

Marketing Social

Ashley Young, Florian Mottier, Kamel Galley, Viviane Clausen

Lesquelles de ces 3 campagnes relèvent du marketing social ?

A



Seuls des **MONSTRES** portent encore de la **FOURRURE**

LIGUE SUISSE CONTRE LA VIVISECTION et pour les droits de l'animal
Chemin des Arcs-en-Ciel 3/Case postale 148 - 1226 Thônex / Genève Info: tél: +41 (0)22 349 73 37 admin@lscv.ch www.lscv.ch CCP 12-2745-6

B

Jusqu'en 2020, tout notre bois provient de sources certifiées FSC.

En échange, tu utilises le soleil comme source d'énergie.

D'accord?



SOLSTRÅLE bas, l'installation solaire simple pour les petits budgets. Prix IKEA FAMILY. À partir de **9'180,-** Prix normal à partir de 10 800,-

10 CONSEILS 10 conseils de vie durable, élaborés avec le WWF Suisse, t'attendent sur IKEA.ch/tips



C



facebook Search

Coca-Cola Australia ▶ shareacoke.com.au Like

Food/Beverages

Share a virtual can 150 Names & Songs Create a custom can

Get together and share a **Coke**

Coke has always been a part of people coming together. And now, for the first time ever, we're giving Australians the chance to find, create and share a **Coke** with the people who matter to them.

We've put 150 names on bottles so you can share a **Coke**. Check 'em out!"



Définition(s) du marketing social

«Social marketing was defined as the design, implementation, and control of programs calculated to influence the acceptability of social ideas and involving considerations of product planning, pricing, communication, distribution, and marketing research.» Kotler and Zaltman 1971

«Social marketing should be distinguished from «societal marketing» on the one hand and «nonprofit organization marketing» on the other.»

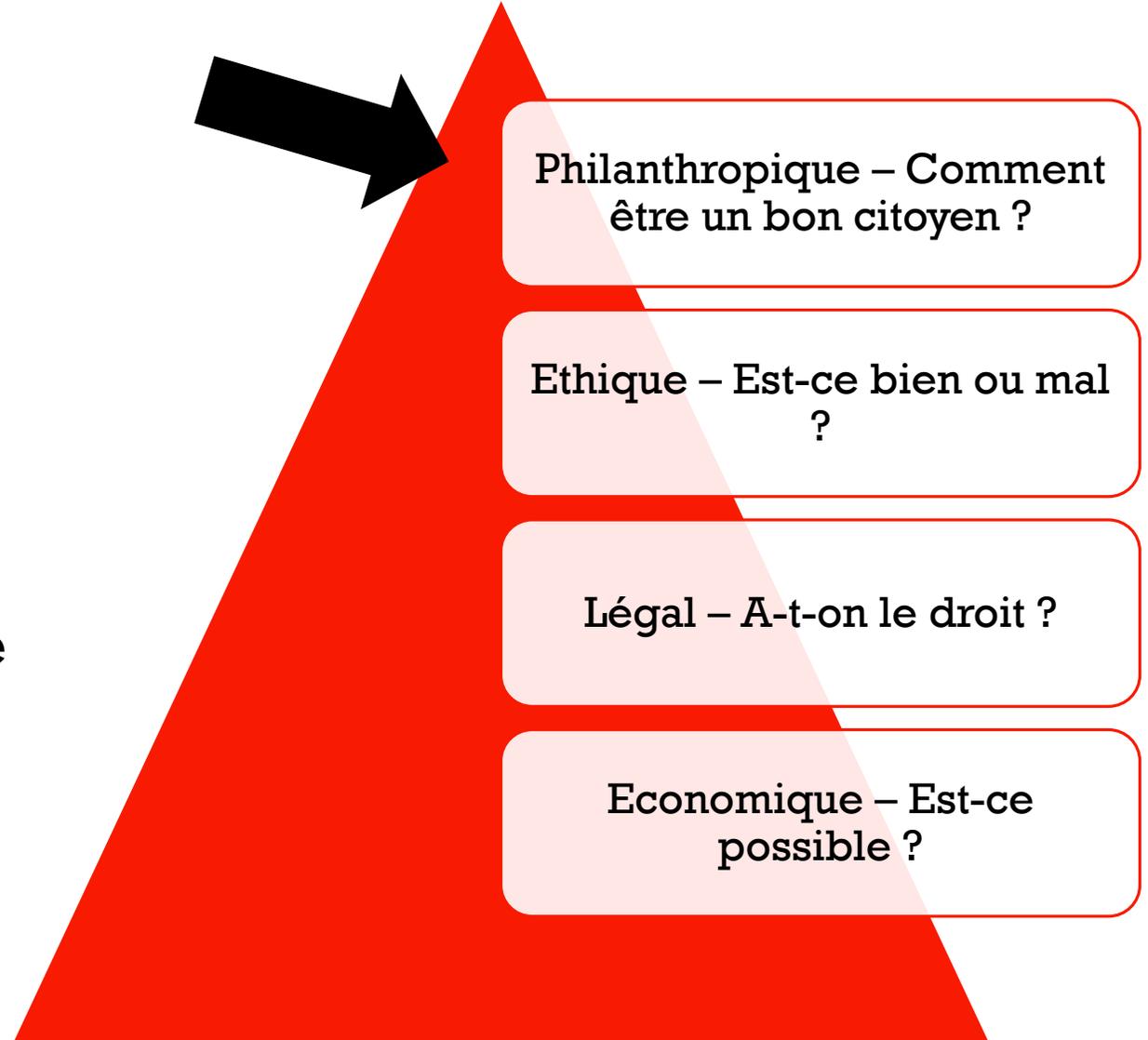
«Social advertising amounts to «a shot in the dark» unless it is preceded by careful marketing research.» Kotler and Fox 1980

