

IM/PATIENTE — ÉPISODE 5 :

“Quand c’est gratuit, c’est toi le produit”

Triggerwarning : Impatiente est un podcast sur le cancer du sein pensée par Maelle Sigonneau et moi même. Si le sujet vous touche particulièrement, cet épisode quand vous vous sentirez prêt·e. Vous entendrez également la voix de Maelle issue d’un entretien que j’avais mené en 2018 avec elle. Nous espérons ainsi continuer le combat que nous avons entamé avec Maëlle.

Comédienne 1 : (en transparence sous la voix de Mounia)

Alors, le mois dernier, j’en étais à...

- crème visage : 13 euros (bruits de tiroir caisse),
 - Massage : 50 euros (bruits de tiroir caisse) à répéter presque tous les mois
 - Gel lubrifiant pour sécheresse vaginale : 60 euros (bruits de tiroir caisse),
 - Vernis pendant la chimio : 50 euros
 - Soutiens-gorges pour radiothérapie : 60 euros (bruits de tiroir caisse),
 - Séance d’ostéopathie : environ 80 euros
 - Séances de psy que la mutuelle ne rembourse pas toujours : 50 euros
 - Essence pour se rendre aux rendez-vous : 80 euros
 - Ça fait un total de 294,89 euros par mois (bruits de tiroir caisse ++)
- Ca, fois 13 mois, Soit près de **quatre mille** euros.

MOUNIA :

Ces dépenses, ce sont celles de Laetitia, une amie de Danièle, la mère de Maëlle qui a eu un cancer du sein. Elle a calculé les dépenses en soin, en lien avec son cancer du sein, sur 13 mois. Six mois après l’arrêt de ses traitements, Laetitia est toujours en arrêt maladie.

La vie avec le cancer du sein entraîne un certain nombre de coûts, certains indispensables, comme le vernis pour protéger les ongles pendant la chimio, et éviter leur chute, d’autres un peu moins mais qui aident les femmes à se sentir bien pendant le cancer et qui sont d’ordre esthétique et psychologique. Une rapide recherche sur internet nous montre que la startup nation

ne fuit pas devant la maladie: essayez en tapant “cancer du sein beauté” dans votre moteur de recherche ...

MOUNIA :

Et si certaines dépenses étaient complètement superflues ? Et induites par un business qui fait payer au prix fort des produits brandés cancer ? A qui profitent les injonctions à la féminité dans le cancer ?

Dans cet épisode d’Im/patiente, nous allons questionner les enjeux financiers autour du cancer du sein, en nous intéressant particulièrement au marché qu’il représente pour le secteur de la beauté et du bien-être. Entre désir d’apporter du réconfort et intérêts financiers, la frontière n’est pas toujours claire.

GENERIQUE

VOIX LAURA

Février 2016

MOUNIA

Quelques heures après l’annonce brutale de son cancer métastatique par une oncologue, Maëlle a commencé sa chimiothérapie. Elle est en larmes dans la salle d’attente, en état de choc, quand une intervenante de l’hôpital s’approche d’elle. C’est ce qu’elle me racontait dans un entretien que nous avons fait ensemble en 2018 :

MAELLE :

“Et c’est là, de ce jour-là où, euh, donc j’ai fini par faire ma chimio, la psy est passée me voir, une nana est venue me faire un truc de sophrologie, j’sais même pas qui c’était, et c’est là où la fameuse infirmière, onco-esthéticienne est venue me voir pour me dire en gros “ah, c’est pas la frite, on va faire un petit maquillage”, Ah oui ? Mais, mais, non ! Je m’en tape de ton fard à paupière, là ! Qu’est ce qu’il vient faire là, quoi !”

