

PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Richard Leclerc

Concepteur-réalisateur
& stratège marketing

**PUBLICI
TERRE**
Causes? Toujours!

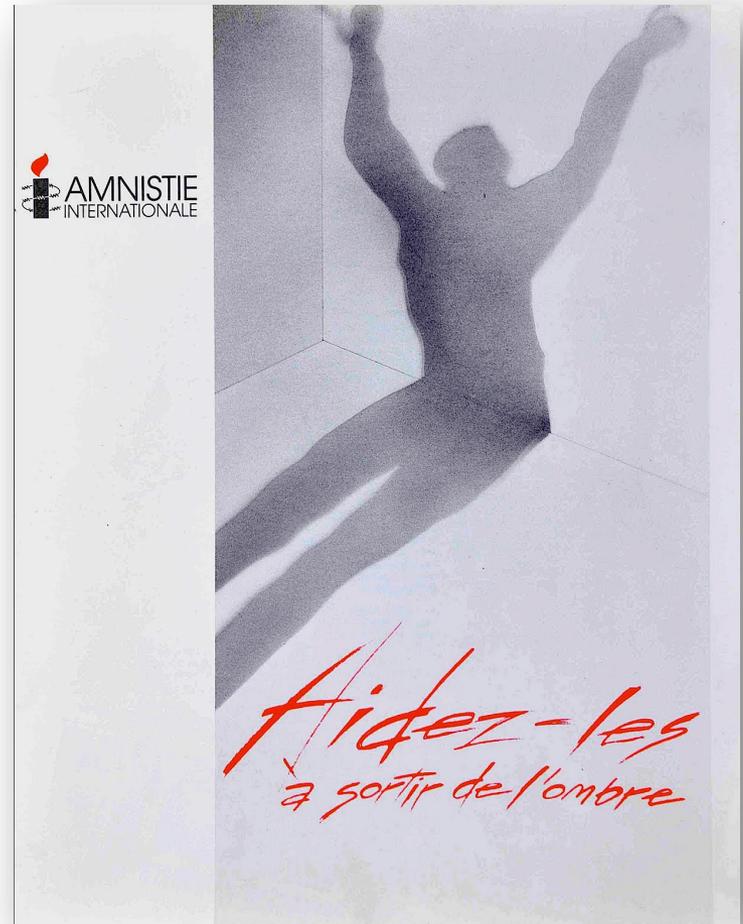


RICHARD LECLERC

- **Études en communications et en design**
- **Concepteur publicitaire depuis 1975**
- **Président du Publicité-Club de Montréal**
 - **de 1992 à 1994**
- **Création de Publici-Terre en 1994**

RICHARD LECLERC

- **Travailleur autonome depuis 1997**
 - **spécialisé en publicités sociétales**
- **Chargé de cours depuis 1984**
 - **Université de Montréal**
 - **Université Senghor, Alexandrie, Égypte**
 - **Réseau africain**



OBJECTIFS DU COURS

SAVOIR

OBJECTIFS DU COURS

SAVOIR

-FAIRE

OBJECTIFS DU COURS

SAVOIR

PLAN DE MARKETING SOCIAL :
stratégies de marketing, stratégies médias
et stratégies de création

OBJECTIFS DU COURS FAIRE

**Ateliers pratiques – JUST DO IT comme
le dit si bien le slogan de**



OBJECTIFS DU COURS

SAVOIR

ÊTRE

PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Objectifs généraux

- familiariser les participants avec l'industrie de la publicité et tout particulièrement le marketing social
- développer la capacité
 - de planifier,
 - de concevoir
 - et de diffuser des messages



PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Objectifs spécifiques

**À la fin de la formation,
tout participant devra être
en mesure :**

- **de comprendre les caractéristiques du marketing social;**
- **de comprendre les problématiques de communication associées à sa pratique;**



PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

**ON N'EN
DEMANDE
PAS
TANT!**

**La solution existe déjà :
l'accessibilité universelle.**



Association des Personnes Handicapées
Physiques de Cowansville et Région
www.OnNenDemandePasTant.com
www.WeDoNotAskForThatMuch.com



*Marie-Ève Brais-Villemur, Alexis Caron-Côté,
David Lambert, Sarah Lebel Viens et Étienne Théberge*

PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Objectifs spécifiques

- **acquérir les capacités d'analyse nécessaires à l'identification d'une problématique de communication;**
- **saisir les caractéristiques des médias comme véhicules publicitaires;**
- **analyser et concevoir des messages publicitaires.**



PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Contenu de la formation

- 1. Différentiation des diverses formes de communication d'entreprise dont la publicité, les relations publiques et la promotion**
- 2. Survol des types de recherches effectuées en marketing**
- 3. Examen des problématiques de communication en publicité et leurs liens avec le marché, la segmentation du marché, le positionnement, les objectifs et les stratégies de marketing social**

PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Contenu de la formation

- 4. Analyse comparative des caractéristiques des médias**
 - **Élaboration d'un plan, de stratégies et d'objectifs médias.**
- 5. Identification et analyse des différents types de discours utilisés dans les messages publicitaires.**
 - **Élaboration de messages en fonction des objectifs de communication et des médias choisis.**

PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Méthode pédagogique

- cours magistraux
- ateliers pratiques
- présentation en équipe



**Allaitement
maternel**
100% naturel

Source naturelle
Disponible partout
En tout temps
Gratuitement !