«Social marketing is treated as an endeavor that can be engaged in by profit making organizations.» Bloom and Novelli 1981

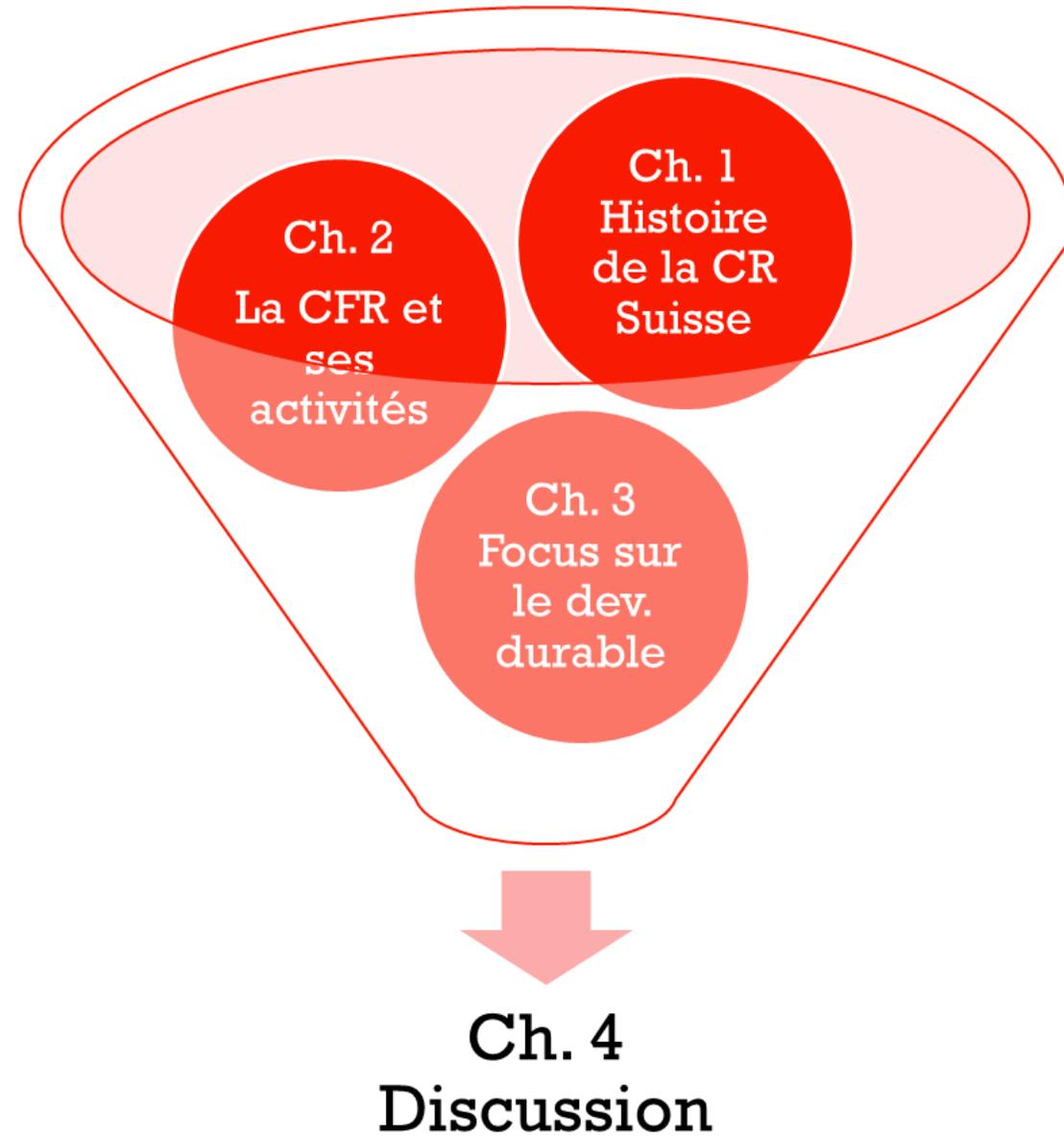
«Social marketing is the adaptation of commercial marketing technologies to programs designed to influence the voluntary behavior of target audiences to improve their personal welfare and that of the society of which they are part.» Andreasen 1994

Conclusion

« Le marketing social est l'adaptation des technologies de marketing commercial aux programmes conçus pour influencer le comportement volontaire des publics cibles le bien-être personnel et celui de la société dont ils font partie. »



