



**Conseil de Direction**  
**Soixante-sixième Session**

**GC/66/18**  
22 mars 2024

*Lyon, 15–16 mai 2024*  
*Format hybride*

**OPTIMISATION DE L'IMPACT DU CIRC :  
STRATEGIE DE DIFFUSION ET DE COMMUNICATION  
« CELEBRATION DES 60 ANS DE RECHERCHE DU CIRC »**

En 2022, la Stratégie de communication et de diffusion du CIRC a été revue et alignée sur les objectifs de la Stratégie à moyen terme. La Stratégie de communication et de diffusion vise à mieux faire connaître le profil et la mission du Centre ainsi qu'à mettre en lumière son impact sur toutes les parties prenantes concernées : la communauté scientifique, les partenaires, les gouvernements, les décideurs en matière de santé publique, les autres entités concernées dans les domaines de la recherche sur le cancer et de la santé publique, les médias ainsi que le grand public.

Cette stratégie définit trois axes de développement principaux en matière de communication et de diffusion :

**Communication institutionnelle** : Les activités visent à créer et à coordonner le contenu qui sera publié sur les principales plateformes institutionnelles, sur le site internet du CIRC ainsi que sur les plateformes de réseaux sociaux du CIRC afin de promouvoir le travail du Centre et de renforcer sa visibilité. Cet axe fournit un cadre pour les principaux domaines d'intérêt, les activités et les priorités, qui permettra au Centre d'atteindre les publics visés. Des stratégies de communication spécifiques sont définies au sein de ce cadre pour un large éventail de projets.

**Diffusion pour un plus grand impact** : Cet axe inclut diverses initiatives menées par les Branches et soutenues ou coordonnées par l'équipe Communication :

- Les chercheurs jouent un rôle central en promouvant et en diffusant les résultats de la recherche et les projets scientifiques.
- Les matériels initiés par les Branches scientifiques sont encouragés et doivent être coordonnés avec l'équipe Communication afin d'optimiser la diffusion et de s'assurer que le CIRC s'exprime d'une seule voix (cohérence du message).
- Les activités peuvent inclure des webinaires, des bulletins d'information, des animations, la production et la promotion de rapports et d'affiches ainsi que la diffusion des résultats des recherches *via* des présentations lors de conférences, des publications sur les réseaux sociaux et des événements publics coordonnés avec les partenaires.

- Ce volet inclut également les initiatives à long terme axées sur la diffusion et la sensibilisation, telles que le Groupe de travail transversal du CIRC sur l'application et le transfert des connaissances en faveur de la prévention du cancer.

**Levée de fonds et mobilisation des ressources :** Les activités de communication soutiennent et complètent des stratégies telles que la stratégie de mobilisation de ressources, les activités ayant trait aux relations extérieures ainsi que des projets spécifiques tels que le projet Nouveau Centre.

Afin de renforcer la visibilité du Centre et d'obtenir les résultats escomptés, comme cela a été défini dans la Stratégie de communication et de diffusion, le CIRC lance une nouvelle campagne d'un an dont l'objectif est de célébrer le 60<sup>e</sup> anniversaire du Centre.

#### **Notre récit :**

Alors qu'il est sur le point de souffler ses 60 bougies, le CIRC se trouve à la croisée de l'héritage et de l'innovation. Si les contributions du CIRC à la recherche sur le cancer sont largement reconnues au sein de la communauté de recherche sur le cancer, son impact s'étend bien au-delà de ce cercle. La campagne IARC@60 est une initiative stratégique destinée à combler ce fossé, en portant notre mission et nos réalisations à la connaissance du monde entier.

