

Cette présentation a été effectuée le 26 novembre 2012, au cours de la journée « Conférence annuelle de l'ASPQ – Regard critique sur les pratiques et les conséquences du marketing commercial » dans le cadre des 16es Journées annuelles de santé publique (JASP 2012). L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP à la section Archives au : <http://jasp.inspq.qc.ca/>.

**LE MARKETING SOCIAL ET
LE MARKETING COMMERCIAL SIMPLIFIÉS**

OU

**NOTRE RELATION
AMOUR-HAINE
AVEC LE MARKETING**

26 novembre 2012

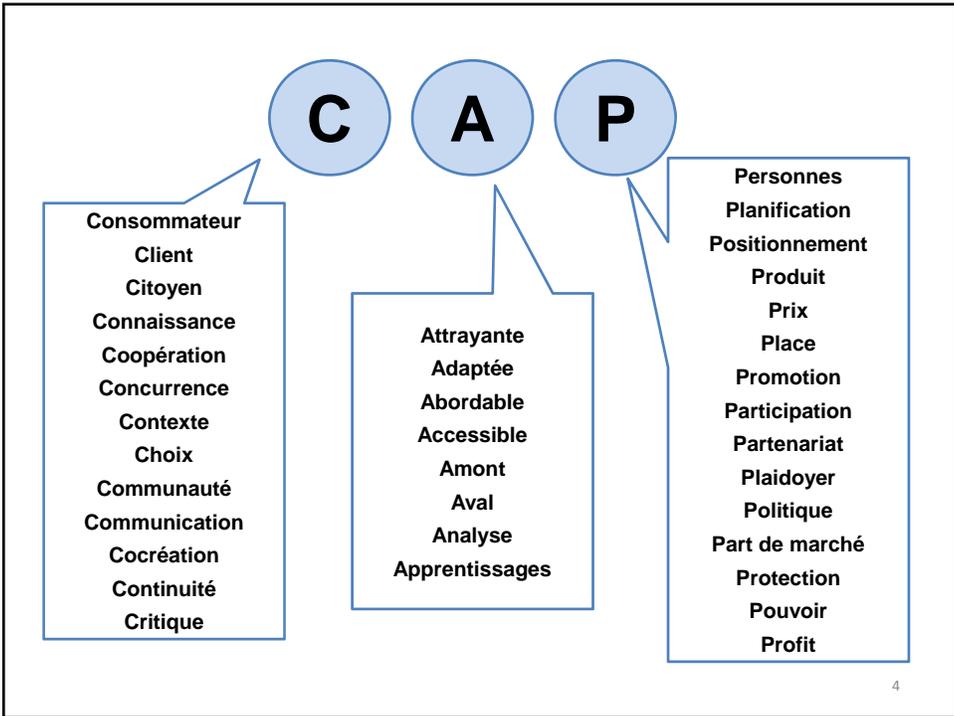
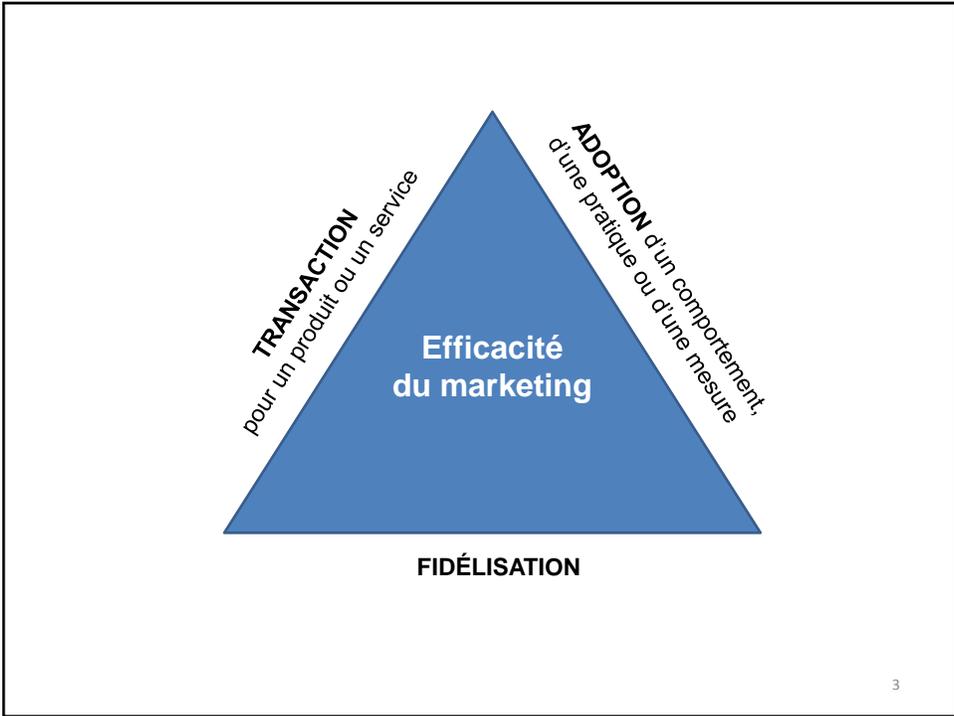
Par François Lagarde
Vice-président, Communications

