

R A P P O R T D ' A C T I V I T É

# RAPPORT MORAL 2008



**NOUS TOUS VOUS LUI MOI**  
**AGISSONS !**  
LA LUTTE SE CONJUGUE AU PLURIEL



*pour la vie*

Tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer,  
la Ligue le fait.

LIGUE NATIONALE CONTRE LE CANCER  
14 rue Corvisart - 75013 PARIS  
Téléphone : 01 53 55 24 00  
Télécopie : 01 43 36 91 10  
[www.ligue-cancer.net](http://www.ligue-cancer.net)



*pour la vie*

Tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait.

# RAPPORT MORAL 2008

## **Le rapport moral 2008 a trois objectifs :**

- témoigner de la contribution soutenue de la Ligue nationale contre le cancer à l'ensemble des champs de la lutte contre le cancer au bénéfice de l'ensemble de la population,
- situer l'importance des contributions de proximité, souvent innovantes, menées par les Comités départementaux sur l'ensemble du territoire,
- démontrer que l'engagement de la Ligue, acteur reconnu du Plan Cancer I, a permis par la convention de la société face au cancer tenue le 23 novembre 2008 de préparer les bases du Plan Cancer II correspondant aux vœux de la population.

## **Ce rapport a été rédigé à partir :**

- des données issues de la comptabilité analytique,
- de questionnaires documentés par les Comités départementaux.

## **Nous souhaitons que ce rapport apporte des informations :**

- qui positionnent clairement la Ligue dans les avancées de la lutte contre le cancer,
- qui justifient les efforts des près de 13 000 bénévoles et des salariés des Comités départementaux et du Siège,
- qui valident le bien fondé de la générosité des donateurs qui la soutiennent dans la lutte contre le cancer.



# SOMMAIRE

<b>A - INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
A1 – Les évènements majeurs et faits stratégiques 2008 .....	3
A2 – Le Conseil d'Administration et le Bureau de la Ligue.....	7
A3 – Les adhérents de la Ligue .....	9
<b>B - LES MISSIONS SOCIALES</b> .....	<b>11</b>
B1 – Les ressources consacrées par la Ligue aux missions sociales .....	13
B2 – La mission Recherche .....	15
B3 – La mission Actions pour les malades.....	17
B4 – La mission Information-Prévention-Dépistage .....	35
B5 – La formation .....	53
<b>C - RESSOURCES ET COLLECTES</b> .....	<b>61</b>
C1 – Les frais d'appel à la générosité du public .....	63
C2 – Les dons.....	64
C3 – Les legs et donations .....	68
<b>D - FRAIS DE FONCTIONNEMENT</b> .....	<b>69</b>
Les frais de fonctionnement.....	71
<b>E - ACTIVITÉS DU SIÈGE : FÉDÉRALES OU SPÉCIFIQUES</b> .....	<b>73</b>
E1 – Communication .....	74
E2 – Service relations avec les Comités .....	84
E3 – Service juridique .....	86
E4 – Service informatique.....	88
E5 – Ressources humaines .....	90
E6 – Comptabilité et Contrôle de gestion .....	91
E7 – Actions internationales.....	92
<b>F - CONCLUSIONS</b> .....	<b>93</b>



# **A - INTRODUCTION**

- A1 – Les évènements majeurs et faits stratégiques 2008**
- A2 – Le Conseil d'Administration et le Bureau de la Ligue**
- A3 – Les adhérents de la Ligue**



# A1 – Les évènements majeurs et faits stratégiques 2008

## Les évènements majeurs 2008

### **Colloque sur la politique de la Recherche**

*Rennes : 25 et 26 janvier 2008*

### **Premier colloque « Ethique et cancer »**

*14 février 2008*

### **Semaine nationale de lutte contre le cancer « promotion des dépistages »**

*du 17 au 23 mars 2008*

### **2<sup>ème</sup> Semaine nationale contre le cancer colorectal**

*24 au 30 mars 2008*

**Lancement de la campagne de communication de la Ligue « Lali » et diffusion du nouveau slogan 'tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait'**  
*avril 2008*

### **La Conférence des Présidents de Comités**

*16 avril 2008*

### **Colloque Actions pour les malades**

*14 et 15 mai 2008*

**90<sup>ème</sup> anniversaire de la Ligue en présence de Madame Roselyne BACHELOT, ministre de la santé et des sports et du petit-fils du fondateur de la Ligue**

*20 juin 2008*

### **Assemblée Générale à Paris**

*20 juin 2008*

### **Premier comité « Ethique et cancer »**

*19 septembre 2008*

### **8<sup>èmes</sup> Journées de Prévention de la Ligue**

*20 et 21 octobre 2008*

**Réunion interministérielle au siège de la Ligue (bilan à mi-parcours de la convention AERAS)**

*24 octobre 2008*

### **Octobre rose**

*octobre 2008*

### **La Convention de la société face au cancer**

*23 novembre 2008*

## Parmi ces évènements majeurs, trois se sont révélés stratégiques

- la tenue du 1<sup>er</sup> Colloque « Ethique et cancer » le 14 février 2008, suivie de l'inauguration et de l'installation par Madame Roselyne BACHELOT, ministre de la santé et des sports, du Comité Ethique et cancer placé sous l'égide de la Ligue, le 19 septembre 2008.
- la réunion interministérielle de bilan à mi-parcours de la Convention AERAS tenue entre Madame Christine LAGARDE, ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi et Madame Roselyne BACHELOT, ministre de la santé et des sports au siège de la Ligue le 24 octobre 2008 : elle a constitué une reconnaissance du travail et de l'implication de la Ligue pour garantir aux personnes touchées par le cancer, la poursuite d'une « existence économique » et le maintien de certains droits à l'emprunt et à l'assurance (service AIDEA).
- la tenue de la 1<sup>ère</sup> Convention de la société face au cancer le 23 novembre 2008 :

La Ligue, seule association globale de lutte contre le cancer avec ses 740 000 adhérents de toutes origines, est traversée par les débats de société face aux risques de santé : assurant une prise de parole indépendante, elle a décidé de s'exprimer au travers de la convention de la société face au cancer le 23 novembre 2008, dont les débats sont explicitement présents dans le rapport qui constitue l'introduction à l'élaboration du Plan cancer II (rapport Grünfeld).

Cette convention a, ainsi, non seulement constitué un investissement essentiel et durable au service de la population, mais aussi contribué à valoriser l'image de la Ligue et sa notoriété dans l'opinion.

Le plan d'actions de la société face au cancer qui en résulte traverse l'ensemble des missions de la Ligue : voté par le Conseil d'Administration le 24 mars 2009, il sera déployé à partir de l'été 2009. La Ligue s'est engagée à fournir un rapport annuel de l'état de la société face au cancer.

\*\*\*

2008 a ainsi été marquée par une volonté de mobiliser l'ensemble de la société pour que la lutte contre le cancer sorte des strictes limites sanitaires dans lesquelles souvent elle se trouvait enfermée : le cancer est certes un problème de santé, mais il est avant tout une question de société. La mobilisation de la Ligue sur ce thème s'inscrit parfaitement dans le cadre du 90<sup>ème</sup> anniversaire de la Ligue (1918/2008), puisque son fondateur parlait dès 1918 du cancer en disant qu'il était « un péril social ».

L'enquête sur « le reste à charge » (Colloque de la DREES, mars 2008) a prouvé, s'il en était besoin, la pertinence de cette approche envers la société toute entière.

2008 a par ailleurs été marquée par la crise économique et sociale touchant la France, faisant de la question de l'emploi et du pouvoir d'achat un problème social important ce qui a eu un impact sur les dons avec une migration significative des dons de l'automne sur la toute fin de l'année. Néanmoins, et cela est un fait majeur, la Ligue a connu une croissance du nombre de ses adhérents significative par rapport aux années passées (+ 3,5%) et par rapport aux autres ONG, plus touchées par cette crise.

Le travail sur l'identité de la Ligue semble être efficace et a été illustré en 2008 par un slogan ambitieux « tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait ».

Les relations entre la Ligue et l'INCa ont été renforcées, avec par exemple la participation de la Ligue la 2<sup>ème</sup> Semaine de nationale contre le cancer colorectal organisé par l'INCa en mars 2008.

Enfin, la Ligue se félicite de l'entrée en application du Décret Bertrand II dont elle revendique une partie de la paternité et qu'elle a accompagnée plusieurs fois durant 2008 : un fait majeur, car le tabac demeure la 1<sup>ère</sup> cause de cancer évitable.

Le maillage territorial complet de la Ligue au travers de ses 103 Comités départementaux est plus que jamais un atout pour l'ensemble de la population française ainsi que pour les professionnels de santé qui sont ainsi assurés de trouver aide et soutien de proximité : ce maillage est renforcé par les moyens humains de la Ligue : 450 salariés dont plus de 300 dans les Comités et près de 13 000 bénévoles.

## **Autres actions marquantes**

La Ligue nationale contre le cancer a renforcé en 2008 ses actions au service de l'ensemble de la population.

### **1 – Recherche :**

La Ligue, premier financeur privé de la Recherche dans le domaine de la lutte contre le cancer, a investi 35,6 M€ dans les principaux domaines de recherche suivants :

- elle soutient les jeunes chercheurs : 200 allocataires, 6 M€/ an
- elle labellise et soutient une centaine d'équipes sur des projets pluriannuels, 10 M€/ an
- elle développe depuis 2003 le programme de la Carte d'Identité des Tumeurs, 2,5 M€/ an
- elle anime et soutient les 7 plateformes régionales en recherche clinique qu'elle a créées, son soutien étant orienté sur les essais thérapeutiques
- elle soutient la recherche épidémiologique au travers de cohortes depuis 10 ans
- elle développe son soutien à la recherche en sciences humaines et sociales appliquées à la lutte contre le cancer.

La force de cet investissement financier est consolidée par l'équipe de recherche en propre qu'a constituée la Ligue au travers de la Carte d'Identité des Tumeurs : ce programme très suivi par la communauté des chercheurs a permis d'analyser 5000 tumeurs correspondant à 20 types de pathologies cancéreuses. Ses découvertes les plus récentes sont source d'une grande espérance pour l'ensemble de la communauté de la lutte contre le cancer.

L'investissement de la Ligue s'inscrit dans la durée et contribue à ce constat positif patent : la France est avec la Suède le pays où l'on guérit le mieux les cancers.

### **2 – Actions pour les malades et pour leurs proches :**

La Ligue accompagne les malades dans leur volonté d'une prise en charge de qualité en :

- poursuivant son action en vue de généraliser le dispositif d'annonce et d'en améliorer la qualité ;
- appuyant le développement des soins de support pour remédier aux problèmes de douleur, nutrition, souffrance psychique et atteinte de l'image corporelle ;
- soutenant la création d'un dispositif généralisé de sortie d'hospitalisation.

La Ligue aide d'ores et déjà les malades à leur sortie d'hospitalisation en mettant en place des moyens pour faciliter leur retour à domicile, par :

- la mise en place des aides à la vie quotidienne ;
- la formation des auxiliaires de vie ;
- des conseils pour le retour à l'emploi.

La Ligue informe et écoute les patients et les proches, notamment par :

- 170 points d'information avec présence de professionnels et de bénévoles, au sein des établissements de santé et des maisons de patients en ville, ou dans les Comités départementaux ;
- la participation à la création de postes de psychologues et la mise en place de groupes de parole pour les patients et pour les proches ;

- un ensemble coordonné de services d'écoute dans le cadre de Cancer Info Service, avec appel direct au n°0810 111 101 :
  - o 3 000 appels/ an auprès d'écouterants psychologues ;
  - o 500 appels/ an auprès d'avocats mandatés par le Barreau de Paris.
- d'autres dispositifs d'écoute et de réponse :
  - o un forum sur [www.ligue-cancer.net](http://www.ligue-cancer.net), qui correspond avec les patients (13 000 mails/ an) ;
  - o AIDEA au n° 0810 111 101, qui répond aux questions des malades sur leur assurabilité et leur accession aux prêts bancaires, conseillant les demandeurs dans la constitution de leur dossier.

La Ligue soutient financièrement des malades en véritable situation de précarité ou isolés (près de 4,2 M€ en 2008) et défend leurs droits au travers d'actions menées sur :

- le reste à charge financière du patient et sur les dépassements d'honoraires ;
- le remboursement de prothèses.

### **3 – Information Prévention et dépistage :**

La Ligue a agi notamment dans les domaines suivants :

- la promotion du dépistage organisé des cancers : la Ligue a centré ses actions pour promouvoir le dépistage organisé des cancers auprès des populations les plus vulnérables, grâce aux actions de partenariat menées avec les Régies de Quartier. La Semaine Nationale 2008 a été consacrée à la promotion des dépistages (colorectal, sein, col de l'utérus), accompagnée de la réalisation du passeport dépistage.
- lutte contre le tabagisme : la Ligue a contribué à la publication des décrets Bertrand I et II (interdiction de fumer dans les lieux publics) en juin 2007 et février 2008, fruit d'une longue mobilisation au travers d'une campagne d'explication intense auprès des parlementaires relayée par une pétition qui a reçu 360 000 signatures. L'année 2008 a aussi été marquée par la mise à disposition des professionnels de santé d'un didacticiel d'auto-formation sur le tabac « Nicomède » ([www.nicomede.fr](http://www.nicomede.fr)) et par la publication du deuxième rapport sur la publicité et la promotion des produits du tabac.

### **4 – Formation :**

L'Ecole de formation de la Ligue, destinée à professionnaliser les permanents et bénévoles sur lesquels elle s'appuie, a depuis 2002 formé plus de 6000 stagiaires sur 41 modules.

## A2 – Le Conseil d'Administration et le Bureau de la Ligue

### COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA LIGUE

#### Administrateurs membres du Bureau du CA

**Président** : Professeur Francis LARRA

**Vice-présidente chargée de la Recherche** : Professeur Jacqueline GODET

**Vice-président chargé de l'Information Prévention Dépistage** : Professeur Albert HIRSCH

**Vice-président chargé des Actions pour les malades** : Docteur Philippe BERGEROT

**Trésorier** : Monsieur Roger BLANCHARD

**Secrétaire Général, chargé notamment de l'Ecole de formation** : Professeur Maurice SCHNEIDER

**Secrétaire Général Adjoint, chargé notamment de la promotion du dépistage** : Docteur Henri BASTIEN

#### Autres Administrateurs

Professeur Claudine AGNIUS-DELORD  
(CD 38)

Docteur Bruno AUDHUY (CD 68)

Monsieur Guy BERGER (CD 75)

Docteur Bernard COUDERC

Professeur Gérard DABOUIS (CD 44)

Docteur Gérard DEPADT (CD 59)

Madame Christiane DUBOIS (CD 71)

Monsieur Jean-Pierre ESCANDE

Monsieur Claude EVIN

Docteur Hervé GAUTIER (CD 91)

Madame Régine GOINERE

Monsieur Jacques HENRY (CD 971)

Docteur Gérard HORTALA (CD 12)

Professeur Gilbert LENOIR

Madame Luce NOGUES-ROUSSEAU  
(CD 47)

Professeur Henri PUJOL (CD 34)

Madame Nicole QUESTIAUX

Professeur Alain RAVAUD

Professeur Simon SCHRAUB

Docteur Jean-François TOURTELIER  
(CD 35)

Professeur Thomas TURSZ

Docteur Jean-Louis WUYTZ (CD19)

**Composition détaillée :**

Catégorie « <b>Cancérologues</b> »	Catégorie « <b>Personnalités qualifiées</b> »	Catégorie « <b>Comités départementaux</b> »	
Philippe BERGEROT	Guy BERGER	Claudine AGNIUS- DELDOR (CD 38)	Jacques HENRY (Guadeloupe)
Jacqueline GODET	Jean-Pierre ESCANDE	Bruno AUDHUY (CD 68)	Gérard HORTALA (CD 12)
Gilbert LENOIR	Claude EVIN	Henri BASTIEN (CD 21)	Francis LARRA (CD 49)
Alain RAVAUD	Régine GOINERE	Roger BLANCHARD (CD 37)	Luce NOGUES- ROUSSEAU (CD 47)
Simon SCHRAUB	Albert HIRSCH	Gérard DABOUIS (CD 44)	Henri PUJOL (CD 34)
Thomas TURSZ		Gérard DEPADT (CD 59)	Maurice SCHNEIDER (CD 06)
		Christiane DUBOIS (CD 71)	Jean-François TOURTELIER (CD 35)
		Hervé GAUTIER (CD 91)	Jean-Louis WUYTS (CD 19)

<b>Administrateurs cooptés pour 3 ans</b>	Bernard COUDERC
	Nicole QUESTIAUX

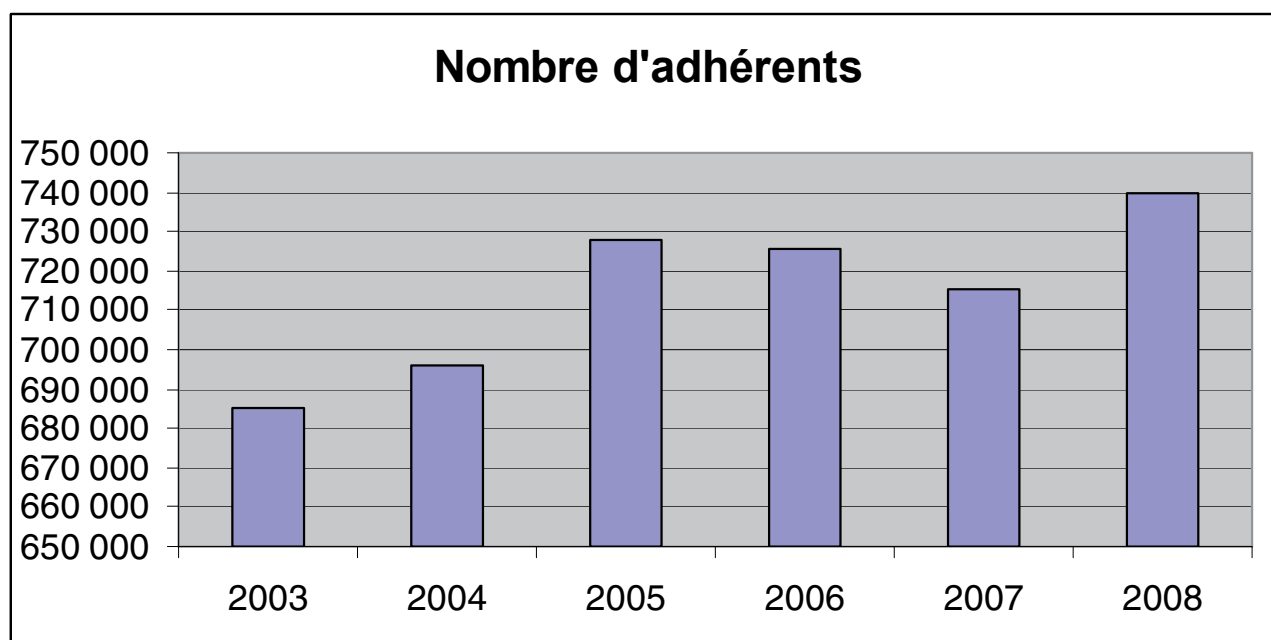
**Commissions statutaires :**

Conseil Scientifique National	Jacqueline GODET
Commission Information-Prévention	Albert HIRSCH
Commission Actions pour les malades	Philippe BERGEROT
Commission Communication	Gérard DEPADT
Comité Financier	Guy BERGER

## A3 – Les adhérents de la Ligue

Le nombre d'adhérents est en augmentation de 3,4 % par rapport à l'exercice précédent.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre d'adhérents	685 386	696 133	727 918	725 685	715 567	<b>739 817</b>





## **B - LES MISSIONS SOCIALES**

- B1 – Les ressources consacrées par la Ligue aux missions sociales**
- B2 – La mission Recherche**
- B3 – La mission Actions pour les malades**
- B4 – La mission Information-Prévention-Dépistage**
- B5 – La formation**



## B1 – Les ressources consacrées par la Ligue aux missions sociales

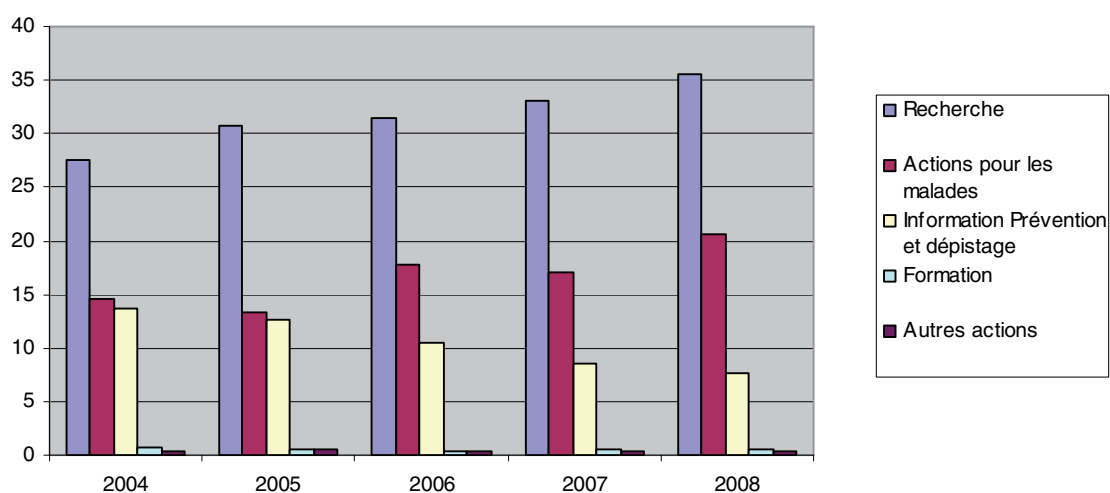
### a – Un investissement croissant dans les missions sociales :

Missions M€	2004	2005	2006	2007	2008
Recherche	27,6	30,7	31,4	33,0	35,5
Actions pour les malades	14,5	13,3	17,8	17,0	20,6
Information Prévention et dépistage	13,7	12,7	10,5	8,5	7,7
Formation	0,7	0,6	0,3	0,6	0,6
Autres actions	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>56,8</b>	<b>57,8</b>	<b>60,3</b>	<b>59,5</b>	<b>64,8</b>

L'investissement de la Ligue dans ses missions est en hausse de 5,3 M€ (+8,9 %).

Les missions Recherche et Actions pour les malades progressent respectivement de 2,5 M€ (+7,6 %) et 3,6 M€ (+21%), tandis que la mission Information-Prévention-Dépistage est en repli de 0,8 M€ (- 9,4 %).

Les missions sociales représentent ainsi 67,6% des Emplois.



