants, chefs d'entreprise... tous seraient invités à participer à un moment unique de solidarité et d'échange autour de la lutte contre le cancer. De nombreuses événements, spectacles, démonstrations pourraient être organisés pendant ce mois. [à développer en fonction de votre programme et de vos besoins].

Monsieur le Maire, nous serions heureux que votre ville s'inscrive dans cet élan national au profit de la lutte contre le cancer féminin. Votre engagement serait un formidable exemple, pour apporter espoir et réconfort aux malades, et nous l'espérons, inciter le grand public à se mobiliser dans un grand élan de générosité.

Vous avoir à nos côtés constitue une chance pour mobiliser le plus grand nombre d'acteurs sociaux, économiques, politiques ou éducatifs à cette manifestation.

Toute l'équipe du Comité de XXXXXXXXXXXX de la Ligue se tient à votre disposition pour vous rencontrer et vous expliquer plus précisément notre projet.



Avec mes remerciements renouvelés et en espérant pouvoir vous compter à nos côtés, je vous prie de croire, Monsieur le Maire, en l'expression de mes sentiments cordiaux.

Monsieur le président, Madame la présidente du Comité XXXX de la Ligue contre le cancer

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - INCa »

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS ET COLLECTE DE TERRAIN				
Dépliant d'information		non	A commander sur le site de l'INCa, rubrique publications www.ecancer.fr	Gratuit
Brochure d'information		non	A commander sur le site de l'INCa, rubrique publications www.ecancer.fr	Gratuit
Dépliant d'information en langues étrangères		non	A commander sur le site de l'INCa, rubrique publications www.ecancer.fr	Gratuit
Affichettes	En cours d'édition	non	A commander sur le site de l'INCa, rubrique publications www.ecancer.fr	Gratuit
Affiches	En cours d'édition	non	A commander sur le site de l'INCa, rubrique publications www.ecancer.fr	Gratuit

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS ET COLLECTE DE TERRAIN				
Bracelets roses		NON – quantité limitée à 1000 exemplaires/comité/AN	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence Bracelet001	Gratuit
Tee-shirts rose Taille S		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : TEE050	4 € l'unité
Tee-shirts rose Taille M		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : TEE051	4 € l'unité
Tee-shirts rose Taille L		NON	En cours de réapprovisionnement - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : TEE052	4 € l'unité
Tee-shirts rose Taille XL		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : TEE053	4 € l'unité
Tee-shirts rose Taille XXL		NON	En cours de réapprovisionnement - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : TEE054	4 € l'unité

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS ET COLLECTE DE TERRAIN				
Dépliant « cancer du col de l'utérus »		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence DEP076	Gratuit
Dépliant de présentation de la Ligue		NON	En cours de réapprovisionnement sur la plateforme H2K	Gratuit
Dépliant « Bénévole à la Ligue »		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence DEP072	Gratuit
Event Flags kit complet (sac + pied lesté + mat + toile + renfort lestage avec une sorte de bouée que l'on peut remplir d'eau).		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence COM003	A la charge des Comités au prix de 70 €

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS ET COLLECTE DE TERRAIN				
Drapeaux supporter en tissu polyester 50x75cm en quadrichromie aux couleurs de la Ligue		NON	En stock - sur la plateforme H2K sous la référence DRAPEAU01	A la charge des Comités au prix de 1 €
Urne de collecte		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence URNE05	A la charge des Comités au prix de 1,35 €
Tronc Polybox bleu + Autocollants pour sceller		NON (possibilité de coller une étiquette de votre CD)	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence TRONC01 et BAGUE (pour les autocollants)	A la charge des Comités au prix de 2,20 € + gratuit pour les autocollants
Brassard pour identifier les quêteurs		NON	En stock – à commander sur H2K sous la référence BRASSARD	A la charge des Comités au prix de 40 centimes d'euro l'unité
Logo Ligue plastifiés formats 60X60 ou 30X30 ou 15X15		NON	Disponible sur H2K réf. LOGO001 (60X60) LOGO002 (30X30) LOGO003 (15X15)	A la charge des Comités au prix unitaire de 2,80 € pour le 60X60 – 1,50 € pour le 30X30 – 1,20 € pour le 15X15

