



**ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !**

Marion Ragot, *chargée de communication, cellule communication, Direction des affaires générales*

Hinde Tizaghti, *référente thématique régionale nutrition, Direction de la stratégie et des territoires*

Cette intervention est faite en toute indépendance vis-à-vis de l'organisateur de la manifestation. Nous n'avons pas de lien d'intérêts avec le sujet traité.

# SOMMAIRE

**Introduction** : d'où est né Bouge avec moi ?

**I** Les partis pris et cibles de Bouge avec moi

**II** L'univers Bouge avec moi

**III** Les étapes de travail

**IV** Le bilan de 2 années de travail

**V** La suite de Bouge avec moi

# Introduction : d'où est né Bouge avec moi ?

- Nécessité de faire évoluer les campagnes de communication en santé publique, en particulier en intégrant l'aspect digital
- Principales caractéristiques du marketing social
  - Une approche centrée sur les publics cibles
  - La segmentation
  - Le comportement comme objectif
  - L'évaluation

# Introduction : d'où est né Bouge avec moi ?

- Le constat
  - moins de la moitié des Français pratiquent une activité physique régulière, encore moins chez les femmes<sup>1</sup>.
  - Forte prévalence de maladies chroniques dans les Hauts de France<sup>2</sup>:
    - obésité (20% vs. 15% national),
    - diabète (+34% d'admission en ALD pour les femmes par rapport au national)
    - maladies cardio-vasculaires (1<sup>ère</sup> cause de décès chez les femmes)

<sup>1</sup> Special Eurobaromètre 472 2018 Sport and physical activity

<sup>2</sup> Diagnostic territorialisé des Hauts de France

<https://www.hauts-de-france.ars.sante.fr/diagnostic-territorialise-de-sante-de-la-region-des-hauts-de-france>

# I Les partis pris et cibles de Bouge avec moi

## • Inspirations

**Get Ireland Active  
2017-2020**

[www.getirelandactive.ie](http://www.getirelandactive.ie)

Modèle socioécologique basé sur la collaboration entre partenaires

“ To empower and support people to choose to walk more often for recreation, transport and health as part of their everyday life”



**This Girl Can**

[www.thisgirlcan.co.uk](http://www.thisgirlcan.co.uk)

Augmenter la part des femmes anglaises sportives en développant la confiance en soi

Stratégie de communication, toolkit partenaires sur inscription, supports de communication personnalisables, matériel éducatif pour les écoles



# I Les partis pris et cibles de Bouge avec moi

- La cible : les femmes des Hauts-de-France

*Parce qu'elles sont moins actives et plus sédentaires*

*Parce qu'elles recherchent une activité sans objectif de compétition mais un objectif de bien-être mental et social*

*Parce qu'elles jouent un rôle central dans la construction des habitudes de vie de la cellule familiale*

# I Les partis pris et cibles de Bouge avec moi

- 1 Objectif : susciter un changement de comportements des femmes en contemplation de la région à travers le développement d'une stratégie d'influence digitale
- 4 partis-pris « **leviers positifs** » :
  - le lien social : bouger pour passer des moments entre ami(e)s ou rencontrer des personnes
  - le plaisir de bouger
  - le tandem ou l'équipe : bouger à plusieurs est plus facile que seul(e) ;
  - les petits pas : bouger un peu plus tous les jours à travers des gestes du quotidien, c'est déjà bouger.





ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

UNE INITIATIVE DE L'AGENCE RÉGIONALE  
DE SANTÉ HAUTS-DE-FRANCE



# II L'univers Bouge avec moi

## UNE PLATEFORME INTERNET COMPLÈTE

avec un **blog** et un ensemble de ressources permettant de franchir le pas facilement, « l'effet d'équipe » étant un excellent moteur d'encouragement



## UNE VIDEO PROMOTIONNELLE



UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE s'appuyant sur le film promotionnel et des bannières