#### **Objectifs de la campagne :**

- **Améliorer notre visibilité :** La campagne IARC@60 est notre phare qui nous guide vers de nouveaux horizons. En améliorant notre visibilité, nous positionnons le CIRC non seulement comme un acteur majeur de la recherche sur le cancer, mais également comme une force vitale façonnant les politiques de santé mondiales.
- **Renforcer notre réputation :** Au-delà de la simple célébration de notre anniversaire, cette campagne renforce la réputation du CIRC comme force de transformation. Nous voulons être reconnus non seulement pour nos contributions historiques, mais également pour notre engagement sans faille en faveur de l'innovation et du progrès.
- **Attirer de nouvelles parties prenantes :** L'histoire du CIRC ne saurait s'appréhender de manière isolée. Nous cherchons sans cesse à attirer de nouveaux Etats participants, décideurs, donateurs et partenaires stratégiques partageant notre vision et susceptibles de contribuer à la lutte mondiale contre le cancer.
- **Présenter notre impact :** Le CIRC joue un rôle de premier plan dans la production de biens publics qui transcendent les frontières. La campagne IARC@60 est une vitrine destinée à montrer l'impact d'initiatives telles que les Monographies du CIRC, GLOBOCAN et CanScreen5, en soulignant la manière dont elles contribuent à la santé mondiale et au progrès scientifique.

## L'initiative IARC@60 :

### 1. Préparation préalable à la campagne :

Nous affinerons notre message afin de bien faire comprendre l'importance de la mission du CIRC et l'impact de notre travail. Nous identifierons les principales parties prenantes afin de personnaliser nos stratégies de communication en conséquence et d'atteindre différents publics.

Nous créerons un référentiel de contenus soigneusement sélectionnés, qui servira de témoignage du chemin parcouru, montrant de manière exhaustive les réalisations historiques du CIRC.

### 2. Lancement de la campagne (mai 2025) :

La célébration de l'anniversaire du CIRC le dernier jour du Conseil de Direction marquera le début de notre campagne et réunira nos parties prenantes.

Un discours liminaire de haute volée sera prononcé, qui évoquera non seulement notre passé, mais ouvrira également la voie à un avenir caractérisé par l'innovation et la collaboration internationale.

Un logo propre à la campagne IARC@60 sera dévoilé à cette occasion. Il servira d'identifiant visuel de cet événement historique et véhiculera une image cohérente et reconnaissable tout au long de la campagne.

La communication dans les médias par le biais de communiqués de presse et d'entretiens permettra d'amplifier notre message, garantissant ainsi sa résonance sur les plateformes du monde entier.

### 3. Activités tout au long de l'année :

Le renforcement sous tous azimuts de la communication sur les réseaux sociaux permettra de distiller des récits captivants et de partager ainsi nos réussites et l'impact de nos initiatives avec un public international. Dans le même temps, des coups de projecteur mensuels sur différentes initiatives du CIRC contribueront à mieux faire comprendre et à valoriser notre travail.

Des webinaires animés par des experts favoriseront la mobilisation, démystifiant nos travaux de recherche et soulignant la pertinence de nos activités.

Des messages personnalisés destinés à de nouveaux États participants, décideurs, donateurs et partenaires potentiels attireront l'attention sur les avantages réciproques d'une collaboration tandis que des contenus interactifs, tels que des quiz et des sondages, feront non seulement participer le public, mais l'inciteront également à prendre part à la conversation mondiale sur la recherche sur le cancer.

### 4. Revue de milieu de campagne (fin de l'année 2025) :

L'évaluation de nos progrès aura pour but non seulement de mesurer la mobilisation, mais également de comprendre l'impact de notre récit et d'ajuster les stratégies afin d'optimiser cet impact.

#### 5. *Période précédant la Conférence scientifique (2026) :*

L'annonce de la date de la Conférence scientifique créera une attente et sera l'occasion d'inviter un public international à se joindre à cet éminent événement intellectuel.

Le fait d'inviter des chercheurs et des experts à présenter des comptes rendus permet de garantir que la conférence sera une plateforme promouvant une recherche de pointe et favorisant des collaborations futures.

La promotion de la conférence *via* le contenu des teasers, les profils des intervenants et les temps forts de la session préparera le terrain pour un aboutissement grandiose.

