

Catégorie : **Affichage**

Campagne « Par tous les seins » Octobre rose 2025

Un mois d'information et de prévention contre le cancer du sein



Pourquoi cette campagne ?

Contexte

Depuis deux ans, la Ville de Saint-Étienne-du-Rouvray s'engage activement dans la sensibilisation au dépistage du cancer du sein.

Le Département Accès aux Droits et Développement Social coordonne chaque année, en lien avec des professionnels de santé et des associations locales, plusieurs actions gratuites durant le mois d'octobre.

Afin d'accompagner cette programmation 2025 et renforcer la visibilité de la cause, le service communication a conçu la campagne « Par tous les seins ».

Problématique

Comment sensibiliser efficacement les habitant-es à la prévention et au dépistage du cancer du sein, un enjeu majeur de santé publique ?

Période : tout le mois d'octobre 2025



OBJECTIFS

- ✓ **Cognitif :** Informer les habitant-es sur les actions proposées sur le cancer du sein et les lieux de dépistage disponibles.
- ✓ **Conatif :** Inciter les habitant-es à adopter des réflexes de prévention : autosurveillance, dépistage et à participer aux animations.
- ✓ **Affectif :** Valoriser l'engagement de la Ville et créer un sentiment d'unité et de solidarité autour de la cause.

CIBLES

- ✓ **Principale :** Les Stéphanaïses de 25 à 74 ans
- ✓ **Cœur de cible :** Les Stéphanaïses de 50 à 74 ans
- ✓ **Secondaire :** Tous les habitant-es de 25 à 74 ans
- ✓ **Relais :** Les commerçants, les responsables d'associations et agents municipaux

Concept

Visuel

Le visuel est une idée originale du studio graphique, réalisé en interne.

Il est volontairement impactant en montrant différentes formes de poitrine. En effet, il n'est pas commun de voir des poitrines, surtout de différentes formes, sur des affiches municipales. **Mais après tout plus de 50 % de la population en a, alors pourquoi les cacher ?**

Il met en avant la diversité des poitrines, symbolisant que le cancer du sein peut toucher toutes les femmes. Le visuel attire l'œil et c'est le but.

Ton Ludique, bienveillant et sororal.

L'objectif est d'aborder un sujet grave avec humanité, humour et solidarité.

Slogan « Par tous les seins »

Un jeu de mots inspiré de l'expression « **Par tous les saints** », visant à capter l'attention avec légèreté tout en portant un message fort : la prévention concerne tout le monde.



LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

❖ **Affiches A3 et livrets A5** diffusés dans les accueils municipaux, chez les commerçants et dans les associations.

❖ **Badges** : pour les agents et les associations.

❖ **Affichages Decaux** : 10 formats 8 m² et 1 colonne Moriss.

❖ **Programmation dans l'agenda** dans *le Stéphanaïs* (le journal municipal) et *la Stéphanaise* (newsletter de la Ville).

❖ **Page web sur le site Internet de la Ville** : programme et information.

❖ **Flyers A5 pour les associations** : challenge marche.

❖ **Page Intranet.**

❖ **Pochoirs** avec le nœud rose pour marquer le parcours de la marche.

❖ **Campagne sur les réseaux sociaux** (LinkedIn, Facebook et Instagram) : événement Facebook, différentes publications, quiz et retour en images.

❖ **Événement** : journée des agents en rose et marche rose.


Une campagne de communication réalisée en interne



Résultats et impact

Retombées

La campagne a suscité un large engouement local et a contribué à libérer la parole sur le dépistage.

Son visuel a été repris au niveau national et international (Radio France, médias canadiens, presse de Saint-Martin, etc.).

Au total, nous avons comptabilisé **plus de 25 reprises de notre visuel** (et souvent, sans demander !)



Les chiffres sur les réseaux sociaux et le web

Sur les réseaux sociaux :

- **10 370** vues
- **164** interactions

Sur la page web dédiée :

- **3 084** vues
- **Avec un pic** entre le 29 septembre et le 8 octobre



Participations aux événements

- 👉 **12** associations et **12** services de la Ville ont participé au challenge marche
- 👉 **25** photos ont été envoyées suite à la journée en rose
- 👉 **Plus de 400** personnes ont participé aux actions

Objectif atteint

Il est difficile de mesurer directement l'impact sur le dépistage, mais la campagne a permis de créer du dialogue, renforcer la solidarité et normaliser la prévention.

Si elle a permis à ne serait-ce qu'une seule personne de se faire dépister, c'est déjà une victoire.



POUR ALLER PLUS LOIN

La page web de la campagne : saintetiennedurouvray.fr

Facebook [SaintEtienneDuRouvray](https://www.facebook.com/SaintEtienneDuRouvray)

Instagram [mairieser](https://www.instagram.com/mairieser)

LinkedIn [ville-de-saint-etienne-du-rouvray](https://www.linkedin.com/company/ville-de-saint-etienne-du-rouvray)

Le programme calameo.com