Les onco-esthéticiennes ou socio-esthéticiennes utilisent des soins comme le maquillage, manucures et massages pour accompagner les patient·e·s face aux transformations physiques qu’entraînent les traitements contre le cancer. Pour mieux comprendre leur rôle, nous avons interviewé Rachel Dooghe,

socio-esthéticienne au sein de Belle et Bien, une association qui organise des ateliers de soin et de maquillage gratuits pour les femmes en cours de traitement contre un cancer. Elle m'a expliqué ainsi le rôle de l'association :

RACHEL DOOGHE :

“On va donner des conseils et on va aussi, pendant ces étapes là, montrer. On va devoir, on va aussi proposer aux femmes de reproduire justement les gestes. L'idée n'est pas seulement de... C'est aussi d'apprendre, d'apprendre à le faire, c'est de donner la manière de faire, la meilleure manière de faire pour soi et pour prendre soin de soi, retrouver des gestes plaisir, se réapproprier son image et redonner un peu confiance dans le quotidien. Donc, on va du coup montrer par une démonstration et on va leur proposer de refaire et pour les guider, les accompagner. L'idée c'est qu'elle puisse faire la même chose le lendemain. On leur offre également une de produits cosmétiques parce que l'idée, c'est quand on est en apprentissage, on a beau apprendre, le métier, c'est avoir les outils pour pouvoir refaire le lendemain. Donc on essaye de leur apporter la totalité pour qu'elles aient vraiment toutes les chances de pouvoir reproduire ces gestes. On leur apprend et on leur donne les outils pour qu'elles puissent reproduire.”

MOUNIA:

Et une fois sortie de l'hôpital, les sollicitations à se faire belle ne s'arrêtent pas là. Ouvrez un magazine et vous pourrez tomber sur un article intitulé « la beauté sous chimio ». J'ai été surprise d'apprendre qu'

COMÉDIENNE 2 (ton publicitaire)

« apporter de l'éclat au teint est la préoccupation numéro 1 des femmes sous traitement ».

MOUNIA

Et de voir, juste en-dessous ces phrases écrites :

COMÉDIENNE 2 (ton publicitaire)

“Place aux démaquillants doux, savons surgras et crèmes émoullientes qui apportent hydratation intense et confort, crème de karité hydratante 16 euros. Dès la fin du traitement, on s'offre un sérum accélérateur de repousse de cils. 39 euros”

MOUNIA

C'est Maëlle qui m'a ouvert les yeux sur le coût des soins cosmétiques, ce que nous ont confirmé plusieurs témoignages :

- soit parce que les produits spécifiques pour le cancer sont souvent plus chers que la moyenne : une crème hydratante naturelle sur un site de marque spécialisée dans le cancer, qui est minimum cinq euros plus chère qu'une crème hydratante naturelle d'une marque française¹

- soit parce que à cause des effets des traitements, nous avons besoin de ces produits et services en plus grande quantité : un tube de crème hydratante qui va durer un mois au lieu de trois par exemple.

Et la plupart de ces produits sont à la charge des patientes. Il y a quelques mois, je me suis rendue à la boutique Fée pour Elle dans le cinquième arrondissement de Paris, spécialisée dans le cancer du sein, et qui vend de la lingerie, des turbans, des perruques et des cosmétiques. J'ai demandé à la vendeuse ce qui était remboursé ou non :

VENDEUSE FEE POUR ELLE

“Alors, tout ce qui est cosmétique, donc pour la chimiothérapie comme je disais tout à l'heure, c'est jamais remboursé par la sécurité sociale. Par exemple, les vernis au silicium, c'est obligatoire pour leur chimiothérapie, mais, ce n'est pas remboursé par la sécurité sociale. Il y a de tous les prix, de différentes marques, ça dépend aussi des pharmacies, des boutiques...”

MOUNIA

Ainsi, certaines patientes peuvent se retrouver dans une situation financière compliquée, tiraillées entre envie voir le besoin de prendre soin d'elles et les réalités financières, comme me le confirmait Quitterie Lanta, responsable de l'Espace Patient.e.s à l'Institut Curie - un lieu où les patient.e.s et leurs proches peuvent se retrouver pour échanger et être aiguillé.e.s.