PUBLICITÉS SOCIÉTALES ET HUMANITAIRES

Évaluation

- **1 travail d'équipe comptant pour 100 % élaboration de stratégies marketing, médias et création, présenté devant les autres participants sous la forme d'un *PowerPoint* commenté**
- **Présence en classe obligatoire en tout temps**

TYPES DE MARKETING

- Le **marketing commercial** livre un message au nom d'un annonceur ou d'une marque
 - « *L'ensemble des actions ayant pour objectif de prévoir et, le cas échéant, de stimuler, susciter ou renouveler les besoins du consommateur en terme de produits et de services.* »

TYPES DE MARKETING



Dr Pierre Chouinard
Chirurgien dentiste à Mercier

implantsanté.com

TYPES DE MARKETING

Les « 4 P » du marketing commercial :

- ***produit, prix, point de vente et promotion***
 - le *produit* désigne l'objet de la vente;
 - le *prix*, ce que le client paie;
 - le *point de vente*, le lieu de vente du produit ou des services;
 - la *promotion*, les démarches entreprises pour attirer l'acheteur.

TYPES DE MARKETING



QUART DE LIVRE^{MD} AVEC FROMAGE

de notre
RESTAURANT
Temps de préparation
60 SECONDES

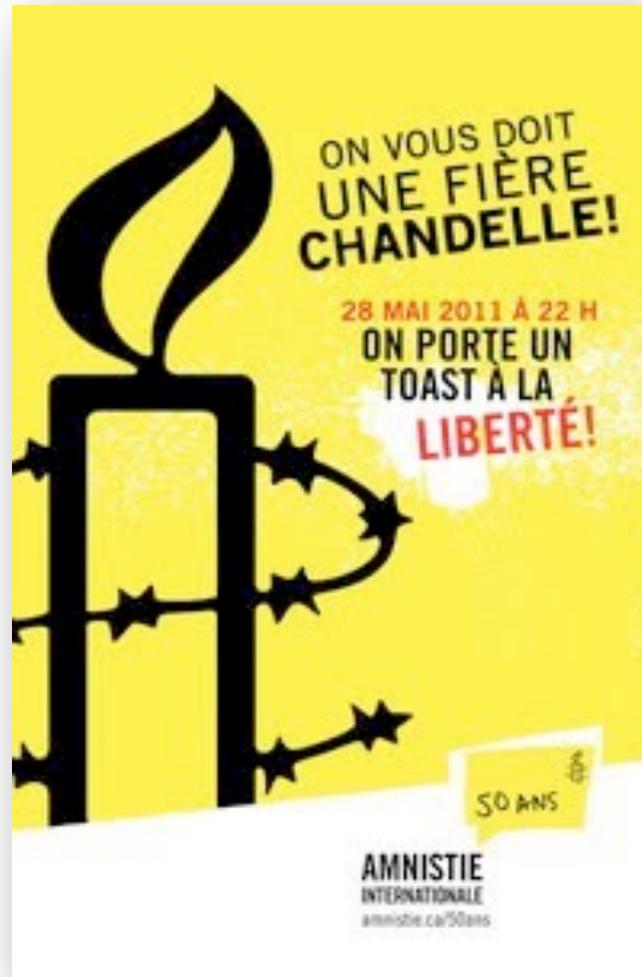
de notre
SÉANCE DE PHOTOS
Temps de préparation
4 HEURES



TYPES DE MARKETING

- Le **marketing social** propose des changements de comportement et vend des idées aux citoyens
 - surtout utilisé par des gouvernements ou des entreprises sans but lucratif.
 - intègre également des campagnes réalisées bénévolement pour des grandes causes humanitaires.

TYPES DE MARKETING



TYPES DE MARKETING

- Le marketing social
 - « *L'ensemble des actions ayant pour objectif de promouvoir des attitudes et des comportements au sein de la société.* »

TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

- **Produit** : l'idée, la croyance ou l'habitude que votre public cible doit accepter, adopter ou modifier.
 - *Exemple : Vous voulez convaincre les personnes ciblées que fumer est dommageable pour sa santé, mais aussi pour les gens qui les entourent.*

TYPES DE MARKETING



Pour que tout le monde respire!