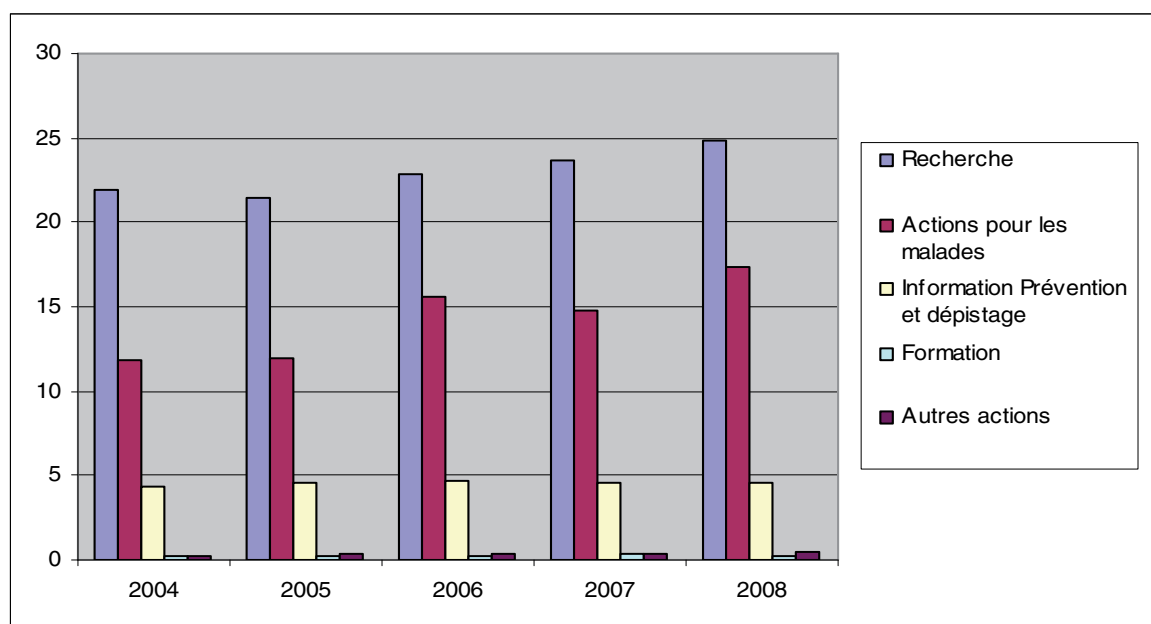
## b – Répartition Comités départementaux – Siège

<i>En M€</i>	2004	2005	2006	2007	2008
Total Ligue	56,8	57,8	60,3	59,5	<b>64,8</b>
Comités	38,4	38,5	43,7	43,8	<b>47,4</b>
Siège	18,4	19,3	16,6	15,7	<b>17,4</b>

*NB : L'ensemble des chiffres cités s'entend hors ressources affectées et non utilisées*

## c – Comités départementaux : répartition de leurs ressources consacrées aux missions sociales

<i>Missions M€</i>	2004	2005	2006	2007	2008
Recherche	21,9	21,4	22,8	23,7	24,8
Actions pour les malades	11,8	11,9	15,6	14,8	17,3
Information Prévention et dépistage	4,3	4,6	4,7	4,6	4,6
Formation	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
Autres actions	0,2	0,4	0,4	0,4	0,5
<b>Total</b>	<b>38,4</b>	<b>54,3</b>	<b>77,7</b>	<b>43,8</b>	<b>47,4</b>



La contribution des Comités aux missions sociales est en hausse de 3,6 M€ (+8%) par rapport à 2007 : croissance de la Recherche de 4,6%, de l'Action pour les Malades de 16,9%, et maintien en niveau du financement de l'Information Prévention Dépistage.

Il convient de signaler que le bénévolat n'est pas valorisé dans ces tableaux.

## B2 – La mission Recherche

### B 21 – Rapport de la recherche et évènements importants :

Parallèlement au présent rapport moral, un rapport d'activité de la Recherche est présenté séparément à l'Assemblée Générale. Ce rapport recense l'ensemble des soutiens octroyés à la Recherche par la Fédération. Quelques remarques de ce rapport méritent d'être rappelées :

- ◆ Grâce au soutien apporté par les Comités départementaux et le Siège de la Fédération à la Recherche en 2008, la Ligue contre le cancer est restée le premier financeur non gouvernemental de la recherche sur le cancer en France.
- ◆ Le positionnement de la Ligue et de ses Comités départementaux, vis-à-vis des instances créées dans le cadre du Plan Cancer (INCa, Cancéropôles), reste une question d'actualité. Dans cette nouvelle structuration de la Recherche dédiée à la lutte contre le cancer, la Ligue est un partenaire légitime et incontournable, au plan national et au plan régional. Pour autant, la Ligue entend rester fidèle à sa politique et poursuivre son soutien à la Recherche en Cancérologie sur la base de projets expertisés par ses instances scientifiques.
- ◆ Dans ce but, l'objectif poursuivi par la Direction de la Recherche, en concertation avec les Comités départementaux, est d'achever la mise en place des Conseils Scientifiques Régionaux dans les régions où ils n'existent pas encore et de préparer la mise en place -dans les meilleurs délais- de Conseils Scientifiques Interrégionaux, qui permettront de coordonner le soutien que la Ligue apporte à la Recherche à une échelle cohérente avec le concours des Cancéropôles.
- ◆ C'est en fédérant encore davantage son organisation et la mutualisation de ses moyens que la Ligue maintiendra la place et la lisibilité qu'elle a atteintes dans la recherche sur le cancer.
- ◆ La politique générale de la Ligue, dans sa mission du soutien à la Recherche, fait l'objet d'un colloque annuel auquel participent des représentants des Comités départementaux, des membres des Conseils Scientifiques Régionaux et des scientifiques bénéficiaires d'un soutien de la Ligue. Pour faire le point sur les activités 2008 et envisager les perspectives 2009, ce Colloque a été organisé à Montpellier les 23 et 24 janvier 2009 par le Comité Départemental de l'Hérault et son Président le Professeur Henri Pujol. Ce colloque a réuni plus de 230 participants ; 54 Comités départementaux étaient représentés.

## B 22 – La contribution des Comités départementaux :

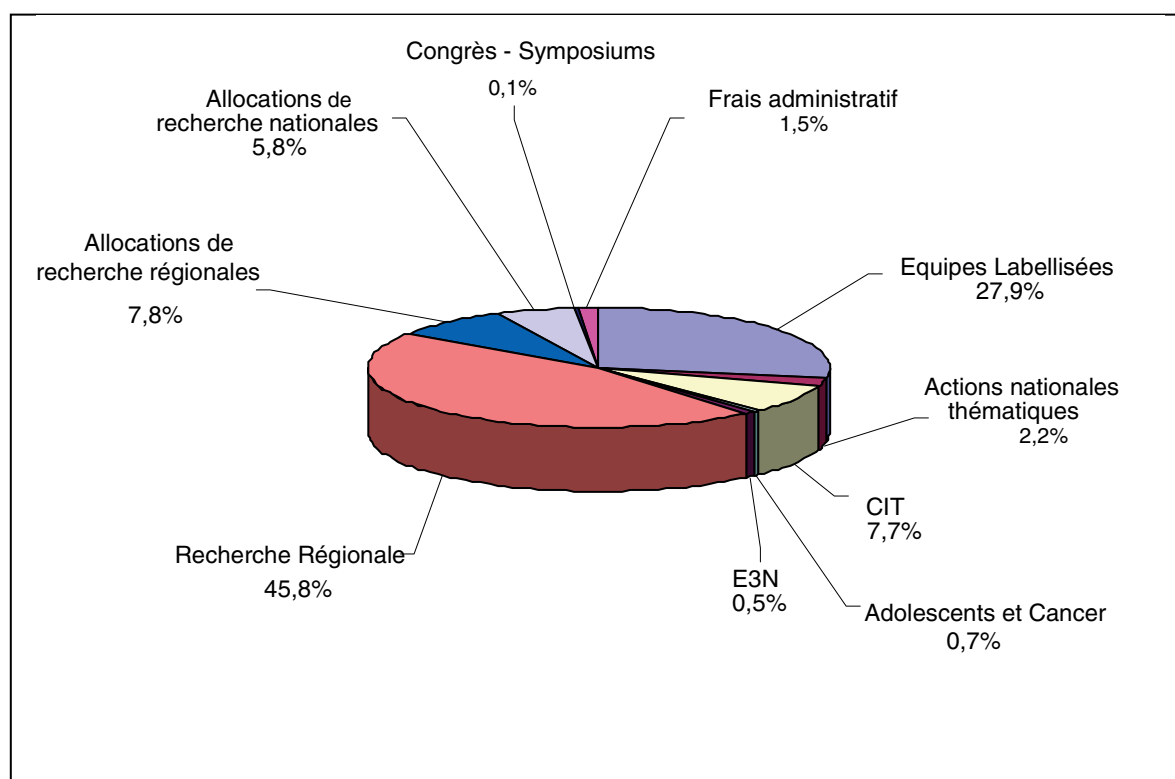
- ◆ La Recherche représente 52,32 % des efforts financiers des Comités pour les missions sociales.

La contribution de la Ligue au financement de la recherche en 2008 s'est accrue de 7 % par rapport à 2007.

M€	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Comités seuls	18,6	21,5	20,9	22,7	24	<b>24,8</b>
Fédération	24,5	27	30,3	31,1	33,3	<b>35,6</b>

La sommation des comptes du Siège et du total des comptes des Comités ne correspond pas au montant total des comptes combinés (écart de 0,1 M€), en raison d'éliminations des écritures interco (facturation entre le Siège et les Comités).

## B 23 – Les activités de recherche subventionnées par les Comités départementaux :



## B3 – La mission Actions pour les malades

### B 31 – Evolution globale des actions pour les malades :

La Ligue contre le cancer consacre en 2008 un budget d'environ 20 millions d'euros à l'amélioration de la qualité de vie et à la qualité de la prise en charge des malades.

Ce budget est principalement affecté à des actions de terrain, moins de 10 % du budget de la mission sociale étant mobilisé par le siège : mise en œuvre par chaque Comité départemental, la mission Actions pour les malades est une mission de proximité.

<i>En M€</i>	2003	2004	2005	2006	2007	2008
total Actions pour les malades	13,7	14,4	13,3	17,8	17,0	<b>20,6</b>
Comités seuls	12,4	11,8	11,9	15,6	14,7	<b>17,3</b>

### B32 – Actions spécifiques menées par les Comités départementaux :

#### 1 - Données générales :

Issues d'une enquête à laquelle 56 Comités ont répondu, ces informations fournissent un éclairage qualitatif sur les actions de terrain menées au quotidien.

- La contribution globale des Comités départementaux aux actions pour les malades, qui s'élève à 17,3 M€ en 2008, a augmenté de 18% en 2008.

10 Comités représentent à eux seuls plus de 40% du budget de l'ensemble des Comités, ce qui révèle des différences de moyens importants selon les Comités.

CODE	NATURE	MONTANT (€)	%
A700	EDT	5 632 022	32,51
A500	Aides financières aux personnes	4 152 389	23,97
A100	Qualité de vie des malades à l'hôpital	1 852 926	10,70
A510 /520	Aide à la vie quotidienne au domicile /soins à domicile	1 270 894	7,34
A600/610/620	Subventions Associations	1 187 094	6,85
A200	Soutien psychologique	1 123 410	6,49
A310	Accueil, Ecoute, Information	796 604	4,60
A800/410/400	Divers	1 291 633	7,45
<b>T</b>	<b>OTAL</b>	<b>17 306 972</b>	<b>100</b>

L'écart de 15 867 euros (sur le code A310) avec le montant de la sommation brute des Comités (Compte Emploi Ressources) s'explique par des dotations aux provisions non prises en compte dans le tableau ci-dessus car non représentatives des actions des Comités.

Un tiers du concours des Comités en matière d'aide aux malades correspond au financement d'équipements de diagnostic et de traitement en milieu hospitalier.

Si l'on tient compte des moyens alloués pour améliorer la qualité de vie des malades à l'hôpital (humanisation), les Comités attribuent 43% de leur soutien financier en matière d'actions pour les malades aux établissements de santé.

L'autre grande partie de leur investissement (42%) porte sur le soutien direct aux personnes : aides financières (24%), soutien psychologique (6,9%), aide à la vie quotidienne à domicile, soins à domicile, écoute, accueil, information au Comité.

Les Comités consacrent près de 7% de leur budget à l'attribution de subventions aux associations d'accompagnement de malades, anciens malades et professionnels de santé.

## 2 - Données détaillées :

### a- aide aux équipements de diagnostic et de traitement EDT (code A700)

Ce poste demeure le premier poste de dépenses de l'aide aux malades :

- Les équipements de radiothérapie et de curiethérapie sont les équipements les plus souvent financés, avec également en 2008 ceux d'endoscopie.
- Ce sont essentiellement les établissements publics qui bénéficient de cette aide des Comités, plus occasionnellement les Centres de Lutte Contre le Cancer et rarement les établissements privés.
- Les montants d'aide accordés peuvent s'élever jusqu'à 1 140 582 €.

ACTIONS	Comités ayant participé à un financement
Biologie, Histologie (y compris tumorothèques)	6
Endoscopie (y compris échoendoscopie, vidéocapsules...)	10
Chimiothérapie et accessoires (sauf pompes), chambres stériles	6
Pompes (douleur, chimio...)	4
Imagerie	9
Radiothérapie, Curiothérapie	10
Autres	15

#### **b- aides financières aux personnes (secours financiers individuels-Code A500)**

Les Comités départementaux attribuent par l'action de leurs commissions sociales des secours financiers aux personnes économiquement fragilisées par la maladie :

- quand la maladie entraîne des frais supplémentaires (aide ménagère, frais médicaux...),
- quand l'absence suffisante de ressources met en péril la vie quotidienne du malade et de sa famille (prise en charge ponctuelle de factures, aides alimentaires exceptionnelles...),
- quand des projets de vie s'élaborent et qu'il faut soutenir la reconstruction des personnes (bourses de jeunes malades, projet professionnel...).

Ces aides sont conçues comme ponctuelles et complémentaires des dispositifs d'aide sociale de droit commun : leur budget s'élève à 4 152 389,17 € (+ 6,29%).

Les Comités ayant répondu à cette question ont ainsi aidé 5 707 foyers pour un secours moyen de 383 €.

Parmi ces Comités,

- 94% ont pris en charge des dépenses liées à la maladie et à la vie quotidienne (loyer, aides alimentaires...),
- 60 % ont pris en charge des dépenses liées aux frais d'obsèques,
- enfin, 19% ont pris en charge des dépenses liées à la construction de projets de vie.

### **c- qualité de vie des malades à l'hôpital (amélioration du confort de s malades-code A100)**

Ce poste concerne l'ensemble des améliorations apportées à l'intérieur des services de soins hospitaliers grâce à la contribution financière et humaine des Comités départementaux : mise en place d'Espaces pour les personnes malades, amélioration des conditions d'accueil des établissements de santé, financement de postes de professionnels intervenant dans les établissements.

79 Comités ont mené des actions contribuant à l'amélioration de la qualité de vie des personnes malades en établissement de santé. 46 d'entre eux ont répondu à l'enquête qualitative, dont il ressort que :

- 34 ont mis en place un ou des Espaces Ligue en établissement de santé : information, écoute, soins de support, ateliers.
- 30 ont participé à l'amélioration des conditions d'accueil et de prise en charge des personnes malades : humanisation de locaux, achat de matériel, abonnements.
- les Comités participent à l'amélioration des conditions de vie en finançant des postes en établissement de santé :
  - 18 ont financé 24 équivalents temps plein d'esthéticienne ou socio-esthéticienne,
  - 1 a financé 1 équivalent temps plein de poste de travailleur social,
  - 6 ont financé 7 équivalents temps plein de postes d'animateurs ERI.

Ces financements ont principalement eu lieu en CH/CHU. Pour 20 Comités, le budget moyen consacré pour le financement de ces postes s'élève à 15 700€.

### **d- aide à la vie quotidienne à domicile et soins à domicile ( code A510/520)**

De nombreux Comités mettent en place des dispositifs pour améliorer la qualité de vie et le retour à domicile des personnes : des dispositifs qui vont de l'attribution d'heures d'aides ménagères à la mise en place d'une coordination sociale.

46 Comités ont engagé de telles actions contre 30 en 2007, pour un budget global de 1143414€ (en moyenne 24 857€ par Comité), soit une augmentation de 80%. Parmi les 37 Comités ayant répondu à l'enquête qualitative :

- 18 ont recruté des salariés, permettant ainsi de constituer 2549 dossiers, soit 70 dossiers en moyenne par Comité (en 2007, 34 dossiers en moyenne).
- 9 ont reçu un financement extérieur pour cette action (GRSP, INCa...).
- 15 ont mis en place un accompagnement d'écoute bénévole à domicile.
- 11 ont engagé des dépenses au titre des soins à domicile pour un montant de 127 480€.

**e- subventions aux Associations (A600, 610, 620) :**

En M€	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Associations	1.09	0.82	0.95	1.26	1.19	1.18

Ces subventions regroupent :

1) **des subventions aux associations de malades et d'accompagnement de malades**

51 Comités ont en 2008 subventionné ces associations, pour un montant total de 1 187 094 €, essentiellement pour soutenir leur fonctionnement.

L'enquête montre que les associations les plus soutenues par les Comités sont les Laryngectomisés (44 Comités, 100 k€), suivi des associations de soins palliatifs (26 Comités, 88 k€), des Stomisés (25 Comités, 47 k€), de Vivre comme avant (22 Comités, 38 k€), de Lourdes cancer espérance (13 Comités, 16k€) et de JSC (7 Comités, 10 k€)

2) **des subventions aux associations de professionnels de santé**

10 Comités ont subventionné ces associations pour un montant de 193 235 €.

**f- soutien psychologique (code A200) et groupes de parole :**

La Ligue a œuvré en 2008 pour le développement du soutien psychologique auprès des personnes malades : 79 Comités sur 102 ont mené de telles actions, ce qui représente un budget de 1 123 410 €, en augmentation de 18%.

Parmi les 42 Comités ayant répondu à l'enquête qualitative, il est constaté que :

- ces actions sont réalisées majoritairement au Comité (70% des réponses) et/ou en établissement de santé (30% des réponses)
- les Comités orientent leur investissement sur le soutien en ville, les crédits hospitaliers prenant peu à peu le relais des financements qu'apportait la Ligue aux établissements.

**Le soutien psychologique prend les formes suivantes :**

- consultations individuelles 71%, soit au Comité soit à domicile
- groupes de parole 64%
- art-thérapie et divers : 18%

**Les groupes de paroles s'adressent à des publics homogènes :**

- personnes malades (les plus fréquents, en moyenne 2 séances par mois).
- à destination des proches (6 Comités).
- à destination des personnes endeuillées (1 Comité)
- à destination des soignants (1 Comité).

Certains Comités organisent des groupes de parole pour les bénévoles accompagnants.

### **g- accueil, écoute, information (code A310)**

En 2008, 90 Comités ont mené des actions visant à renforcer l'accueil, l'écoute et l'information des personnes, consacrant 813 K€ à ces actions (+14%), sous les principales formes suivantes :

- permanences d'accueil dans leurs locaux.
- réunions d'informations (environ 7/ an) abordant les thématiques suivantes :
  - informations médicales
  - actions du Comité pour les malades et les proches
  - droit des malades
- ateliers de soutien (activités artistiques, relaxation et sophrologie, ateliers d'esthétique, activités physiques, ateliers diététiques)
- groupes de convivialité.

### **h- représentation des usagers (inclus dans A800)**

- l'agrément national de la Ligue en tant qu'association représentant les usagers dans les instances hospitalières ou de santé publique permet aux Comités de proposer des candidats pour siéger au titre de représentant des usagers.

Plus de 300 Ligueurs assurent ainsi la représentation des usagers dans les établissements de soins, publics ou privés, certains l'assurant dans des institutions qui ne dispensent pas de soins mais traitant de sujets liés à la santé (CPAM, ARH, conférence de santé...)

- 11 Comités ont fait suivre une formation à 51 de leurs représentants.

Dans 2/3 des cas, la formation suivie a été assurée par l'Ecole de formation de la Ligue.

## **B33 – Actions spécifiques menées par le Siège :**

### **1- Le Colloque Actions pour les malades - 14 et 15 mai 2008 - Bourges**

141 participants ont été réunis, autour de 4 thématiques :

- l'accompagnement à domicile : l'expérience du bénévolat,
- se mobiliser face aux difficultés sociales rencontrées par les malades,
- l'expression des malades et des proches au sein des Comités départementaux,
- renforcer la lisibilité de la mission sociale Actions pour les Malades de la Ligue.

## 2- L'activité de la mission Actions pour les malades

La mission Actions pour les malades est organisée en deux pôles :

**a.** le pôle Soins, regroupant les actions qui participent à la prise en charge thérapeutique du malade :

- parcours de soins, intégrant le dispositif d'annonce et les soins de support ;
- information, intégrant l'organisation des Espaces d'information mis en place pour les malades et leurs proches, et l'élaboration et la diffusion des supports d'informations pour les malades (brochures, guides, supports vidéo...).

**b.** le pôle Social regroupant les actions qui contribuent à la réduction de l'impact social de la maladie :

- vie quotidienne : retour à domicile et aides financières aux malades ;
- droits des personnes : promotion des droits des malades et soutien à la fonction de représentation des usagers.

### Zoom : les soins de support

- promotion des soins de support auprès des malades et des proches.
- APESEO (Activités Physiques Et Soins Esthétiques en Oncologie) afin de :
  1. développer une nouvelle forme de soutien aux personnes malades, axée sur la prise en compte des répercussions corporelles de la maladie et des traitements par la promotion de deux activités : les soins esthétiques et les activités physiques adaptées.
  2. créer les conditions d'une prise en charge continue entre l'hôpital et la ville, notamment par un temps de prise en charge en milieu hospitalier puis en ville dans les locaux des Comités, et par un relais en aval du Comité via les partenariats tissés avec des structures municipales ou privées (salle de sport, institut de beauté...).

Ce projet s'appuie sur une expérimentation, grâce à un don du laboratoire Mylan (ex-Merck Génériques) dans le cadre de l'opération solidarité cancer. 6 sites pilotes testent la mise en place (Annonay, Brest, Bordeaux, Montpellier, Saint-Etienne, Nantes). Une évaluation menée en 2009 permettra d'en préparer le déploiement au sein de la Ligue.

## **Zoom : les Espaces d'information**

La Ligue a soutenu 160 espaces d'information situés soit en ville, soit en établissement de santé :

### **- Les Espaces Rencontre Information (ERI)**

L'ERI est un concept créé par la Ligue avec le concours du laboratoire Sanofi-Aventis et de l'Institut Gustave Roussy, premier site d'ouverture, en mars 2001. Ce concept est devenu un label qui repose sur un cahier des charges, une convention d'agrément et une marque.

5 nouveaux ERI ont été labellisés, ce qui porte à 34 le nombre d'espaces labellisés ERI : le succès de ce dispositif repose sur un cahier des charges adapté, mais également sur un encadrement qualitatif et une coordination des animateurs de ces espaces.

### **- Les Espaces Ligue Information (ELI)**

Indépendamment des ERI, des Comités organisent et animent des structures dénommées Espace Ligue information (ELI). En 2008, l'action du Siège s'est orientée vers la structuration de ces espaces. La formation spécifique "animer un ELI" de l'Ecole de formation depuis juillet 2007 a été suivie par 188 personnes.

## **Zoom : supports d'information à destination des malades et des proches**

Afin de doter ses Espaces d'Information d'un ensemble de supports référencés et complémentaires, la Mission édite des brochures thématiques et soutient également l'élaboration des guides SOR SAVOIR patients de l'INCa.

La collection de brochures de la Ligue à destination des malades et des proches s'organise autour d'une quinzaine de titres. En 2008, de nombreuses brochures ont été réactualisées. La ligne éditoriale est tournée vers un public de personnes touchées par la maladie : un groupe d'usagers, composé de représentants de malades et acteurs diffusant l'information, donne une inflexion au contenu et se charge de la relecture des brochures.

## **Zoom : le Forum**

Créé en 2000, le Forum a atteint 13186 messages annuels échangés (7553 inscrits).

Les questions posées témoignent d'une information meilleure des patients, et portent généralement sur l'actualité la plus récente.

## **Zoom : le Comité de patients pour la recherche clinique**

Le Comité de patients pour la Recherche Clinique existe depuis 10 ans, en partenariat avec la FNCLCC. Ses fonctions sont d'évaluer la qualité et l'accessibilité de l'information donnée par le médecin et rédigée sur un document, remis aux patients devant entrer dans un essai, conformément à la loi Huriet.

