“Octobre Rose” et “Novembre Bleu” : d’où viennent ces campagnes et pourquoi elles comptent

20 novembre 2025 à 11h 49 - ALPHA OUMAR BALDÉ

Alors qu’octobre s’est teinté de rose pour la lutte contre le cancer du sein, le mois de novembre, lui, se pare de bleu. Deux couleurs, deux causes, mais une même ambition : sensibiliser, prévenir et sauver des vies. En ce mois de novembre, il est temps de se pencher sur les origines et les enjeux de Novembre Bleu, sans oublier de comprendre comment Octobre Rose a ouvert la voie à ces grands mouvements de santé publique.

Octobre Rose : la mobilisation née d’un ruban

L’histoire d’Octobre Rose commence aux États-Unis, au début des années 1990, avec l’adoption du ruban rose comme symbole de la lutte contre le cancer du sein. En France, la première campagne a été lancée en 1994, sous l’égide de l’association Le Cancer du Sein, Parlons-en ! (aujourd’hui rebaptisée Ruban Rose), fondée par le groupe Estée Lauder France et le magazine Marie-Claire.

L’objectif de cette campagne est d’informer, dépister et soutenir la recherche sur le cancer du sein.

octobre rose

Aujourd’hui, en Guinée comme ailleurs, octobre est devenu un mois symbolique de mobilisation autour du dépistage du cancer du sein.

Novembre Bleu : la réplique masculine

Quelques semaines plus tard, place au bleu, couleur associée à la santé masculine. Le mouvement s’appuie principalement sur la campagne internationale *Movember* (portmanteau de moustache et November), née en 2003 en Australie, à l’initiative de deux amis, Travis Garone et Luke Slattery, à Melbourne.

Movember

Le principe : laisser pousser sa moustache pendant tout le mois de novembre pour susciter la discussion sur des sujets souvent tus (le cancer de la prostate, le cancer des testicules, mais aussi la santé mentale et la prévention du suicide chez les hommes).

© 2026 Idimijan | Tous les droits réservés

Pourquoi un mois pour les hommes ?

Si les campagnes de santé masculine sont arrivées plus tard sur le devant de la scène, c'est notamment parce que les hommes consultent moins que les femmes et sont souvent moins sensibilisés aux enjeux du dépistage précoce.

Le programme Movember met l'accent sur trois grands axes :

- Le cancer de la prostate
- Le cancer des testicules
- La santé mentale et la prévention du suicide.

Ces trois volets ont été identifiés dès l'origine de la campagne comme des « *zones d'ombre* » de la santé masculine.

Deux mois, une même philosophie : la prévention par la parole

Au fond, Octobre Rose et Novembre Bleu sont les deux faces d'une même médaille : celle de la santé publique participative. Ces campagnes rappellent que la prévention n'est pas qu'une affaire médicale : c'est aussi une question de société, de dialogue et de solidarité.

Les couleurs et les symboles servent à dédramatiser, à rendre visibles des sujets souvent passés sous silence. Voir fleurir des moustaches en novembre ou des rubans roses en octobre, c'est aussi une manière de dire : « *Je soutiens, j'en parle, je me mobilise* ».

Une mobilisation mondiale, des résultats concrets

Depuis leurs débuts :

- Octobre Rose a permis de sensibiliser des millions de personnes et de faire du dépistage un réflexe.
- Movember, de son côté, est devenu un phénomène global : plus de cinq millions de participants à travers le monde et plusieurs centaines de projets financés en santé masculine.

Ces campagnes sont aujourd'hui relayées par des associations, des entreprises, des médias, des clubs sportifs et des collectivités.

En ce mois de novembre, alors que les moustaches fleurissent et que les campagnes de sensibilisation se multiplient, souvenons-nous que la santé masculine n'est ni une affaire de gêne ni de virilité, mais de vie et de responsabilité.

© 2026 Idimijan | Tous les droits réservés

Octobre Rose et Novembre Bleu ont réussi à transformer deux simples couleurs en symboles puissants de solidarité et d'espoir. Et si, finalement, le message commun de ces campagnes était simplement : « *Prenez soin de vous, parlez-en, dépistez-vous* »…

© 2026 Idimijan | Tous les droits réservés