



VILLE
SAINT-ÉTIENNE (42)

NOMBRE D'HABITANTS
173 821

LES CONTACTS

Olivier Barbé, directeur général de la communication et du marketing territorial de la ville de Saint-Étienne et Saint-Étienne Métropole
olivier.barbe@saint-etienne.fr

LA FICHE WEKA

#13486 Communiquer localement sur les questions de santé publique

Les questions de santé ne relèvent pas, au sens strict, des compétences municipales. Dans la réalité, pourtant, les collectivités sont très souvent confrontées à la prise en charge de questions de santé au plus près du terrain. Cette fiche vous accompagne dans le déploiement de campagnes de communication ciblées afin d'influencer durablement les comportements individuels et collectifs en matière de santé publique

Les REX

UN PLAN INÉDIT CONTRE LE CANCER



COMMUNICATION Faire du cancer son cheval de bataille... C'est la grande ambition de la ville de Saint-Étienne qui a lancé son "Plan cancer 2021-2026". Une initiative inédite en France et en Europe qui engage de nombreux enjeux tout en dédramatisant la maladie. Zoom sur un projet distingué pour sa communication par le prix Territoria Or.

Rédaction **Hélène Caill**

Stupéfait. La première réaction d'Olivier Barbé, directeur général de la communication et du marketing territorial de la ville de Saint-Étienne et Saint-Étienne Métropole, lorsqu'il apprend que le maire Gaël Perdriau a pour grand projet de nouveau mandat un Plan cancer, « c'est la stupéfaction, parce que je me suis dit d'une part que cela ne relevait pas forcément des compétences municipales, et d'autre part que c'était un sujet difficile... » Passé la surprise, la vision globale et visionnaire de ce

grand Plan cancer résonne comme une évidence. En effet, « lorsque on y regarde, le cancer, de près ou de loin, touche tout le monde ; c'est un sujet universel qui véhicule beaucoup de sentiments. C'est aussi un sujet qui relève de toutes les thématiques de la politique municipale : la santé, l'environnement, le social, le sport, l'alimentation, les finances, etc. Ce projet est à la fois global et innovant, il touche à tous les domaines sur différents temps autour de la maladie : la prévention, le soin et l'après-cancer », explique Olivier Barbé.



© Photos : ville de Saint-Étienne



UNE VILLE RÉFÉRENCE

Initié en 2021, le Plan cancer a d'abord fait l'objet de consultations et de nombreuses auditions émanant de divers milieux : monde économique, sportif, agricole, médical, etc. Une enquête dense, de terrain. L'objectif étant de faire de Saint-Étienne « une ville de référence et précurseur dans la lutte contre le cancer », d'impliquer et sensibiliser les Stéphanois en tant que véritables acteurs de leur santé, en misant sur la prévention, l'alimentation ou encore les activités physiques, et enfin de communiquer sur la mise en place de ce Plan cancer. Une plateforme de contribution citoyenne a, dans la foulée, été ouverte afin d'y « collecter les envies et les informations ». Le 13 mai 2022, le maire Gaël Perdriau, en présence des différents partenaires que sont 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 et, bien-sûr, les Stéphanois, a officiellement lancé le Plan cancer. En fin d'année, un pré-rapport a paru et, en ce premier semestre 2023, un plan d'actions s'appête à être dévoilé.

DÉDRAMATISER

« Comment se saisir de ce sujet universel, qui véhicule forcément beaucoup de sentiments, en le dédramatisant ? », soulevait Olivier Barbé. Une équipe de communication – spécialement dédiée à l'opération – a travaillé d'arrache-pied pour proposer une campagne de communication publique à la fois « positive, enthousiasmante et innovante ». Sous le label et la marque " Plan cancer 2021-2026" – soit toute la durée du mandat – , celle-ci s'articule autour de différentes actions : création

UNE COMMUNICATION PRIMÉE

Le 15 novembre dernier, à l'Assemblée nationale et en présence de Yaël Braun-Pivet, présidente de l'Assemblée nationale, et de Dominique Faure, secrétaire d'État en charge de la Ruralité, la 36^{ème} édition du Prix Territoria distinguait les 55 lauréats précurseurs en matière d'action publique. À cette occasion, la ville de Saint-Étienne a reçu le prix Territoria or, catégorie communication, pour la qualité des actions mises en oeuvre autour de son plan Cancer. Un prix remis par Image in France, agence de communication basée à Caen, parrain de l'événement.



d'un nœud stéphanois multicolore (à la façon du ruban rouge pour le VIH ou encore du rose pour le cancer du sein, NDLR), ici « symbole de la force de vivre et optimiste pour l'avenir » ; marquage de l'espace urbain et street marketing (utilisation de la rue comme moyen d'expression) de façon à encourager la pratique d'une activité physique... Par exemple, aux principaux arrêts de tramway, des messages invitent l'usager à descendre une station avant de façon à encourager la marche, considérée comme une activité physique simple. Des programmes pédagogiques étaient par ailleurs diffusés par des équipes de promotion parées aux couleurs de l'opération, à l'instar de la façade de l'Hôtel de ville

« Ce Plan cancer est motivant et mobilisateur. Nous créons quelque chose en matière de communication publique qui peut servir d'exemple au niveau international, explique encore Olivier Barbé. Cela a été un électrochoc pour la

En chiffres

Le cancer est la **1^{ère} CAUSE DE MORTALITÉ** en France

40 % DES FACTEURS DE RISQUES sont identifiés et évitables

48 826,26 € : c'est le coût total de l'opération Plan cancer

Plus de **1500 PERSONNES** ont participé aux animations ludiques, aux conférences et tables rondes lors de la journée de lancement du 13 mai

2021-2026, c'est pour l'heure, la durée du plan d'action, équivalente à celle du mandat

communication car le sujet touche tout le monde. Nous avons réussi à parler d'un sujet anxiogène d'une nouvelle manière, avec un nouveau regard. Nous en tirons une certaine fierté ».

Plus d'infos : plancancer.saint-etienne.fr