A l'occasion des 10 ans du Comité de patients pour la recherche clinique, il a été relevé que 152 protocoles d'essais ont été relus, et 1149 commentaires communiqués aux investigateurs :

- ces commentaires portent de plus en plus sur les "contraintes liées à l'étude" et sur le "plan de traitement".
- la proportion de commentaires concernant la présentation des "objectifs de l'étude", les "traitements et la prise en charge des effets indésirables" et les "termes médicaux" reste stable.
- le nombre de commentaires concernant les effets indésirables est en forte croissance en raison de la mise en application de la réglementation européenne sur la recherche clinique, qui exige que soient mentionnés dans les notes d'information tous les effets indésirables connus, même les plus rares : les Comités ont demandé que désormais soient hiérarchisés les effets indésirables afin de rassurer les patients.

### **Zoom : les secours financiers**

Si l'ensemble des Comités départementaux attribuent des aides financières aux foyers nécessiteux, aucun outil national de collecte d'information n'existait pour permettre de sérier l'investissement des Comités dans ce domaine.

En 2008, un outil national a été développé par le service Informatique et la mission Actions pour les malades. L'application SAID (saisie des aides financières aux malades) a fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) qui couvre l'ensemble des Comités départementaux utilisateurs. La diffusion de l'application a débuté en décembre 2008.

### **Zoom : l'appel d'offres FHF - LIGUE**

La Ligue nationale contre le cancer et la Fédération Hospitalière de France se sont engagées dans un partenariat pluriannuel visant à promouvoir les actions innovantes dans le domaine de la qualité de la prise en charge vécue par le malade atteint de cancer : les 5 projets sélectionnés pour 2008 ont porté sur la sortie d'hospitalisation pour 118 340€.

### **Zoom : information et conseil dans le domaine juridique et social**

Cette activité s'appuie sur une permanence téléphonique (une centaine d'appels/ an) et sur l'élaboration et la diffusion de supports d'information : les « Brèves juridiques et sociales », et les « Barèmes des prestations sociales » destinés à informer les membres des commissions sociales des Comités.

## **Zoom : la mission de représentation des usagers au sein de la Ligue**

La Ligue a débuté en 2008 les travaux préparatoires à la mise en œuvre d'une base de données nationale des représentants des usagers.

La Ligue occupe au moins un poste dans 15 des 18 régions dotées d'un CISS régional.

## **Zoom : le soutien institutionnel aux actions pour les malades**

### **a - le prix Martine Gaud**

L'objectif de ce prix, créé en 2006 en hommage à une vice-présidente chargée de l'Action pour les malades et leurs proches, est d'inciter les Comités à mettre en place des actions fortes, reproductibles à travers tout le pays, pour faciliter la vie des malades et de leur famille.

En 2008, le Conseil d'Administration ayant choisi le thème "maillage territorial des actions de la Ligue pour les malades", les 5 projets sélectionnés ont été déposés par les Comités suivants :

- Guadeloupe : accompagnement du malade et de sa famille lors du retour au domicile.
- Côte d'Or : encadrement psychologique de bénévoles sur un maillage départemental.
- Eure, Seine-Maritime et Hauts-de-Seine : suivi interdépartemental des patients.
- Ardèche et Drôme : Maison du bassin Ardèche Drôme valentinois.
- Gard : pérennisation du réseau "retour et maintien du malade à domicile".

### **b - soutien financier de la Ligue à des projets associatifs :**

En 2008, le Siège a poursuivi sa politique de soutien à des actions nationales en finançant des projets pour un montant global 161 500 €. Les subventions ont été allouées à des associations de malades ou d'anciens malades, des associations intervenant dans le domaine des soins palliatifs, et des sociétés savantes.

Association ou établissement	Nature de l'intervention	Montant (€)
France Lymphome Espoir	Journée mondiale du Lymphome 2008	10 000
Fédération des Stomisés de France	Aide aux actions et au fonctionnement de l'association	40 000
UAFLMV (Union des Associations de Laryngectomisés et de Mutilés de la Voix)	Aide au fonctionnement et aux actions de l'association	30 000
Association Mieux Vivre le Lymphoedème	Favoriser la prise en charge et l'autonomie des malades pour l'organisation de séances d'autobandage, autodrainage, groupes de paroles, mouvements de gymnastique organisés par des antennes.	3 000
JALMALV (Jusqu'A La Mort, Accompagner La Vie)	Formation des bénévoles d'accompagnement en soutien des associations membres (7 sessions de formation)	9 000
Vivre comme avant	Poursuivre le développement de l'association en formant de nouvelles bénévoles afin d'être plus présentes auprès des nouvelles opérées	6 500
UNASP (Union Nationale des Associations pour le développement des Soins Palliatifs)	Maintenance du site Internet et soutien aux programmes de formation.	10 000
JSC (Jeunes Solidarité Cancer)	Edition d'un classeur de bord et organisation d'un weekend oxygénation	18 000
UNAPECLE (Union Nationale des Associations de Parents d'Enfants atteints de Cancer ou de Leucémie)	Soutien psychologique à la fratrie	20 000
SFPO	25ème Congrès "Cancers, cultures et pratiques de soins"	5 000
Réseau Régional Cancer Rhône Alpes	4èmes Assises nationales des Réseaux de Cancérologie	5 000
GRASSPHO	Formation des soignants des services d'Hématologie et d'Oncologie à l'interdisciplinarité pour optimiser la prise en charge des patients et des proches	5 000
<b>TOTAL</b>		<b>161 500</b>

### Zoom : Cancer Info Service

La ligne téléphonique Cancer Info Service, dispositif initié dans le cadre de la mesure 39 du Plan Cancer I, a été ouverte le 22 mars 2004 au siège de la Ligue : il s'agit d'un service national d'écoute téléphonique, d'information et de soutien, confidentiel et anonyme, destiné aux malades et à leurs proches, au grand public, ainsi qu'aux professionnels de santé.

Cancer Info Service offre un accès facilité pour une information objective et validée, dans le domaine scientifique mais aussi social et juridique (niveau d'écoute 1). Il apporte également une écoute bienveillante pour rompre l'isolement des patients et de leurs proches et pour les aider au quotidien dans leur combat contre le cancer (niveau d'écoute 2).

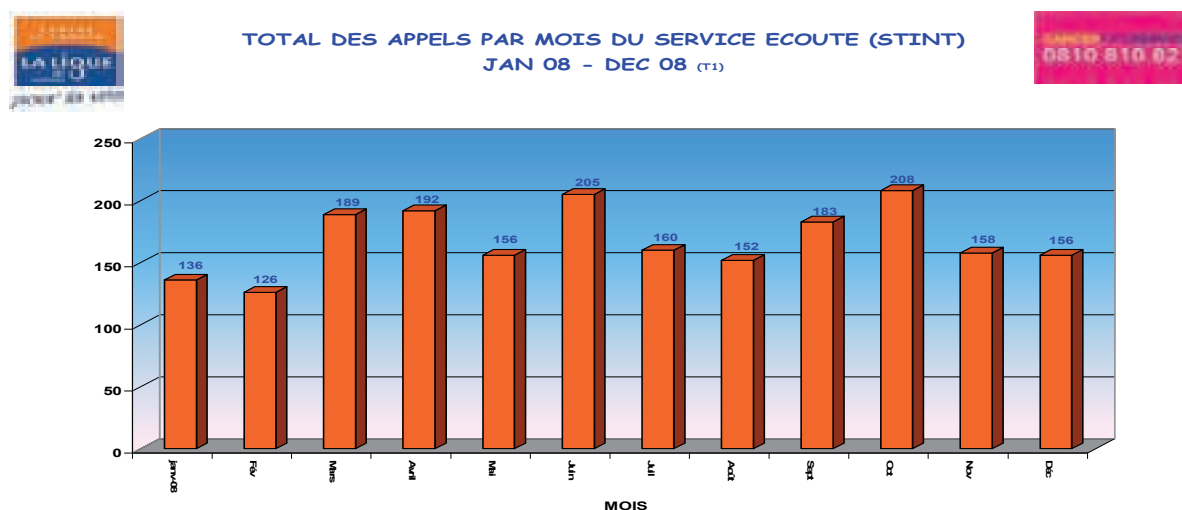
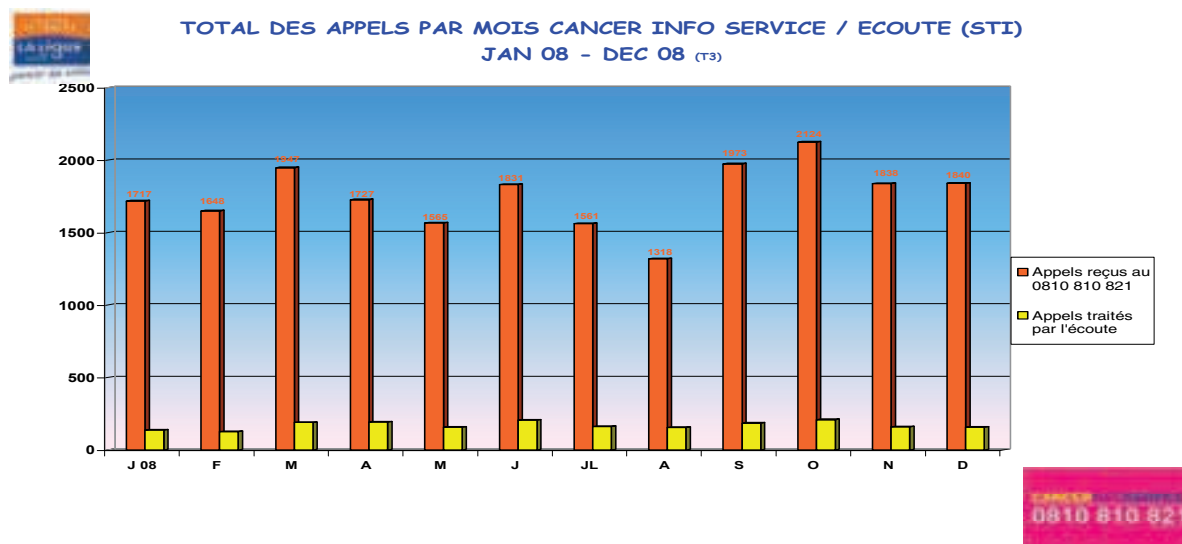
Cancer Info Service garantit l'anonymat de l'appel, respectant ainsi les règles élémentaires de l'éthique et de la déontologie. Il n'y est fait aucun diagnostic, aucun pronostic, aucun double avis. Ce numéro ne se substitue pas aux médecins.

Depuis le 1er janvier 2007, l'INCa a repris l'abonnement de la ligne de Cancer Info Service, le numéro 0 810 810 821 : en revanche, la gestion du 2<sup>ème</sup> niveau à savoir l'écoute, le soutien psychologique, la permanence juridique et l'assurabilité est assurée par la Ligue.

Tout appel « entrant » est traité en premier niveau par une équipe professionnelle spécialisée. Si l'appel nécessite une écoute plus approfondie, il est transféré au 2<sup>ème</sup> niveau où il sera traité par des psychologues cliniciens rompus à l'écoute et au soutien (durée moyenne d'écoute : 29 minutes). L'appel pourra être orienté, le cas échéant, vers une permanence juridique assurée sur rendez-vous et bénévolement par des avocats mis à disposition par le Barreau de Paris.

## Quelques statistiques

En 2008, le Service a reçu 2 023 appels pour écoute personnalisée au niveau 2, soit une moyenne mensuelle de 168 appels (9,6% des appels reçus au premier niveau d'écoute).



De son côté, la permanence juridique a traité 438 appels, dont 102 ont fait l'objet de rendez-vous.

## Zoom : l'assurabilité

L'accès au crédit, souvent conditionné par l'obtention d'une assurance, reste encore impossible pour de nombreuses personnes malades ou handicapées qui présentent, selon l'expression consacrée, un « risque aggravé de santé » : la Ligue contre Le cancer, prenant conscience de ces inégalités, a pris l'engagement lors des Illèmes Etats Généraux des malades (28 octobre 2004) et en application du Plan Cancer d'en faire un des axes majeurs de ses travaux.

Simultanément à la signature de la convention AERAS (S'Assurer et Emprunter avec un Risque Aggravé de Santé) et conformément à ses engagements la Ligue a mis en place un dispositif gratuit, anonyme et confidentiel « AIDÉA » : Accompagnement et Information pour le Droit à l'Emprunt et l'Assurabilité, joignable par la ligne téléphonique nationale **0 810 111 101** (prix d'un appel local).

Ainsi la Ligue intervient à plusieurs niveaux, et en particulier :

- en proposant des études de survie à 5 et 10 ans issues des travaux de recherche épidémiologique grâce à la collaboration avec FRANCIM,
- en s'impliquant dans des rencontres et réunions des différentes commissions (suivi AERAS...) avec les professionnels de l'assurance, de la banque et les ministères de tutelles signataires de la convention AERAS,
- en mettant en œuvre le dispositif AIDÉA, dispositif téléphonique national au sein de la Ligue composé de conseillers techniques formés et qualifiés pour répondre aux questions du public et pour accompagner les appelants dans leurs démarches administratives de constitution de dossier.

Ce dispositif se distingue par le caractère personnalisé et confidentiel de l'information délivrée à l'appelant, et par la qualité et la fiabilité des conseils donnés. AIDÉA est un dispositif gratuit, sauf coût de la communication facturée au prix d'un appel local depuis un téléphone fixe (0 810 111 101). Ce service est assuré, du lundi au vendredi de 9h à 19h, par des professionnels salariés.

Un logo unique :



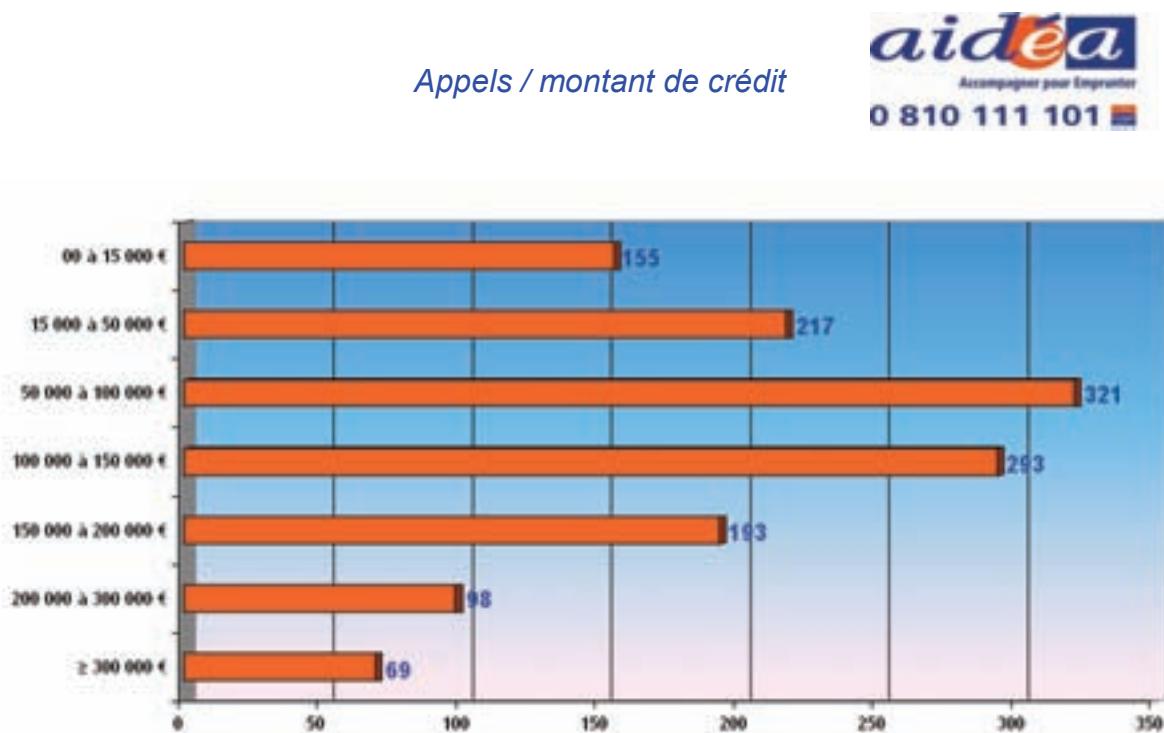
A ce service s'ajoute une permanence juridique, animée par des avocats bénévoles mis à la disposition de la Ligue par le Barreau de Paris, encadrée par le responsable juridique au Siège de la Ligue.

## Quelques statistiques

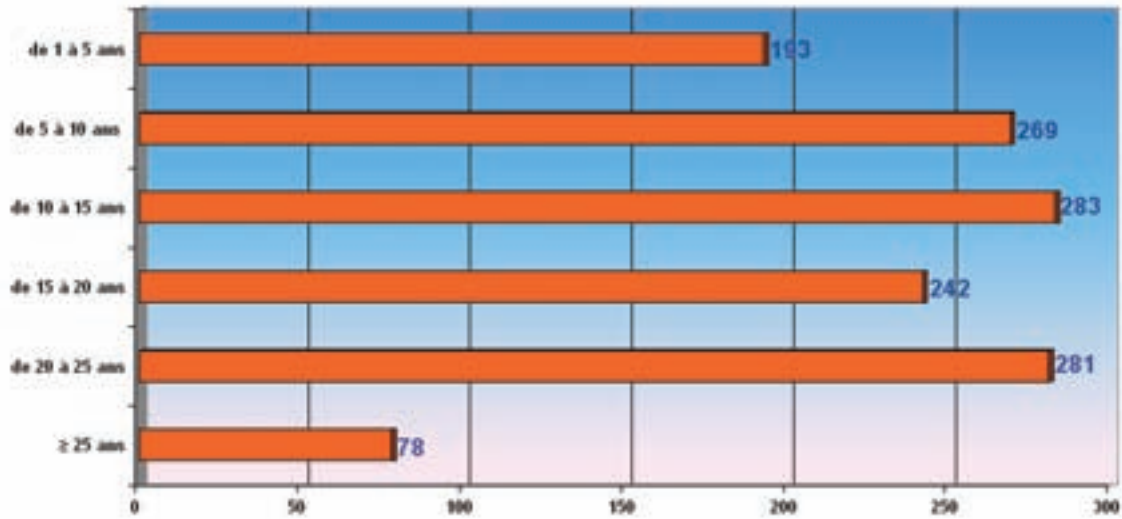
En 2008, 1 737 appels ont été traités afférant à 1 346 dossiers.



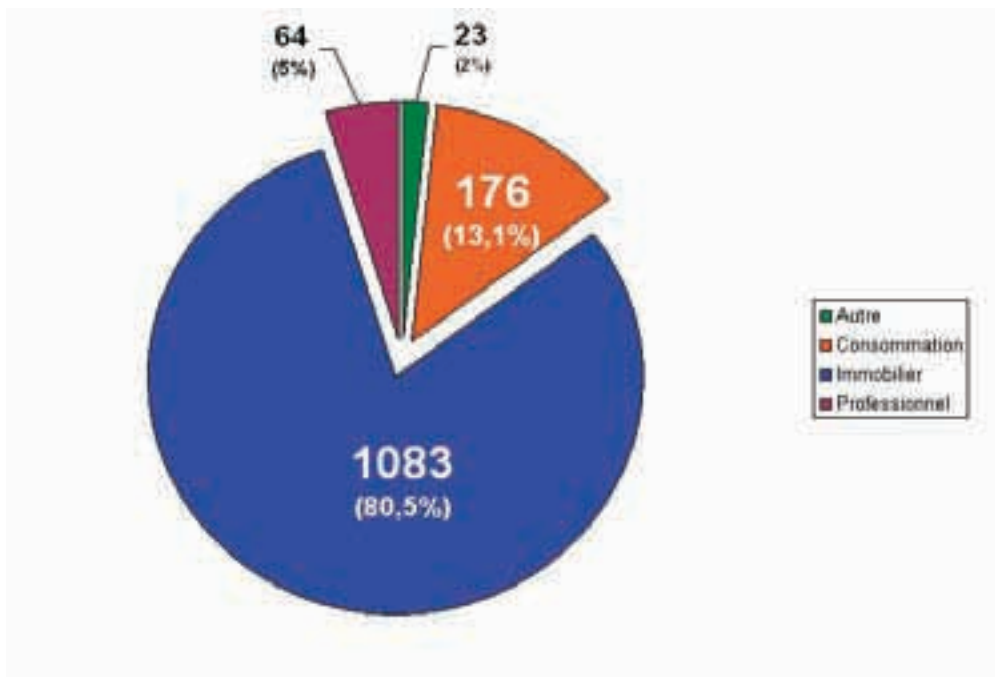
*Appels / montant de crédit*



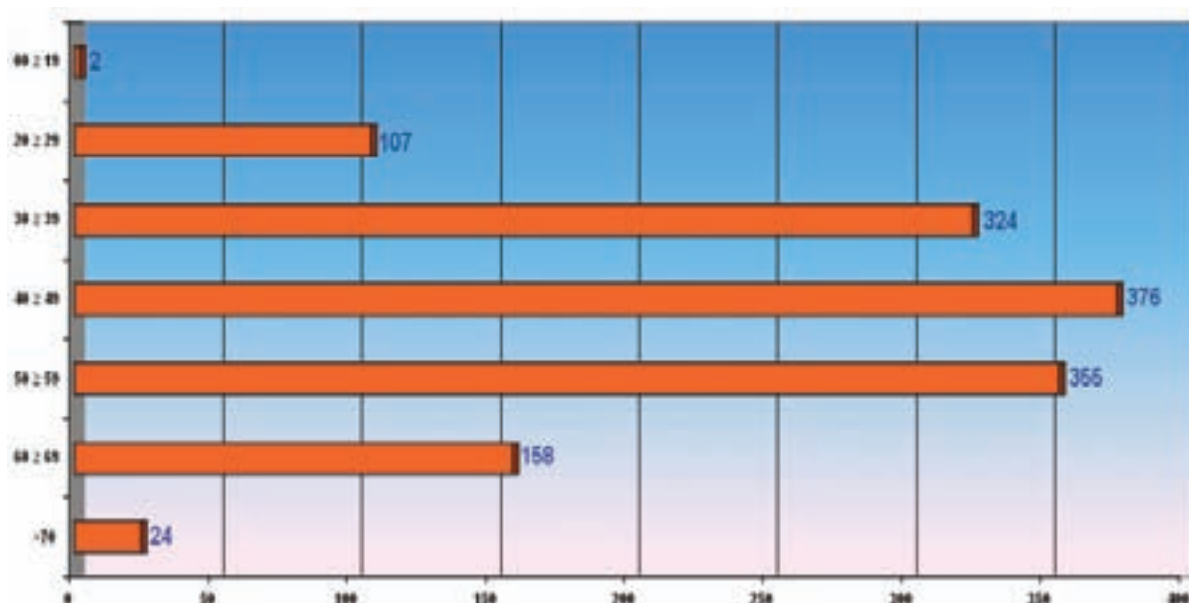
Appels / durée de crédit



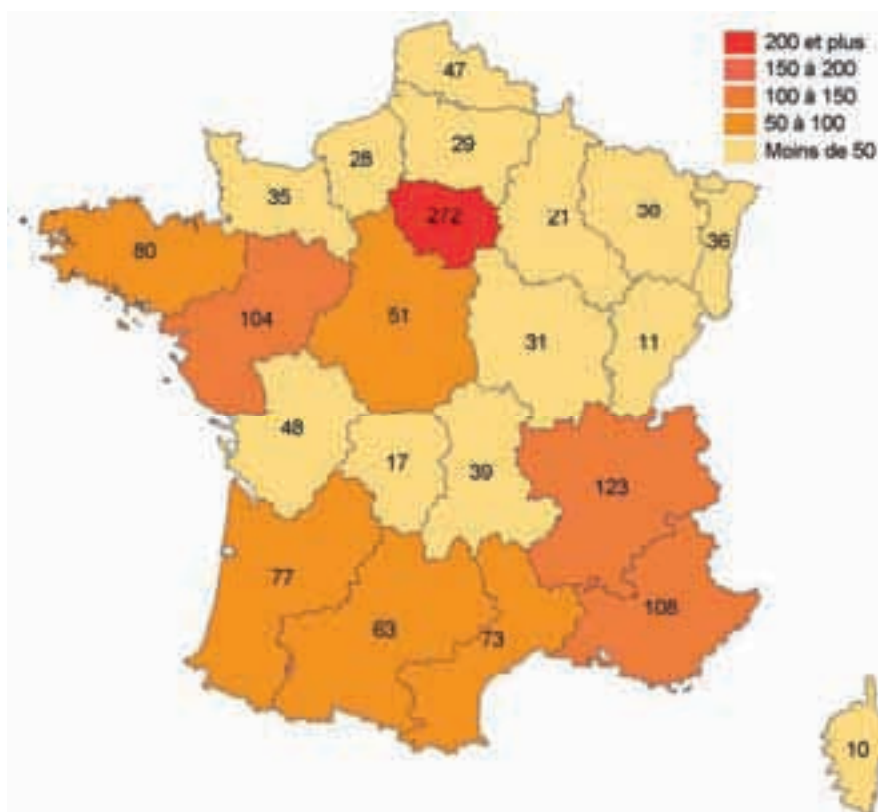
Appels / type de prêts



## Tranches d'âge



## REPARTITION DES APPELS RECUS PAR REGIONS



### Zoom journal « Les Proches »

Le trimestriel gratuit *Les Proches* est une nouvelle maquette et le nouveau nom de la revue *De Proche en proches* depuis le 1<sup>er</sup> trimestre 2008, en partenariat avec Novartis.

