

## **Cancer de la vessie Canada PLAN STRATÉGIQUE 2024 – 2027**

**Vision** : Un monde où le cancer de la vessie n'est plus qu'un souvenir.

**Mission** : Soutenir les patients atteints du cancer de la vessie et l'ensemble de la communauté des personnes touchées par cette maladie, accroître la sensibilisation et l'éducation, ainsi que financer et promouvoir la recherche.

### **Valeurs fondamentales :**

- Agir avec respect, compassion et intégrité dans tout ce que nous faisons.
- Se consacrer d'abord aux personnes et agir de manière concrète afin d'améliorer la vie d'autrui.
- Créer des liens et établir des relations.
- Valoriser nos employés et nos bénévoles et soutenir leur épanouissement.
- Être proactifs en ayant un parti pris pour l'action.
- Promouvoir la diversité et l'inclusion.
- Se remettre en question et accepter les échecs et les nouvelles idées.

### **OBJECTIF N° 1 : SOUTIEN ET ÉDUCATION DES PATIENTS**

#### **A. Information destinée aux patients**

Diffuser des informations fiables dans les deux langues officielles par le biais de différents moyens tels que des guides imprimés pour les patients, le site Web [cancerdelavessiecanada.org](http://cancerdelavessiecanada.org), les réseaux sociaux, des infolettres électroniques et un forum de discussion. Ces informations sont également partagées lors d'événements dédiés aux patients et aux familles, ainsi que dans les cabinets médicaux, les départements d'oncologie et d'urologie des hôpitaux, et auprès du grand public.

#### **B. Soutien individuel**

Avoir recourt à des bénévoles formés et offrir un soutien par les pairs d'une grande qualité dans les deux langues officielles par téléphone, courriel ou en personne ainsi que par le biais du forum de discussion en ligne.

### **C. Groupes de soutien**

Soutenir et encourager la création de groupes de soutien locaux et régionaux destinés aux patients, animés par des pairs et offerts dans les deux langues officielles.

### **D. Éducation pour les patients**

Organiser des réunions d'éducation pour les patients (virtuelles et en personne) plusieurs fois par an dans différents lieux, dans l'ensemble du Canada, afin d'informer efficacement les patients et de leur donner les moyens d'agir.

## **OBJECTIF N° 2 SENSIBILISER LE PUBLIC AU SUJET DU CANCER DE LA VESSIE ET DE CANCER DE LA VESSIE CANADA**

### **A. Éduquer le grand public**

Développer et mettre en œuvre un plan et des stratégies de communication afin d'éduquer le public au sujet des signes avant-coureurs du cancer de la vessie.

### **B. Sensibiliser et impliquer l'ensemble de la communauté médicale**

Développer et mettre en œuvre un programme visant à sensibiliser les professionnels de la santé au sujet du cancer de la vessie et de ses signes avant-coureurs. Sensibiliser et mobiliser divers praticiens en urologie, en oncologie et en médecine générale au sujet de Cancer de la vessie Canada, les informer de la façon dont nous pouvons les aider et de la façon dont ils peuvent aider CVC et leurs patients

### **C. Mois de la sensibilisation au cancer de la vessie**

Mener une campagne de portée nationale chaque année au mois de mai, afin de sensibiliser davantage les gens au sujet du cancer de la vessie et de CVC, et faire connaître en amont la Marche et d'autres événements.

### **D. Marche de sensibilisation de Cancer de la vessie Canada**

Développer des stratégies pour organiser de nouvelles marches et développer les marches existantes (virtuelles et en personne) dans l'ensemble du Canada, afin de sensibiliser le public, de créer une communauté et de recueillir des fonds pour soutenir la mission de Cancer de la vessie Canada.

### **E. Militer pour avoir accès aux meilleurs traitements et soins**

Militer pour que les patients aient accès aux nouveaux traitements ou à des traitements efficaces contre le cancer de la vessie, ou aux deux. Travailler avec les agences et les parties prenantes pertinentes pour éduquer les patients et leur ouvrir l'accès aux traitements partout au Canada, particulièrement dans les régions rurales.

### **F. Interagir activement avec notre communauté de patients pour favoriser l'engagement**

Accroître le nombre de nos abonnés en mettant en place et en gérant un programme de sensibilisation qui impliquera les patients ayant récemment reçu un diagnostic de cancer de la vessie, les personnes qui en souffrent déjà, leur famille et les équipes de soutien, afin que notre communauté prenne de l'ampleur et participe activement aux activités de CVC.

### **OBJECTIF N° 3 : FINANCER ET PROMOUVOIR LA RECHERCHE**

#### **A. Financer la recherche**

Recueillir des fonds pour soutenir la recherche sur le cancer de la vessie. S'associer à des organisations partageant les mêmes valeurs afin d'accroître le financement pour la recherche relative au cancer de la vessie. Militer pour que le gouvernement augmente le financement alloué au cancer de la vessie – qui est actuellement inférieur à la quantité consacrée à la plupart des autres cancers.

#### **B. Conseil consultatif et de recherche médicale**

Soutenir le travail de ce conseil afin de faciliter les programmes de recherche, d'améliorer la qualité des soins apportés aux patients et leur en simplifier l'accès, et d'accroître la portée à davantage de patients, de familles et de bénévoles.

#### **C. Système canadien d'information sur le cancer de la vessie (SCICV)**

Veiller à ce que cette base de données nationale demeure une priorité pour CVC et la communauté de la recherche médicale afin de soutenir et de développer la recherche clinique et fondamentale ainsi que les centres d'excellence en matière de soins pour le cancer de la vessie dans l'ensemble du Canada.

#### **D. Programme du Réseau canadien de recherche sur le cancer de la vessie (RCRCV)**

Encourager, faciliter et soutenir la recherche clinique et translationnelle multisites sur le cancer de la vessie au Canada.

#### **Objectif global : Diversifier les sources de financement**

Afin de soutenir toutes les activités susmentionnées, veiller à la diversification des revenus en développant des fonds de manière responsable et éthique pour assurer la viabilité à long terme.