## UNE COMMUNAUTÉ BIENVEILLANTE



## DES CAPTATIONS VIDEOS des évènements



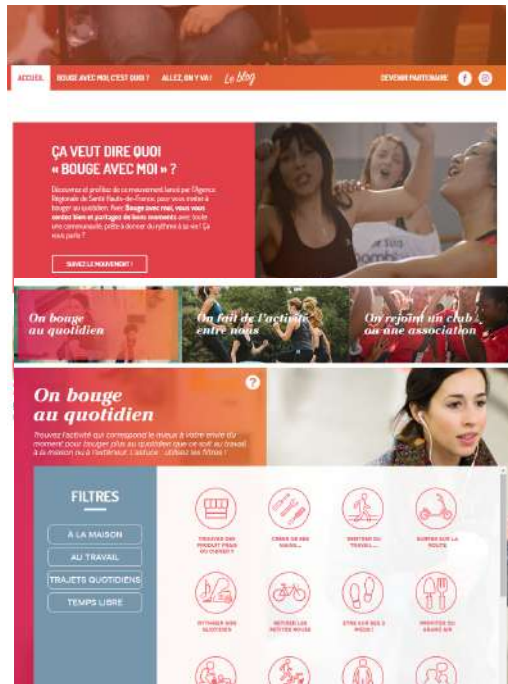
DES EVENEMENTS D'INFLUENCEUSES DIGITALES



# II L'univers Bouge avec moi

ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

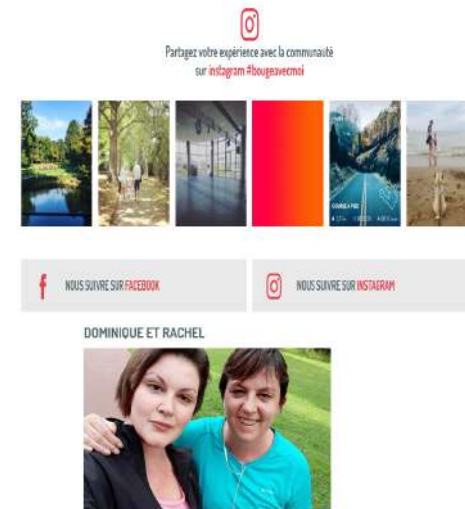
## Que trouve-t-on sur le site Bouge avec moi ?



Des astuces



Des articles de blog



Des témoignages

**DOMINIQUE ET RACHEL**

**QU'EST-CE QUI VOUS A DONNÉ ENVIE DE VOUS REMETTRE AU SPORT ?**

**Dominique :** J'avais double intérêt à me remettre au sport. Ma fille venait d'accoucher et moi, je n'avais pas envie de m'incruster. On s'est donc motivées à deux pour se sentir bien dans notre corps. Bien, oui, c'est pas parce qu'on est maigre qu'il faut se laisser aller !