Trois nouvelles rubriques : *Passerelles* traite de pathologies autres que le cancer, *Tribune libre* donne la parole à un expert sur toute question en relation avec la « proximologie », *Entretien* est un échange entre deux personnes, le plus souvent un malade et son proche.

Numéros parus pendant l'exercice 2008 :

*Les Proches* n°6 – 1<sup>er</sup> trimestre 2008 – 40 000 ex  
« Internet, un ami qui vous veut du bien ? »

*Les Proches* n°7 – 2<sup>nd</sup> trimestre 2008 – 30 000 ex  
« Sexualité et cancer, la fin des tabous ? »

*Les Proches* n°8 – 3<sup>ème</sup> trimestre 2008 – 48 000 ex  
« Enfants de parent malade, ces patients invisibles »

*Les Proches* n°9 – 4<sup>ème</sup> trimestre 2008 – 48 000 ex  
« Le secret médical et les proches »

### Zoom bulletin « Ethique et cancer »

L'ambition de ce trimestriel gratuit est double : être un instrument indépendant et pluridisciplinaire de médiation utile aux professionnels de santé, aux patients et à leur entourage mais aussi être l'organe de diffusion des avis et recommandations du comité « Ethique et cancer ».

Sa périodicité est fonction du rythme des sessions du comité « Ethique et cancer ». En 2008 :

*Éthique et cancer* n°0 – Février 2008 – 10 000 exemplaires  
Numéro de lancement

*Éthique et cancer* n°1 – Novembre 2008 – 8 000 exemplaires  
Inauguration du comité « Ethique et cancer »  
Première saisine, premier avis  
Avis du 7 novembre 2008 « Secret professionnel et assistance à la famille »



## B4 – La mission Information-Prévention-Dépistage

### B41- Evolution globale de la mission Information-Prévention-Dépistage

En 2008, la contribution financière des Comités est demeurée stable en valeur absolue :

<i>En M€</i>	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Comités seuls	4,15	4,28	4,61	4,69	4,66	<b>4,63</b>
Ligue (total)	11,05	13,74	12,68	10,50	8,48	<b>7,71</b>

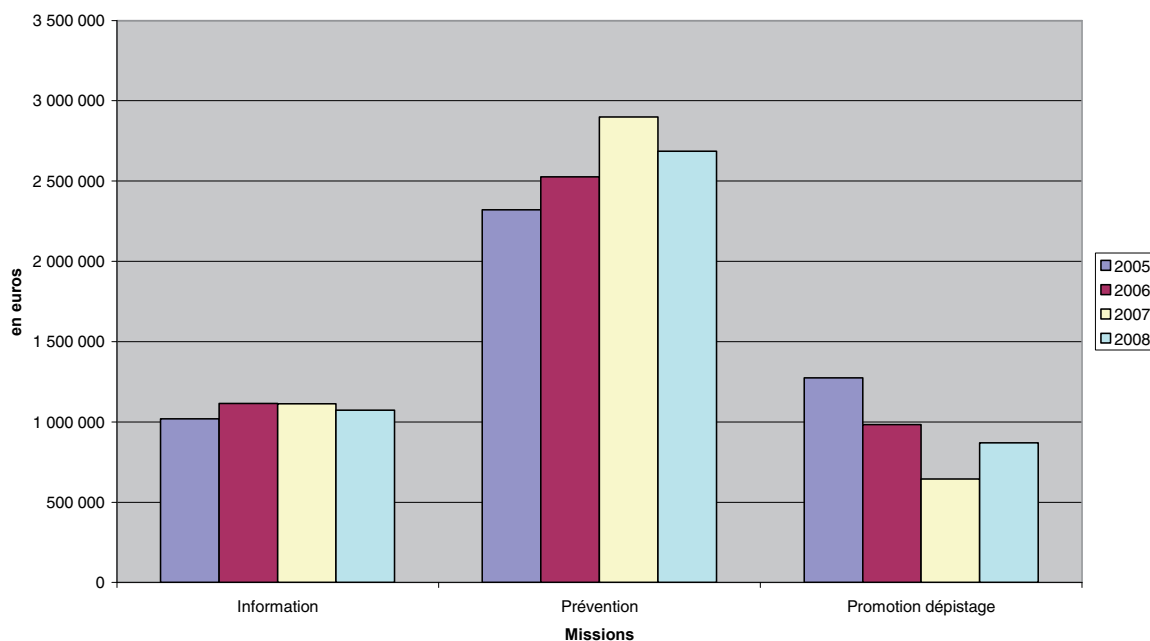
### B42- Actions spécifiques menées par les Comités départementaux

Les Comités privilégient en général le financement d'actions propres :

Nature	Montant total (K€)	%	dont actions propres (K€)
<b>INFORMATION</b>	<b>1.073,0</b>	<b>23,20 %</b>	<b>1.035,0</b>
Information du public	854	18,45 %	816
Vivre	219	4,75 %	219
<b>PREVENTION</b>	<b>2 686</b>	<b>58,00 %</b>	<b>2418,7</b>
Divers Prévention	843	18,21 %	807
Education des jeunes à la santé (hors Pataclope)	675	14,58 %	531
Tabac	337	7,28 %	257
Pataclope	622	13,44 %	621
Alimentation	162	3,50 %	156
Soleil	45,3	0,97 %	45
Expositions professionnelles	0,4	0,00 %	0,4
Alcool	1,3	0,02 %	1,3
<b>DEPISTAGES</b>	<b>870,4</b>	<b>18,80 %</b>	<b>191,4</b>
Dépistage du cancer du sein	321	7 %	40
Dépistage du cancer du côlon-rectum	459	9,9 %	74
Dépistage du cancer du col de l'utérus	29	0,6 %	29,5
Divers Dépistage	58	1,25 %	45
Diagnostic précoce du cancer de la peau	0,4	0,00 %	0,4
Dépistage du cancer de la prostate	2,5	0,05 %	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>4 629,3</b>	<b>100,00%</b>	<b>3 645,1</b>

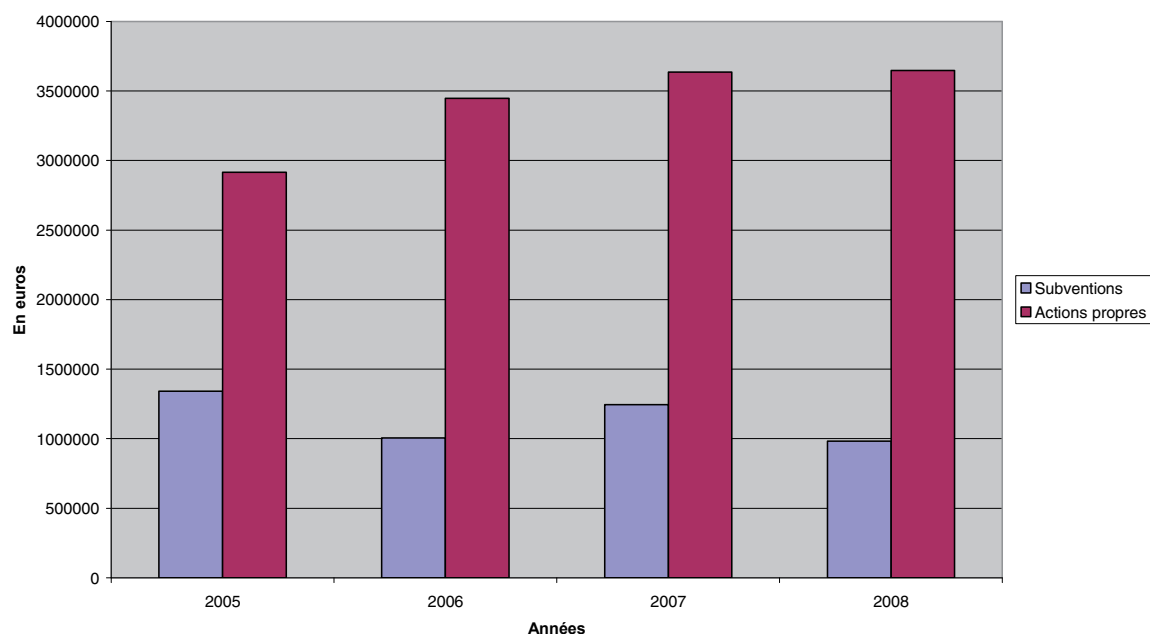
Depuis 2005, la prévention est l'activité qui est la plus dotée financièrement par les Comités au sein des 3 axes Information, Prévention, et promotion des dépistages. Elle représente en 2008 58 % du budget de la mission « Information, prévention, promotion des dépistages », contre 23 % pour l'information et 19 % pour la promotion des dépistages.

Evolution actions comités 2005/2008



Les sommes consacrées à la mission «Information, prévention, promotion des dépistages» se répartissent entre le financement d'actions mises en œuvre par les Comités eux-mêmes (79% des ressources allouées) et le financement de structures pour la réalisation d'actions, sous forme de subventions.

Nature des investissements



## LA PROMOTION DU DEPISTAGE DES CANCERS

En diminution constante depuis 2005, les budgets consacrés par les Comités à la promotion du dépistage ont augmenté en 2008 de + 35 % : une augmentation ciblée sur la promotion du dépistage organisé du cancer du côlon-rectum désormais généralisé à l'ensemble du territoire.

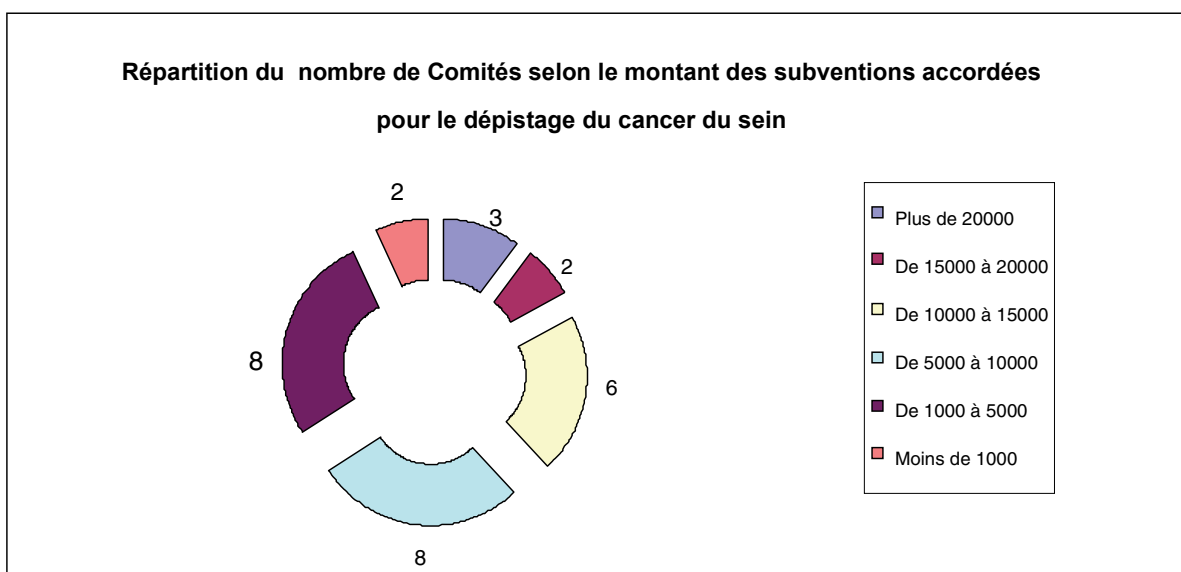
Avec un total d'un peu plus de 870 K€, ce poste représente 18,8 % des dépenses (contre 14 % en 2007, 23 % en 2006 et 35 % en 2002), 78 % des budgets ayant été consacrés à l'octroi de subventions et 22 % à la mise en œuvre d'actions propres aux Comités.

### 1. Budget alloué par le biais de subventions à des partenaires, selon les cancers

Nombre de Comités impliqués par l'octroi de subventions						
Dépistages	2006		2007		2008	
	total	Nbre de CD	Total	Nbre de CD	total	Nbre de CD
Sein	529 K€	41	213 K€	28	<b>281 K€</b>	<b>29</b>
Côlon	167 K€	16	159 K€	18	<b>385 K€</b>	<b>25</b>
Col	-15 K€	1	42 K€	3		
Prostate			1 K€	1		
Divers	14 K€	3	39 K€	2	<b>13 K€</b>	<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>695 K€</b>		<b>454 K€</b>		<b>679 K€</b>	

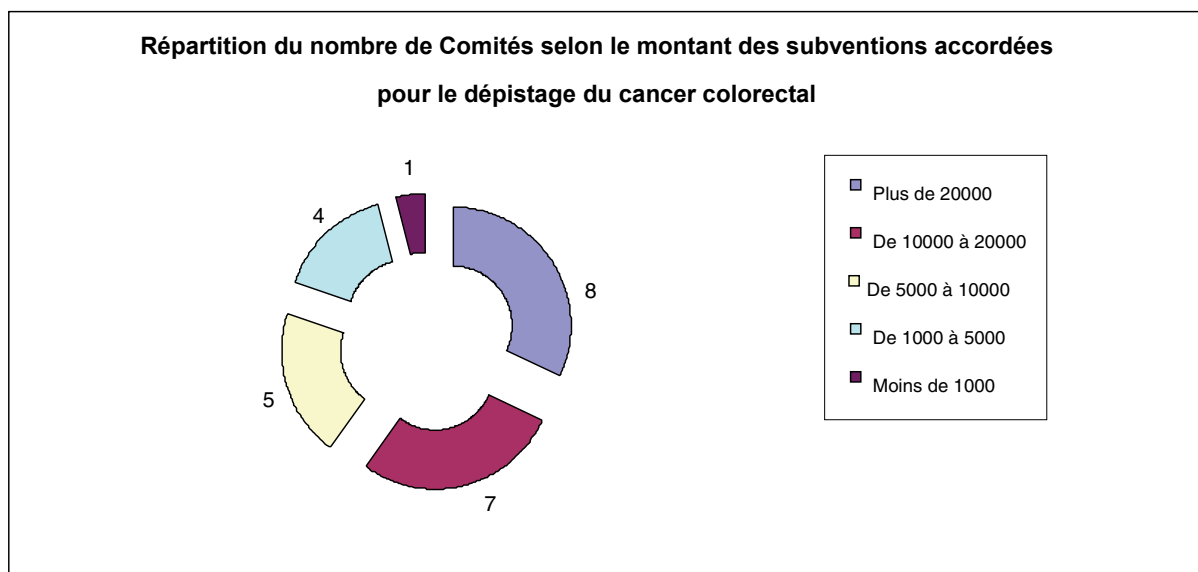
#### Subventions pour dépistage du cancer du sein

29 Comités ont accordé, essentiellement au bénéfice de structures de gestion du programme de dépistage organisé du cancer du sein, des subventions allant de 700 à 65.000€ pour un montant total de 280.980€.



## Subventions pour dépistage du cancer colorectal

25 Comités ont accordé à des structures de gestion du programme de dépistage organisé du cancer colorectal des subventions allant de 700 à 50.000€ pour un montant total de 384 573 €.



## 2. Budget alloué à la réalisation d'actions propres, selon les cancers

En lien avec le thème retenu pour la Semaine nationale, 80 % des Comités ont mis en œuvre des actions sur le dépistage auprès de la population : les budgets alloués n'ont pas augmenté, le matériel créé par le Siège ayant été fourni gratuitement aux Comités tout au long de l'année.

nombre de Comités impliqués dans la mise en œuvre d'actions propres						
	2006		2007		2008	
	Montant total	Nbre de CD	Montant total	Nbre de CD	Montant total	Nbre de CD
Sein	219 K€	27	103 K€0	30	<b>40 K€</b>	<b>37</b>
Côlon	19 k€	8	27 K€	12	<b>74 K€</b>	<b>20</b>
Col	68 k€	12	5 K€	11	<b>29 K€</b>	<b>5</b>
Prostate	1 k€	4	0.5 K€	3	<b>2.5 K€</b>	<b>2</b>
Peau	2 K€	2	0.5 K€	1	<b>0.5 K€</b>	<b>3</b>
Divers	46 K€	9	53 k€	7	<b>46 K€</b>	<b>82</b>
Total	355 K€		189 K€		<b>192 K€</b>	

Les actions propres des Comités ont consisté en l'information de populations cibles (femmes pour les dépistages du sein, du côlon-rectum et du col de l'utérus/ hommes pour le dépistage du cancer du côlon-rectum) ainsi que des professionnels de santé :

conférences «Grand public», souvent organisées en lien avec la structure de gestion, actions dans les entreprises,

événements comme «Octobre Rose» (36 Comités), les courses Odysée, le mois de mobilisation sur le cancer colorectal, qui occasionnent de nombreuses actions de mobilisation et possibilités de partenariat (municipalités, structures de gestion, associations de femmes...) et sont souvent médiatisés, campagnes d'affichage ou d'insertions dans la presse, actions ciblées vers les populations rurales ou défavorisées, notamment en partenariat avec la Mutualité Sociale Agricole, des centres d'action sociale, des régies de quartier... diffusion de supports d'information (ex : passeport dépistage et brochure «Le dépistage des cancers» lors de la Semaine nationale 2008 ; dépliant « Plus on les dépiste, mieux on les guérit » réalisé en Aquitaine) ou d'outils d'intervention (ex : saynètes sur les dépistages conçues par les bénévoles du Comité de l'Oise).

### quelques exemples d'actions en 2008

#### **promotion du dépistage du cancer du sein :**

opération Vénus : partenariat avec les esthéticiennes qui deviennent des porte-paroles du Comité sur le dépistage du cancer du sein (Alpes-Maritimes)

#### **promotion du dépistage du cancer colorectal :**

cycle de conférences sur le dépistage des cancers colorectaux en collaboration avec la MSA (Bas-Rhin)

action vers les populations défavorisées dans les centres sociaux (Seine-et-Marne)

organisation de réunions de focus groupes, en collaboration avec Epidaure (Hérault, sections locales de Béziers et Lodève)

courrier aux adhérents pour les sensibiliser au dépistage du cancer colorectal (Loire-Atlantique)

#### **promotion du dépistage du cancer du col de l'utérus :**

participation du Comité à la campagne d'information du Conseil général auprès des élèves et des parents (Côtes d'Armor)

campagne de communication vers le grand public et les professionnels de santé sur le dépistage du cancer du col de l'utérus et le dépistage HPV (Oise)

remboursement du test de dépistage HPV pour les femmes défavorisées (Oise, Somme)

#### **promotion du diagnostic précoce du cancer de la peau :**

action au sein d'une entreprise, en collaboration avec une dermatologue bénévole (Bas-Rhin)

participation à la journée de diagnostic précoce des cancers de la peau organisée par le Syndicat national des dermatologues (ex : dans les Hautes-Alpes)

implication des chercheurs dans la promotion du dépistage des cancers de la peau (Essonne)

#### **promotion des différents dépistages :**

participation du Comité à une semaine Prévention en entreprise (Essonne)

remise du Passeport dépistage avec le bulletin de salaire des salariés de différentes administrations et entreprises (Gers)

## L'INFORMATION

Les Comités contribuent largement à la diffusion des supports d'information auprès du grand public et auprès de professionnels (de santé, travailleurs sociaux...) : les brochures sont diffusées lors de conférences grand public, d'interventions en entreprise ou de manifestations diverses (journées Santé Prévention, forums associatifs organisés par les municipalités, stands à l'occasion de foires, de marchés de Noël, des manifestations «Relais pour la vie » et de la Semaine Nationale...).

Elles sont également laissées en libre accès au sein des espaces d'information Ligue mis en place par les Comités dans les structures de soins, les caisses d'assurance maladie ...

Les Comités participent également à la diffusion de Vivre auprès de ses cibles qui sont l'ensemble de la population, au-delà des abonnés, adhérents et donateurs.

### quelques exemples d'actions en 2008

11 conférences ou réunions d'information sur le cancer (Bas-Rhin)  
cycles de conférences mensuelles « Les mardis (ou jeudis) de l'info » (Alpes-Maritimes, Paris, Loire-Atlantique...)  
partenariat avec une télévision locale pour 4 émissions de vulgarisation sur le cancer (Essonne)  
partenariat avec le Bus Info Cancer présent sur les marchés de 5 villes (Alpes Maritimes)  
diffusion d'une revue ou d'un bulletin d'information départemental auprès des adhérents (Lot, Loire-Atlantique, Ardèche, Eure, Essonne, Ille-et-Vilaine...)  
réalisation de documents propres aux Comités, exemple le guide « Vivre le cancer autrement » (Nord et Pas-de-Calais)

## LA PREVENTION PRIMAIRE

Les sommes allouées par les Comités aux actions de prévention primaire (dont l'éducation des jeunes pour la santé) se sont élevées à 2.686.035 euros en 2008.

### quelques exemples d'actions de prévention menées par subventions

consultations de sevrage tabagique (Val de Marne, Cher)  
réseau Naître : actions de prévention du tabagisme vers les femmes enceintes (Gard, Aude)  
Comités départementaux d'éducation à la santé (Charente)  
CHU de Rouen pour son action «Ta santé en un clic» destiné aux étudiants de l'enseignement supérieur de la région Haute-Normandie (Seine-Maritime)  
association Avenir Santé : prévention en milieu universitaire (Paris, Rhône)  
CHU de Clermont-Ferrand : programme Liber Tabac (Puy-de-Dôme)  
réseau Onco Poitou-Charente : action « Bagage de bonne santé », prévention alimentation auprès des enfants (Charente)  
association de diététiciennes « Amuse bouche » pour la réalisation d'une mallette pédagogique « Croq'récéré dans le potager » (Bas-Rhin)

Le cancer étant une maladie multifactorielle, la prévention primaire fait appel à des intervenants très divers en fonction des cibles et des compétences requises.

