

Boîte à outils

Journée internationale du cancer de l'enfant (ICCD) 2024



Cette boîte à outils vous présente la campagne de 3 ans et vous informe comment la mettre en œuvre en 2024.

Des boîtes à outils dédiées seront développées pour 2025 et 2026.

Table des matières

1. À propos de l'ICCD	4
2. Organisateur	5
3. Partenaire	6
4. ICCD 2024-2026 : concept sur 3 ans	7
5. ICCD 2024 : dévoiler les défis	8
a. Viser et cibler	8
b. Comment participer ?	9
c. Dossier média	10
6. Directives d'utilisation et clause de non-responsabilité	11
7. Reconnaissance	12
8. Merci et coordonnées	13



1. À propos de l'ICCD

La Journée internationale contre le cancer de l'enfant (ICCD) est une campagne collaborative mondiale visant à sensibiliser au cancer pédiatrique et à ses défis uniques, tout en affichant le soutien des différents acteurs aux enfants et adolescents atteints de cancer, aux survivants et à leurs familles dans le monde entier.

Le 15 février est fixé comme la Journée internationale du cancer de l'enfant (ICCD) pour souligner l'importance de la participation et du soutien de la communauté pour relever les défis liés au cancer de l'enfant.

400 000+

enfants du monde entier développent un cancer chaque année, dont seulement la moitié est diagnostiquée

20%

des enfants dans la plupart des pays à revenus élevés ne sont **PAS guéris**

70%

des enfants dans certains pays à revenus faibles ou intermédiaires ne sont

PAS guéris

2. Organisateur

Qui est CCI ?

Childhood Cancer International (CCI) a été fondée en 1994 en tant qu'organisation faitière regroupant des organisations locales de lutte contre le cancer de l'enfant et des organisations nationales de parents.

Aujourd'hui, CCI est la plus grande organisation de soutien aux patients atteints de cancer pédiatrique. Il s'agit d'une organisation mondiale à but non lucratif dirigée par des parents qui représente plus de 180 organisations de parents, associations de survivants de cancer pédiatrique, groupes de soutien au cancer pédiatrique et organisations de lutte contre le cancer, dans plus de 90 pays et sur 6 continents.

Que souhaitons-nous accomplir ?

CCI souhaite voir un monde où les défis auxquels sont confrontés les enfants et les adolescents atteints de cancer, les survivants et leurs familles, sont bien compris, pleinement appréciés et abordés par les principales parties prenantes, les dirigeants politiques, les décideurs, les professionnels de la santé et la communauté au sens large. En fin de compte, nous voulons que chaque enfant ait un accès égal aux meilleurs traitements et soins.



« J'encourage fortement tous les membres de notre communauté à participer activement à la campagne de cette année ayant pour thème de dévoiler les défis. Travaillons ensemble pour sensibiliser aux divers défis et inégalités d'expériences à travers le monde. »

Rodney Wong

Président CCI

3. Partenaire

Qui est la SIOP ?

La Société internationale d'oncologie pédiatrique (SIOP) a été créée le 6 novembre 1969 par un petit groupe de spécialistes de l'Institut Gustave-Roussy à Paris, avec pour mission, de faire progresser l'étude et les soins des enfants atteints de cancer. Cet objectif a été élargi pour inclure l'avancement de la recherche fondamentale ainsi que des études cliniques, l'inclusion d'infirmières, d'autres professionnels de la santé et de parents, ainsi que l'organisation de programmes d'enseignement et de sensibilisation pour améliorer les soins contre le cancer infantile dans les communautés à ressources limitées.

Aujourd'hui, la SIOP est une organisation mondiale aux multiples facettes et la seule société multidisciplinaire mondiale entièrement consacrée au cancer de l'enfant et de l'adolescent. La Société compte plus de 3 000 membres dans le monde, dont des médecins, des infirmières, des professionnels paramédicaux, des scientifiques et des chercheurs, etc. Les membres de la SIOP se consacrent à accroître les connaissances sur tous les aspects du cancer pédiatrique. Leur vision est qu'aucun enfant ne devrait mourir du cancer : guérir davantage de personnes, prendre soin de tous.