¹ <https://www.memecosmetics.fr/fr/visage/12-chimio-creme-visage.html>
<https://www.yves-rocher.fr/soin-visage/type-de-soin/creme-de-jour/gel-creme-hydratation-non-stop-48h---pot/p/vr.R99180>

QUITTERIE LANTA

“Quand on a un petite salaire, eh ben quand on est malade, on va se retrouver en vraie difficulté financière. Mais, c'est à dire qu'on va avoir du mal à payer son loyer. Du coup, payer son soutien gorge, ça va être compliqué. Acheter des petits bonnets et des turbans.... Moi je passe tous les jours, je dis aux femmes: "il n'y a pas de bonnets orthopédiques." Là aussi, on est dans le marché, c'est à dire que on va dire aux femmes "Voilà, il faut aller acheter un bonnet, un turban chez un prothésiste spécialisé." Non, vous pouvez aller au marché, dans n'importe quelle grande surface, acheter un petit bonnet de running, un chapeau, un foulard qui vous convienne, qui vous ressemble. On pense qu'il faut acheter absolument le bonnet spécial cancéreux qui va coûter... Voilà, la moyenne des prix c'est 40 euros pour un petit bonnet en coton. Donc, là encore, quand on n'a pas d'argent, c'est compliqué. Pareil pour la prothèse capillaire. Souvent, les jeunes femmes qui sont touchées, d'un point de vue financier, elles débutent dans la vie. Elles n'ont pas des salaires forcément mirobolants. Elles ont souvent les cheveux longs. Et les cheveux longs pour que ce soit joli, c'est plutôt des cheveux naturels. Ben c'est très, très mal remboursé par la Sécu. Donc, là aussi, il y a des différences énormes.”

MOUNIA

A cela s'ajoute le fait que ce marché est peu inclusif : il est avant tout pensé pour des femmes blanches. Trouver une prothèse qui correspond à sa couleur de peau quand on est une femme noire, cela peut s'avérer beaucoup plus compliqué.

NATHALIE :

“Je m'appelle Nathalie Schiffange et 43 ans, diagnostiquée d'un cancer du sein en 2013,

Alors, quand je me suis fait opérer pour l'ablation du sein droit, puisque je n'ai pas eu à porter de prothèse pour le sein gauche puisqu'il était sain, il a été reconstruit tout de suite. Effectivement, j'avais une prothèse qui est une prothèse de carnation très claire, alors que moi je suis antillaise et

martiniquaise. Et donc, effectivement, il y a déjà cette interrogation sur le fait que la prothèse, elle est claire et ne correspond pas à ma carnation. Donc, sur cette question là, je sais qu'en 2013, il n'y avait pas à l'époque de prothèses de couleur. En tout cas, moi, je n'en ai pas vu. Mais depuis, il y a quelques entreprises d'appareillage qui ont acheté des prothèses, qui commandent des prothèses, notamment en Allemagne, de ce que j'ai pu avoir comme information, qui se rapproche de la carnation des Noirs et qui ne font pas de différence quand vous les poser sur le corps. Et ça, c'est important pour l'image que vous renvoyez. Quand vous vous regardez dans un miroir, c'est une continuité de vous-même en termes de couleurs, ce qui ne l'est pas quand vous avez une prothèse pour des femmes européennes ou blanches."

MOUNIA

Bien que peu inclusif, pourquoi autant de marques souhaitent s'adresser spécifiquement aux femmes ayant un cancer du sein ? Peut-être parce qu'il s'agit d'un marché.