Contenu

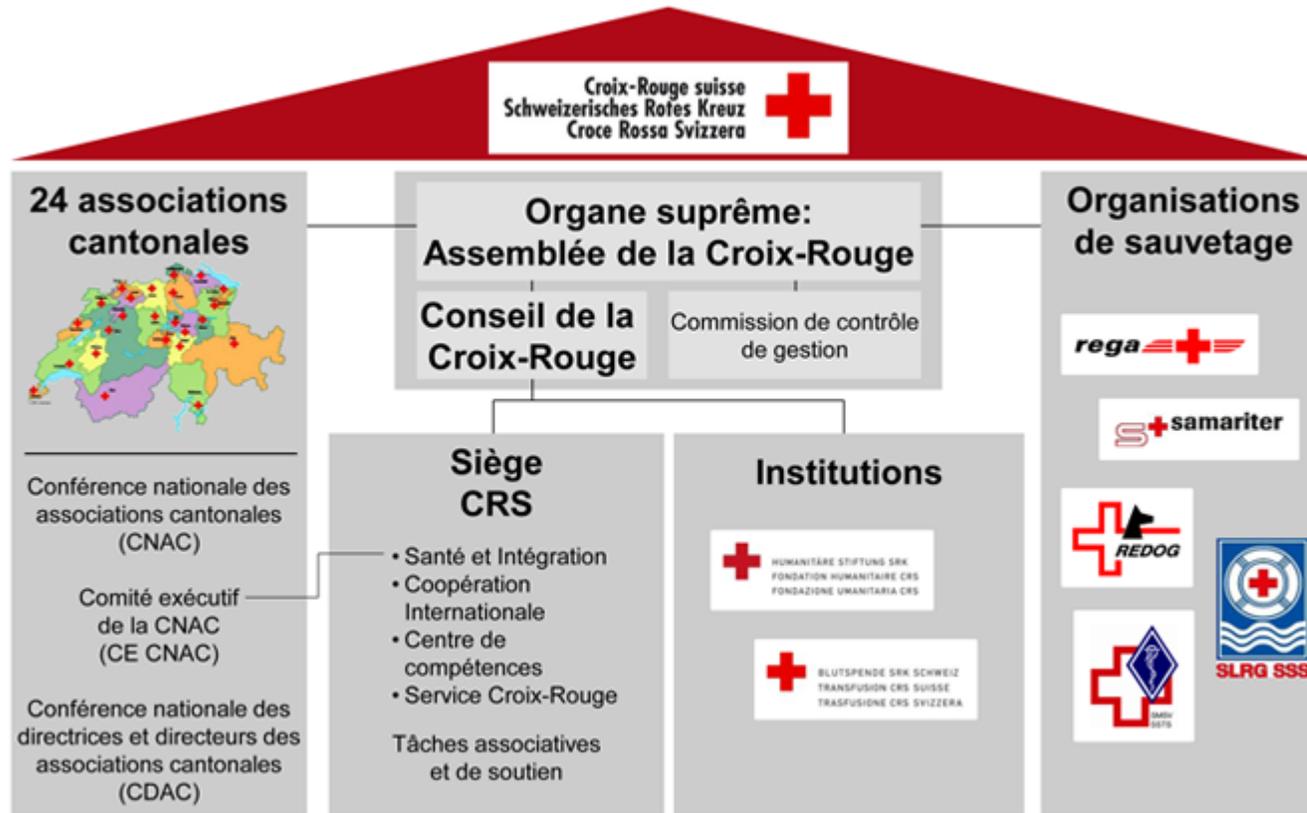




Histoire

- Manifeste *Un Souvenir de Solférino* Henry Dunant
 - 1) Neutraliser le personnel sanitaire
 - 2) Création des sociétés chargées du secours et de la prise en charge des blessés
- 1863 Création CICR à Genève
- 1866 fondation CRS à Berne à l'initiative du CICR
 - „concourir au service de santé de l'Armée suisse et à la protection des familles privées de leur soutien par l'appel sous les drapeaux“.

L'Organisation de la Croix-Rouge Suisse



- En 2000 → Simplification des structures
- “Cantonalisation”
- Représentation par 24 associations cantonales indépendantes
- Décentralisation de la CRS

Activités des associations cantonales

Aider les plus faibles

bien-être des
personnes âgées et
handicapées

sécurité à domicile par
le système d'alarme

conserver l'autonomie

vivre plus longtemps
entre leurs quatre murs

Promouvoir la santé

engourager à prendre
en main la santé
personnellement

auxiliaires de santé
pour soutenir les gens
âgés vivant à la maison
ou en EMS

bénévoles aux soins
palliatifs

Eviter l'exclusion

les bénévoles rendent
régulièrement visite
aux gens menacé
d'exclusion pour les
préserver de
l'isolement