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS ET COLLECTE DE TERRAIN				
Plaquettes de 10 Autocollants 3X3 cm => à remettre lors de la quête		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence IAC1	A la charge des Comités au prix de 10 € le lot de 2500
Autocollants Ligue formats : - - 8X8 cm - 15X15 cm		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence : - AUTO25 (format 8X8) - AUTO36 (format 15X15)	A la charge des Comités au prix de 4,5 € le lot de 100 (format 8X8) et 19 € le lot de 100 (format 15X15)
Boites de pastille Velcro (pour accrocher au mur vos outils de communication : affiches, logos ligue,...)		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence DIV083	A la charge des Comités au prix de 14 € la boîte 200 pastilles
Sacoches Ligue		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence SAC002	A la charge des Comités au prix de 2,20 €




RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS DE TERRAIN				
Stylos Ligue		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence STYLO001	A la charge des Comités au prix de 50 € le lot de 50 stylos
Sacs écolo Intissé avec soufflet. Impression 2 faces quadri. Intissé : matériau constitué de plusieurs couches de fils continus, agglomérés par un liant		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence SAC005	A la charge des Comités au prix de 1 €
Sacs en papier kraft		NON	En n stock sur la plateforme H2K sous la référence SAC006	A la charge des Comités au prix de 27 € le lot de 100
Ballons Ligue nationale contre le cancer		NON	En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence BALLON	A la charge des Comités au prix de 25 € le lot de 200


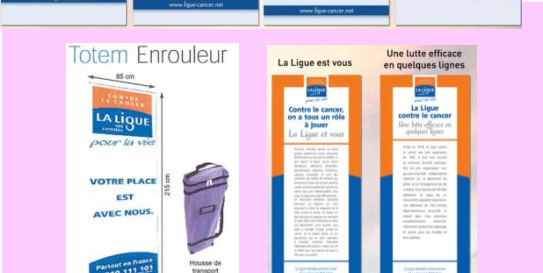

RECAPITULATIF DES OUTILS « OCTOBRE ROSE - LIGUE » SUR H2K

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS DE TERRAIN				
<p>Maillots Ligue contre le cancer.</p> <p>Textile technique adapté au sport (polyester alvéolé). Il est livré en emballage individuel sous plastique.</p> <p>Tailles disponibles : S – M – L – XL</p>		NON	<p>En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence :</p> <ul style="list-style-type: none"> -TEE045 (taille S) -TEE043 (taille M) -TEE044 (Taille L) -TEE46 (Taille XL) 	<p>A la charge des Comités au prix de 5 €</p>
<p>Badges</p> <p>« je me ligue contre le cancer »</p>		NON	<p>En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence COM004</p>	<p>A la charge des Comités au prix de 25 € le lot de 100</p>
<p>Présentoir pour dépliant</p>		NON (possibilité de coller le logo de la Ligue et ou le logo de votre Comité)	<p>En cours de réapprovisionnement - à commander sur la plateforme H2K sous la référence COM005</p>	<p>Prise en charge par la fédération</p>
<p>Guirlande Ligue en PVC donc résistante notamment à la pluie pour vos stands en extérieur. La guirlande fait 3 mètres de long avec 11 fanions Ligue de 20X30</p>		NON	<p>En stock - à commander sur la plateforme H2K sous la référence COM002</p>	<p>A la charge des Comités au prix de 12 €</p>



RECAPITULATIF DES OUTILS – sur commande auprès du siège

NOM DU SUPPORT		VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION POUR VOS STANDS AUX COULEURS DE LA LIGUE					
Barnum 4X3 pour vos événements extérieurs			OUI – nom du Comité	Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42	A la charge des Comités au prix de : +/- 2384,16 € comprenant la tente et la caisse de transport/stockage)
Stand parapluie (Avec ou sans écran) + valise de transport transformable en borne d'accueil + spot + totem enrouleur « la ligue en action » (fabrication française)			OUI, possibilité d'intégrer le nom et les coordonnées du Comité	Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42	2359,20 € avec écran 1612,80 € sans écran => A la charge du comité
Banderoles Comité : Format 300X50 en ecofix M1 ou PVC M1 Format 600X80 en ecofix M1 ou PVC M1			OUI	Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42	A la charge des Comités au prix de : 60 € l'unité pour ecofix 300X50 – 180 € pour Ecofix 600x80 – 55 € pour PVC 300X50 – 165 € pour PVC 600X80