« L'ICCD constitue une plateforme unique pour unir les citoyens, les défenseurs des patients, les équipes de soins, les décideurs et les médias, tous animés par un objectif commun : sensibiliser au cancer pédiatrique. En travaillant en collaboration, nous relevons la myriade de défis auxquels nous sommes confrontés dans notre quête pour transformer cette maladie en une maladie curable à l'échelle mondiale. »

Dr Guillermo Luis Chantada

Président SIOP



4. ICCD 2024 - 2026

Campagne de 3 ans

En l'espace de trois ans, la campagne de la Journée internationale du cancer de l'enfant (ICCD) lancée et dirigée par le CCI s'embarque dans un voyage transformateur, centré sur la compréhension et la résolution des défis auxquels sont confrontés les patients atteints d'un cancer infantile, les soignants, les survivants, les professionnels de la santé et les chercheurs du monde entier. La campagne est conçue pour progresser à travers des phases distinctes, chacune contribuant à un récit complet qui évolue avec le temps.

La force de cette campagne réside dans son adaptabilité. Chaque région a la flexibilité d'adapter la campagne à ses besoins uniques, garantissant ainsi sa pertinence et sa résonance au niveau local. Même si le thème général reste constant, les objectifs spécifiques évoluent, permettant à la campagne de rester dynamique et réactive. La structure triennale fournit un cadre pour un impact durable, créant un héritage durable de sensibilisation, d'action et de changement positif dans le paysage des soins contre le cancer infantile.

Année 1 : Dévoilement des défis

La première année de la campagne est consacrée au recensement des défis et des inégalités rencontrés par ceux qui naviguent dans le paysage complexe du cancer infantile. Grâce à un appel mondial à l'action, notre public est invité à partager ses expériences et ses idées en soumettant des cartes postales numériques décrivant les obstacles auxquels il est confronté. L'accent est mis sur la sensibilisation aux divers défis et inégalités rencontrés dans le monde.

Année 2 : Action inspirante

S'appuyant sur les informations recueillies au cours de la première année, la deuxième phase de la campagne se concentre sur des solutions concrètes. Il se penche sur les efforts de collaboration et les initiatives émergentes dans différentes régions pour surmonter les défis identifiés. En mettant en avant ces mesures proactives, la campagne vise à inspirer un engagement collectif pour éradiquer les obstacles et les inégalités dans le domaine des soins et de la recherche sur le cancer de l'enfant.

Année 3 : Démontrer l'impact

Au cours de la dernière année, la campagne culmine en montrant l'impact obtenu grâce aux efforts collectifs de la communauté mondiale pour surmonter les défis et réduire les inégalités. En présentant les résultats tangibles, les réussites et les changements positifs résultant des années précédentes, nous visons à souligner le pouvoir de l'unité et du dévouement partagé. Cette phase encourage la poursuite de la dynamique en faveur d'un accès égal au traitement et aux soins pour tous les enfants confrontés aux défis du cancer.

5. ICCD 2024 : dévoiler les défis

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE

Sensibiliser au niveau régional aux défis et aux inégalités auxquels sont confrontés les enfants, les survivants, les familles, les soignants et les professionnels de la santé.

PUBLIC CIBLE

Patients, parents, survivants, défenseurs et représentants des patients, membres de CCI et de la SIOP, professionnels de la santé, décideurs politiques ainsi que le grand public.



COMMENT ?

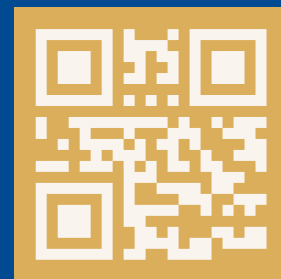
Nous lançons une plateforme sur www.iccd.care avec une carte interactive où les participants peuvent laisser une carte postale numérique et ainsi présenter les défis de leur propre pays ou du parcours des patients.

QUE VOULONS-NOUS ATTEINDRE?

À la fin de la campagne, nous souhaitons disposer d'une carte décrivant les défis à travers le monde. L'année prochaine, nous ajouterons des actions et des solutions possibles pour les défis respectifs soumis.

COMMENT PARTICIPER ?

PAS À PAS



1. VISITEZ LA PLATEFORME

Visitez www.iccd.care
(ou scannez le code QR)

2. SOUMETTEZ UNE CARTE POSTALE NUMÉRIQUE

Écrivez un défi auquel vous ou quelqu'un que vous connaissez avez été confronté et n'hésitez pas à inclure ce qui aurait pu vous aider.