Lecture ou promenades
accompagnées

Activités coordonnées

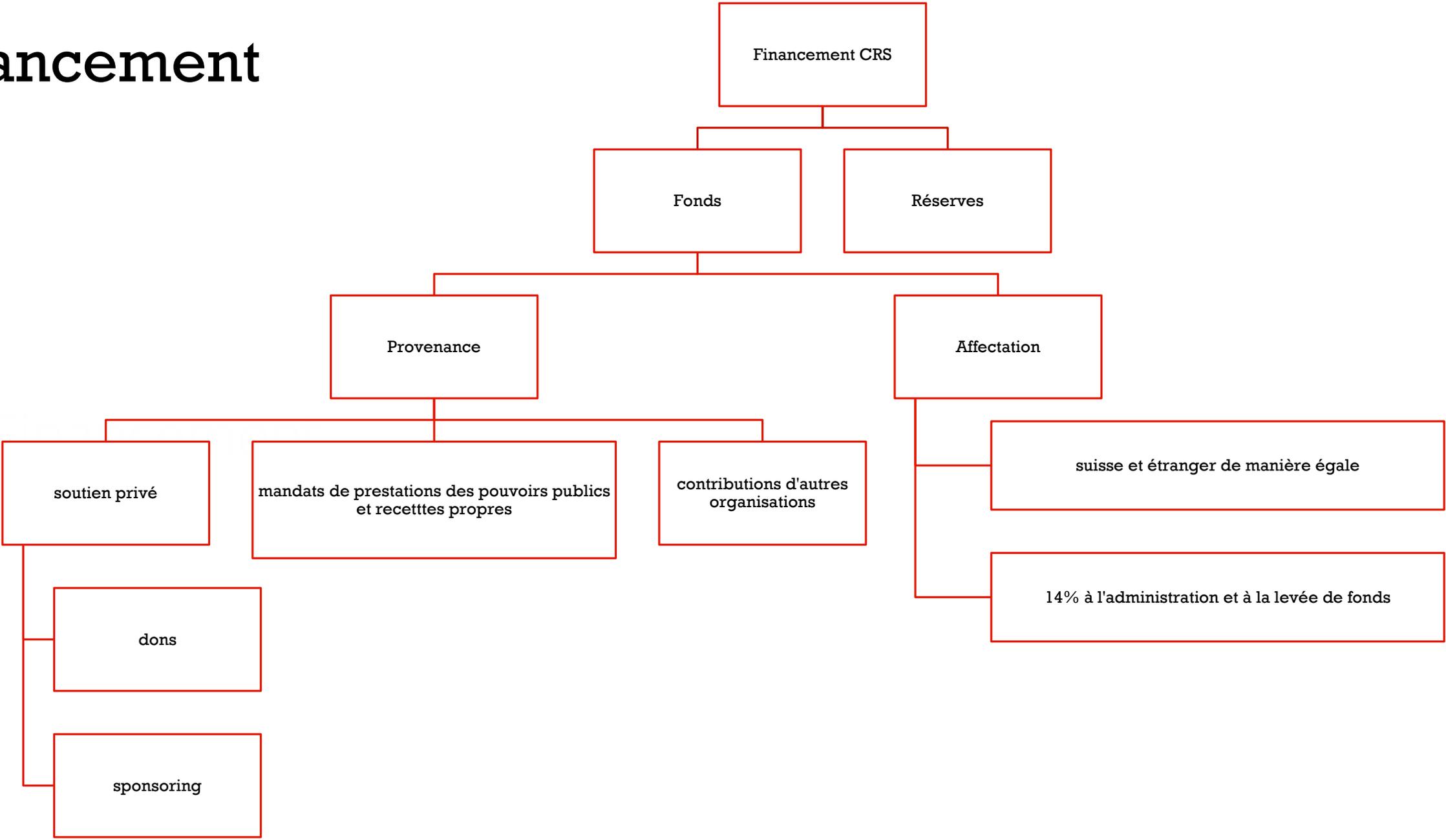
2 600 employés

13 000 bénévoles

collaboration sur les
thèmes d'importance
nationale

organes de coopération

Financement



Emploi et bénévolat



61 017

443

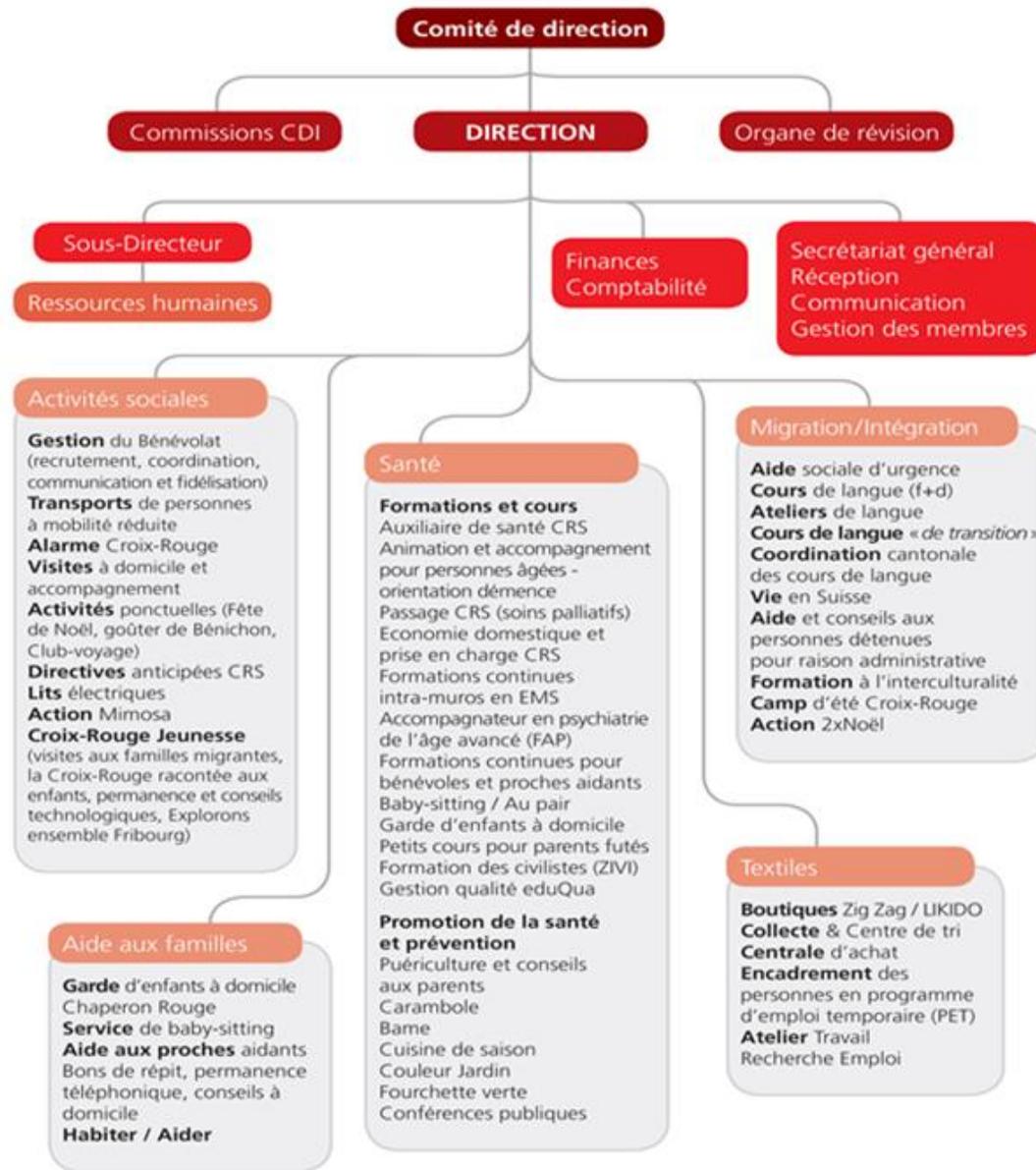
The background features a series of thin, light gray curved lines that sweep across the frame, creating a sense of motion and depth. A prominent red callout box is positioned in the center-left, containing the main title and subtitle. The box has a small triangular pointer at its bottom center.

Partie 2

La CFR et ses activités

Les activités de la Croix-Rouge fribourgeoise

Organigramme



La santé – Offre de formations



- Auxiliaire de santé CRS
- Babysitting
- Animation et accompagnement auprès des personnes âgées
- Accompagnateur en psychiatrie de l'âge avancé (cours FAP)
- Passage CRS / Palliative care
- Mobiliser en toute sécurité (PDSB)
- Economie domestique et prise en charge CRS
- Garde d'enfant à domicile
- Formation continue pour professionnels de la santé
- Formation continue pour proches aidants et bénévoles
- Cours pour parents futés
- Processus d'équivalence auxiliaire de santé CRS

La santé – Programme de sensibilisation

- La Croix-Rouge met en place de nombreux programmes de sensibilisation principalement axés sur la pratique sportive et l'alimentation équilibrée
 - Couleurs Jardin fait la promotion de l'alimentation équilibrée et de la production alimentaire locale, articulée autour de journée de jardinage dans des jardins communautaire.
 - Carambole est un programme d'activités gratuites à disposition des crèches et des accueils extra-scolaire fribourgeois