TYPES DE MARKETING



TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

- **Prix** : ce qu'il en coûte au public cible en termes d'habitudes et de mentalité à changer et de temps ou d'argent à consacrer pour répondre à ses besoins.
 - *Exemple : Vous dites au public qu'il ne lui en coûte que du temps pour recycler le papier, le métal, le plastique et le verre, mais que c'est toute la société qui va y gagner*

TYPES DE MARKETING



TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

- **Point de « vente »** : l'endroit ou le moment utilisé pour transmettre le message.
 - *Exemple : Panneaux situés à des intersections où il y a déjà eu des accidents d'autos avec morts à cause de l'alcool au volant.*

TYPES DE MARKETING



TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

- **Promotion** : Message conçu pour attirer l'attention
 - *Exemple : Utiliser la radio pour rappeler aux conducteurs l'importance de bien dégager leur voiture après une chute de neige pour bien voir.*



TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

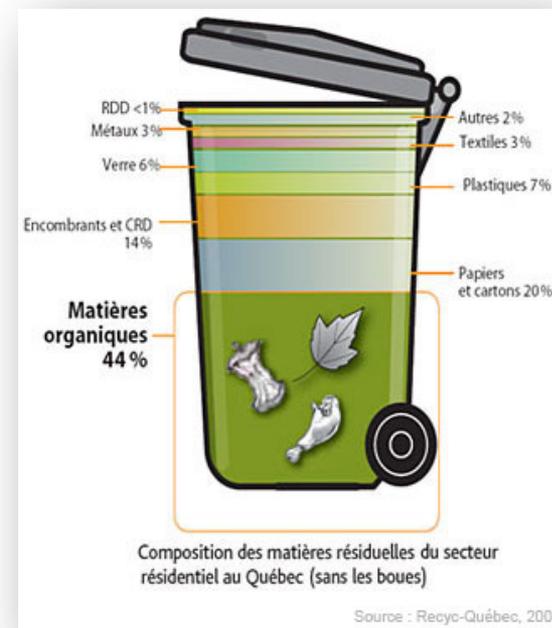
- **Promotion** : Message conçu pour attirer l'attention...



TYPES DE MARKETING

Les « 5 P » du marketing social :

- **Participation** : Le rôle du public ciblé au niveau du succès de l'association qui signe la publicité.
 - *Exemple : Encourager les municipalités et les citoyens à composter les matières résiduelles du secteur résidentiel*



LE MARKETING SOCIAL

Depuis les tous premiers systèmes sociaux, l'humain tente sans cesse

- d'informer, de persuader, d'influencer, de motiver, de gagner la confiance de nouveaux adhérents à un ensemble d'idées;
- de promouvoir des causes et de convaincre des groupes particuliers;
- de renforcer ou de modifier des comportements (par des faveurs, la discussion ou la force).



LE MARKETING SOCIAL

Le marketing social a des racines profondes dans la religion, la politique, l'éducation et, à un certain point, dans la stratégie militaire.



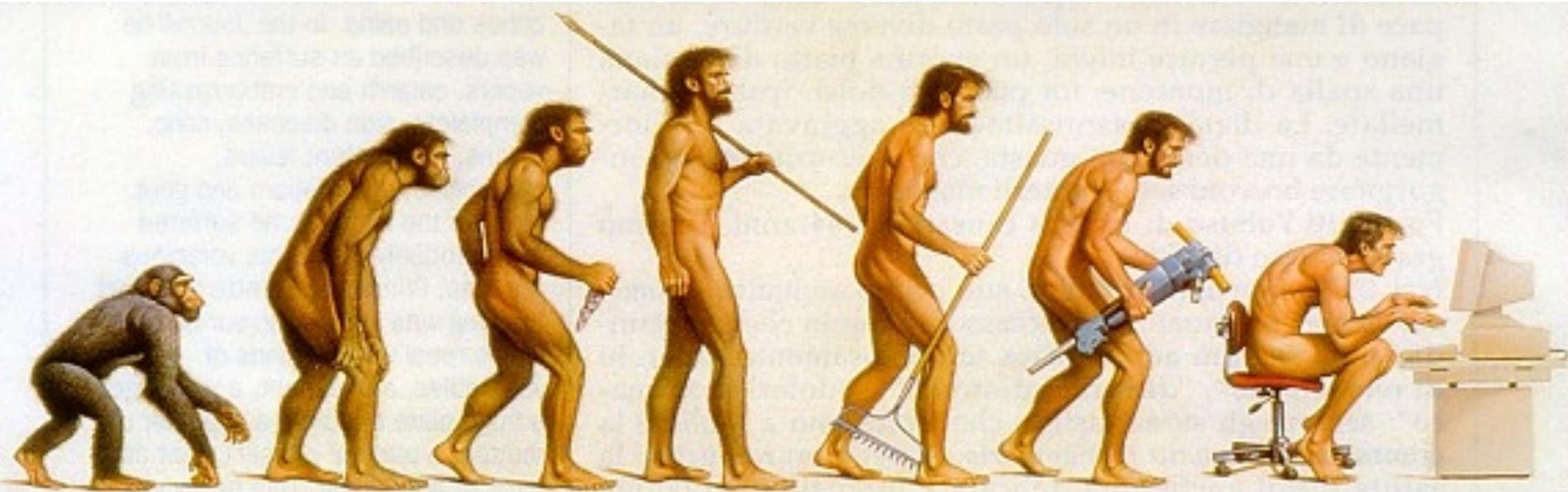
LE MARKETING SOCIAL

La stratégie militaire? Comme **Jules César**?