Maëlle m'avait tout de suite parlé de ce côté business qui la dérangeait profondément et qu'elle interrogeait :

MAELLE (après 39 :13)

"Ensuite y a toute une économie derrière le cancer du sein, qui est comme le cancer féminin le plus répandu en Occident, en tout cas en France. Et ça crée un marché, en fait, surtout là depuis quelques années où y a justement toutes ces vagues comme l'entrepreneuriat social et solidaire, de start-ups qui lancent leurs applis et leurs box leurs machins. Et si tu veux moi, les premiers mois, je trouvais ça génial, on m'offrait des putains de boxes spécial cancer du sein. Alors on me les offrait et dedans t'as les vernis pour pas perdre tes ongles, le kit pour te faire un maquillage permanent des sourcils, et si tu veux au début, j'étais soulagée puisqu'on n'arrêtait pas de me dire qu'il fallait absolument que je me protège de ça et du coup c'est une angoisse et, ça coûte tellement cher et tu sais plus comment faire et, et t'as autre chose à foutre, quoi, t'es en chimio. donc qu'on t'offre des boxes et tout, ben c'est cool t'as pas à t'en préoccuper, tu le fais, c'est bien... Jusqu'à ce que je me rende compte quoi que c'est... C'est un putain de marché. C'est un putain de marché. Et là, ça se développe, quoi. Les foulards un peu funky, les p'tites franges mignonnes, L'Atelier du Sourcil qui

te fais 20%, parce que t'es en chimio, non mais... Et sur le coup tu te dis "super, je fais des économies", et après tu... Ça me fais mal au ventre, là, y a un truc qui me gêne énormément !"

MOUNIA

Le meilleur exemple pour s'en rendre compte s'appelle sans doute Octobre Rose. Il s'agit d'une campagne annuelle de communication destinée à sensibiliser au dépistage du cancer du sein. Durant ce mois, il y a certes des comités locaux qui organisent des ateliers, concours photos ou autres initiatives pour lever des fonds pour la recherche et informer sur cette maladie.

Mais derrière cette campagne, il y a aussi des grandes marques.

Dans le documentaire *L'industrie du ruban rose*, adapté du livre de Samantha King, la réalisatrice Léa Pool a enquêté sur le pinkwashing (marketing rose) de la campagne Octobre Rose : le film décrit notamment comment dans les années 1980, Charlotte Haley, une femme de 68 ans qui a vu les femmes de sa famille souffrir du cancer du sein, arpente les rues de New York, un carton à la main. On peut y lire : « Le budget annuel du National Cancer Institute est de 1,8 milliard de dollars; seulement 5% de cet argent va à la prévention du cancer. Aidez-nous à réveiller nos législateurs en portant ce ruban.» Inspirée par les rubans rouges contre le sida, elle offre aux passant·e·s un petit morceau de ruban de couleur saumon, bricolé par ses soins, à épingler sur ses vêtements en signe de soutien.

Dix ans plus tard, en 1992 la firme Estée Lauder, qui avait justement décidé de s'investir dans cette cause, lui propose de s'associer mais Charlotte Haley refuse que son combat soit récupéré par une marque. Estee Lauder décide d'investir tout de même la cause mais change la couleur du ruban : plutôt que saumon, il sera rose.

En France, Octobre Rose est porté par l'association « le Cancer du sein parlons-en » depuis 1994. Elle a été fondée par le groupe Estée Lauder France et le magazine Marie-Claire et est soutenue par de nombreuses marques cosmétiques, mais aussi agro-alimentaires.

A cette période se multiplient aussi les opérations marketing si bien que la blogueuse et militante Manuela Wyler, autrice de *Fuck my cancer*, et décédée en 2017, écrivait au sujet d'Octobre Rose :

COMÉDIENNE 3 :

« Tu sais, si tu loupes octobre, quand tu es dans le business cancer du sein c'est comme louper Noël pour les marchands de jouets. Tu es mort. »

MOUNIA

Voici un florilège de quelques offres que nous avons repérées en octobre 2019 : une marque de thé a lancé un thé vert à la menthe aux pétales de rose en édition limitée, dont la boîte a été dessinée par une célèbre créatrice de mode (16€ les 125g). Il y a également un marque de robot de cuisine, qui a lancé plusieurs modèles de robots multifonctions de couleur rose : 50 € pour les robots pâtisseries multifonctions couleurs sorbet framboise, rose nacré ou rose poudré, et 40 € pour le robot multifonction rose dragée.

