



Co-Créateurs Ashoka

Sandrine RAFFIN

LINKUP FACTORY
PENSER & AGIR RSE

Link Up, Intrapreneure

Prévention santé et marketing social



Sandrine Raffin a développé une approche unique pour mobiliser les acteurs locaux afin de développer une réponse commune aux enjeux sociétaux. Capitalisant sur sa capacité à orchestrer un impact collectif sur un territoire, à déployer à grande échelle via la franchise et à détourner la puissance du marketing à des fins sociales, elle déploie des programmes de prévention aux enjeux sociétaux.

Pour répondre à ces nouveaux enjeux sociétaux et impulser un changement des comportements, Sandrine a identifié le marketing social comme un outil très puissant pour rendre les populations actrices de leur prévention.

LE PROBLÈME

Les enjeux sociétaux tels que la santé et le bien-être, la lutte contre les violences, les problématiques environnementales, nécessitent un changement des comportements durable. Ces nouveaux maux de la société appellent à une réponse sociétale plus que médicale. Près des deux tiers des pathologies dont nous souffrons et mourons sont des maladies non transmissibles comme l'obésité, le diabète. L'excès de poids et l'obésité chez l'enfant par exemple deviennent une préoccupation de santé publique, en 1965 ils étaient estimés à 3%, en 2000, près de 15% des enfants en étaient atteints.

Répondre à ces nouvelles problématiques, et faciliter les changements de comportement pour prévenir les maux de la société contemporaine nécessite de s'ancrer au plus proche des populations et d'engager les autorités locales à créer un environnement facilitateur. C'est l'objectif du marketing social, une approche qui se définit comme "l'application de techniques de marketing élaborées dans le secteur commercial pour résoudre des problèmes sociaux, via la modification des comportements". Spécialiste du marketing social, Sandrine souhaite appliquer ces principes pour répondre à ces enjeux.

IMPACT

- 252 villes engagées dans le programme
- 3,5 millions de Français impactés

LE MODÈLE DE CO-CRÉATION

La mobilisation de partenaires et parties prenantes publics et privés au niveau national et local est décisive dans la recherche d'une solution pérenne à un enjeu majeur de santé publique que représente la prévention de l'obésité chez les enfants et la prévention nutrition santé en général.

Sandrine Raffin a développé une approche unique mobilisant l'ensemble des acteurs locaux dans une démarche d'impact collectif, c'est-à-dire avec des actions multi-acteurs coordonnées et co-construites. Elle en est le chef d'orchestre, mobilise, forme et outille les acteurs proches des populations. Au travers du programme de prévention nutrition santé Vivons en Forme, elle mobilise les acteurs locaux (action sociale, enseignement, restauration collective, association sportive, urbanisme,...) sur la prévention de l'obésité et du surpoids chez les plus jeunes par le sport et la nutrition. Elle a su transformer les outils du marketing classique en de puissants leviers de mobilisation et de sensibilisation – via le marketing social. D'abord testé dans quelques villes pilotes, Sandrine a déployé cette approche innovante et collaborative dans 252 villes en adaptant une méthode proche de celle de la franchise.

Elle s'attaque aujourd'hui à d'autres cibles en capitalisant sur sa capacité à orchestrer un impact collectif sur un territoire, à déployer à grande échelle via la franchise et à détourner la puissance du marketing à des fins sociales : dans l'entreprise, auprès de travailleurs précaires avec le programme Vivacteo, auprès des Seniors avec le programme Vivons en Forme Seniors par exemple, auprès des populations des villes Rurales avec Vivons en Forme Rural.

Sandrine vient de publier La Promesse Augmentée aux éditions Kawa. Ce livre décrypte les attentes nouvelles des consommateurs et les opportunités qui en découlent pour les marques qui ont compris les enjeux de la RSE sur leur avenir.

Impact social

Intérêt économique

Meilleure structuration de l'action publique locale.

Diminution de l'obésité dans les villes où le programme est déployé.

Coûts évités en dépenses publiques de santé.