RECAPITULATIF DES OUTILS – sur commande auprès du siège

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS DE TERRAIN				
<p>Totems enrouleur (avec housse) des missions sociales format 215X85 :</p> <ul style="list-style-type: none"> -« Chercher pour guérir » -« Prévenir pour protéger » -« Accompagner pour aider » -« S'interroger et revendiquer » 		NON	<p>Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42</p>	<p>A la charge des Comités au prix de 360 € l'unité</p>
<p>Totems enrouleur (avec housse) institutionnels format 215X85 :</p> <ul style="list-style-type: none"> -« Votre place est avec nous » -« La Ligue et vous » -« Une lutte efficace » 		<p>OUI, possibilité d'intégrer le nom et l'adresse du Comité</p>	<p>Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42</p>	<p>A la charge des Comités au prix de 360 € l'unité</p>
<p>Kakémono logo Ligue Ecofix format 235X80</p>		NON	<p>Fabrication sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande. Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42</p>	<p>A la charge des Comités au prix de 89 € l'unité</p>

RECAPITULATIF DES OUTILS – sur commande auprès du siège

NOM DU SUPPORT	VISUELS	PERSONNALISATION	DATE DE MISE A DISPOSITION ET MODALITE DE COMMANDE	COÛT
OUTILS DE COMMUNICATION IDENTITAIRES POUR LES ACTIONS DE TERRAIN				
Présentoir à brochures pliable en plexiglas avec housse de rangement		NON	<p>Sur commande. Délais +/- 15 jours à compter de l'émission du bon de commande.</p> <p>Passer votre commande auprès de Christophe Fordant christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42</p>	<p>A la charge des Comités au prix de : 215 € comprenant le présentoir et la housse de transport</p>
4 ^{ème} rapport de l'Observatoire sociétal des cancers		NON	<p>A commander auprès d'Anne Le Cain au 01 53 55 24 19 ou anne.lecain@ligue-cancer.net</p>	Gratuit

Contacts

Délégation prévention – promotion des dépistages :

Emmanuel RICARD – Délégué à la Prévention

01.53.55.24.18 - emmanuel.ricard@ligue-cancer.net

Nathalie CLASTRES - Chargée de mission

01.53.55.24.68 - nathalie.clastres@ligue-cancer.net

Halima Arriouach – Assistance du service

01 53 55 24 26 – halima.arriouach@ligue-cancer.net

Délégation actions pour les malades et leurs proches

Agnès LECAS – Déléguée aux actions pour les malades

01.53.55.24.75 – agnes.lecas@ligue-cancer.net

Sophie Baranes – Assistance

01.53.55.24.09 – sophie.baranes@ligue-cancer.net

Contacts

Délégation Communication et développement

CONTACTS OPÉRATIONNELS EXPERTISE MÉTIER

RELATIONS PRESSE

Elodie Audonnet

Chargée de communication

elodie.audonnet@ligue-cancer.net - 01 53 55 25 31

ÉVÉNEMENTIEL

Christophe Fordant

Chargé d'événementiel / manifestations

christophe.fordant@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 42

Guillaume Papin

Responsable de la communication externe et opérationnelle

guillaume.papin@ligue-cancer.net - 01 53 55 24 29

PARTENARIATS ENTREPRISES

Diane Rouffie de Francisci

Chargée des partenariats commerçants et ou entreprises

diane.rouffie@ligue-cancer.net – 01 53 55 24 14

Equipe sous la direction du Délégué à la communication et au développement

Christophe Leroux

Délégué à la communication et au développement

Christophe.leroux@ligue-cancer.net - 01 53 55 24 28

RÉSEAUX SOCIAUX

Julien Lainé-Pradines (**twitter, Facebook, réseaux sociaux**)

Chef de projet numérique et communication interne

julien.laine-pradines@ligue-cancer.net - 01 53 55 24 84

SITE INTERNET/PAGES COMITES

Luc Derreumaux (**pages Comités internet, site événementiel**)

Webmaster

luc.derreumaux@ligue-cancer.net - 01 53 55 24 77

MARKETING – COLLECTE

Marima Boudraa

service.marketing@ligue-cancer.net - 01 53 55 24 71