Mais pourquoi les marques - notamment de cosmétique- se positionnent-elles sur la prévention contre le cancer du sein ? Pour y répondre, nous avons interrogé Blanche Bevilard, Responsable Projets Oncologie dans l'équipe des Relations Médicales La Roche-Posay :

BLANCHE :

“En fait, on est présent à côté des dermatologues depuis très longtemps et en 2015, on a eu des demandes des oncologues dans les hôpitaux qui géraient les pathologies des patients, mais qui étaient moins au fait de tout ce qui était prise en charge cutanées et des dermatologues qui avaient besoin d'un lien entre les oncologues et les dermatologues.

Et donc, on s'est dit nous, on s'occupe déjà des peaux sensibles à l'extérieur. Pourquoi est-ce qu'on n'irait pas creuser le sujet avec les spécialistes? Et pourquoi est-ce qu'on n'irait pas accompagner aussi les personnes malades via l'éducation des professionnels de santé ? Grâce aux recherches qu'on a faites. Souvent à l'hôpital, les soignants n'ont pas forcément le temps de se poser sur les problèmes de peau. Ils s'occupent de la vie de la patiente, des traitements à proprement parler. Si

les laboratoires dermatologiques qui ont une expertise sur la peau, sur tous ces problèmes ne s'y mettent pas, et bien c'est compliqué de s'y mettre."

MOUNIA

Ainsi, Blanche Bevillard explique que si la marque La Roche - Posay s'est mise à distribuer des produits pour les patientes et à organiser des ateliers, c'était une réponse à une demande des structures hospitalières.

Pour Quitterie Lanta, la présence de marques dans les hôpitaux est une opération gagnant-gagnant :

QUITTERIE

"Du coup, le biais, c'est aussi qu'on a des entreprises -- puisque c'est un marché -- qui, elles, essayent de se faire connaître. Et pour se faire connaître, ça veut dire toucher leur cible, leur clientèle, qui sont les patients. Et là, tous les moyens sont bons. Et souvent, ce sont les entreprises qui sont les plus fortes, qui ont de l'argent, qui ont un gros lobbying, qui vont trouver des moyens de biaiser un peu les choses et d'entrer.... C'est un peu le cheval de Troie : "je rentre en proposant un atelier". "Tiens, je vais vous proposer un atelier sophrologie". Mais en fait, on va parler soins de la peau et puis, le patient est tellement content de recevoir un soutien, de se dire "tiens de la sophrologie, ça va m'aider", c'est gratuit, c'est du bonus, on prend. Mais bon, comme on dit souvent, surtout sur tout ce qui est numérique, etc. : "Quand c'est gratuit, c'est toi le produit." Voilà. Donc, on va avoir une offre d'ateliers beauté, d'ateliers de sophrologie, on va vous proposer des journées glamour, etc. Il faut savoir qu'il y a toujours quelque part une contrepartie."

MOUNIA :

A cela Blanche Bevillard répond :

BLANCHE :

Et ensuite, sur tout ce qui est mallette de maquillage, c'est souvent. Les hôpitaux n'ont pas les moyens d'avoir accès à ces

produits que l'on préfère les ouvrir et permettre aux patientes pendant leur séjour d'apprendre pendant 10 minutes comment camoufler une rougeur sur le visage ou via des produits qui sont sûrs, qui sont adaptés. On est sûr qu'il ne va pas y avoir d'effets indésirables en utilisant ces produits.

MOUNIA :

En plus de l'intérêt économique, Maëlle proposait une autre analyse des raisons autour des injonctions à se faire belle : se maquiller, c'est aussi cacher sa maladie. C'est rester dans l'image de la femme que la société veut que chacune soit. Une femme docile, coquette, qui ne laisse pas voir les signes du cancer. Qui continue à tenir cette image de femme forte, toujours là pour ses enfants et son époux. Une femme qui ne montre pas ses cernes et son teint pâle, et qui préserve sa féminité à coup de mascara et de perruque bien en place. Une femme avant d'être une patiente. Et ça, ça la rendait dingue, Maëlle.