**COMMENT AVEZ-VOUS FAIT POUR VOUS REMETTRE AU SPORT ? QUELLES ACTIVITÉS AVEZ-VOUS PRIVILÉGIÉES ?**




# II L'univers Bouge avec moi

Vues totales des vidéos YOUTUBE + FACEBOOK

**Vidéo longue**



 420 000 vues

**Vidéo 1 - ZUMBA**



 326 000 vues

**Vidéo 2 - VELO**



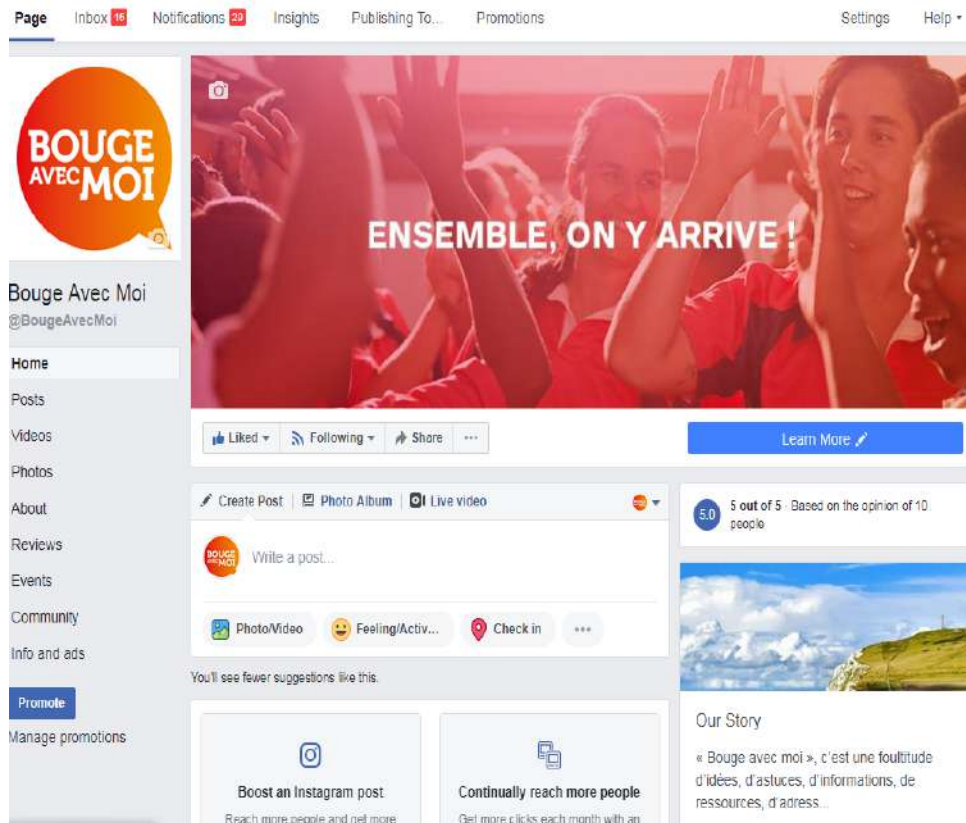
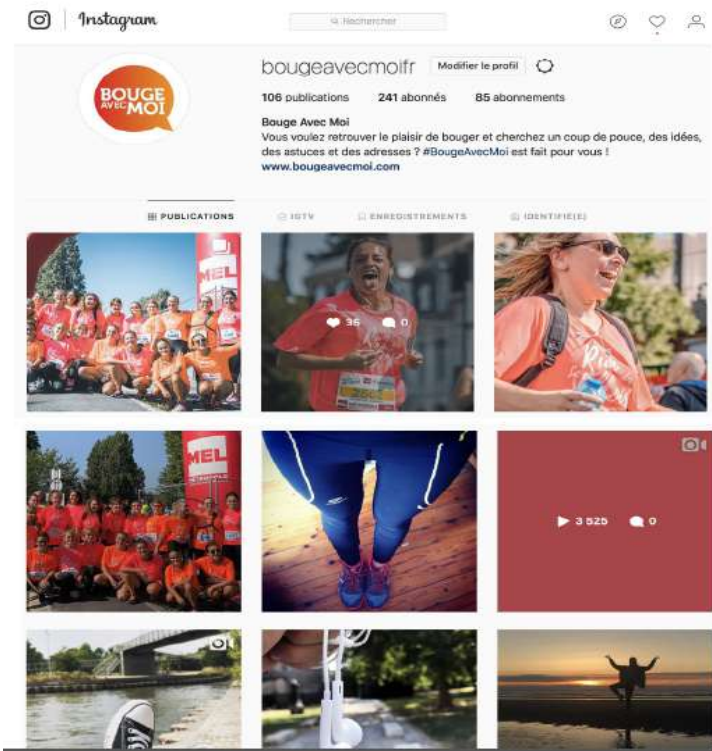
 51 000 vues

 Environ **800 000 vues**

# II L'univers Bouge avec moi

ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

## Animation de communautés digitales



# II L'univers Bouge avec moi

ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

## Du contenu de community management ludique et positif

1 **Bouge Avec Moi** Facebook /BougeAvecMoi PROMOTED  
 Wednesday Aug 29, 2018 16:50 UTC +00:00

Tous les moyens sont bons pour s'activer au quotidien et se sentir bien 🍌 Likez et partagez cette vidéo pour tenter de remporter l'un des 5 t-shirts "Le run des lilloises", avec Lille By Mail ! Alors, on se motive ? 🍌

00:21

164	105	3	56	10.93
Interactions	Reactions	Comments	Shares	Interactions per 1k Fans

2 **Bouge Avec Moi** Facebook /BougeAvecMoi ORGANIC  
 Wednesday Aug 29, 2018 09:00 UTC +00:00

Pas toujours facile de se motiver à bouger... Pourtant, qu'est-ce qu'on se sent bien après 🍌 Pas vrai ?