3. FAITES CONNAITRE

Parlez de la campagne à votre communauté. Partagez des publications sur les réseaux sociaux (des publications préparées vous attendent dans le pack média). Utilisez #ICCD2024 pour faire passer le message.

4. SENSIBILISEZ

Utilisez le communiqué de presse du kit média pour toucher les décideurs politiques et autres parties prenantes concernées dans votre pays/région.



DOSSIER MÉDIA



BOÎTE À OUTILS (AVEC TRADUCTIONS)

Cette boîte à outils a été traduite dans les six langues officielles de l'OMS : anglais, arabe, chinois, espagnol, français et russe.



PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour faire passer le message, nous préparerons des publications sur les réseaux sociaux avec des légendes (traduites dans les six langues de l'OMS).



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Un communiqué de presse traduit dans les six langues de l'OMS sera préparé d'ici le 15 février. Utilisez ce communiqué de presse pour atteindre vos médias et décideurs politiques locaux.



ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Retrouvez dans cette rubrique des éléments tels que les logos ICCD, CCI et SIOIP.

[RETROUVEZ TOUS LES ELEMENTS ICI](#)

LANGUES SUPPLÉMENTAIRES : Si vous pensez que votre région peut bénéficier d'une langue supplémentaire, nous sommes en mesure de vous fournir une traduction automatique, que nous vous demandons de vérifier et approuver. Contactez-nous par mail : office@ccieurope.eu. Toutes les traductions supplémentaires approuvées seront téléchargées sur le lien ci-dessus.

6. DIRECTIVES D'UTILISATION ET CLAUSE DE NON- RESPONSABILITÉ

DES LIGNES DIRECTRICES

Les droits d'auteur de la campagne appartiennent à Childhood Cancer International (CCI). Ne prétendez pas le contraire lors de la mise en œuvre de la campagne. Vous êtes invités à ajouter le logo de votre organisation, fourni, mais utilisez toujours les logos CCI et SIOP (fournis dans le dossier média) le cas échéant.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Dans nos efforts de sensibilisation au cancer infantile, nous avons choisi d'utiliser des images générées par l'IA pour protéger l'identité des enfants confrontés à ce voyage difficile. Ces images sont un produit de l'intelligence artificielle, garantissant la plus grande intimité et confidentialité aux enfants et à leurs familles.

7. RECONNAISSANCE

Chers supporters et bénévoles dévoués,

Nous exprimons notre sincère gratitude pour votre soutien indéfectible à cette campagne, garantissant que les enfants et adolescents confrontés au cancer, ressentent la force de votre soutien. Au sein de notre communauté mondiale CCI et SIOP, nous sommes reconnaissants de pouvoir compter sur des personnes engagées comme vous, participant et soutenant activement cette initiative mondiale.

Nom

Organisation

Rodney Wong, président

Alejandra Mendez, vice-président

João De Bragança, président sortant

Carl Queiros, directeur exécutif



Anita Kienesberger, présidente du comité

Anne Goeres, responsable du pilier communication

Carina Schneider, directrice générale

Arnela Kamerić, chargée de communication



Guillermo Chantada, président

Rejin Kebudi, secrétaire général

Rashmi Dalvi, président du plaidoyer

Alan Davidson, présidente sortante du plaidoyer

Milena Villaroel, membre du comité de plaidoyer

Susanne Wollaert, PDG

Nancy Anderson, marketing et communications

Anelia Atanasova, Coordonnateur administratif

Olga Kozhaeva, SIOPE et SIOP, directrice des affaires politiques



CCI et SIOP sont tous deux des acteurs non étatiques en relations officielles avec l'OMS et sont fiers de contribuer à l'Initiative mondiale de l'OMS contre le cancer de l'enfant.

Merci de faire partie de la campagne ICCD 2024



pour contacter CCI

admin@cci.care

(pour les demandes des
médias et des événements)



pour contacter SIOP

media@siop-online.org

(pour les demandes des
médias et des événements)

Suivez-nous



Website



**Facebook
Linkedin
X, Threads
Instagram
Website**



**Facebook
Linkedin
X
Instagram
Website**



Cofinancé par l'Union européenne, subvention n° 101124938. Les points de vue et opinions exprimés sont toutefois ceux du ou des auteurs uniquement et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la santé et le numérique (HaDEA). Ni l'Union européenne ni l'autorité qui l'accorde ne peuvent en être tenues responsables.