C'est pourquoi les partenariats engagés localement sont multiples et se sont développés notamment dans le cadre de la mise en place des Groupements régionaux de santé publique (GRSP), souvent conjointement avec d'autres structures : municipalités (ateliers Santé Ville) ou communautés de communes, assurance maladie, allocations familiales, mutuelles, conseils généraux, Comités départementaux ou régionaux d'éducation pour la santé, services universitaires de médecine préventive, MILDT, clubs sportifs, professionnels ou futurs professionnels de santé, distributeurs de fruits et légumes ou grandes surfaces, autres associations (ANPAA, CDMRT...), gendarmeries ...

nombre de Comités impliqués dans la mise en œuvre d'actions de prévention primaire						
	2006		2007		2008	
	total	CD	total	CD	Total	CD
Tabac	273 K€	80	306 K€	90	257 K€	86
Cancers pro	1 K€	21	1 K€	17	0.4 K€	11
Alcool	0 K€	1	1 K€	3	1,3 K€	32
Soleil	42 K€	73	50 K€	46	45 K€	56
Alimentation	190 K€	98	176 K€	97	156 k€	93
Pataclope	525 K€	80	633 K€	68	621 K€	61
Educ. santé	426 K€	86	462 K€	92	531 K€	87
Divers	592 K€	86	769 K€	51	807 K€	52
Total	2.049 K €		2 398 K€		2.418,7	

Le poste «divers» comprend essentiellement :

les salaires et charges sociales des salariés «Information, prévention, dépistage» des Comités,

le financement par le Comité de l'Essonne de l'Espace Prévention Santé ANTEIA, créé dans le cadre de la Fondation JDB à laquelle participe la Fédération.

### exemples d'actions de prévention menées directement par les Comités

#### Actions vers le grand public à l'occasion de divers évènements

journée mondiale sans tabac

semaine Fraich'Attitude

participation à l'opération «Nice, manger sain et équilibré» (Alpes-Maritimes)

participation à la campagne municipale «Manger mieux, bouger plus : les Nîmois s'engagent» (Gard)

organisation d'un buffet diététique à l'occasion des 40 ans, en collaboration avec les écoles hôtelières de Strasbourg, pour montrer que l'on peut allier plaisir du palais et alimentation équilibrée (Bas-Rhin)

participation à «La ronde des plages» à Menton et aux «Voiles d'Antibes» (Alpes-Maritimes)

participation au Championnat de France de Voile, avec la participation de Nicolas Charmet (Somme)

participation à Paris Plage 2008 (Paris)

participation au Tournoi de tennis des Petits As (Midi Pyrénées + Pyrénées Atlantiques)

participation du Comité au championnat de France de VTT (Corrèze)  
participation à Jazz in Marciac (Gers)

### **Autres actions vers le grand public**

conférences ou interventions dans les entreprises :  
information et sensibilisation au sevrage tabagique pour les adultes (Bas-Rhin, Puy-de-Dôme)  
organisation d'une semaine prévention (Essonne)  
conférence d'un dermatologue du Réseau Mélanome Ouest (Loire-Atlantique)  
opération «Bien vivre ses vacances, je protège ma peau et mon environnement» menée sur les plages par les 4 Comités de la région Bretagne (Côtes d'Armor, Morbihan, Ille-et-Vilaine, Finistère)  
opération «Eté 2008, cet été ne vous faites pas griller» sur les bases de loisirs (Midi-Pyrénées)  
participation à des forums santé (Rhône, Hautes-Pyrénées...)  
action «Tout le Morbihan nage contre le cancer» (Morbihan)  
brochure «Alimentation, moyen de prévention du cancer» en collaboration avec une élève stagiaire ingénieur en alimentation et santé de l'Institut Polytechnique de Beauvais (Oise)  
diffusion du calendrier de la Ligue (85 Comités)  
animations sur les marchés et/ou distribution de fruits et légumes

### **Actions vers les jeunes**

Ces interventions (addictions, alimentation, soleil...) sont réalisées plus vers les jeunes (par ordre de fréquence : collèges, écoles primaires, lycées) que vers les personnes les encadrant.

programme TALIS : Tabac, alimentation, soleil pour les élèves de CE2 (5 Comités de la région Rhône Alpes)  
partenariat avec les missions locales, pour des actions en faveur des jeunes déscolarisés (Essonne)  
réalisation d'un agenda scolaire ou d'un cahier de textes pour les élèves de CM1/CM2 (10 Comités)  
classes Forme et santé (Essonne)  
3<sup>ème</sup> édition des Journées Prévention Jeunes réunissant environ 2.000 élèves de CE2 et CM (Hauts-de-Seine, Eure, Seine-Maritime, Calvados, Seine-Saint-Denis)  
programme «Bien dans son corps, bien dans sa tête» : prévention des conduites addictives auprès des élèves de primaire et des collégiens (Côtes d'Armor)  
concours scolaire «Bouger c'est la santé» : enfants de maternelle et primaire (20 Comités)  
ateliers ludo-pédagogiques sur les 5 sens (Gers)  
Pataclope : interventions en milieu scolaire (Seine-Maritime, avec l'aide d'étudiants en médecine de 2<sup>ème</sup> année) ; envoi du journal trimestriel ; site internet (Var) ou blog (Finistère) ; création d'un espace d'accueil Pataclope (Val d'Oise)  
programme « Le cancer on ne va pas se laisser faire » pour les élèves de 4<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup>, CAP et BEP  
recherche évaluative d'interventions visant la promotion d'une alimentation équilibrée auprès d'enfants de CE2 : étude longitudinale sur 3 ans du CE2 au CM2 (Hauts-de-Seine)

### **Actions vers des populations défavorisées**

intervention sur l'alimentation avec les équipes de quartier de la mission citoyenneté de Nantes  
intervention au sein du Centre d'actions sociales de Saint Chamond (Loire)  
interventions auprès des usagers des chantiers d'insertion (Finistère) ou des personnes inscrites aux centres d'aide alimentaire (Côtes d'Armor)

### **Actions vers des populations plus spécifiques**

information-sensibilisation au sevrage tabagique pour les femmes enceintes (Gard, Corrèze, Oise)  
animations « Alimentation » dans les crèches du département (Loire)  
aide pour motiver à l'arrêt du tabac des proches de malades (Essonne)  
concours de dessins vers des enfants hospitalisés (Drôme)

## **B43 - Actions menées par la mission Information Prévention Dépistage du Siège**

La note d'orientation présentée au Conseil d'Administration de la Ligue en décembre 2007 fixait deux objectifs pour la mission Information Prévention Dépistage :

**Objectif 1 :** positionner la prévention comme élément clé de la lutte contre le cancer en accompagnant les orientations nationales et en orientant les pouvoirs publics sur les choix à venir, en s'appuyant notamment sur les données scientifiques.

**Objectif 2 :** développer une culture commune de prévention et une synergie d'actions au sein de la Fédération afin de consolider sa position d'acteur incontournable de la prévention du cancer.

La Commission Information Prévention Dépistage, s'appuyant sur les contributions de 6 groupes de travail (\*), a défini 3 axes stratégiques :

- inscrire les Comités départementaux au centre des actions de prévention :
- développer des «comportements protecteurs de santé»
- développer les actions de terrain lors de manifestations locales ou nationales

(\*) liste des 6 groupes de travail:

«Alimentation et activité physique» (coordinateur : Dr Hervé Gautier)

«Addictions» (coordinateur : Mme Karen Slama)

«Soleil» (coordinateur : Mme Valérie Guitet)

«Dépistage des cancers» (coordinateur : Dr Henri Bastien)

«Expositions environnementales et professionnelles» (coordinateur : Dr Ellen Imbernon)

«Education des jeunes à la santé» (coordinateur : Mme Mathilde Grobert)

Les Journées Prévention 2008 ont eu lieu les 20 et 21 octobre à Paris sur les thèmes de l'alimentation, de l'activité physique et de l'alcool avec 4 ateliers consacrés aux problématiques suivantes :

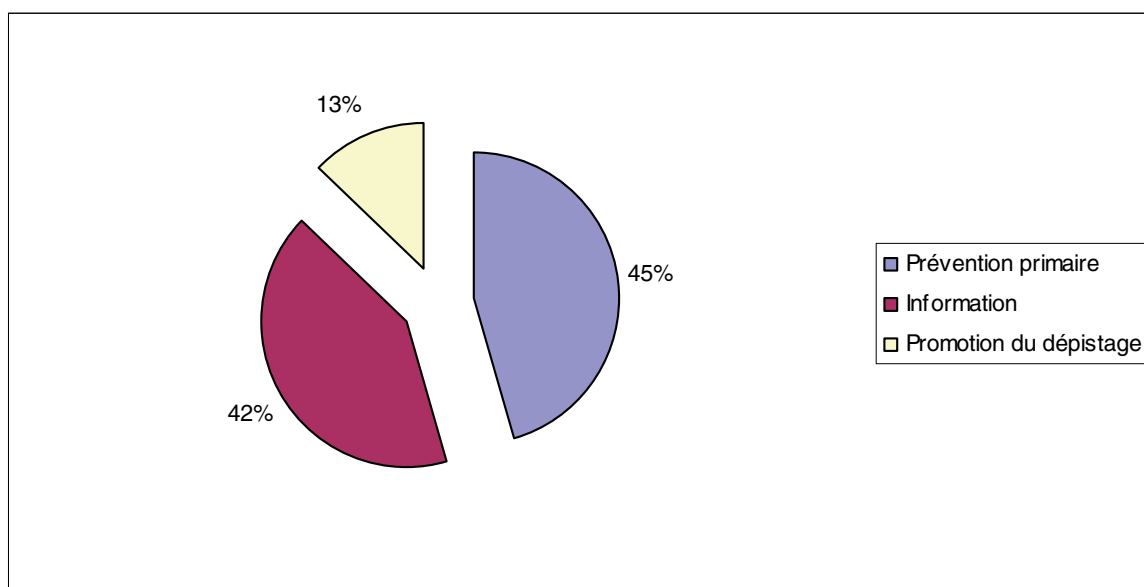
1. Activité physique et cancer : quelles actions pour la semaine nationale 2009 ?
2. Comment motiver et recruter des bénévoles et des partenaires en prévention ?
3. Besoins des Comités en outils et formations
4. Comment articuler les enjeux nationaux et locaux des actions de prévention ?

## Actions réalisées en 2008

Le siège a investi 3,61 M€, en diminution de 19%:

Ce chiffre est différent du total des comptes combinés en raison des éliminations des écritures liées à des facturations entre Siège et Comités.

Les dépenses en faveur de la prévention primaire ont constitué la majeure partie des dépenses de la mission (45 %), devant les actions d'information (42 %) et de promotion du dépistage (13 %).



**Le détail ci-dessous des actions menées en lien avec la Commission Information Prévention Dépistage est cohérent avec les orientations 2008 :**

### a - addictions (tabac, alcool, cannabis)

éviter la normalisation du cannabis : informer sur les conséquences de la consommation du cannabis, modifier la perception du produit et de ses usages ;

dénormaliser l'usage du tabac : lutter contre la publicité, protéger les non-fumeurs, mener des campagnes d'information et d'éducation sanitaire, aider les fumeurs qui veulent arrêter.

### principales actions menées en 2008

#### Lutte contre la publicité

observatoire des publicités illicites sur le tabac :

veille : recherche des infractions, constats, preuves

formation «Vigilance judiciaire tabac» dans le cadre de l'Ecole de formation

actions en justice : en 2008, la Ligue a lancé 3 nouvelles actions en justice visant à poursuivre les responsables d'infractions à l'interdiction de publicité directe ou indirecte pour les produits du tabac, identifiées grâce à l'Observatoire : 6 actions en justice étaient en cours au 31 décembre 2008.

rédaction du 2<sup>ème</sup> rapport sur la publicité et la promotion des produits du tabac : il dénonce les offensives des cigarettiers en matière de publicité illicite, plus subtiles mais pernicieuses.

poursuite de l'enquête Tabac et cinéma français en collaboration avec IPSOS (films box office 2007)

### **Hausse des prix**

Participation au groupe de travail sur la fiscalité, dans le cadre de l'Alliance contre le tabac.

### **Protection des non-fumeurs**

participation à la rédaction du rapport « Le suivi de l'application de la Convention-cadre pour la lutte antitabac en France » réalisé dans le cadre de l'Alliance contre le tabac.

diffusion du guide « Sortez du brouillard » réalisé par le Comité national contre le tabagisme et les professionnels du secteur Cafés, Hôtels, Restaurants, Discothèques, Casinos.

### **Campagnes d'information et d'éducation sanitaire**

campagne de communication « Jusqu'où iraient les industriels du tabac pour te mettre la cigarette aux lèvres ? » à l'occasion de la Journée mondiale sans tabac du 31 mai 2008.

partenariat avec le Comité national contre les maladies respiratoires pour la réalisation de la brochure « Jeunes et addict / Rock sans clope » destinée aux jeunes de 15/20 ans.

collaboration à la réalisation du DVD « La cigarette Faut qu'on en parle ! » produit par le CRDP de Franche-Comté pour des interventions auprès des jeunes de 8 à 15 ans

mise en ligne du logiciel d'autoformation « Nicomède » destiné à approfondir les connaissances des acteurs de la lutte contre le tabagisme sur le site [www.nicomede.fr](http://www.nicomede.fr).

formation « Intervention tabac en milieu scolaire » en Aquitaine

Faire diminuer la consommation moyenne d'alcool : informer sur les conséquences de la consommation d'alcool, faire évoluer la législation, modifier la perception du produit alcool, modifier les usages de ce produit, obtenir une augmentation des prix.

## **principales actions menées en 2008**

### **Information sur les conséquences de la consommation d'alcool : lien entre Alcool et cancers**

validation d'une position officielle de la Ligue sur l'alcool : « L'alcool est un facteur de risque prouvé pour de nombreux cancers (de la bouche, du larynx, de l'œsophage, du foie, du côlon, du rectum, du sein). Dans le cadre de la prévention des cancers, la consommation quotidienne d'alcool est déconseillée. En cas de consommation, elle doit être faible ».

réalisation d'une affiche et d'un dépliant « Alcool et cancers : mieux vaut savoir... »

### **Actions pour faire évoluer la législation :**

participation aux travaux sur la publicité sur internet pour les produits contenant de l'alcool suivi des projets de textes concernant la vente aux mineurs et les ventes au forfait

## **b - soleil**

L'objectif de la Ligue est de faire prendre conscience du risque individuel face au soleil et d'inciter la population à adopter un comportement adapté à ce risque. Le groupe de travail souhaite mobiliser les Comités sur cette thématique en mettant à leur disposition les moyens nécessaires (informations, formations, soutien méthodologique, outils...).

### **principales actions menées en 2008**

#### **Inscrire les Comités au cœur des actions de prévention Soleil**

recensement des outils utilisés par les Comités, en vue de la constitution d'une base de données  
élaboration et mise à disposition dans la rubrique Prévention de l'intranet de 2 fiches techniques  
«Recommandations pour la protection solaire» et «Diagnostic précoce des cancers de la peau»  
programme de formation « connaissances théoriques sur les risques liés au soleil»

#### **Faire adopter des comportements protecteurs en matière de prévention solaire**

poursuite de la diffusion du «Guide du soleil pour la vie»  
officialisation du partenariat avec le «Réseau Mélanome Ouest» à Nantes

## **c - promotion des dépistages**

La priorité de la Ligue est de communiquer sur le dépistage des cancers du sein et du côlon qui font l'objet de programmes de dépistage organisé, ainsi que sur le dépistage du cancer du col utérin qui a fait les preuves de son efficacité et a permis de réduire l'incidence et la mortalité depuis une vingtaine d'années.

Partenaire de l'Institut national du cancer et des structures de gestion, la Ligue cible son action d'information vers le grand public, tout particulièrement vers les populations qui accèdent le moins facilement aux programmes de dépistage.

### **principales actions menées en 2008**

#### **Campagnes d'information et de communication**

le dépistage des cancers : thème choisi pour la Semaine nationale de lutte contre le cancer 2008  
réalisation d'une brochure «Dépistage des cancers» à destination du grand public

#### **Actions menées en partenariat**

partenariat avec l'INCa : semaine nationale contre le cancer colorectal, Octobre Rose contre le cancer du sein  
soutien financier à l'association «Visite des malades dans les établissements hospitaliers» pour former ses bénévoles sur le dépistage des cancers  
n° spécial du journal d'information du Comité National des Régies de Quartier consacré au partenariat Ligue/Régies de quartier (sensibiliser les habitantes au dépistage du cancer du sein)

## **d – alimentation et activité physique**

Les programmes pour une nutrition saine et équilibrée doivent se situer comme une priorité, l'alimentation et l'activité physique constituant un facteur de risque ou de protection selon le mode de vie des personnes. Or, il est possible d'associer la promotion d'une « bonne » alimentation et la pratique d'une activité physique à la notion de « plaisir » en écartant la dimension « privation ». C'est dire l'importance d'une démarche progressive alliant :

le déclenchement d'une prise de conscience de la problématique « bonne hygiène de vie », liée à une réduction des risques de développer un cancer

un apprentissage des repères de l'équilibre alimentaire et de l'activité physique

une inscription dans la réalité de la vie quotidienne et de son environnement de vie.

### **principales actions menées en 2008**

soutien au «Sommet international des fruits et légumes» organisé à l'UNESCO, sommet regroupant 2 congrès (conférence internationale sur les bénéfices pour la santé du régime méditerranéen et colloque international sur la promotion des fruits et légumes pour la santé).

édition du calendrier 2009 de la Ligue « La santé en toute simplicité » imprimé à 75.000 exemplaires.

réalisation de 12 fiches-recettes issues du calendrier 2009

poursuite de la diffusion des dépliants et affiches « Fruits et légumes : faites provision de santé », « L'équilibre alimentaire, ça se construit », « Activité physique ; pratiquez la santé au quotidien ». stand lors du Salon NUTRIA/ MEDEC 2008 : présentation aux participants (médecins, diététiciens...) des supports d'information « Alimentation et activité physique » de la Ligue

## **e – expositions environnementales et professionnelles**

Il existe en France un phénomène de sous-déclaration des cancers dus aux facteurs professionnels, qui conduit à minimiser le risque de cancers dans le cadre d'une activité professionnelle. Il est donc important d'informer le grand public et les professionnels (de santé, de l'éducation et de la formation...) sur l'existence de liens entre santé et travail.

Concernant les expositions environnementales, les réponses scientifiques aux interrogations de la population sur le lien entre le cancer et des expositions subies à des agents physiques et chimiques (antennes relais, portables...) sont en construction. Mais la Ligue a un rôle à jouer pour rendre l'information sur ces risques accessible à tous et faire en sorte que l'information diffusée ne consiste pas à rassurer abusivement ni à alerter inutilement, en faisant un point sur l'état des connaissances et en expliquant les raisons des incertitudes persistantes.

Le groupe de travail s'est fixé pour objectif de :

proposer au Conseil d'Administration une stratégie de communication

répondre aux besoins des Comités : création d'outils, besoins en expertise.

### principales actions menées en 2008

mise à jour de la brochure « Cancers d'origine professionnelle : comment les repérer, les déclarer, les faire reconnaître, les faire indemniser... »

mise à jour de la brochure « Les dangers de l'amiante »

diffusion dans la revue Info Respiration de la 2<sup>ème</sup> édition du « Questionnaire de repérage des expositions professionnelles sur les sujets atteints de cancer bronchique primitif », réalisé par la Société de pneumologie de langue française et la Société française de médecine du travail

### f – éducation des jeunes à la santé

Par son maillage territorial, la Ligue est le partenaire privilégié de nombreux établissements scolaires. Mais les actions envers les jeunes débordent aujourd'hui du champ scolaire : centres de loisirs, manifestations sportives ou culturelles...

Les actions vers les jeunes contribuent à donner de la Ligue une image dynamique et doivent permettre d'améliorer la lisibilité de son action auprès du grand public.

### principales actions menées en 2008

réalisation du journal trimestriel «Pataclope-Le journal » destiné aux 9/12 ans (45.000 exemplaires) cette publication a obtenu le renouvellement de son inscription à la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse, au titre des « grandes causes »

réalisation des supports nécessaires pour les concours scolaires 2007/2008 « Bouger, c'est la santé » et 2008/2009 « Fruits et légumes : faites provision de santé »

### g – information sur les cancers

Le centre d'information et de documentation assure :

la collecte de l'information par une veille documentaire (sites internet, bases de données...) et par l'acquisition de sources d'information (ouvrages, périodiques...) adaptée aux besoins

le répertoire et le référencement des ressources identifiées dans la base de données CINDOC

l'élaboration de produits documentaires adaptés à différentes cibles (revue des sommaires, «dans la presse» pour le Siège et les Comités, ...)

des recherches bibliographiques à la demande

La réalisation de brochures d'information, outils d'information grand public, a fait l'objet de travaux visant à :

exercer un contrôle de qualité pour la réalisation des brochures

identifier les besoins en nouvelles brochures

veiller au renouvellement et à l'actualisation des anciens documents

réaliser des appels d'offres afin de réduire les coûts de réalisation.

11 brochures d'information ont été mises à jour, réimprimées et mises à disposition des Comités : leucémies, cancers des testicules, cancers de la prostate, cancers du sein, répondre à vos questions sur le cancer, traitements, vraies et fausses questions sur les risques et la prévention du cancer, cancers de la peau, lymphomes et maladie de Hodgkin, cancers du côlon et du rectum, cancers du poumon.

## **h – participation à des salons pour les professionnels de santé**

La Ligue était présente à Eurocancer en juin, et au Salon Infirmier en novembre.

### **B44 - Moyens d'information des publics**

#### **Le magazine *Vivre***

#### ***Vivre* est le magazine de la lutte contre le cancer : une contribution majeure aux missions sociales de la Ligue**

*Vivre* est en vente en kiosque\* depuis mars 2006 et poursuit sa diffusion en 2008.

Chaque trimestre, *Vivre* donne la parole à une personnalité connue pour ses engagements et consacre un long dossier à des questions de société inédites. Il fait découvrir au grand public les actions de lutte de la Ligue que sont la recherche, les actions pour les malades, la prévention et la promotion du dépistage. Le cahier « *Vivre la Ligue* », présenté en fin de publication, passe en revue la vie de la Fédération et donne la parole aux Comités, avec notamment le premier cahier régional de Midi-Pyrénées paru dans *Vivre* n° 338. Une fois par an, *Vivre* publie les comptes de la Ligue, premier financeur non gouvernemental de la recherche française contre le cancer.

La Ligue a poursuivi la promotion de *Vivre* dans les salons de coiffure de renommée (Jean-Claude Biguine, Jean Paco, Camille Albane, etc.) en Ile-de-France et à Tours. Le grand public découvre l'affiche en 60x80 cm et le magazine dans les présentoirs : une initiative qui a pour objectif de développer la notoriété de *Vivre*.

#### **Nouveautés 2008 :**

La consultation auprès du médecin généraliste étant une des premières sources d'information sur le cancer, le Siège a proposé aux Comités d'étendre gratuitement la diffusion de *Vivre* aux médecins généralistes de leur département, le siège prenant à sa charge le routage : une extension rendue effective dès le second semestre.

L'accompagnement presse de *Vivre* s'est poursuivi par un dispositif média, avant et pendant la sortie du magazine en kiosque, à chaque numéro : une opération qui a pour but de valoriser la ligne éditoriale auprès de la presse grand public et professionnelle.

<b>Vivre 337 - (1<sup>er</sup> trimestre)</b>	<b>Dossier :</b>
68 pages	« Faire face à la chimiothérapie ». Reportage au CRLC Oscar Lambret de Lille.
103 000 exemplaires	<u>Invitée</u> : Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la santé et des sports
Sortie kiosque 17 mars 2008	

<b>Vivre 338 - (2<sup>ème</sup> trimestre)</b>	<b>Dossier :</b>
68 pages	« Radiothérapie : cibler la tumeur ». Reportage à l'Institut de radiologie des hautes énergies de Bobigny.
102 000 exemplaires	Cahier régional : « Lutter contre le cancer en Midi-Pyrénées ».
Sortie kiosque 19 juin 2008	<u>Invitée</u> : Maud Fontenoy, navigatrice

<b>Vivre 3 39 - (3<sup>ème</sup> trimestre, spécial comptes 2007)</b>	<b>Dossier :</b>
80 pages	« Chirurgie cancéreuse : pour le bien des patients ». Deux reportages : l'un au CRLC Paul Strauss à Strasbourg, l'autre au service de chirurgie digestive de l'hôpital de Hautepierre (CHU) dans la même ville.
930 000 exemplaires	<u>Invitée</u> : Valérie Bègue, Miss France 2008
Sortie kiosque 13 oct. 2008	

<b>Vivre 340 - (4<sup>ème</sup> trimestre)</b>	<b>Dossier :</b>
68 pages	1 <sup>re</sup> Convention du 23 novembre 2008 : la société face au cancer.
105 000 exemplaires	<u>Invité</u> : François de Closets, journaliste scientifique
Sortie kiosque 14 janv. 2009	

\* Tarification kiosque 3 € dont la moitié est reversée à la recherche – Tarif abonnement : 1 an 4 numéros 3,81€

## Internet /intranet

En développement constant et moyen de développement reconnu comme pertinent, Internet est un outil d'information réactif, adapté à certaines populations.