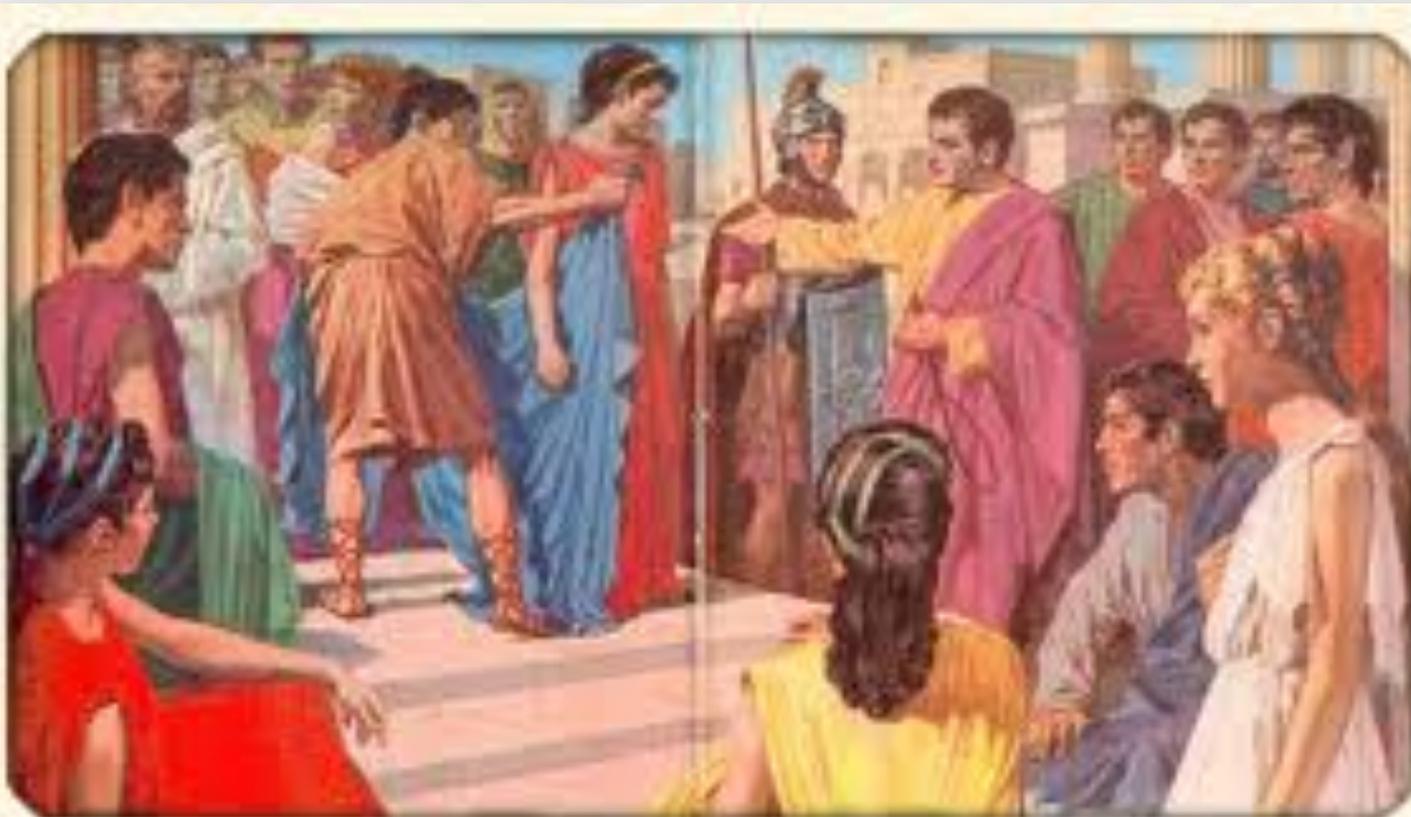
LE MARKETING SOCIAL

Il emprunte également à des disciplines intellectuelles comme la psychologie, la sociologie, les sciences politiques, la théorie de la communication et l'anthropologie.



