

Octobre Rose

Comment mobiliser les salariés, femmes et hommes autour de la prévention du cancer du sein pour faire de la santé des femmes un sujet collectif.

Concrètement, que peuvent faire managers et dirigeants ?

Pour Octobre Rose, une entreprise peut construire sa démarche progressivement.



☐ 1. Rendre l'information visible.

Installer le ruban rose et des affiches dans les locaux, publier des informations sur l'intranet et utiliser les communications internes pour rappeler les recommandations officielles.



☐ 2. Donner accès à des sources fiables.

Ligue contre le cancer – Octobre Rose : www.ligue-cancer.net/octobre-rose
Les ressources de l'Institut national du cancer et de l'Assurance Maladie permettent également de comprendre le dispositif et de rechercher un radiologue participant au dépistage organisé.



☐ 3. Répéter le message.

Un seul email est vite oublié. En matière de prévention, la répétition douce de l'information peut être plus utile qu'une communication spectaculaire envoyée une seule fois.



☐ 4. Faciliter le passage à l'action.

L'employeur peut se rapprocher de son assureur, de sa complémentaire santé, de son courtier, des services de prévention et de santé au travail ou d'associations spécialisées afin d'étudier les dispositifs de sensibilisation et de prévention pouvant être proposés aux salariés.
Le groupe Diot-Siaci, par exemple, a publiquement communiqué sur plusieurs mobilisations Octobre Rose, dont un challenge associant les kilomètres parcourus par les collaborateurs à un don à l'Institut Curie. Cet exemple illustre une manière d'associer information, engagement collectif et soutien à la recherche.



☐ 5. Respecter la liberté et la confidentialité de chacun.

La prévention doit rester une proposition. Un manager n'a pas à demander à une collaboratrice si elle a réalisé sa mammographie, ni à connaître ses résultats ou ses antécédents médicaux. La santé demeure une sphère personnelle et confidentielle.

Le bon message : « prenez du temps pour votre santé »

La prévention fonctionne difficilement lorsqu'elle repose sur la peur ou la culpabilité.

Le rôle de l'entreprise n'est donc pas de dire : « Vous devez vous faire dépister. »

Elle peut plutôt rappeler : « Votre santé mérite aussi une place dans votre agenda. Voici les informations fiables et les dispositifs qui peuvent vous aider. »

Pour que la santé des femmes, des filles, des mères devienne l'affaire de tous au cœur de l'entreprise.