<http://www.ligue-cancer.net>

- En 2008 la moyenne des visites mensuelles est de 68320 visites, 188486 pages vues.
- Les mois durant lesquels il y a plus de visites sont mars pour 73841 visites, avril avec 76943 visites, octobre : 74654 et novembre avec 72314 visites.

### Répartition des affluents :

Moteur de recherche : 77 % (dont plus de 80% du trafic provient de Google, 8% pour Yahoo)

Accès direct : 14 % (les internautes ont tapé directement l'adresse du site)

Sites : 9 % (les internautes ont cliqué sur un lien depuis un autre site, les autres sites représentatifs sont : <http://www.atoute.org/>, <http://doctissimo.fr> (principalement depuis le forum)

### Mots clés :

Sur l'année 2008, les 3 mots clés les plus représentatifs pour l'accès au site sont :

Ligue contre le cancer (environ 6 %)

Cancer des os (environ 5 %)

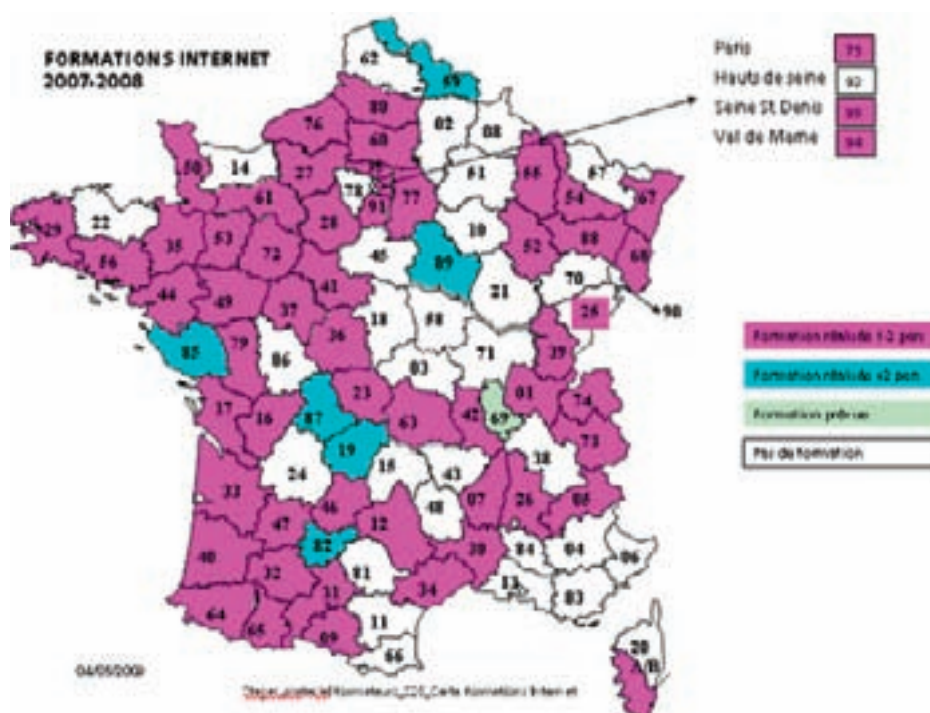
Et cancer du foie (environ 4 %)

### Répartition géographique :

94% des visiteurs proviennent de l'Europe

3% d'Amérique du Nord

Les Comités départementaux ont été formés à l'outil d'administration du site Internet :



### Publications par les Comités :

75 Comités départementaux différents ont publié des articles sur leur espace Comité. Environ 15 Comités participent régulièrement à la publication d'actualités sur leurs activités.

A fin 2008, l'ensemble des pages vues pour tous les Comités représentait 1/3 du total des pages vues.

### Autres sites développés par la Ligue

#### <http://www.convention-cancer.net>

Le site évènementiel de la Convention lancé le 10 octobre 2008 a reçu près de 10300 visites jusqu'à la fin de l'année pour près de 37 000 pages vues :

- 179 contributions ont été postées sur le site par les internautes (table ronde Evaluons : 52 posts, Combattons : 65 posts, facilitons : 22 et 40 posts pour la table ronde contribuons)
- 702 personnes ont suivi la Convention en direct le 23 novembre sur ce site dédié
- 4857 réponses au questionnaire en ligne

#### Répartition des affluents :

Trafic direct 32,52 %  
Sites de référence 47,19 %  
(le site de la Ligue pour 8.5 %, le portail action solidaires de MSN pour 9.10 %)  
Moteurs de recherche 20,29 %

#### Mots clés :

Ligue contre le cancer 31,27 %  
Convention cancer 11,62 %  
Convention-cancer.fr 4,99 %

#### Répartition géographique :

92 % des visiteurs proviennent de la France

#### <http://www.ligue-cancer.net/lien>

L'accès de ce site est réservé aux notaires.

#### <http://www.ethique-cancer.net>

Ce site dédié a été mis en ligne pour diffuser l'installation du comité « Ethique et cancer » à la Ligue le 19 septembre 2008 : 155 visites et 55 internautes se sont connectés pour suivre cette diffusion.

#### <http://www.tabac-info.net>

En 2008, il y a eu 32366 visites sur le site

#### <http://www.pataclope.com>

En 2008, il y a eu 16808 visites sur le site

## B5 – La formation

### B 51 – Formations financées par les Comités départementaux :

Les formations financées directement par les Comités départementaux s'élèvent à 224 K€, en baisse de 20% par rapport à 2007. Elles répondent essentiellement à des formations des professionnels de la santé, médecins et infirmières.

<i>En K€</i>	2004	2005	2006	2007	2008
Comités seuls	171	197	226	279	<b>224</b>
Fédération	697	602	320	564	<b>543</b>

### B 52 – L'Ecole de formation de la Ligue :

L'Ecole de formation de la Ligue a pour objectif de former des bénévoles et des salariés compétents et responsables garantissant le niveau d'efficacité des missions sociales ou activités dont ils ont la charge.

Pour sa septième année de fonctionnement l'activité de l'Ecole de formation continue de croître : depuis sa création en septembre 2002, 7543 stagiaires ont participé à 613 sessions de formation.

Son programme est constitué de 42 modules de formation différents. Conformément à l'engagement initial, un effort est apporté pour régionaliser les formations : en 2008, plus de la moitié des formations se sont tenues près des Comités (58 %).

## Bilan des participations cumulées 2002/ 2008

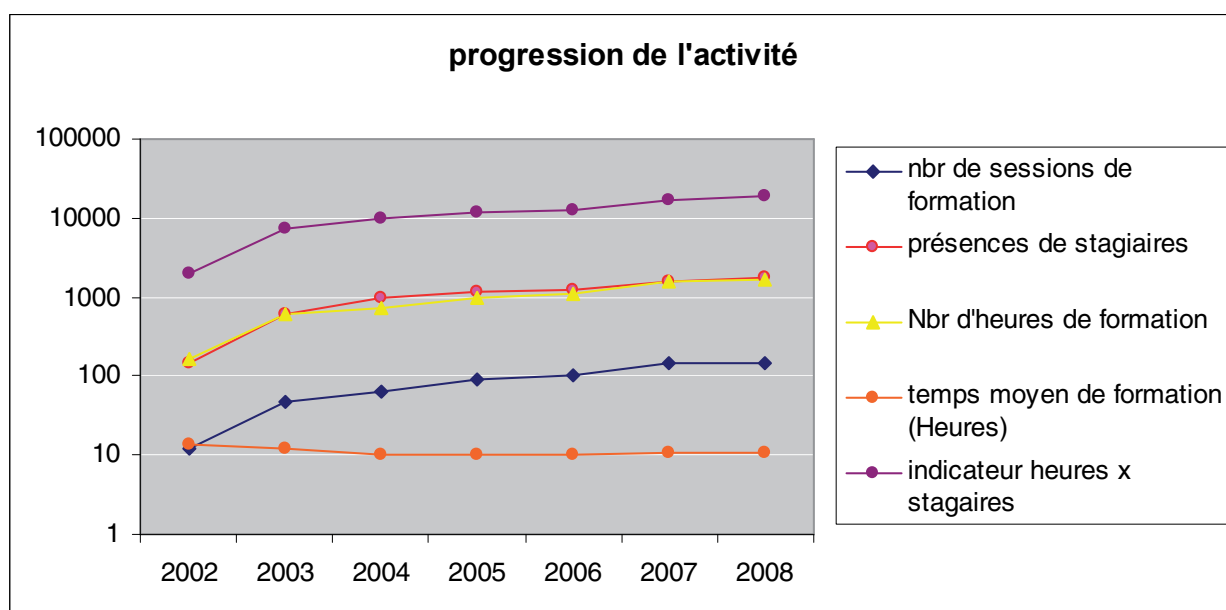
### a - bilan général

Variation des indicateurs fournis dans le bilan pédagogique et financier :

nombre d'heures de formations  
fréquentation des stagiaires.  
nombre de sessions de formation

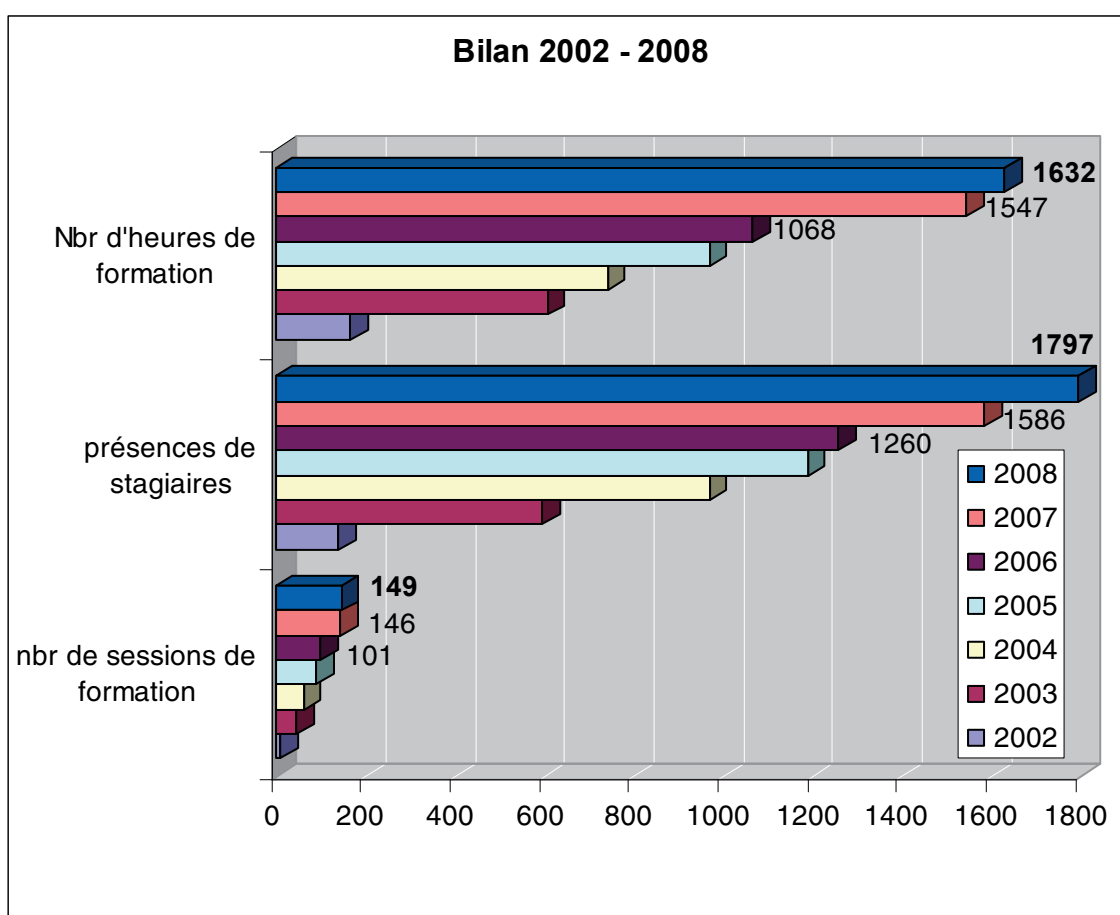
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TOTAL
sessions de formation	12	48	64	93	101	146	149	613
stagiaires présents	142	597	971	1190	1260	1586	1797	7543
nombre d'heures de formation assurées	168	609	743	979	1068	1547	1632	8156
durée moyenne de formation (heure)	14,00	12,40	10,35	10,03	10,10	10,93	10,54	10,66
Indicateur heures x stagiaires	1988	7403	10054	11935	12725	17336	18936	80377

progression annuelle	de 2003	de 2004	de 2005	de 2006	de 2007
	à 2004	à 2005	à 2006	à 2007	à 2008
sessions de formation	+16	+29	+8	+45	+3
stagiaires présents	+374	+219	+70	+326	+211
nombre d'heures de formation	+134	+229	+96	+479	+85
indicateur heures x stagiaires	+2651	+1881	+790	+4611	+1600

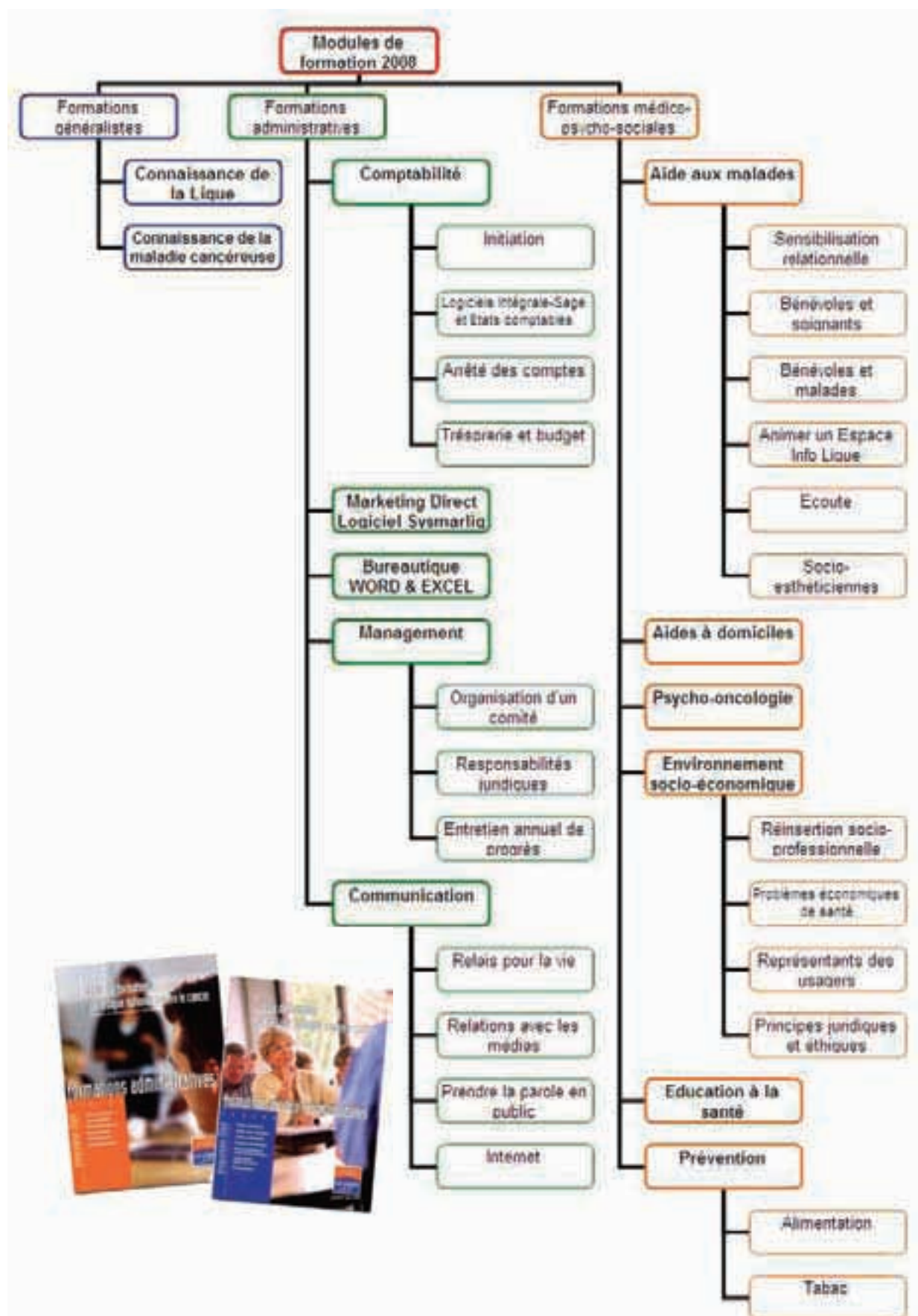


Après la forte progression du nombre de sessions en 2007 (intensification des formations à destination des bénévoles ayant une activité auprès des malades), l'année 2008 marque une croissance du nombre de stagiaires malgré un nombre de sessions stable. La raison en est l'augmentation des sessions de grands et moyens groupes pour « la maladie cancéreuse » et pour « la connaissance de la Ligue ».

Le temps moyen de formation (courbe orange) est stabilisé à ~10h30 depuis 3 ans, soit 1 jour et demi.



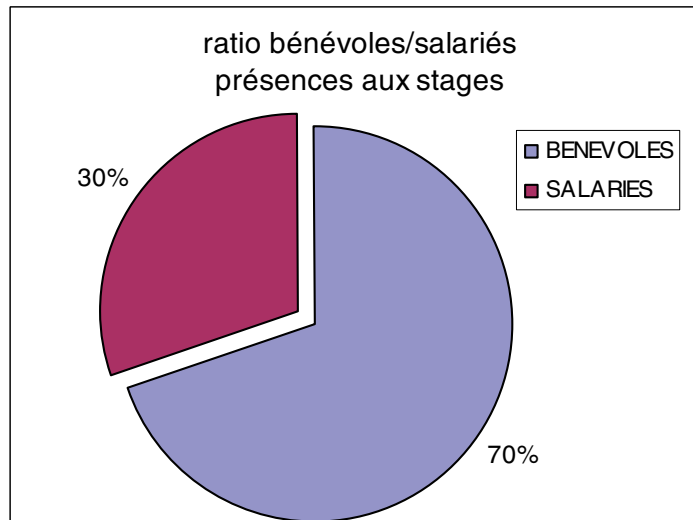
b - liste des modules de formations proposés par l'Ecole



### c - répartition des stagiaires par catégories de modules de formation :

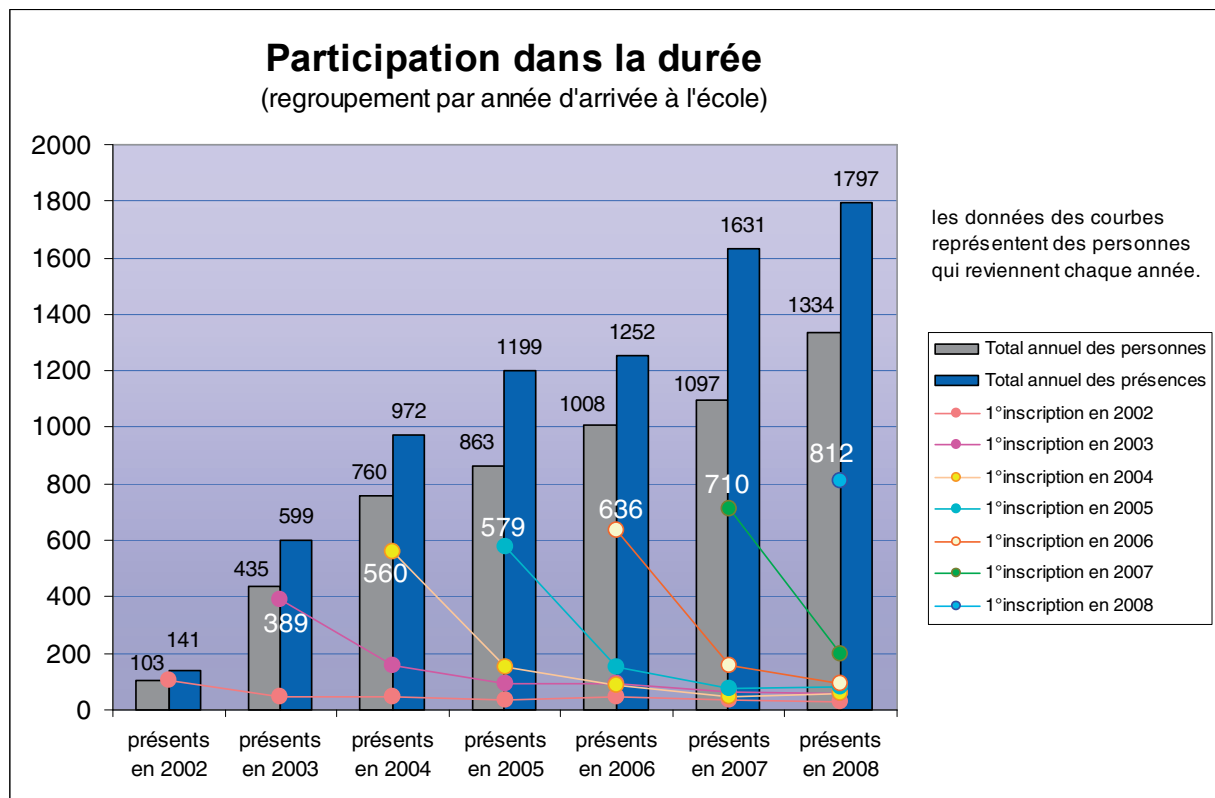
Bilan de juin 2002 à décembre 2008		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	total
Tronc Commun	Connaissance de la Ligue	-	105	277	258	97	243	260	1240
	Connaissance maladie cancéreuse	-	43	188	81	212	69	170	763
Branche Médico-psychosociale	Sensibilisation relationnelle	-	-	67	47	76	40	49	279
	Bénévoles – malades	16	88	131	193	176	185	275	1064
	Bénévoles - malades Form. Continue	-	-	-	35	16	71	69	191
	Bénévoles – soignants	-	-	36	52	36	49	50	223
	Aide aux malades à domicile	26	32	49	83	89	244	285	808
	Espaces Info Ligue – ERI	-	-	-	-	-	87	175	262
	Onco-Psychologie	-	27	6	-	26	19	-	78
	Prévention – Education à la santé	23	31	33	71	70	114	53	395
	Pataclope	14	26	-	-	-	-	-	40
	Tabac et travail	-	-	-	-	13	53	34	100
	Vigilance judiciaire	-	32	-	-	-	-	9	41
	Réinsertion socio professionnelle	-	-	15	22	-	-	-	37
	Problèmes économiques de santé	-	-	-	21	-	-	-	21
	Représentants des usagers	-	-	-	47	31	39	36	153
	Ecoutants et technique d'écoute	-	-	-	53	26	137	-	216
	Dispositif d'annonce	-	-	-	-	80	-	-	80
	Ethique	-	-	-	-	-	-	20	20
Fin de vie	-	-	-	-	-	-	66	66	
Branche Administrative	Comptabilité	34	53	32	117	89	75	33	433
	Management	-	19	-	24	68	20	22	153
	Communication	-	22	8	-	-	21	27	78
	Traitement de l'information	-	10	37	10	-	-	59	116
	Outils internet	-	-	-	26	5	25	66	122
	Logiciel Sysmarlig	-	-	-	20	23	11	21	75
	Marketing et Legs	29	90	80	17	127	84	7	434
	formation de formateurs	-	19	-	-	-	-	-	19

#### d- proportion bénévoles / salariés



#### e- analyse des stagiaires dans la durée

Le tableau donne une image de la fréquentation et fidélisation des stagiaires après leur première inscription à l'école : une personne sur quatre revient l'année suivante.



f - répartition des formations en région depuis 2002



La Ligue favorise les sessions au plus près des Comités : chaque Ligueur peut ainsi s'inscrire dans un cursus donnant accès à un véritable programme de perfectionnement, tout au long de son parcours à la Ligue. En 2008, 58 % des formations se sont tenues près des Comités.