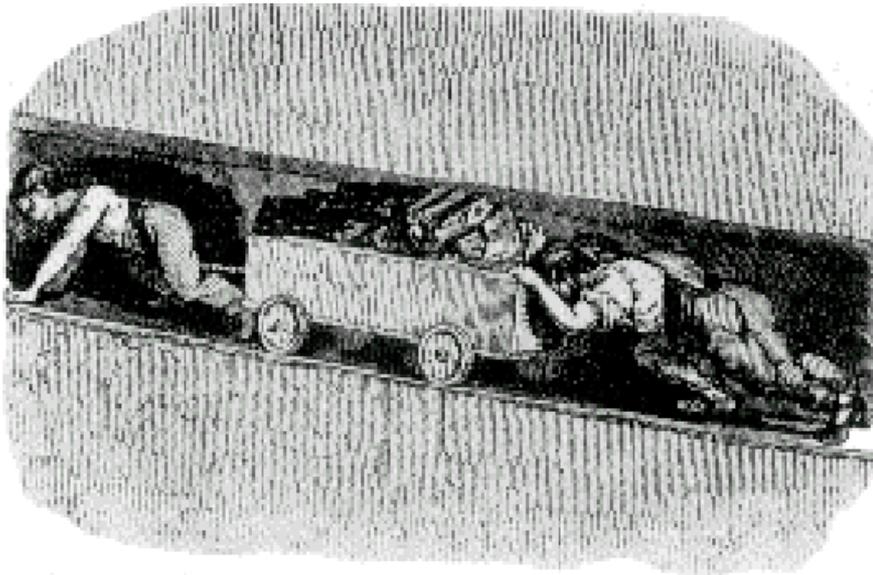
LE MARKETING SOCIAL

Dans la Rome et la Grèce antiques, on faisait campagne pour la libération des esclaves.



LE MARKETING SOCIAL

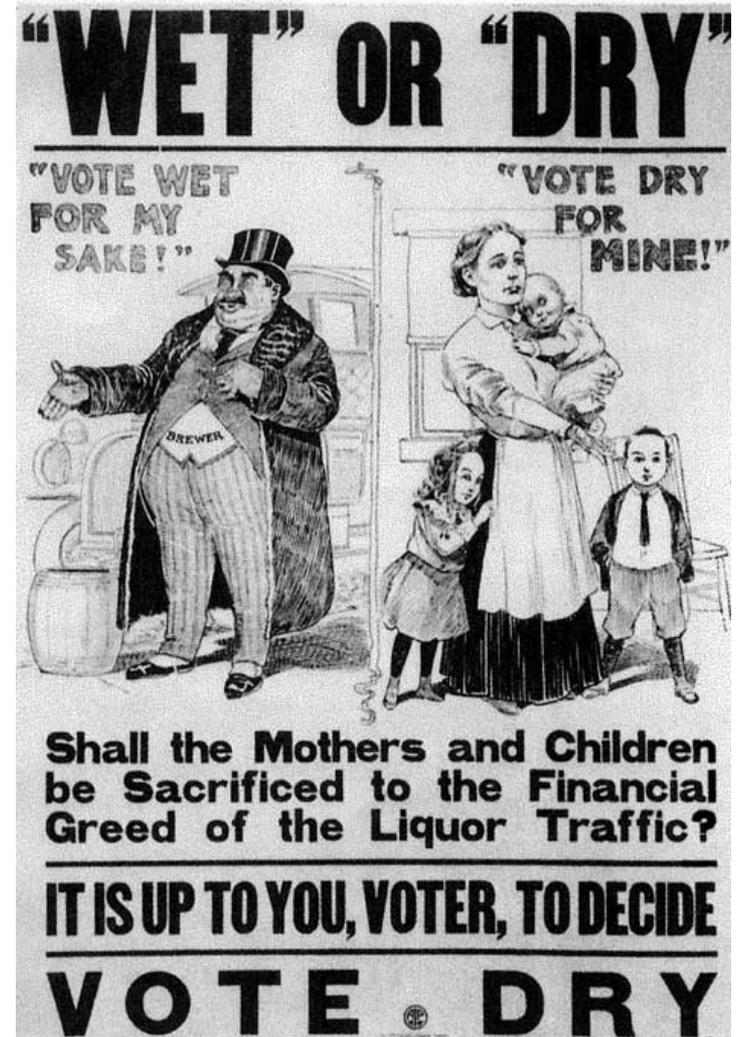
Durant la révolution industrielle, en Angleterre, on organisait des campagnes contre l'incarcération pour endettement et le travail des enfants, ainsi que pour le droit de vote des femmes.