#### 6. *Grande Conférence scientifique (mai 2026) :*

Notre conférence, qui se déroulera sur plusieurs jours, ne sera pas simplement une célébration de notre passé, mais une convergence de brillants esprits issus du monde entier destinée à façonner l'avenir de la recherche sur le cancer. En présentant les derniers résultats de nos travaux de recherche, nous inviterons les parties prenantes à constater l'impact concret du travail réalisé par le CIRC.

Les opportunités de réseautage favoriseront la collaboration, comblant le fossé entre chercheurs, décideurs, donateurs et partenaires, et l'annonce des projets futurs soulignera notre engagement à faire avancer la lutte contre le cancer dans le monde.

#### 7. *Suivi post-conférence :*

Le fait de récapituler le contenu de la conférence *via* divers canaux nous permettra de nous assurer que la richesse intellectuelle générée continuera à se propager.

L'expression de notre gratitude envers les intervenants, les personnes ayant apporté leur soutien financier à la conférence, les participants et les parties prenantes ne constituera pas seulement une marque de politesse, mais la reconnaissance d'un effort collectif.

Un engagement continu *via* des points réguliers sur les initiatives du CIRC permettra de maintenir la dynamique générée pendant la campagne.

#### 8. *Evaluation de la campagne :*

La réussite de la campagne ne se mesurera pas seulement au travers des chiffres, mais également au travers des récits que nous aurons faits, des collaborations que nous aurons initiées et de l'impact que nous aurons eu. Le retour des parties prenantes sera un outil précieux qui nous indiquera si notre récit répond aux attentes et aux aspirations de notre communauté mondiale.

Nous documenterons les enseignements tirés de cette campagne, ce qui nous servira de guide pour les campagnes de visibilité futures et nous permettra de nous améliorer en permanence et d'innover.

### **L'héritage de la campagne IARC@60 :**

Au moment de lancer la campagne IARC@60, nous reconnaissons que sa réussite ne consistera pas simplement à célébrer le passé, mais à renforcer notre engagement pour l'avenir. Cette campagne constitue un outil puissant qui non seulement façonnera la perception que le public a du CIRC, mais qui fera également avancer la cause de la science sur la scène internationale.

### **Les avantages pour le CIRC :**

**Une influence mondiale accrue :** En renforçant notre visibilité, nous positionnerons le CIRC comme un maître à penser de la recherche mondiale sur le cancer, qui façonne les politiques et les initiatives en la matière.

**Un développement des collaborations :** Le fait d'attirer de nouvelles parties prenantes et de nouveaux partenaires développera notre réseau et favorisera des collaborations qui transcenderont les frontières géographiques.

**Une diversification des possibilités de financement :** La collaboration avec des donateurs potentiels permettra une diversification des sources de financement, assurant la pérennité de nos initiatives.

**Une reconnaissance du public :** Une amélioration de notre image publique ne renforcera pas seulement notre crédibilité, mais nous fera également gagner la confiance du public, renforçant ainsi l'importance de la recherche sur le cancer fondée sur des données scientifiques.

**Un héritage scientifique :** L'initiative IARC@60 fera date, pas seulement pour notre organisation mais également pour la communauté scientifique mondiale. Notre impact sur la recherche sur le cancer ne sera pas seulement reconnu, mais deviendra une composante à part entière du progrès scientifique dans le monde.

De par sa nature, l'initiative IARC@60 n'est pas qu'une célébration des 60 années qui viennent de s'écouler. C'est une déclaration audacieuse de notre engagement à façonner les 60 années à venir. C'est un témoignage de notre résilience, de notre capacité d'innovation et de notre dévouement sans faille en faveur de la lutte contre le cancer dans le monde.

Le Conseil de Direction est invité à fournir au CIRC son avis et/ou des recommandations sur les célébrations proposées à l'occasion de son 60<sup>e</sup> anniversaire.