## **C - RESSOURCES ET COLLECTES**

**C1 – Les frais d'appel à la générosité du public**

**C2 – Les dons**

**C3 – Les legs et donations**



## C1 – Les frais d'appel à la générosité du public

Les frais d'appel à la générosité du public sont composés des frais d'appel et de traitement des dons et des legs. Ils augmentent de 17 % par rapport à 2007.

<i>En M€</i>	2004	2005	2006	2007	2008
Fédération	8,2	9,47	9,58	11,21	<b>13,19</b>

Cette augmentation porte exclusivement sur les frais d'appels des dons, en raison des difficultés croissantes qui sont celles d'une année de crise : des difficultés anticipées et prévues, en lien avec une volonté d'investir dans la durée et de maintenir les positions de la Ligue.

## C2 – Les dons

### C21 – Résultats combinés :

L'année 2008 a été marquée par 2 événements majeurs qui ont modifié le paysage associatif et bouleversé le comportement des donateurs, induisant un impact non négligeable sur nos résultats marketing de fin d'année :

#### Crise économique :

La baisse du pouvoir d'achat est arrivée en tête des préoccupations des Français : une tendance de fond qui amène le citoyen et donc le donateur à modifier ses comportements d'achat. L'ensemble du secteur caritatif a constaté une baisse des rendements marketing, notamment sur les campagnes de prospection, les donateurs concentrant leurs dons sur des causes de proximité et/ou de cœur.

#### Forte sollicitation du secteur caritatif :

La compétition est croissante, y compris parmi les acteurs qui luttent contre le cancer, ce qui rend plus difficile le recrutement mais aussi la fidélisation de nos adhérents. En outre, de nouveaux acteurs étrangers cherchent à s'implanter en France pour collecter des fonds.

Dans ce contexte difficile, prévu et anticipé, les résultats généraux fournis par l'enquête auprès de 93 Comités sont les suivants :

	<b>Envois (1)</b>	<b>Recettes (2)</b>	<b>Dépenses (2)</b>	<b>Marge (2)</b>	<b>Taux de couverture (3)</b>
<b>2007</b>	10 445	37 691	6 297	31 394	6,00
<b>2008</b>	<b>12 544</b>	<b>38 193</b>	<b>7 344</b>	<b>30 848</b>	<b>5,20</b>
%	+ 20,1 %	+ 1,3 %	+ 16,6 %	- 1,7 %	- 10,1 %

Chiffres en : (1) milliers d'envois, (2) milliers d'euros, (3) euros.

Les envois ont fortement augmenté en 2008 afin que la Ligue ait les moyens de poursuivre sa croissance au service de la population et, ainsi, renforce sa position de leader dans la lutte contre le cancer.

Une stratégie efficace, puisque le nombre d'adhérents est en augmentation significative, après 2 années consécutives de baisse, et le meilleur de l'histoire de la Ligue.

	2005	2006	2007	2008
Nb adhérents	727 889	725 685	715 567	<b>739 817</b>
% (n / n-1)		- 0,3 %	- 1,4 %	+ 3,4%

Cette évolution confirme la représentativité de la Ligue auprès des pouvoirs publics et des organismes de santé ainsi que, d'une manière plus générale, vis-à-vis de l'ensemble de la population.

Afin de soutenir dans la durée cet axe de croissance, des investissements ont été réalisés en prospection et en fidélisation, mais aussi dans le développement de canaux marketing alternatifs.

Le don moyen a augmenté d'environ 2%, la marge a subi une érosion du même ordre. Les populations ciblées pour augmenter le nombre d'adhérents sont généralement moins réactives aux sollicitations.

Le Siège a poursuivi la diversification des canaux de prospection et de fidélisation, ainsi que les campagnes menées pour le compte des Comités, en lien avec l'émergence du canal télémarketing au sein de la Ligue :

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nb campagnes	627	702	762	796	813	904	<b>1 065</b>
% (n / n-1)		+ 12%	+ 8,5%	+ 4,5%	+ 2,1%	+ 11,2%	+ 17,8%

## **C22 – Prospections :**

95 Comités ont participé aux 3 vagues organisées par le Siège. Le taux de couverture demeure inférieur à 1, mais ces campagnes doivent être considérées comme un investissement sur le moyen terme et poursuivies.

## **C23 – Fidélisations :**

Les recettes provenant des fidélisations, relances et mailings d'information des Comités ont été de 29,1 M€. La Ligue se situe parmi les meilleures ONG françaises, l'euro dépensé rapportant en moyenne 7,17 €.

## **C24 – Réactivations**

La réactivation des donateurs inactifs permet de générer des recettes supplémentaires auprès de donateurs acquis il y a plus de 3 ans et jusqu' 9 ans d'ancienneté et, surtout, de « réactiver » ces anciens donateurs afin qu'ils redeviennent « adhérents ».

Par plusieurs voies notamment le télémarketing, près de 10 000 donateurs inactifs ont pu être réactivés en 2008.

## **C25 – Prélèvements automatiques :**

Les recettes provenant des donateurs soumis aux prélèvements automatiques ont progressé de près de 50% : elles représentent désormais 3,4% des dons collectés.

Développés grâce à des sollicitations spécifiques en fidélisation, ainsi qu'en prospection dans le cadre du « Street-marketing », ces prélèvements permettent d'obtenir un engagement plus fort de donateurs qui par surcroît deviennent plus fidèles : 14 Comités ont participé à des collectes dans la rue, et près de 4000 personnes ont signé des autorisations de prélèvement automatique.

Le Street-marketing présente l'avantage d'accroître la visibilité et la notoriété du Comité mais aussi de sensibiliser le grand public sur les différentes missions de la Ligue.

## **C26 – Autres actions pilotées par le Siège :**

### **Parmi ces actions :**

➤ le canal Internet maintient une croissance forte et constante, avec une progression des dons de + 42 % et des recettes de + 45 % (392 000 € collectés en 2008). Le don moyen sur ce canal est 2 fois supérieur à celui du mailing.

Afin d'augmenter le nombre d'abonnés à la newsletter, il a été lancé en janvier 2008 le site [www.madernierecigarette.com](http://www.madernierecigarette.com) : il propose aux internautes désirant s'arrêter de fumer un dispositif innovant à télécharger : un patch anti-tabac numérique. Renseignant quotidiennement sa consommation de cigarettes, l'internaute reçoit des conseils pour l'encourager dans sa démarche d'arrêt et le soutenir lors d'éventuels passages difficiles. Des rubriques informatives sont mises à disposition sur le site. Par cette action avant tout destinée à la prévention, la Ligue génère aussi de nouveaux adhérents motivés. En 2008, ce site a généré 5 200 visiteurs uniques et 1 400 nouveaux abonnés à la newsletter.

➤ afin que les messages de la Ligue gagnent en impact, une synergie s'est développée entre le service Marketing et le service de Communication

A ce titre il a été créé un spot radio destiné à soutenir les campagnes de prospection et de fidélisation : ces spots ont permis d'augmenter, peu de temps après leur diffusion, la mobilisation des donateurs et la collecte des campagnes de fin d'année.

➤ il est envoyé aux Comités des fiches d'informations marketing leur permettant de mieux comprendre les outils et les techniques marketing utilisés au quotidien.

5 fiches ont été envoyées en 2008 : un lexique marketing, les indicateurs marketing, le relais pour la vie, la fabrication d'un mailing, Internet.

## C3 – Les legs et donations

En raison du volume qu'elles représentent, les ressources en provenance des donations, legs et assurance vie sont stratégiques pour la Ligue. Elles ont représenté pour 2008 un montant de plus de 33,7 M€ pour l'ensemble des entités combinées (31,6 M€ en 2007). Ces produits correspondent à 48 % du produit de la générosité en provenance du public (47 % en 2007).

### Commentaire global sur l'évolution 2007 - 2008 en valeur :

Le nombre de dossiers ouverts sur l'exercice est en progression de 7% par rapport à 2007, une augmentation par parts égales entre les dossiers de legs et les dossiers d'assurance-vie.

Le service des legs a accru au cours de l'exercice 2008 ses efforts de réorganisation, avec comme triple objectif d'accélérer le traitement des dossiers, veiller au strict respect de l'exécution des dispositions de dernières volontés du testateur et réduire les coûts.

Une nouvelle politique de communication a été initialisée sur l'exercice, notamment par l'utilisation d'internet comme support de communication.

Enfin, une décentralisation des compétences au profit des Comités départementaux a été mise en place afin de permettre d'identifier un correspondant « legs » dans chaque département pouvant, à moindres frais, assister aux rendez-vous, répondre aux questions des donateurs ou de leur famille, et veiller à la conservation des biens légués.

# **D - FRAIS DE FONCTIONNEMENT**



## Les frais de fonctionnement

Les frais de fonctionnement et autres charges de la Fédération s'élèvent à 17,8 M€, en hausse de 1,6 M€.

<i>En M€</i>	2004	2005	2006	2007	2008
Frais de fonctionnement et autres charges	14,1	15,7	16,3	16,2	<b>17,8</b>
% frais/emplois	16,0 %	18,7 %	18,6 %	18,6 %	<b>18,6 %</b>

Les frais de fonctionnement incluent les frais d'information et de communication.

Ils sont constitués à 59% de frais de gestion, principalement les frais de personnel non affectés sur les autres rubriques, et 18% de frais d'information et de communication.

La part des Comités dans le total des frais de fonctionnement et autres charges de la Fédération s'élève à 9,9 M€ soit 55 % (8,8 M€ en 2007, soit 54 % de la Fédération).

Les actions et les outils de communication constituent un investissement qui permet à la Ligue :

- d'améliorer sa notoriété en qualité d'acteur référent dans l'assistance aux personnes touchées par la maladie ;
- de garantir son indépendance et les moyens de ses ambitions, plus que jamais tournées vers l'intérêt collectif et le soutien personnalisé ;
- recruter de nouveaux bénévoles qui garantissent que, nulle part en France métropolitaine et en Outre-mer, une personne confrontée au cancer ne se retrouve seule et démunie ;
- de changer durablement l'image sociale du cancer ;
- de modifier radicalement la société dans son rapport au cancer, au malade, à ses proches et aux professionnels de santé.



# **E - ACTIVITÉS DU SIÈGE : FÉDÉRALES OU SPÉCIFIQUES**

**E1 - Communication**

**E2 - Service Relations avec les Comités**

**E3 - Service Juridique**

**E4 - Service Informatique**

**E5 - Ressources Humaines**

**E6 - Comptabilité et Contrôle de gestion**

**E7 - Actions internationales**

## **E1 – Communication**

**« Tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait »**

### **1 - contexte et stratégie**

Alors que la crise économique et sociale, plaçant la question de l'emploi et du pouvoir d'achat au premier rang des préoccupations des Français, a eu dès 2008 un impact sur la place et le rôle des associations faisant appel à la générosité du public, la Ligue a su demeurer le leader dans la lutte contre le cancer aussi bien en ressources qu'en emplois, en nombre d'adhérents et de bénévoles, et en notoriété.

La Ligue a mené un travail important sur son identité, afin de renforcer ses atouts de différenciation dans un paysage associatif ou institutionnel saturé dont par surcroît les périmètres sont en cours de redéfinition : les missions de l'INCa s'enrichissent, et après le bilan du Plan Cancer I se profile un Plan Cancer II, que la Ligue a appelé de ses vœux en demandant qu'il soit orienté vers les publics les plus fragiles face au risque du cancer.

Ce travail d'identité a mené la Ligue à une grande densité d'actions, l'action produisant la communication et non l'inverse : pour accompagner ces actions pilotées par les missions sociales de la Ligue en lien avec les Comités, la délégation à la communication et au développement a organisé, médiatisé et créé des outils nouveaux. Certains ont été traités dans les chapitres précédents, mais plusieurs ont eu un impact notable sur l'architecture de la politique de communication et de développement.

### **2 - nouveautés**

La Ligue est au contact, partout en France, des personnes concernées par le cancer : malades, proches de malades, professionnels de santé et autres acteurs économiques et sociaux sans oublier la population demandeuse d'information et d'outils de protection face aux risques de cancer.

### **Autour du décret tabac :**

Résultat tangible d'années de mobilisation de la Ligue, la mise en place du décret Bertrand II visait à interdire la consommation de tabac dans tous les lieux accueillant du public : la Ligue a fêté cette avancée sanitaire et sociale comme il se doit avec :

- une carte de vœux spécifique
- une campagne d'affichage dédiée
- une annonce-presse en relation avec la journée mondiale sans tabac du 31 mai 2008, qui mettait l'accent sur les moyens détournés du marketing de l'industrie du tabac

### **Un nouveau slogan :**

Pour appeler le plus grand nombre à la rejoindre, la Ligue a créé en 2008 un nouveau slogan (« tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait »). Cette campagne appelée « Lali », décalée dans la forme et le fond, portait un message sans équivoque et à la portée de chacun. « Pour vivre dans un monde parfait (sans cancer), il convient de s'engager dès aujourd'hui pour un monde meilleur (avec la Ligue) ».

Déployée en télévision, radio, cinéma et relations presse, cette campagne a bénéficié d'un très bon agrément auprès de la population (>85%) et d'une bonne mémorisation.

### **Ethique et cancer :**

Le combat de la Ligue contre le cancer place l'éthique au centre de son action et de toute réflexion. C'était donc logiquement que la Ligue était légitime pour donner une nouvelle dimension à ses travaux éthiques en organisant le 1<sup>er</sup> Colloque « Ethique et cancer » et en installant le comité « Ethique et cancer » placé sous son égide.

#### **Le colloque « Ethique et cancer » :**

Le colloque « Ethique et cancer », co-présidé par les professeurs Axel Kahn et Francis Larra, s'est tenu le 14 février 2008 devant près de 700 personnes à la cité des sciences et de l'industrie de La Villette : il s'est révélé être un acte fondateur unique et inédit de la lutte contre le cancer. Il a conforté la Ligue dans sa volonté d'inscrire durablement l'éthique au sein de celle-ci.

À l'issue de cette journée, la création d'un comité « Ethique et cancer » indépendant placé sous l'égide de la Ligue contre le cancer a été annoncée. La conférence de presse s'est tenue devant 30 journalistes, a été diffusée en direct sur un site internet dédié qui demeure comme un des outils importants dans le dispositif « Ethique et cancer » ; il a fait l'objet de la publication d'actes audiovisuels.

## Inauguration et installation du comité « Éthique et cancer »

Le comité « Ethique et cancer » est un dispositif consultatif d'aide à une décision médicale. Cet organe de recours, initié et hébergé par la Ligue, est un comité dont l'indépendance est garantie par 35 membres qui font autorité dans leur discipline et sont légitimes par leur connaissance de la maladie : médecins généralistes et oncologues, patients et proches de patients, juristes, professionnels de la communication, sociologues, psychologues, infirmières, représentants d'associations de malades. Chacun apporte sa propre expertise en fonction de son socle professionnel et de sa culture personnelle.

Le Comité peut être saisi sur toute question relevant d'une situation éthique en relation avec la pathologie cancéreuse par toute personne physique ou morale : professionnels de santé, patients et leur entourage, associations, institutionnels de santé, avocats pour une consultation juridique.

Ce Comité confronte les opinions de ses membres et n'a aucune vocation décisionnelle : il ne peut se substituer aux personnes qui portent la responsabilité de la décision. Son rôle n'est pas de rechercher un compromis ou d'exercer un travail de médiation.

Son inauguration et son installation, le 19 septembre 2008 par la ministre de la santé, Madame Roselyne Bachelot, a suscité 53 retombées immédiates dans la presse (23 dans la presse écrite, 23 sur les sites internet et 7 en audiovisuel). Cette première réunion du Comité a été l'occasion de débattre d'une première saisine publiée dans le Bulletin.

### **Autres temps forts 2008 :**

Citons parmi ces temps forts :

la création et la médiatisation du programme Apeseo ;

les résultats de l'enquête liée au « reste à charge » notamment lors du colloque organisé par la Ligue et la Dress (mars 2008) ;

les programmes de promotion du dépistage du cancer colorectal (semaine nationale en mars) ou du sein (Octobre rose) ;

les journées de la prévention, dont a émergé le thème de la Semaine nationale 2009 : l'activité physique.

### **3 – la semaine nationale « par amour de l'autre »**

La Semaine nationale de lutte contre le cancer, du 17 au 23 mars 2008, a engendré une résonance nationale autour de la promotion des programmes de dépistage organisés, afin d'encourager un plus grand nombre de personnes à effectuer un dépistage et de faire évoluer les mentalités vis-à-vis de ces programmes.

Le dépistage est intimement lié à notre peur de la maladie. Aussi, pour dédramatiser le sujet, la stratégie reposait sur un parti-pris : l'utilisation de l'humour et de la bande dessinée (qui a permis de toucher toutes les générations, tout particulièrement les populations les plus éloignées des messages généralistes) comme vecteur de communication. Cette campagne a été déclinée sur un grand nombre de supports (annonces presse, affiches, tee-shirts, triptyques, stickers et tracts), personnalisables par chacun des 103 Comités. Un double système de passeport, assorti de coupons-réponses, et de parrainage a permis de s'appuyer sur l'entourage et les proches, pour déclencher l'acte de dépistage : parrainé et parrain, chacun prend conscience de l'importance de ce geste.

Plus de 100 000 affiches et près de 270 000 passeports ont été distribués (dont 170 000 dans les officines de pharmacie). 80 Comités ont participé à l'édition 2008 en s'appuyant sur les outils de communication mis à leur disposition. Les programmes des Comités étaient consultables sur [www.ligue-cancer.net](http://www.ligue-cancer.net).

La participation gracieuse de dessinateurs célèbres (Binet, Florence Cestac, Moebius, Vuillemin, Zep) a permis une adhésion du public aux messages de la Ligue. La campagne a été bien relayée par les médias et a reçu le prix top com argent, catégorie intérêt général.

### **4 – accompagner la politique de communication sur les legs**

La Ligue a développé une formation auprès des Comités départementaux pour leur permettre d'assurer localement un relais entre le Siège, les notaires et leurs clients.

L'objectif est d'établir un lien professionnel de qualité et de proximité avec les notaires : intervention dans la résolution de problèmes pratiques, présence aux rendez-vous et soutien dans le cadre de leurs actions. De nouveaux supports de communication (annonces presse, affiches, bannières internet, dépliants, etc.) ont été édités pour fournir aux notaires un complément d'information sur la Ligue et leur permettre ainsi d'accélérer le traitement des dossiers.

## 5 – salons et évènements, y compris en Régions

La Ligue a été présente dans de nombreux salons (Salons des notaires, Eurocancer, Séri, Foire de Paris, Salon infirmier...) et a soutenu de nombreux événements Ligue (Colloque de la recherche pour l'ensemble de la Fédération ou Grande fête à Montauban pour un Comité, par exemple).

Recommandant la mutualisation des moyens de communication au niveau régional, la Ligue a concrétisé cette orientation avec, par exemple, le recrutement d'une personne dédiée, assumant la coordination et la dynamisation d'un plan et d'outils régionaux de communication (dossier régional spécial Midi-Pyrénées de Vivre, juin 2008).

D'une manière plus générale, valoriser le maillage territorial reste un axe majeur : soutien aux actions locales, conférences de presse régionales, ingénierie et conseil, etc.

## 6 – placement de la marque

La Ligue a mené une campagne de placement de sa marque avec notamment un effort fait en direction des médias en général, et de la presse écrite en particulier.

Ainsi, dans le cadre des deux plus importantes manifestations de 2008 (semaine nationale de lutte contre le cancer en mars et 1<sup>re</sup> Convention de la société face au cancer le 23 novembre), la Ligue a bénéficié de nombreuses offres de bouclage.

Dans le cadre de la 1<sup>re</sup> Convention, la Ligue a organisé une conférence de presse le 16 octobre pour annoncer les résultats du sondage Ifop<sup>1</sup> et la tenue de la convention, puis trois autres en régions (Rennes, Lille et Strasbourg). La couverture médiatique de la convention a été forte : 50 journalistes présents, 54 retombées presse, radio et télévision dès le 23 novembre puis 115 retombées ultérieures. Le Parisien/Aujourd'hui en France, le Généraliste, GMS Santé, RTL, msn.fr, la chaîne parlementaire et TF1 étaient partenaires de cette opération. Le Panorama du médecin a fait paraître un tiré à part, « la lutte contre le cancer, quelque chose d'important est en marche » le 17 novembre.

<sup>1</sup> sondage réalisé par Ifop sur « les Français et le cancer », octobre 2008.

En partenariat avec la revue spécialisée Réseaux cancer, la Ligue s'est exprimée sur ces thématiques, y compris la lutte contre le tabac à destination des jeunes et l'inauguration du comité « Ethique et cancer ».

Un publidédactionnel est également paru dans « Les cahiers de la compétitivité » du Monde le 26 juin avec une interview du président Francis Larra sur la politique de la recherche à la Ligue. Cette interview est aussi parue dans le support La Recherche à cette même période.

Pour illustrer ses combats et ses rendez-vous, la Ligue s'est appuyée sur une série d'enquêtes et de sondages qui nourriront l'avenir de la lutte contre le cancer.

Evidemment, l'un des temps forts de 2008 a été **l'organisation et la tenue de la 1<sup>re</sup> Convention de la société face au cancer – 23 novembre 2008**

## **7 – un temps particulièrement fort : la Convention de la société face au cancer**

Le 23 novembre 2008 à Paris, la Ligue a organisé la 1<sup>re</sup> Convention de la société face au cancer. Cette manifestation était à la fois l'occasion de célébrer les 10 ans des 1<sup>ers</sup> Etats généraux et d'ouvrir de nouvelles pistes de travail dans la lutte contre le cancer.

Les différentes éditions des États généraux avaient permis aux personnes malades d'exprimer leurs revendications et contribué à nourrir les 70 mesures du Plan cancer, engendrant ainsi des avancées significatives dans de nombreux domaines. Aujourd'hui, le temps n'est plus aux doléances, il doit céder la place à une mobilisation générale et durable. Placée sous le haut patronage du président de la République, cette convention a marqué le point de départ du nouveau combat de la Ligue : faire de la lutte contre cancer un enjeu de société. Plus de 2200 personnes étaient au rendez-vous : malades et proches, acteurs sanitaires et sociaux, chercheurs, membres d'associations, élus, personnalités...

La ministre de la santé et des sports, Roselyne Bachelot-Narquin a ouvert cette journée. Le président de la République l'a conclue par un message fort.

Quatre tables rondes ont rythmé cette rencontre :

Évaluons : de 1998 à 2008, 10 ans de revendications, 10 ans de changements

Combattons : comment réduire les inégalités induites par le cancer ?

Facilitons : quels choix pour accompagner les progrès thérapeutiques ?

Contribuons : pour une mobilisation de la société face au cancer

Chaque table ronde était introduite par des témoignages, par la diffusion de courts reportages sur des expériences de terrain conduites par les Comités départementaux et par les résultats de deux études d'opinion (LH2 et Ifop). Dans cette démarche de convention, le souhait de la Ligue était d'aborder la prise en charge des malades du cancer en mobilisant toutes les forces volontaires.