LE MARKETING SOCIAL

Durant le XIX^e siècle, aux États-Unis

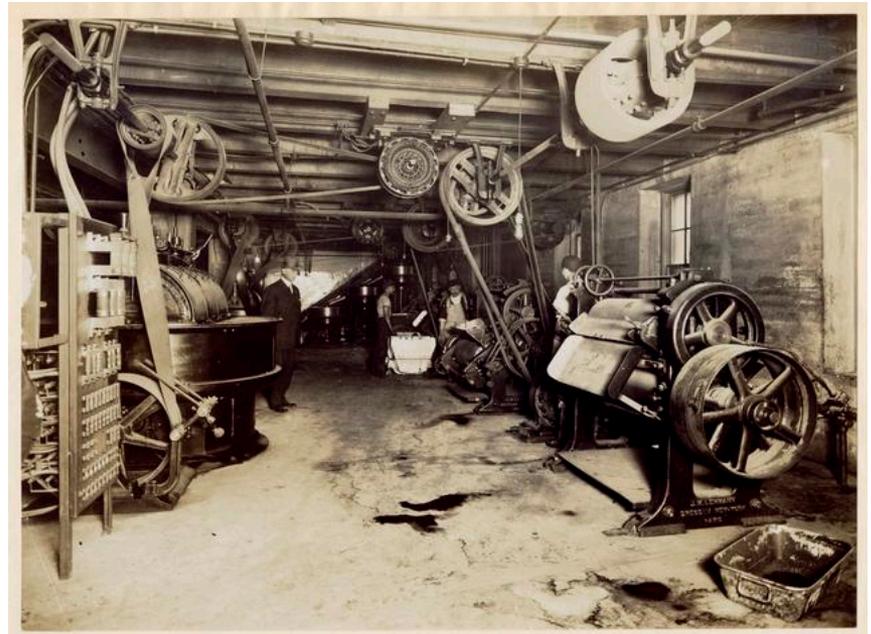
- les mouvements pour l'abolition de l'esclavage, pour la tempérance et la prohibition, ainsi que celui des suffragettes ont mis en œuvre des campagnes notoires de réformes sociales



LE MARKETING SOCIAL

Durant le XIX^e siècle, aux États-Unis

- le mouvement pour la défense des droits des consommateurs revendiquait aussi des gouvernements une réglementation sur la qualité des aliments et des médicaments.



LE MARKETING SOCIAL

Début de la publicité commerciale

- Les premières grandes campagnes de changements de comportement ont été réalisées par des entreprises commerciales qui n'avaient pourtant en tête que des objectifs d'augmentation de vente
 - Dentifrices, savons et même...
Coca-Cola!

LE MARKETING SOCIAL



COLGATE'S RIBBON DENTAL CREAM



"I see health, happiness, and good fortune"

FORTUNE telling is made easy when beautiful teeth are displayed by the person whose future is being read.

For good teeth help to procure good health and good beds. These blessings mean good fortune.

The use of Colgate's Ribbon Dental Cream night and morning will preserve the natural whiteness of your teeth. Neglect is almost sure to be followed by discoloration and decay.

Colgate's is safe. It contains no dangerous chemicals or unpleasant grit. The flavor is delicious.

Smile with Good Fortune and keep the gleam upon your teeth by using Colgate's Ribbon Dental Cream daily.



COCA-COLA SYRUP * AND * EXTRACT.

For Soda Water and other Carbonated Beverages.

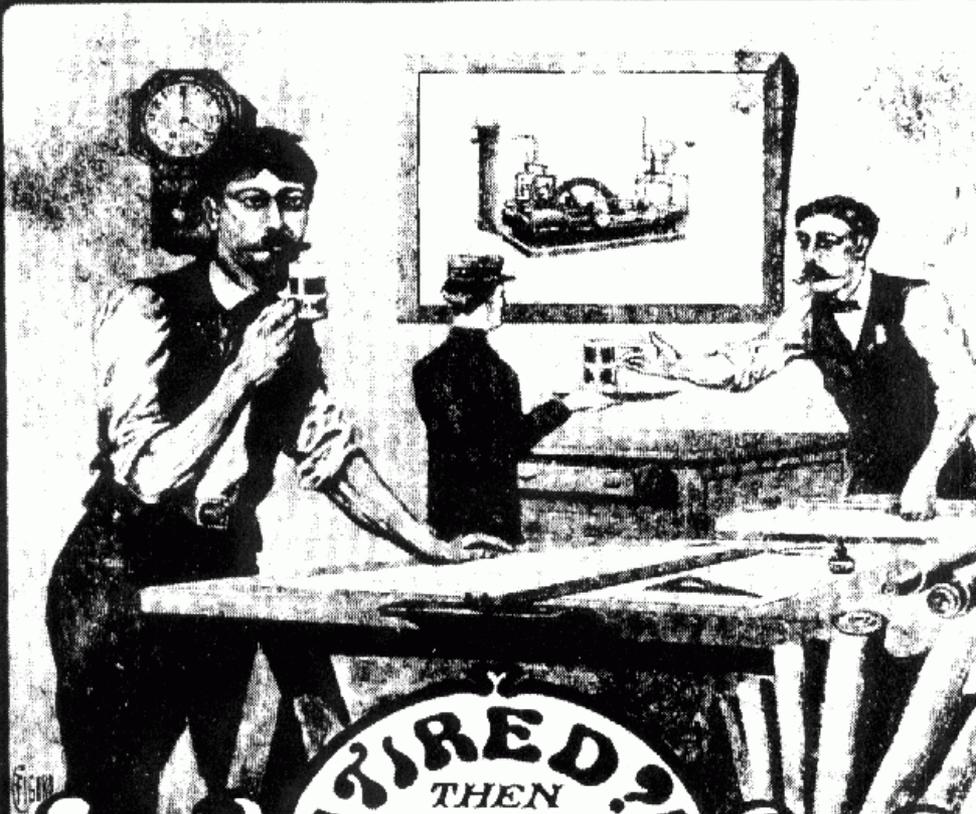
This "INTELLECTUAL BEVERAGE" and TEMPERANCE DRINK contains the valuable TONIC and NERVE STIMULANT properties of the Coca plant and Cola (or Kola) nuts, and makes not only a delicious, exhilarating, refreshing and invigorating Beverage, (dispensed from the soda water fountain or in other carbonated beverages), but a valuable Brain Tonic, and a cure for all nervous affections — SICK HEAD-ACHE, NEURALGIA, HYSTERIA, MELANCHOLY, &c.