 - BAME est un plateforme en ligne qui offre échanges et informations sur l'alimentation et le mouvements des enfants jusqu'à 12 ans
- La Croix-Rouge organise également des conférences publiques abordant les enjeux de santé publique. Les conférences ont lieu une ou deux fois par année.



Les activités sociales et l'aide aux familles

- Principalement destinées aux personnes âgées et aux familles
 - Aide à domicile et visites
 - Système d'alarme et raccordement
 - Permanence téléphonique
 - Voyages



7'920 missions de transport organisées



7'378 heures de garde d'enfants malades

- Garde d'urgence à domicile, Chaperon-Rouge
- Conseils et informations aux jeunes parents
- Service de babysitting
- Soutient aux proches aidants

L'intégration et la migration

- Cours de langue pour les débutants
 - Organisée dans plusieurs localités du canton : Fribourg, Bulle, Estavayer-le-Lac, Romont, Morat, Châtel-St-Denis, Tafers et Domdidier
 - 1205 inscriptions en 2016
- Visite dans les familles de migrants
 - Les bénévoles apportent un soutien aux familles, les conseillent
 - Egalement un moment de partage et de rencontre entre migrants et résidents suisse
- Vie en Suisse,
 - un cours qui permet aux populations migrantes de se familiariser avec les traditions, l'administration, le fonctionnement de la société suisse en général.
- Soutien aux migrants détenus pour des raisons administratives
 - Le Programme Détention vise à soutenir et à conseiller les migrants avant un renvoi dans leur pays d'origine
- Intégration des populations marginalisées
 - Aide sociale d'urgence pour les plus démunis qui permet de subvenir aux besoins primaires
 - Fond Mimosa