00:15

36	23	6	7	2.40
Interactions	Reactions	Comments	Shares	Interactions per 1k Fans

3 **Bouge Avec Moi** Facebook /BougeAvecMoi ORGANIC  
 Friday Aug 31, 2018 15:52 UTC +00:00

Si vous ne courez pas demain matin, vous pouvez tout de même chiner, flâner entre les étals... L'air de rien, on en parcourt des kilomètres à la braderie de Lille, pas vrai ? 🍌

00:17

26	20	0	6	1.73
Interactions	Reactions	Comments	Shares	Interactions per 1k Fans

## II L'univers Bouge avec moi

### Le choix des micro influenceuses

- Idée de profils locales ne pratiquant pas ou peu de sport, proches du quotidien des femmes.
- Mixe entre maman, citadine et figure locale et toutes blogueuses.
- Communauté d'une « meilleure qualité » plus facilement mobilisable
- Les Influenceuses se sont appropriées le discours.
- Elles n'avaient jamais fait d'évènements car peu souvent sollicitées

Lille by Mat  
Instagram > 25,8K abonnés  
Facebook > 31,7K abonnés



Douce\_pooky\_damour  
Instagram > 47,9K abonnés  
Compiègne



Jenny\_gevaert  
Instagram > 50K abonnés  
Orchies



Madeinfaro  
Instagram > 9800 abonnés  
Boulogne-sur-mer



# II L'univers Bouge avec moi

Des micro-événements

ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

Event 1: Le « Run des lilloises »



**lillemat** • Abonnés

lillemat Quel week-end ☺️ 3ème (et tout est si récent) ! Moi qui n'avait jamais couru plus d'un km... Mais @bougeavecmoi de m'avoir lancé le défi et traversé les Lilloises qui ont suivi dans cette aventure ☺️ La photo n'est pas celle qui me met le plus en valeur mais c'est celle de la ligne d'arrivée où mon mari m'a trouvée juste à la fin ☺️ Alors rien que pour ça... Quel week de la peste ! ☺️ @bougeavecmoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi

Charger à votre convenance

Accompagnés de @cocoan9560 #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi

1 039 J'aime



**lillemat** • Abonnés

lillemat Ce trio jaune dans le team qui te porte à la ligne de départ et tu te rends compte que tu cours dans les rues entourées avec les jolies moutons ☺️ #BougeAvecMoi

Moi Amie de toujours Karoline à droite qui m'a soutenue (et là, un et @bougeavecmoi qui était aussi de la partie ☺️

CC @bougeavecmoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi

Jeune, joliesse, l'année les tunnels et le fait plus court l'année ça m'a tué ☺️

week-end On Fa fort ☺️ ☺️

week-end, un C'est vraiment un chouette moment partagé avec toutes les filles

1 449 J'aime

Event 2: Semaine de la mobilité



**jenny\_gesnot** • Abonnés

jenny\_gesnot Bon les filles pour la semaine de sensibilisation @bougeavecmoi vous avez choisi les rollers mais beaucoup m'ont proposé les 2 ☺️ Alors je vais essayer ☺️ en à côté les vélos pour les pousser et faire venir pour cette semaine qui à tout de suite de tenter les sensations de quel à effet de sans et aussi de bouger notre position peut de passer de tout moment mais ça me permet de passer quelque moment avec ma progéniture qui elle aime trop Bouger ☺️ je vous propose de relever le défi à vos rollers, vos rollers, vos rollers et vos rollers ☺️

Chaque photo postée avec le # = terrain de gagner un kit surprise bouge avec moi

1 299 J'aime



**jenny\_gesnot** • Abonnés

jenny\_gesnot Aujourd'hui pour le défi @bougeavecmoi c'était rollers, quina, pour les amis principalement du genre "t'es trop en à te en est tombée et surtout ça a bougé notre objectif de ne pas aller à s'y mettre pour le semaine de la mobilité mais de se le faire et faire et faire parce que c'est trop cool ☺️

N'oubliez pas de venir avec jolies avec le moyen de transport utilisé et le hashtag #BougeAvecMoi