The peculiar flavor of COCA-COLA delights every palate; it is dispensed from the soda fountain in same manner as any of the fruit syrups.

J. S. Pemberton;

Chemist, &

Sole Proprietor, Atlanta, Ga.



**TIRED,
THEN
DRINK**

Coca-Cola

IT RELIEVES EXHAUSTION

When the BRAIN is running under full pressure send down to the FOUNTAIN for a glass of

Coca-Cola

you will be surprised how quickly it will ease the Tired Brain—soothe the Rattled Nerves—and restore Wasted Energy to both Mind and Body.
It enables the entire system to readily cope with the strain of any excessive demands made upon it.

**AT ALL FOUNTAINS
ALSO IN BOTTLES 5c.**

LE MARKETING SOCIAL

Plus récemment, on a mené des campagnes dans divers domaines, dont les suivants :

- promotion de la santé (antitabagisme, abus de médicaments, sida, forme physique, immunisation, dépistage du cancer du sein, santé mentale, allaitement, planning familial);
- protection de l'environnement (eau potable, qualité de l'air, conservation de l'énergie, parcs nationaux, forêts);
- sécurité routière (port de la ceinture de sécurité, vitesse, alcool au volant, casque à vélo);

LE MARKETING SOCIAL

divers domaines (suite)

- éducation (alphabétisation, décrochage scolaire);
- économie (relance du perfectionnement et de la formation, mesures pour attirer les investisseurs, revitalisation des villes anciennes);
- violence familiale;
- droits de la personne;
- racisme, etc.

LE MARKETING SOCIAL



LE MARKETING SOCIAL

- Un nouveau défi s'impose au début des années 80 : les premiers traitements pour lutter contre le SIDA.
 - En découle également plusieurs campagnes de marketing social pour prévenir cette infection.



LE MARKETING SOCIAL

Famine en Éthiopie 1984-1985 l'humanitaire « chanté » !

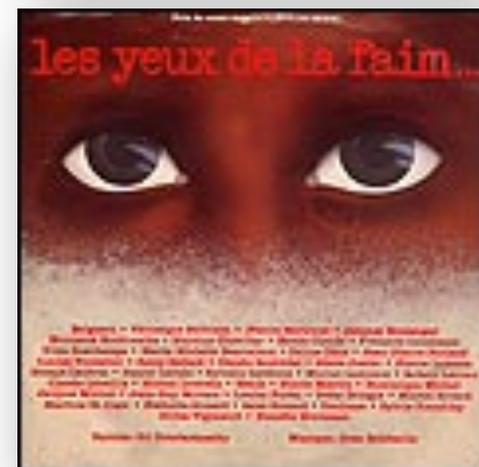
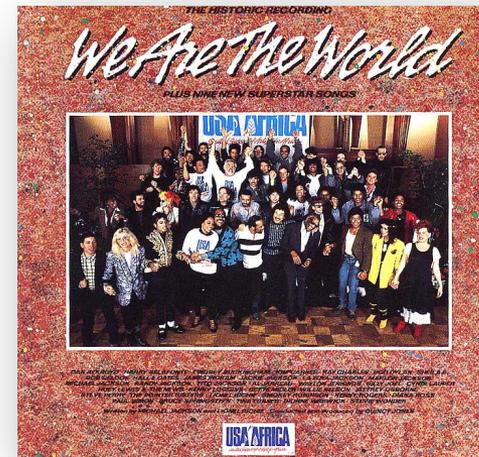