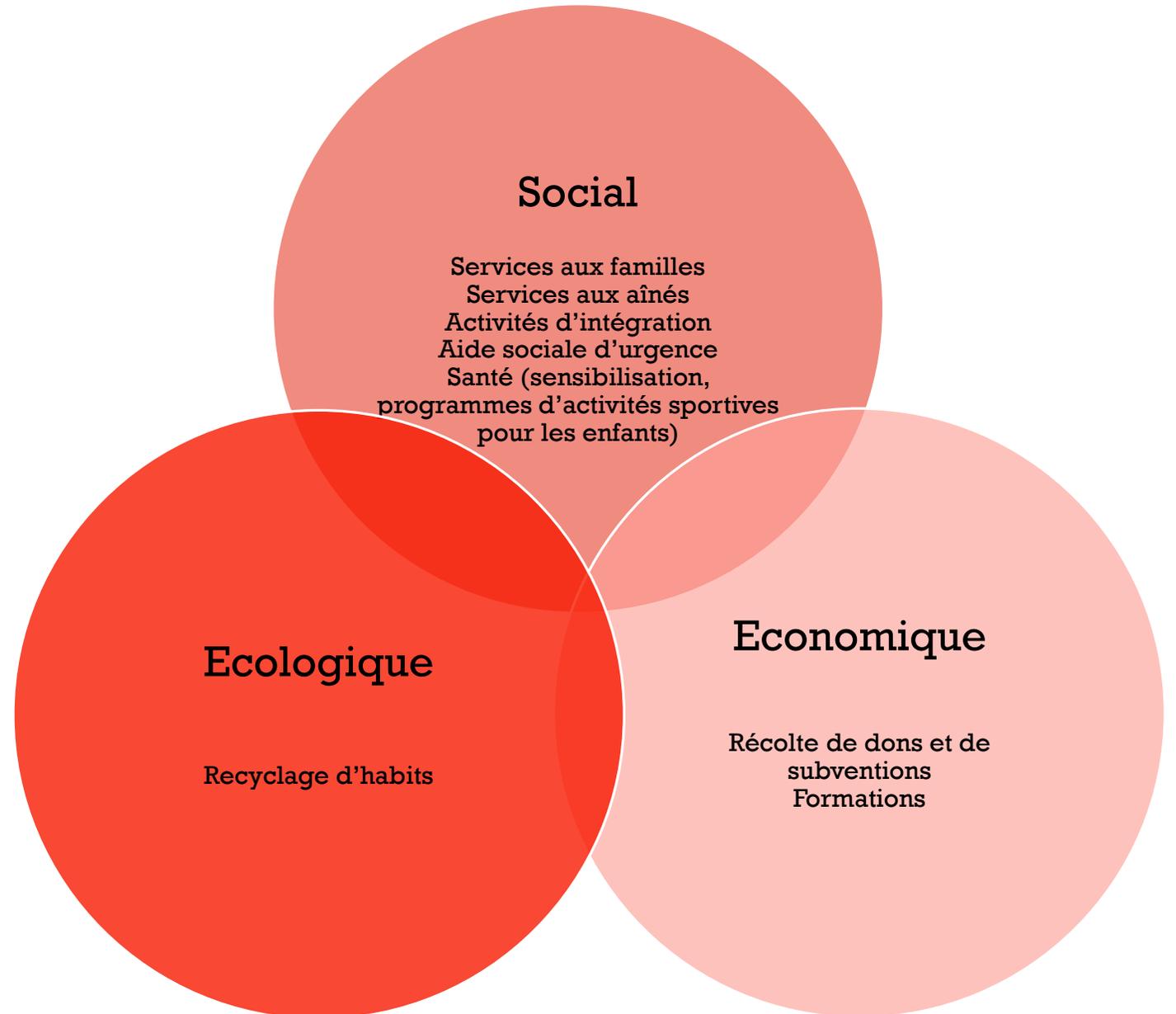


Cours de langue et
intégration

1'205 personnes bénéficiaires

Modèle de la Triple Bottom Line

- Hypertrophie de la sphère sociale due à la génétique de l'institution
- En dehors du textile, la Croix-Rouge communique peu sur l'écologie. Peu d'informations sur l'importance de l'angle écologique pour la Croix-Rouge fribourgeoise qui traduisent le peu de mesures mises en place.
- L'organisation est économiquement pérenne grâce aux dons, aux subventions et aux formations qu'elle vend.