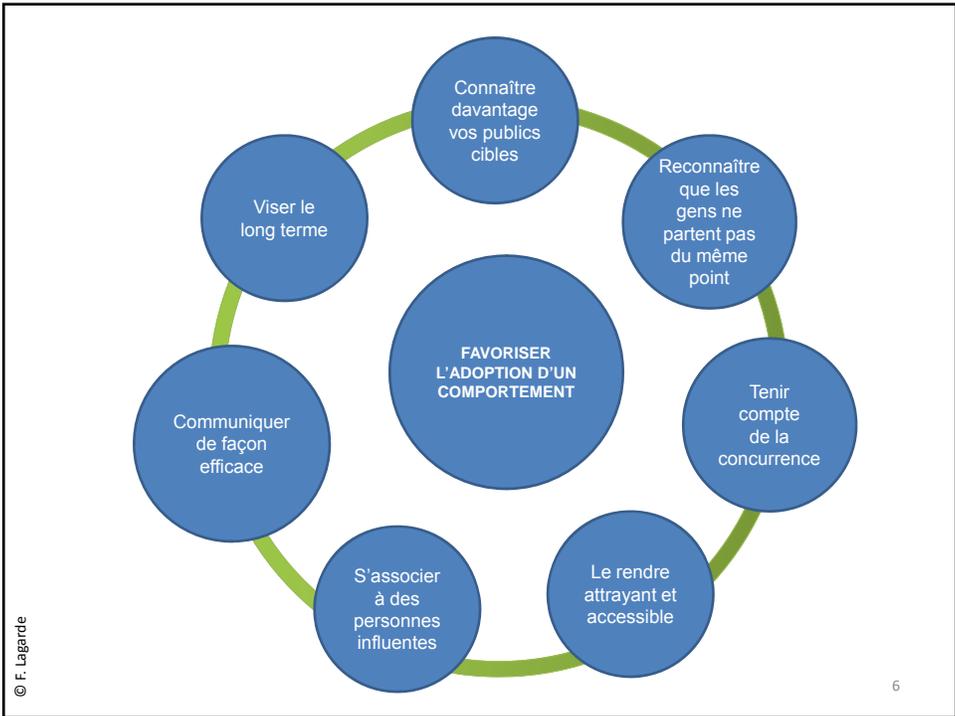
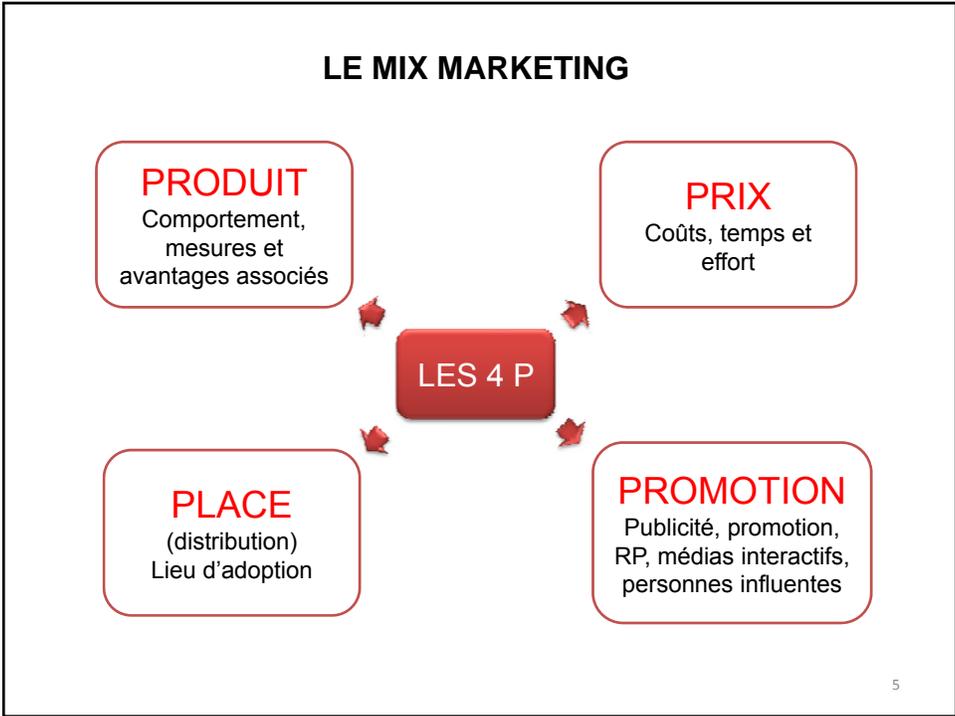


OBJECTIF

Décrire les principaux concepts et
composantes du marketing
commercial et du marketing social

2







7



8



EFFETS DÉLÉTÈRES DU MARKETING COMMERCIAL

Effets sur les individus

Effets sur la collectivité et la planète

Concurrence disproportionnée

ET ALORS ?

Optimiser le marketing social

Canaliser le marketing des produits sains

Contrer le marketing des produits malsains

11



<http://goo.gl/tdq1Q>

12

MERCI !

lagardef@fondationchagnon.org



13