Lors de la Convention, sans être forcément des acteurs au quotidien de la lutte contre le cancer, de nombreuses personnes issues de la société civile ont apporté leur savoir-faire.

Ainsi, les journalistes Marie-Ange Horlaville, Harry Roselmack, Valérie Expert et Michel Schifres convaincus par les enjeux de cette 1<sup>re</sup> convention ont apporté leur pierre à l'édifice en animant gracieusement cette journée. De même, Marc Antoine, Elliott Murphy et les cinq élèves de la prochaine tournée Star Academy 2008 sont venus se produire pour clôturer cette journée.

Un site internet a été mis en ligne : [www.convention-cancer.fr](http://www.convention-cancer.fr). afin de faciliter l'inscription des participants, de sonder l'opinion publique et de recueillir des témoignages. Au total, près de 10 300 internautes se sont connectés sur ce site, près de 37 000 pages ont été vues et 700 personnes ont pu suivre les débats le jour J grâce à une retransmission en direct. L'intégralité des débats se trouve sur ce site internet.

**Des partenaires nombreux se sont associés à la Convention :**

Des entreprises (Novartis, Roche et Daher), les sept médias déjà cités, des associations et institutions: INCa, Europa Donna, Jeunes solidarité cancer, Société française de psycho-oncologie, Union nationale des associations pour le développement des soins palliatifs, Vivre comme avant.

Très médiatisée, cette 1<sup>re</sup> convention de la société face au cancer a lancé un grand chantier qui se matérialise par l'application d'un plan d'actions de la société face au cancer : ce plan d'actions permettra la réalisation ou l'expérimentation d'actions concrètes, et d'évaluer de manière constructive la mise en œuvre des mesures prises aujourd'hui et demain ainsi que leur impact. Elle est en partie à l'origine du rapport du professeur Grünfeld préfigurant le Plan Cancer II.

Cette Convention et le plan d'actions qui en découle sont dans la continuité de l'histoire de la Ligue, initiatrice et portant les révolutions culturelles et sanitaires qu'une lutte moderne impose. 2008, année du 90<sup>ième</sup> anniversaire de sa fondation, a ainsi permis un bref et fécond retour sur son passé.

## **8 – souvenir**

La Ligue a fêté son 90<sup>ème</sup> anniversaire en amont de son Assemblée générale ordinaire (juin 2008) tout en l'ayant annoncé par un communiqué de presse spécial en mars 2008. Cette célébration s'est faite en présence notamment de Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la santé et des sports et de François Bilange, petit-fils du fondateur de la Ligue.

Ce fut l'occasion de rappeler que cette nonagénaire continue plus que jamais de se démultiplier sur tous les fronts de la maladie. Une affiche « anniversaire » et une plaquette commémorative ont été conçues et envoyées à l'ensemble de la Fédération. Un film retraçant les 90 ans de lutte de la Ligue au travers de ses campagnes de communication a également été diffusé.

## 9 – faire bouger les lignes de la lutte

Faire bouger les lignes de la lutte pour être plus efficace impose à la Ligue et à sa délégation à la communication et au développement d'être présentes aux côtés d'actions ou d'outils populaires ou de les inspirer telles que l'opération Tout le monde chante contre le cancer (Aveyron et Olympia 2008), l'édition du Calendrier 2009 de la Ligue, les actions de Nicolas Charmet (le skipper militant)...

Une des opérations fédérales fortes qui se développent d'année en année, est le déploiement des **Relais pour la vie**® pour lesquels, en 2008, un coordinateur national a été nommé.

*Véritable phénomène de société Outre-Atlantique, à ce jour plus d'un nord américain sur deux connaît Relay for Life. Le label s'est exporté sur tous les continents et a été adopté par une vingtaine de pays, dont la France en 2006 : le Relais est un formidable défi en passe de devenir un événement incontournable de la lutte contre le cancer au niveau international.*

4 Comités (35, 67, 972 et 974) ont réalisé un Relais en 2008 : pour 3 d'entre eux le Relais est devenu un événement récurrent. Une vingtaine de Relais est prévue en 2009.

Le Relais contribue à changer le regard porté sur les gens atteints de cancer, à informer et sensibiliser le grand public à la prévention et au dépistage des cancers, à augmenter la notoriété d'un Comité sur son département (avec les conséquences positives sur les donateurs, bénévoles, etc.).

C'est pourquoi la délégation à la communication et au développement met des moyens importants à la disposition des Comités pour l'organisation de leur Relais (outils de promotion et de communication, ingénierie, incentive auprès des instances des Comités, formation, assistance matérielle et financière...) et par exemple :

- La plaquette de présentation des Relais : 7 fiches et 1 DVD avec le nouveau film en forme de bande d'annonce du Relais. La plaquette est distribuée auprès des personnes susceptibles de prendre une part active sur le Relais : mairies, entreprises, associations, parrains etc.

Les Comités qui le souhaitent peuvent disposer :

- du spot radio personnalisé pour leur Relais
- de la version courte du film personnalisée pour leur Relais

- Le site Internet

Il a été complètement repensé. Moderne, il est tourné autour de la vidéo et notamment du nouveau film en forme de bande d'annonce du Relais, le but étant de le rendre plus vivant et de donner envie aux internautes de participer à ces manifestations.

Il est prévu de réaliser un film à l'occasion de chaque Relais.

## 10 – relations et partenariats avec les entreprises

Participation à la 1<sup>ère</sup> Convention de la société face au cancer, produits partagés, ventes au profit de la Ligue, parrainages d'évènements : de nouveaux partenariats ont été mis en place, la Ligue confortant par ces moyens sa mobilisation des acteurs tout en restant indépendante dans le choix de ses actions. A titre d'exemples :

### Leclerc

L'opération « Tous unis contre le cancer » en partenariat avec les centres E. Leclerc a été reconduite pour la 6<sup>ème</sup> fois par la Ligue contre le cancer. Elle a pour but de récolter des fonds pour développer un programme de recherche exclusif sur les cancers des adolescents. Les résultats financiers sont supérieurs à 200.000 euros. Cette opération permet aussi aux Comités départementaux d'expliquer au public ce qu'ils font chaque jour contre le cancer.

### Catalogue Ivoire – Bootiketik

La Ligue a de nouveau présenté des produits en vente à son profit dans le catalogue Ivoire et sur le site Bootiketik. Plus de 88.600 euros ont été ainsi collectés pour le catalogue et plus de 16.600 euros par le site internet.

### La coupe de l'Espoir

Créée par la Ligue en 1982, ce tournoi de golf réunit chaque année 6 000 golfeurs, occasion pour tous les passionnés de golf d'allier plaisir et générosité au profit d'une grande cause. La finale rassemble 120 joueurs issus de phases qualificatives ayant lieu toute l'année aux quatre coins de la France. Un DVD de présentation de la coupe de l'Espoir a été réalisé et envoyé aux golfs pour leur participation en 2009.

### S'miles

Dans le cadre du partenariat entre la Ligue et le programme de fidélité S'Miles, les personnes qui le souhaitent ont la possibilité de financer la lutte contre le cancer avec leurs points de fidélité en réalisant des achats dans de nombreuses enseignes parmi les plus connues.

### Recyclages

Les opérations de recyclage du verre et de cartouches d'imprimantes menées par la Ligue continuent de permettre aux Comités départementaux de diversifier les sources de financement de leurs projets.

## Produits partagés

Ces différentes opérations montrent le développement actuel des produits partagés, à mi-chemin entre acte de consommation et don : elles permettent, au-delà de la collecte, l'information de nouveaux publics sur les actions de la Ligue contre le cancer :

la Ligue a initié en 2007 un partenariat avec Edit 66, entreprise de conception et de vente de cartes postales aux entreprises. Sur toutes les cartes postales auxquelles la Ligue est associée, 25% du prix de vente est reversé, sans affectation, à l'association. En 2008 ce partenariat a permis de collecter environ 50.000 euros.

l'entreprise GHD a vendu durant le mois d'Octobre Rose des « stylers » (outils de coiffure professionnels) aux couleurs de la lutte contre le cancer du sein. A chaque styler vendu 10 euros sont allés à la Ligue contre le cancer pour le programme de promotion du dépistage à destination des populations vivant dans des quartiers difficiles.

la Société Générale propose désormais dans son catalogue de cartes bleues, une carte aux couleurs de la Ligue à travers laquelle à chaque achat de l'argent est reversé par la banque à la Ligue.

grâce à l'implication du Coq Sportif, une opération de vente aux enchères de produits de sportifs dédiés a pu être réalisée. Sebastien Loeb, Yannick Noah, Frederic Michalak ont notamment offerts des produits à cette fin. En plus des résultats financiers, de nombreux médias ainsi atteints relaient nos messages.

Enfin, le plan d'actions de la société face au cancer permettra d'impliquer, au-delà des laboratoires pharmaceutiques, toutes les entreprises désireuses de faire de la lutte contre le cancer une priorité.

### 11 – des appuis :

- Pour construire la stratégie de communication et de développement et valider les outils et actions qui en découlent, la Ligue s'est dotée d'une Commission Communication, présidée par le Docteur Gérard Depadt, administrateur national, président du Comité du Nord. Elle s'est réunie 4 fois en 2008. La délégation quasiment présente dans sa totalité lors de chaque réunion, présente ses chantiers, réalisations et participe aux travaux et réflexions.
- La délégation a recours à des prestataires de service pour répondre à des besoins techniques précis et à certaines missions nécessitant des conseils avisés ou extérieurs ou ne relevant pas des compétences des collaborateurs de la délégation : ils sont choisis lors de compétitions.

Par exemple, un des services proposés aux Comités doit techniquement être sous-traité en raison des caractéristiques originales : il s'agit du service GOCAD permettant à chaque Comité de personnaliser en direct et sans intermédiaire les outils de communication.

## E2 – Service relations avec les Comités

Ce service, composé de trois salariés et de quinze correspondants nationaux, est placé sous la responsabilité du Secrétaire Général de la Fédération.

### ◆ Animation des correspondants des Comités :

Les correspondants représentent le Président national dans les Comités départementaux.

#### ➤ rôle des correspondants :

- Ecouter et instaurer un climat de confiance,
- Transmettre les recommandations du Siège de la Fédération,
- Restituer vers la Fédération les observations, attentes et remarques des Comités,
- Veiller au bon respect des procédures, des statuts et de la déontologie.



➤ **activités des correspondants :**

Au cours de l'année 2008 les correspondants ont participé à 208 Conseils d'Administration de Comités départementaux et 20 Assemblées Générales. Chaque visite fait l'objet d'un compte-rendu rédigé par le correspondant.

Chaque mois, est organisée une réunion de coordination au cours de laquelle un responsable vient exposer un thème choisi pour permettre aux correspondants de coller à l'actualité et d'être en mesure de répondre aux attentes des Comités.

◆ **Recensement et partage des activités et expériences des Comités :**

➤ **Recensement des données issues des Comités :**

Les activités présentées dans les procès-verbaux envoyés par les Comités sont reportées dans une base de données nommée « GESCOM », qui recense de multiples informations (+ de 60 rubriques) mises à disposition de la direction de la Fédération, des délégués et des correspondants dans le but de mieux connaître les Comités.

GESCOM est utilisée par le comité d'audit et les contrôleurs du Comité de la Charte : son exploitation thématique permet d'avoir une vision globale de l'implication des Comités dans les secteurs d'activités de la Ligue, mais aussi de recenser les données statutaires essentielles : convocations aux instances statutaires, procès-verbaux.

➤ **Partage des expériences des Comités :**

GESCOM permet d'apporter aux Comités et aux Services du Siège des éléments précis sur des actions menées avec succès par les Comités. Elles peuvent alors être partagées par l'ensemble de la Fédération. Il en va de même des événements transmis vers l'intranet dans le but d'informer en région ou sur l'ensemble de la fédération (dates, photographies, reportage).

➤ **Organisation des grandes réunions nationales :**

Le service des relations avec les Comités prend en charge l'organisation matérielle des grandes réunions nationales : Assemblée Générale, Tables Rondes, Conférence des Présidents...

➤ **Assistance téléphonique :**

Des relations téléphoniques fréquentes complètent ces dispositifs de liaisons afin d'apporter rapidement des réponses aux questions et préoccupations des Comités (d'ordre général, assistance statutaire, conseils ...)

## E3 – Service juridique

### ◆ Gestion des marques et formalités juridiques :

Le service juridique assure la gestion des marques et le suivi des formalités juridiques enregistrées dans la base de données formalités, celle-ci contient les marques, les noms de domaine, l'enregistrement de certaines formalités.

Fin 2008, 38 marques sont enregistrées, dont une nouvelle marque déposée : APESEO - activités physiques et soins esthétiques en oncologie.

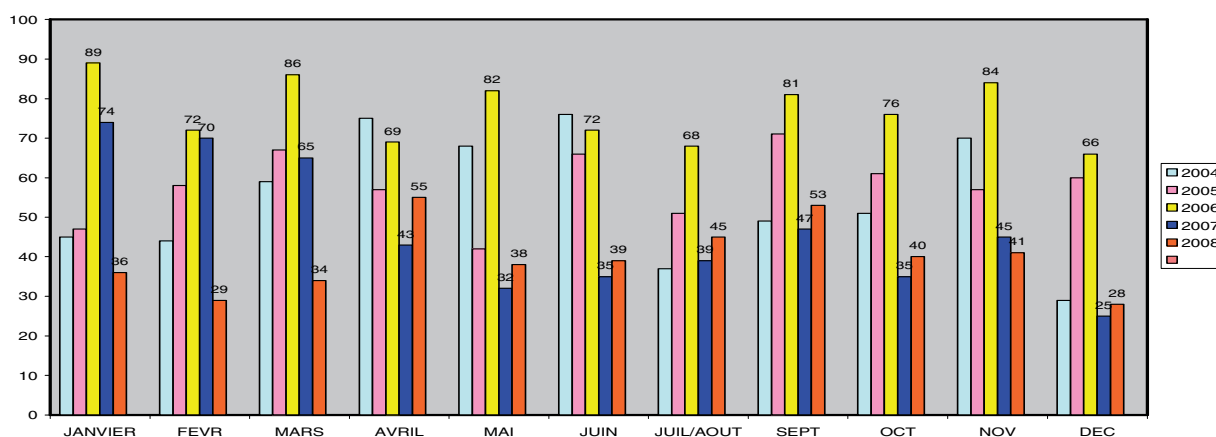
### ◆ Gestion des assurances :

1. Un nouveau contrat a été souscrit au bénéfice des salariés et bénévoles de la Ligue et des Comités pour les accidents corporels dont ils pourraient être victimes, pendant leur activité pour le compte de la Ligue, y compris pendant le trajet domicile - lieu d'accomplissement de ladite activité et retour. Il améliore les capitaux assurés.
2. La Ligue a renégocié son contrat d'assurance dommages aux biens :  
Ce contrat SMACL couvre les risques des locaux dont La Ligue est propriétaire, du stock de matériel de communication et de prévention et du parc informatique.

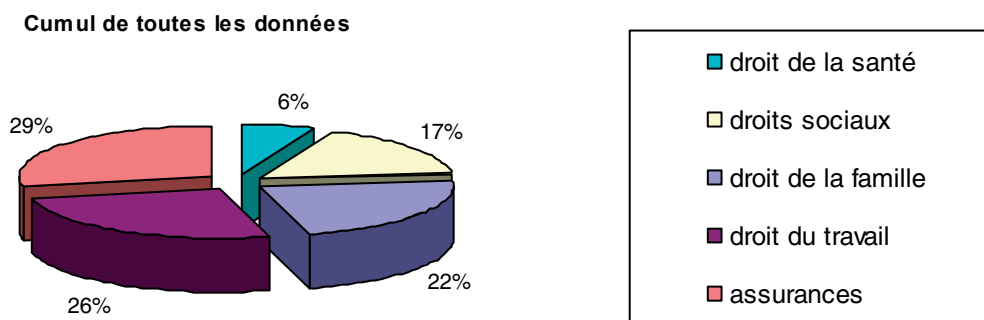
### ◆ Permanences juridiques :

Ce service est évoqué au paragraphe B33 - « zoom : information et conseil dans le domaine juridique et social ». Le comparatif sur 4 ans est le suivant :

**Permanences juridiques : avocats du Barreau de Paris**  
**Statistiques du nombre d'appels depuis 2004**



Les principaux thèmes traités sont les suivants :



## E4 – Service informatique

**En 2008, le service informatique a développé les applications suivantes :**

- ◆ SYSMARLIG (logiciel de gestion des dons)
- ◆ Applicatifs spécifiques
- ◆ La comptabilité
- ◆ Support aux Comités

### ◆ SYSMARLIG

Nombreuses améliorations, de façon transparente pour les utilisateurs.

### ◆ Applicatifs spécifiques

#### Aide aux malades : SAID

Cette application permet aux Comités de gérer les aides attribuées aux malades, et d'intégrer les engagements et paiements de ces aides dans le logiciel de comptabilité.

#### Suivi des représentants des usagers : SRU

Accessible depuis les Comités, cette application permet d'appréhender l'ensemble des mandats des représentants ainsi que leur activité.

#### Espaces de Rencontres et d'informations : ERI

Accessible depuis internet, cette application permet de mesurer l'activité des ERI.

### ◆ La comptabilité

Le nouveau serveur de la comptabilité est en production depuis le mois de décembre, le Siège et quelques Comités sont migrés sur la nouvelle version de l'Intégrale. L'objectif est d'héberger sur ce serveur l'ensemble des comptabilités des Comités.

### ◆ Support aux Comités

Le service assure le support de Sysmarlig, de SAID, de la comptabilité Sage, des états comptables, de la revue Pataclope, de l'administration et la maintenance des réseaux Lan et Wan, de l'antivirus, de la télémaintenance, des systèmes d'exploitation Windows (XP, 2000, Vista), du matériel PC et des imprimantes.

L'activité du service informatique pour le compte du service marketing est restée soutenue tout au long de l'année, intégrations des codes campagnes et offres, bilans statistiques, extractions diverses, redressements des adresses, suivi des PA ...

## E5 – Ressources humaines

### ◆ **Mouvements de personnel au Siège de la Fédération**

L'année 2008 met en avant un équilibre dans les mouvements de personnel (16 embauches et 17 départs) qui a pour effet de maintenir au niveau de 2007 l'effectif global du Siège ainsi que la masse salariale (95 salariés présents au 31/12/2008 contre 96 salariés présents au 31/12/2007). En équivalent temps plein, cela représente 90,5 salariés (hors vacataires).

### ◆ **Actions de la délégation ressources humaines**

En janvier 2008, le système de gestion de la paye a été totalement revu. La mise en place d'une solution informatisée via un prestataire externe a été retenue et permet une gestion administrative simplifiée et fiable. La gestion des absences a été également informatisée et s'impacte directement dans le logiciel de paye.

En 2008, les contrats de mutuelle et de prévoyance ont été renégociés auprès d'un nouveau courtier. Les garanties, revues à la hausse sans augmentation du niveau de cotisations et conformes aux dispositions de la convention collective du Siège, sont proposées aux Comités départementaux qui adhèrent à la Convention collective et qui souhaitent bénéficier des avantages d'un contrat de groupe.

### ◆ **Soutien et conseil aux Comités départementaux**

La délégation aux ressources humaines du Siège apporte aux Comités qui le souhaitent un accompagnement en matière de droit social, de gestion des ressources humaines ainsi qu'une aide dans leur réflexion sur la mise en place de la Convention collective.

## E6 – Comptabilité et Contrôle de gestion

Deux projets importants ont été caractérisés l'activité comptable de l'exercice 2008, dont la réalisation se prolongera sur 2009.

### ◆ la centralisation des données comptables du réseau

La démarche consistant à centraliser les données comptables de chacune des 103 entités du réseau a été initialisée en 2008. Elle constitue une avancée importante pour optimiser la protection des informations clefs et pour faciliter la maintenance et la mise à jour du logiciel comptable commun à toutes les structures.

### ◆ la préparation de la mise en application du règlement CRC 2008-12 sur le nouveau format du CER (Compte d'Emploi des Ressources)

Afin de préparer la Ligue aux nouvelles obligations en matière de compte d'emploi annuel des ressources (CER), un groupe de travail dédié a été constitué. Il sera chargé d'émettre des préconisations sur cette question au Conseil d'Administration. Des formations, au bénéfice des élus du réseau, relatives à ce changement ont été réalisées et se poursuivront sur l'exercice 2009 afin de bien appréhender ce changement.

**Le service contrôle de gestion œuvre :**

### ◆ pour la Ligue toute entière, au suivi budgétaire et aux tableaux de bord

### ◆ pour les Comités, au support et conseil en matière budgétaire

En 2008, ses principales réalisations ont été les suivantes :

- tableau de bord mensuel de synthèse sur les emplois et ressources du Siège
- présentation des comptes annuels pour la revue Vivre
- réponses aux questionnaires du Comité de la Charte
- aide aux services pour l'élaboration des budgets
- analyse des ratios
- suivi des recommandations fédérales aux Comités départementaux
- contribution au nouveau Compte Emploi Ressources
- processus d'audit des dossiers de legs.

## E7 – Actions internationales

L'Inter Commission aux actions internationales mise en place en 2006 sous la présidence du Pr Jacqueline GODET est « transversale » aux 3 missions sociales de la Ligue.

### ◆ Composée de 10 membres :

Président de la Ligue,  
3 vices - Présidents de la Ligue,  
Président de la Commission communication,  
4 administrateurs nationaux dont 2 Présidents de Comités,  
1 délégué aux actions internationales.

### ◆ Cette Commission s'est donnée deux grands objectifs :

- 1-** donner un avis sur les cotisations que la Ligue verse à diverses institutions internationales (UICC, ECL, ...), assurer un suivi de leur utilisation et des retombées pour la Ligue.
- 2-** entreprendre des actions et entretenir les liens déjà établis avec les pays francophones en voie de développement : Afrique, Maghreb, Asie (Vietnam, Cambodge, Laos) dans 3 axes principaux : formation, information, aide méthodologique aux programmes et accessibilité aux soins.

L'Inter Commission a centré son activité sur les activités internationales antérieures ou en cours et sur la mise en place d'une procédure rigoureuse d'octroi des subventions.

En 2008, cinq projets ont été retenus pour un total de 54 K€ : les subventions correspondantes ont été versées aux associations sollicitantes sur la base de projets soumis à l'expertise de l'InterCommission avec engagement de remise d'un rapport d'activité et d'un rapport financier annuel.

Dans ce contexte la Ligue, membre fondateur de l'UICC (Union Internationale Contre le Cancer) et du RCCI (Réseau Cancer de Coopération Internationale), mobilise de nouvelles énergies pour permettre aux associations africaines et méditerranéennes d'échanger et de créer un réseau solidaire afin d'agir aux côtés des malades, de leurs proches mais également auprès des professionnels de santé et des institutionnels gouvernementaux.

Il est organisé en octobre 2009 à Paris une Rencontre des Ligues Francophones Africaines et Méditerranéennes investies dans la lutte contre le cancer.

La Ligue contribue activement aux travaux du Réseau Cancer et Coopération Internationale en partenariat avec les ministères de la santé, des affaires étrangères, de l'INCa et d'autres associations de lutte contre le cancer.

## F - CONCLUSIONS

Ce rapport 2008 témoigne de l'action efficace et continue de la Ligue en particulier dans l'action pour les malades, l'aide à la recherche, la prévention et la promotion du dépistage.

Il reflète l'importance et la qualité des activités réalisées par la Ligue et en particulier par les bénévoles et les salariés des Comités départementaux sur le terrain, au plus près des besoins de la population : leur dévouement justifie la générosité de nos adhérents, qu'ils en soient tous remerciés.

Ce rapport nourrit nos réflexions, il nous aidera à tracer notre chemin au bénéfice de la société toute entière face au cancer.

**« Tout ce qu'il est possible de faire contre le cancer, la Ligue le fait »**