Créons un vrai réseau social

**Visites à domicile
devenez bénévole !**

Croix-Rouge fribourgeoise
Freiburgisches Rotes Kreuz
Association cantonale de la Croix-Rouge suisse



Renseignements:
www.croix-rouge-fr.ch - Tél. 026 347 39 63

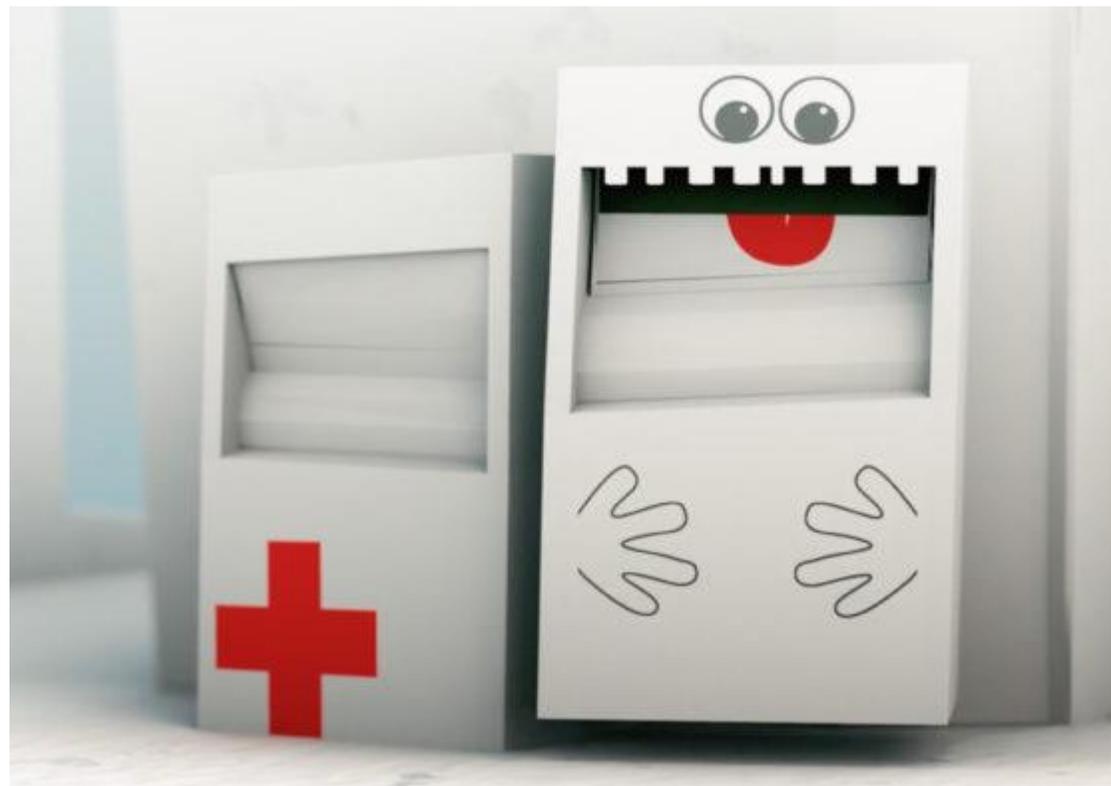
The background features a series of overlapping, curved lines in shades of gray, some solid and some dashed, creating a sense of motion and depth. A prominent red callout box is centered on the left side, containing the text.

Partie 3

La CFR et le développement durable

Zigzag et Likido

3 boutiques: Fribourg, Marly et
Bulle.



100% des dons d'habits profitent au canton de Fribourg

Zigzag et la Triple Bottom Line



Ecologique
par la
récolte et
recyclage de
800 tonnes
d'habits



Social grâce à
la réinsertion
professionnelle
de 250
personnes
chaque année



Economique par
le biais de
l'allégement
budgétaire pour
les familles
démunies

Entretien avec Charles Dewarrat, dir. de la CRF

«Une seule communication pour l'ensemble d'un public cible»

« [Nous souhaitons] freiner la consommation d'habits neufs en favorisant ceux de seconde main pour freiner la production de textiles (exagérée actuellement dans le monde), raison pour laquelle nous sommes partenaires de l'association FAIR'ACT.»

«Pour les Boutiques Zig Zag (BZZ), par ex. c'est toute la population que nous voulons toucher car nous voulons que toute personne, à faible revenu ou aisée, soit cliente de nos boutiques.»

«Notre « marketing social » distingue deux types de démarches :