MAELLE

"C'est c'que je te disais l'autre jour au café, j'ai énormément réfléchi sur, attends, moi j'ai, au bout de deux ans de tout ça, je me suis quand même beaucoup détachée de ces injonctions à la féminité, pourtant, l'idée de revenir en chimio et de reperdre mes cheveux me rend triste, me fait peur, malgré ça, j'en n'ai pas envie. Pourquoi ? Tout simplement parce que c'est une atteinte à mon intégrité physique. Mais c'est pas une atteinte à ma féminité ! Ça n'existe pas, la féminité. Un homme qui perd ses cheveux, qui perd ses poils sera autant touché, mais c'est juste qu'il n'y aura pas de mots, pas de discours là-dessus, et d'ailleurs c'est une autre facette du problème. Quand je perds mes cheveux, ça m'atteint de la même manière que quand j'ai des œdèmes et que mes mains triplent de volume. Voilà. C'est la même, c'est le même problème, en fait, que quand j'ai des aphtes et que ça fait mal et que je ne peux pas manger. C'est le même problème, voilà. C'est que mon corps tout d'un coup me fait défaut. Et c'est ça le souci. C'est pas la féminité. Sauf que même en dehors de l'hôpital, ça va rejoindre un sujet plus large... Mais, à l'hôpital on a donc beaucoup de propositions qui sont tournées vers cette féminité, ces perruques, ces maquillages, etc. D'ailleurs, le discours officiel c'est de se dire que si tu te sens belle et bien dans ton corps, tu as plus de chances de guérir !"

MOUNIA

Ce que nous disons ici, ce n'est pas qu'il ne faut pas prendre du plaisir à se maquiller, à prendre soin de sa peau, des gestes qui peuvent être une vraie source de bien être pendant la maladie.

Ce que nous interrogeons en revanche, c'est ce qu'il y a derrière ces injonctions. A qui cela profite ? Est-ce vraiment désintéressé de glisser des produits de beauté dans la chambre des patientes ? Est-ce que la préoccupation est surtout de rester féminine plutôt que de rester sa dignité ? Dans le *Journal du Cancer*, Audre Lorde fait une analyse similaire en évoquant les prothèses mammaires - qu'elle avait refusées :

COMÉDIENNE (Rebecca) :

“En tant que femmes, nous avons à nous battre tous les jours contre cette dépersonnalisation, cette pression extérieure qui nous force à troquer l'image que nous avons de nous même contre ce qui, selon les médias serait susceptible de satisfaire la demande masculine. Le fait qu'on insiste davantage sur le caractère décent que sur celui de fonctionnel des prothèses mammaires, constitue un exemple supplémentaire de cet effacement de soi auquel les femmes sont constamment invitées à collaborer .”

Un peu plus loin elle écrit :

“Quand normal signifie la bonne couleur, la bonne forme la bonne taille, ou le bon nombre de seins, la perception qu'a une femme de son propre corps et la certitude qui en découle sont négligées, banalisées, niées. Quand je pleure mon sein droit, ce n'est pas son apparence que je pleure mais son contact et sa réalité. Hélas dans ce domaine où l'artifice est roi, l'idée qu'une femme puisse n'avoir qu'un sein et être belle quand meme est considérée comme dépravée ou au mieux déviante, une menace pour le moral.”

Le plus important ce serait donc que chaque femme puisse faire ses choix au mieux, sans être poussée par un marketing aguicheur ou par une pression à rester féminine.

Comment s'en sortir alors ? Maëlle aimait s'offrir des turbans, voyait sa psychologue parfois toutes les semaines, et achetait du blush bio. Parce que critiquer un système qui crée des injonctions à la beauté n'empêche pas de vouloir *aussi* prendre soin de soi. Ses foulards, Maëlle les achetait à Fanny Viegas, créatrice de la marque Entrenoue. Lorsque nous avons pensé cet épisode, Maëlle m'a tout de suite dit qu'elle aimerait que nous rencontrions Fanny, pour qu'elle nous parle de comment elle a créé sa marque, et du milieu concurrentiel du business du cancer du sein. Alors on l'a rencontrée.