Chaque photo postée avec le # = terrain de gagner un kit surprise bouge avec moi

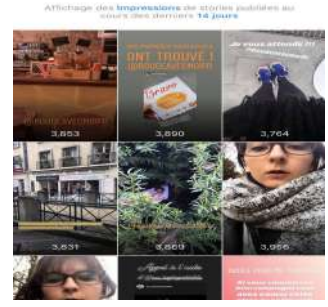
Nous allons de rollers en rollers ☺️

#BougeAvecMoi #BougeAvecMoi #BougeAvecMoi

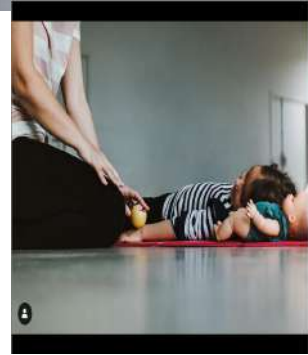
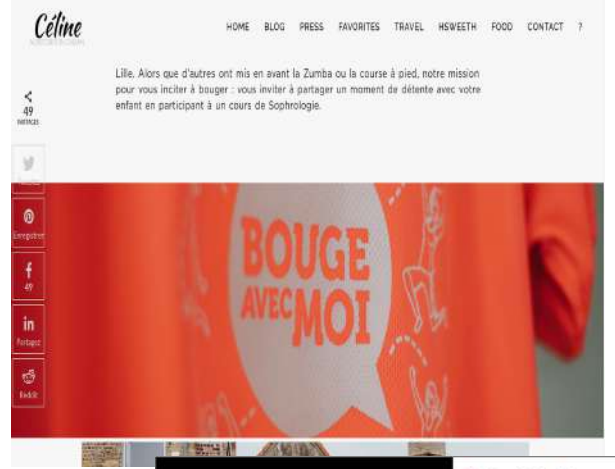
Rebelle, dans même en mode sportive tu restes une bombe à eau chaude ☺️ trop contente de te voir courir ☺️

1 433 J'aime

Event 3 : « On bouge entre copines » à Compiègne



Event 4 : « On bouge en famille » à Dunkerque



**celine\_audetourlain** • Abonnés

celine\_audetourlain Cet après-midi j'ai eu la chance de partager un chouette moment avec Amie et d'autres mamans pour une séance de sophrologie avec Nadine @bougeavecmoi

Ce fut une première pour nous et nous avons adoré ! Un beau moment de complicité et de détente... des petits massages tout doux

1 214 J'aime



## III Les étapes de travail

### Lancer un appel d'offre

- La constitution d'une équipe de travail interne
- La rédaction du cahier des charges (rubriques)
- Les délais d'un appel d'offre
- Les livrables des agences
- Nos critères de sélection
- La premier tour et le second tour

## III Les étapes de travail

### Lancer la campagne

- Le kick off (lancement)
- Les métiers de l'agence
- Les ateliers

## III Les étapes de travail

### Suivre la mise en œuvre

- Le rôle de l'agence
- Le rôle de l'annonceur

## Suivi et évaluation propres à un dispositif de campagne media

- Quantitatif: Indicateurs de campagne media
  - Reach= nombre de personnes touchées
  - Nombre de fans recrutés
  - Coût par fan
  - **Engagement= nombre d'interaction/ post**
  - CPE= coût par engagement
- Qualitatif: focus groupes pour évaluation des partis pris

# Volume d'interactions:



Summary of Number of Interactions	Reactions	Comments	Shares	Max	Min	Avg per Month
 <b>Bouge Avec Moi</b>	3 782 54.53 %	1 034 14.91 %	2 120 30.57 %	1 403 Sep 2018	417 Jan 2019	867.00

## IV Le bilan de 2 années de travail

- Objectif: accroître l'engagement et non pas l'accroissement de la communauté (arrêt de sponsoriser les post générateurs de croissance)
- Données quantitatives:
  - Plateforme digitale: 30 000 utilisateurs, 67 000 pages vues.
  - Données positives du dispositif médiatique
    - Ex. facebook (200 interactions/ semaine)
    - Achat d'espace publicitaire (7,7 millions de contacts pub, 800 000 vues de la vidéo)
- Confirmation de pertinence de partis pris par focus groupes

## IV Le bilan de 2 années de travail

### Perspectives d'amélioration

- Communauté facebook doit gagner en visibilité
- Prise de parole plus ascendante
- Identification d'ambassadeurs digitaux locaux
- Renforcement de l'aspect « phygital » (plus de rencontres sur le terrain)
- Aller plus loin dans la promesse d'expérience BAM

# V La suite de Bouge avec moi

ENSEMBLE, ON Y ARRIVE !

- Consolider les partis-pris dans les prises de paroles:
  - Renforcer la valeur de marque utile (ARS)
  - Se recentrer sur le duo
- Recruter des ambassadeurs
  - Ambassadeur influent « food people », « good people », « influenceur people »
  - Ambassadeur local identifié dans la communauté digitale
- Renforcer la promesse de marque expérientielle: 3 types d'évènements
  - Évènements de la communauté
  - Rencontres ambassadeurs influents
- Diversification de nos médias: twitter, groupes fermés fb (algorithmes-)