



## Sensibilisation du public au dépistage du cancer du côlon à l'occasion de « Mars bleu »

**Thématique de santé**

- Cancers**
- Tabac**
- Vaccination**
- Troubles neurosensoriels et troubles du langage**

**Structure porteuse de l'action**

**Nom :** Maison de santé d'Auxi-le-Château  
**Adresse :** 75 rue du général Leclerc, 62390 Auxi-le-Château

<b>Objectif général</b>	<b>Sensibiliser le public au dépistage organisé du cancer du côlon dans le cadre de la campagne nationale « Mars bleu »</b>
<b>Objectif(s) spécifique(s)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Informer les patients quant à la réalisation du test de dépistage</li><li>2. Informer de l'intérêt du dépistage de cancer colo rectal</li><li>3. Informer le public sur l'évolution du cancer col rectal</li><li>4. Informer le public sur les agents pathogène présent dans les cosmétiques</li></ol>
<b>Description de l'action</b>	<p>A l'occasion de la campagne nationale « Mars bleu », mise en place d'une animation à l'entrée de la MSP.</p> <p>Remise de Kits de dépistage aux patients de la MSP, ciblés par la campagne.</p> <p>Tenue de stands d'information par le CRCDC des Hauts-de-France, la MSA, la CPAM de l'Artois et l'UFC que choisir.</p> <p>Mise en place de Nadège la géante avec deux animateurs.</p>



<b>Date de mise en œuvre de l'action</b>	Mercredi 27 mars 2019 de 9h à 12h.
<b>Territoire</b>	Auxi-le-Château et environs
<b>Population cible</b>	Patients de la MSP, public (partenaires)
<b>Acteurs de l'action</b>	Les professionnels de la MSP et TERNOISCOM
<b>Partenaires</b>	Service prévention de la CPAM de l'Artois CRCDC Hauts de France UFC Que Choisir MSA Mutualité Française TERNOISCOM
<b>Moyens matériels et financiers</b>	Nadège la géante avec deux animateurs  Exposition – 10 planches – mise à disposition par le CRCDC Hauts de France.  Kit de dépistage pour les patients des MT de la MSP  Affiches d'information de l'action et de la campagne Mars Bleu  Mise à disposition de différents flyers de sensibilisation par la MSA et la CPAM
<b>Communication/valorisation</b>	Affiches, communication par mail et contact direct aux partenaires.
<b>Indicateurs de suivi</b>	Nombre de patients sensibilisés.
<b>Résultats de l'action</b>	40 patients sensibilisés.