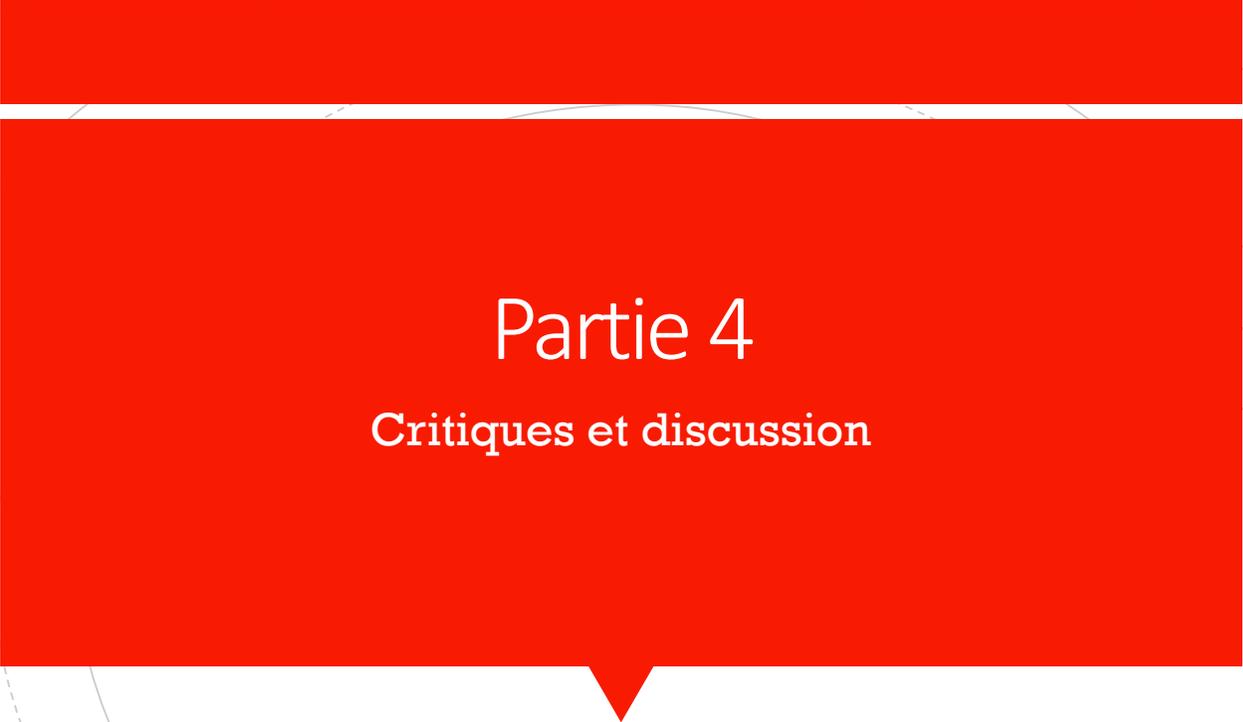
→ La communication sur l'image et les valeurs (avec les campagnes d'affichage notamment)

→ La publicité à proprement parler (par exemple des annonces pour une formation) et là nous utilisons les mêmes outils que le marketing traditionnel (annonces presse, Facebook, etc.)»



Le but ultime: la sensibilisation à la surconsommation des vêtements.

Pourquoi est-ce important ?



Partie 4

Critiques et discussion

Menaces sur l'image de marque de la Croix-Rouge

Scandales sexuels : des employés de la Croix-Rouge ont payé pour des prestations sexuelles lors de leur déploiement dans des théâtres humanitaires. Plus de 20 démissions ces 3 dernières années (un code de conduite l'interdisait depuis 2006).

Scandales financiers : Plus de 5 mio d'euros détournés en Afrique de l'Ouest, avec complicité avérée des employés de la Croix-Rouge. Fausse factures, collusions et gonflement des prix.

Scandales de mauvaise gestion: 3'800 infractions au code du travail relevées au siège parisien de la Croix-Rouge française. Accusation d'inefficacité sur certains théâtres humanitaires (Haïti et les USA notamment).



Quelques **limites** du système humanitaire

Depuis quelques années, les ONGs à vocation humanitaires font face à des critiques systémiques qui, faute d'une réponse satisfaisante pour le public, peuvent être à même de perturber la communication.

1. L'humanitaire serait économiquement et socialement nuisible à LT aux pays qui en bénéficient régulièrement.
2. Le tourisme humanitaire (volontourisme) agit comme un filtre néocolonial à travers lequel l'Occident perçoit certains pays en difficulté.
3. La multiplication des œuvres caritatives et la concurrence pour les dons et les actions spectaculaires qui en résultent provoquent une utilisation non-efficace des fonds levés.



Eduardo, 24

Bo.lan

instituto culinario de mexico

42 miles away

No más amores fugaces ! Cancer 🙄



Prise de **position** de la CRF



MALAISE LES DONS D'HABITS GÉNÈRENT UN VÉRITABLE BUSINESS

Texaid, dont six œuvres caritatives suisses sont actionnaires, revend les vêtements donnés en Afrique. Un système que dénonce le directeur de la Croix-Rouge fribourgeoise.



Charles Dewarrat veille à ce que les containers Texaid n'envahissent pas le canton de Fribourg.
Image: Laurent Crottet

ANNE-FLORENCE PASQUIER
08.10.2013



Pourtant, selon Charles Dewarrat, directeur de la Croix-Rouge fribourgeoise, organisme indépendant, «Texaid ne redistribue qu'une faible partie aux actionnaires. Les dons que font la population doivent être respectés, je ne veux pas que la moitié soit redistribuée à des intérêts privés.»

[...]

Difficile pour [Texaid] d'imaginer que la vente de dons puisse choquer. Elle reconnaît d'ailleurs que «les gens qui achètent nos habits en Tanzanie ou ailleurs ne sont pas forcément pauvres, mais au moins ils peuvent acheter des habits à des prix corrects», conclut Lilly Sulzbacher [porte-parole de Texaid].

Source: Le Matin, 08.10.2013

Ouverture de la discussion

Peut-on reprocher à l'aide humanitaire de nuire au développement socioéconomique des régions qui sont les destinataires de ces dons ?