FANNY VIEGAS

“Quand je suis arrivée dans le milieu du bien-être autour du cancer, j'ai été frappée par la concurrence. J'ai été absolument choquée de découvrir qu'il pouvait y avoir de la concurrence dans le bien-être, j'ai trouvé ça aberrant. Parce que moi je sortais tout juste de ma maladie, j'étais encore dans les traitements, j'étais encore dans la fragilité psychologique de la maladie et je suis arrivée avec mes bonnes intentions en croyant que j'arrivais dans le monde des bisounours. Sincèrement j'en parle jamais mais je me suis heurtée à des requins. J'ai trouvé que les gens avaient la sensation d'avoir tout inventé et après il y a vraiment le milieu concurrentiel où il y a une course à la vente, avec beaucoup de propositions, de codes promos etc. et j'ai trouvé que dans le milieu de la maladie c'était indécent en fait.”

MOUNIA

Fanny Viegas est transparente sur son modèle économique, et essaye de concilier entrepreneuriat et soutien de la recherche.

FANNY VIEGAS

“Je reverse 5% à L'institut Paoli-Calmettes à Marseille qui est un grand centre de recherche contre le cancer, pour moi ça serait impensable que je ne reverse pas. Même quand j'ai créé ma marque, c'était mon objectif, même si ça paraît ridicule ce que je reverse, mais on a tellement besoin de contribuer... Quand je fais des turbans, je me dis “oui, c'est du concret, ça aide quelques personnes à se sentir bien l'espace d'un moment, c'est un réconfort etc”. mais ça suffit pas. Moi je préférerais ne plus vendre de turban du tout, qu'on n'ait plus besoin d'en

porter et la recherche c'est la base de tout donc voilà pourquoi je reverse."

MOUNIA

Sur instagram, nous vous avons demandé ce qui vous (a) fait du bien pendant vos traitements.

NUAGE VOIX

Un shooting photo
De la sophrologie
De l'acupuncture
Danser
Nager
Tricoter
Marcher en forêt
De l'hypnothérapie
Se masser
S'acheter une jolie perle

MOUNIA

Dans vos réponses, assez peu d'entre vous nous ont parlé des soins cosmétiques au final, mais plutôt de comment faire face aux nausées de la chimio (le gingembre !), se ressourcer dans la nature ou auprès de ses proches. Vous avez été très nombreuses à nous parler de ces fameux "soins de support" : acupuncture, psychologue, médiation, shiatsu... qui ont été importants pendant et après vos traitements.

Ces soins ont pourtant des coûts, souvent portés par les patientes et leur entourage. Que ce soit pour fabriquer ses propres cosmétiques, ou accéder à des médecines douces, nous n'avons pas toutes les mêmes ressources en termes de temps et d'argent que ces soins requièrent. A cela s'ajoutent les frais de la vie courante : paiement du loyer, des courses, des transports, alors que la vie professionnelle des patientes se retrouvent souvent bouleversée. Encore une fois, toutes les femmes ne sont pas toutes égales face au cancer, et les coûts économiques et sociaux impactent d'autant plus les plus précaires.

Parce que le cancer n'impacte pas que notre corps, mais percute de plein fouet notre quotidien... Comment le cancer impacte-t-il notre vie au travail et nos relations aux autres ? Existe-t-il des

aides financières et sont-elles suffisantes ? Rendez-vous le mois prochain pour en parler.

Impatiente a été pensé par Maelle Sigonneau, produit par Nouvelles Ecoutes

Co-écrit et incarné par Mounia El Kotni, avec Laura Cuissard

Réalisé par Aurore Meyer Mahieu

Mixage de Clothilde Fauchille

Avec les voix de Rebecca Chaillon et Laura Marine

Programmation Cassandra de Carvalho