

# MARKETING SOCIAL

## 2<sup>e</sup> édition



### Une discipline au service du bien-être

Né dans les années 70, le « marketing social » a pour but de faire évoluer les comportements des individus pour améliorer le bien-être : promotion de la santé (tabagisme, obésité, ...), protection de l'environnement, sécurité routière, violence familiale, droits de la personne, racisme, etc. Cette discipline est aujourd'hui utilisée par des organismes internationaux prestigieux tels que l'ONU ou encore Santé publique France.

Dans cette nouvelle édition, les auteurs nous proposent de présenter le marketing social et d'en faire découvrir les techniques, permettant ainsi d'améliorer l'impact des programmes de prévention sur la population. Des exemples concrets de campagnes et de projets illustreront ce livre avec une mise à jour du programme « Mois sans tabac » instauré par Santé publique France.



2<sup>e</sup> édition

ISBN 978-2-8109-1107-3

Format 11 x 17 • 224 pages

20 €

#### Les auteurs :

**Karine Gallopel-Morvan** : Professeur des universités, membre du Haut Conseil de santé publique, des conseils scientifiques de Santé publique France et de l'Observatoire français des drogues et toxicomanies.

**Viêt Nguyen Thanh** : Responsable de l'unité Addictions à la Direction de la prévention et de la promotion de la santé de Santé publique France.

**Pierre Arwidson** : Adjoint à la Direction de la prévention et de la promotion de la santé chez Santé publique France.

**Gerard Hastings** : Professeur à l'Université de Stirling et travaille pour l'EHESP

« La première édition de cet ouvrage, publiée en 2019, a permis de mettre à la disposition des acteurs de la santé, des étudiants et des enseignants des connaissances en marketing social, afin qu'ils s'approprient, voire s'emparent de cette approche. Cette seconde édition, à jour des connaissances, poursuit les mêmes objectifs : fournir des éléments conceptuels pour mieux comprendre l'origine et les fondements de cette discipline, proposer des conseils pratiques et une méthode, présenter une « boîte à outils » pour mettre en place sur le terrain des actions de marketing social, montrer comment mobiliser concrètement cette approche par des illustrations issues des campagnes déployées par Santé publique France (par exemple, Mois sans tabac). »

Extrait de la préface du Pr **Isabelle Richard** & du Dr **Caroline Semaille**

Disponible en librairie le **8 juin 2023**

CP format PDF en pièce jointe

Contact service de presse : [Catherine Turpin](mailto:Catherine.Turpin@ehesp.fr) - 02 99 02 24 71