Michael Jackson et *USA for Africa*

Clip *We are the World*

Gil Courtemanche et Jean Robitaille

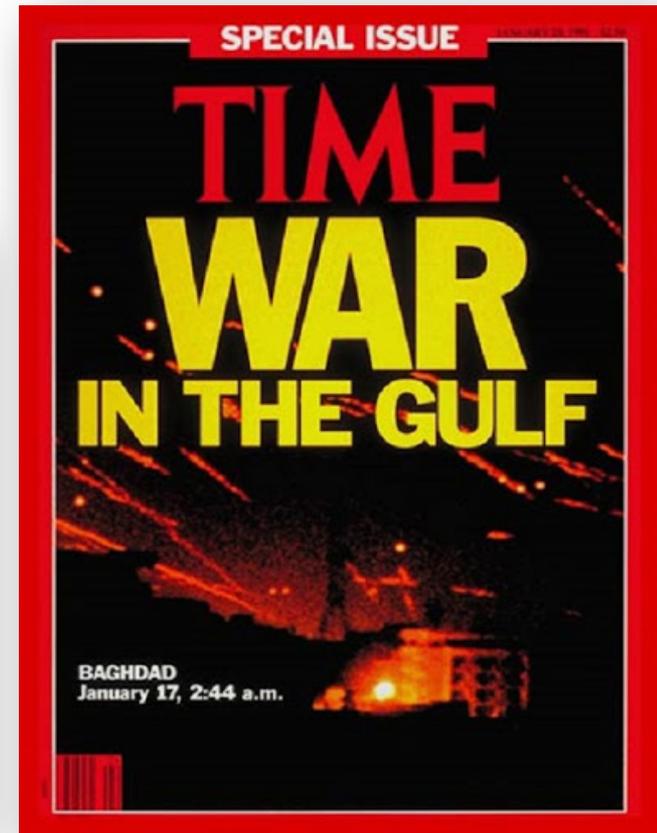
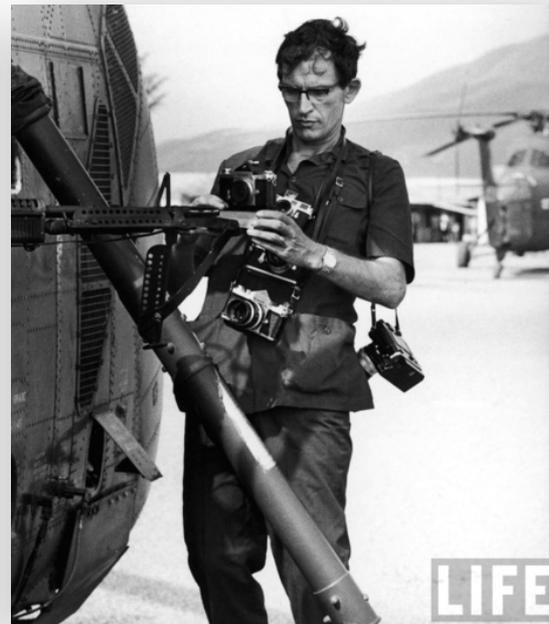
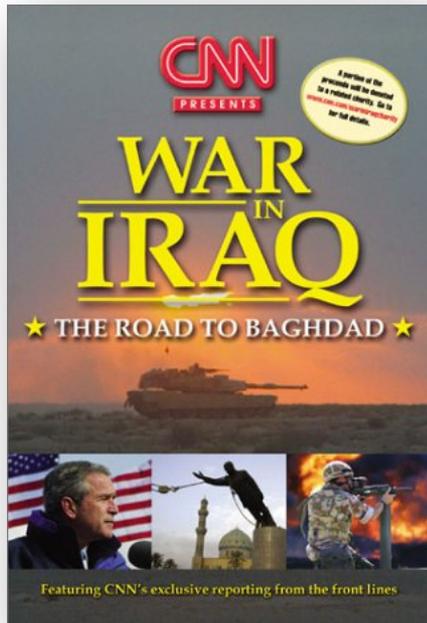
Clip *Les Yeux de la Faim*



LE MARKETING SOCIAL

Puis l'hyper-médiatisation : l'humanitaire spectacle

CNN



LE MARKETING HUMANITAIRE



MARKETING DE LA CAUSE

- Ce type de marketing jumelle des partenaires commerciaux et sans but lucratif en vendant à la fois des idées et des produits ou des services, ce qui peut paraître paradoxal

MARKETING DE LA CAUSE

- Le **marketing de la cause**
 - De plus en plus d'entreprises adoptent des valeurs ou une cause sociale pour en faire la promotion et en retirer des bénéfices

nano-chromatique

Apple iPod



 Nous récupérons les restes de peinture.

RONA
Pour bien faire