



« LE CANCER COLORECTAL,
LE DEPISTER A TEMPS PEUT VOUS SAUVER LA VIE »

L'INSTITUT NATIONAL DU CANCER (INCA) ET HAVAS PARIS LANCENT UNE NOUVELLE CAMPAGNE D'INFORMATION SUR LE CANCER COLORECTAL ET SON DEPISTAGE

Responsable de 18 000 décès par an, le cancer colorectal est le 2ème cancer le plus meurtrier en France (1 personne sur 30 touchée au cours de sa vie et 3^e le plus fréquent chez les plus de 50 ans) et pourtant, il demeure méconnu. C'est pourquoi l'Institut national du cancer (Inca) et le Ministère des Affaires sociales et de la Santé lancent une nouvelle campagne d'information. Diffusée le 27 février en presse (1 visuel) puis le 12 mars en télévision avec le film « *un contrôle de routine* » (25'), la campagne - signée Havas Paris - invite les femmes et les hommes de plus de 50 ans au dépistage. Car quand il est détecté à temps, le cancer colorectal se guérit dans 9 cas sur 10.

C'est tout le message du film réalisé par Wilfrid Brimo sous la direction créative de Christophe Coffre qui a pour ambition de raconter une histoire universelle et forte, de nature à être comprise par tous. Clairement inspiré des polars des années 50, le spot en noir et blanc, tourné en studio, présente le cancer colorectal comme un tueur en série avançant dans la nuit sur une route déserte et que rien ne semble pouvoir arrêter. Jusqu'à ce qu'un simple contrôle policier de routine mette fin à sa cavale...

« Le ton est direct et informatif mais la forme métaphorique a été pensée pour retenir l'attention des gens et contourner à la fois la gravité et l'intimité du sujet. » raconte Christophe Coffre, Président de l'agence Havas Paris. *« Le polar façon Hitchcock évoquera des tas de choses à plein de gens et en particulier à la cible concernée, qui,, jeune, a été nourrie de ce cinéma. »*

Zoom sur la campagne : « Un contrôle de routine »

- 1 annonce presse
- 1 film TV « un contrôle de routine » à partir du 12 mars et jusqu'à fin mars
- Chaines nationales et thématiques France et DOM TOM (TF1, France Télévisions et M6), chaînes de la TNT, câble et satellite.

A propos du cancer colorectal et son dépistage

Le risque de cancer augmente avec l'âge : 95 % des cancers colorectaux se révèlent après 50 ans et le nombre de dépistages ne dépasse pas 30% de la population concernée (les 50-75 ans). C'est pourquoi 17 millions de femmes et d'hommes, âgés de 50 à 74 ans, sont invités tous les 2 ans à parler du dépistage du cancer colorectal avec leur médecin. Celui-ci vérifie si son patient ne présente pas de risque particulier nécessitant un suivi adapté, puis lui remet le test de dépistage à faire chez soi. Le dépistage permet en effet de détecter un éventuel cancer colorectal à un stade précoce : les traitements pour le soigner seront alors moins lourds, les chances de guérison meilleures et les éventuelles séquelles moins invalidantes. Grâce au dépistage, il est aussi possible de repérer un polype et de le retirer avant qu'il n'évolue en cancer.

A propos de l'Inca e-cancer.fr

L'Institut national du cancer (INCa) est l'agence d'expertise sanitaire et scientifique en cancérologie de l'État chargée de coordonner les actions de lutte contre le cancer. Créée par la loi de santé publique du 9 août 2004, elle est placée sous la tutelle conjointe du ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, et du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. L'Institut national du cancer a pour ambition de jouer un rôle d'accélérateur de progrès, en apportant une vision intégrée de l'ensemble des dimensions sanitaire, scientifique, sociale, économique liées aux pathologies cancéreuses ainsi que des différents champs d'intervention (prévention, dépistage, soins, recherche). Ceci, au service des personnes malades, de leurs proches, des usagers du système de santé, de la population générale, des professionnels de santé, des chercheurs et des décideurs. L'Institut national du cancer a pour principales missions de coordonner les actions de lutte contre les cancers, initier et soutenir l'innovation scientifique, médicale, technologique et organisationnelle, concourir à la structuration d'organisations, produire des expertises, produire, analyser et évaluer des données et favoriser l'appropriation des connaissances et des bonnes pratiques.