

ACTION JETONS CANCER

Depuis de nombreuses années, le point phare des actions médicales du Rotary était et reste à ce jour la polio, qui est désormais en voie d'être éradiquée dans les années prochaines.

Selon le dernier rapport de l'OMS, la première cause de mortalité dans les années à venir sera le Cancer, avec une estimation de 84 Millions de morts sur 15 ans de 2005 à 2020, soit l'équivalent de la population de la France, Belgique et Suisse réunies.

En France, les maladies médiatisées bénéficient d'actions fortes relayées régulièrement par tous les medias : Sidaction pour le Sida, Téléthon et Virades de l'Espoir pour la mucoviscidose, Espoir en tête pour les maladies du cerveau. Pour le cancer, seules des actions récurrentes sont menées par des associations, mais depuis le temps que cette maladie a été découverte, l'évolution des traitements est irrégulière selon les catégories ; les cancers de la peau, du sein, utérus, prostate, sont relativement de mieux en mieux détectés et traités, d'autres semblent stagner, comme celui de l'estomac, pancréas, ou les sarcomes, découverts plus récemment.

LE PROJET

Il s'agit donc de créer une nouvelle action forte, fortement médiatique, se déroulant sur une journée, renouvelée chaque année, destinée à verser des fonds pour participer à la lutte contre le cancer.

Ces fonds seront versés directement à des équipes médicales pour financer du matériel d'imagerie pour un grand laboratoire de recherche à Grenoble.

Concept

Sous forme d'une collecte de fonds à l'entrée des grandes surfaces, il sera proposé, en échange d'un euro symbolique (ou plus si désir du donneur) de remettre un jeton de caddie, à l'effigie du Rotary coté face, et portant le slogan d'Action Cancer côté pile. Cette collecte sera assurée de manière entièrement bénévole par les membres du Rotary.



Date

Samedi 7 Février 2015. 1^{er} samedi du mois, et suivant la journée mondiale contre le cancer de manière à bénéficier de la période optimale de communication.

Perspectives

Les données nationales font état d'un nombre moyen de 20 millions de passages caisse en GMS, sachant que cela peut atteindre 25 millions en jour de pointe. En étant pessimiste et supposant qu'un seul client sur dix donne 1€, la collecte serait de 2 millions d'euros. Pour mémoire, l'opération Espoir en tête rapporte nationalement 700 à 900 K€ selon les années.

(Imaginons si nationalement, le ratio n'était plus de 1 donneur sur 10, mais de 2, ou plus ? Sachant que parmi les donateurs, bon nombre ne se contenterait pas de ne donner qu'un euro.)

Procédé-Marketing

Le principe de l'opération réside sur l'effet de masse ajouté à la simplicité du geste et de la notion d'échange.

Le succès de l'opération dépendra essentiellement de la campagne de communication qui doit aboutir à ce que les clients, avant d'entrer dans le magasin, sachent déjà qu'une personne va leur proposer d'échanger un jeton, comme c'est le cas par exemple pour la collecte de la Banque Alimentaire.

Pour marquer les esprits et renforcer la campagne de presse, les slogans doivent être percutants mais aussi imagés, et simples, comme : « Donnez les j'tons au cancer », pouvant être déclinés selon les années en « Jetons le cancer », « Mettez un j'ton au cancer », etc.

Deux partenaires officiels pour « Jetons Cancer » se sont déclarés :

- Le Crédit Mutuel qui assurera la partie financière (fabrication des jetons, impression des affiches et matériel communication). Budget promis : 10 000€ minimum.
 - Le Dauphiné Libéré qui prendra en charge la communication auprès du public (articles de presse, interviews et encarts publicitaires gratuits sur les 5 départements).
- Les consommateurs seront donc ainsi informés de l'action avant même d'arriver à leur magasin !!!



Ces 2 sociétés seront donc partenaires de l'opération, avec parution de leurs logos au bas de nos supports de communication.

Ce partenariat va considérablement renforcer la crédibilité de l'opération auprès du public, et il serait dommage que le public averti arrive dans un magasin où aucun Rotarien n'est présent pour lui vendre un jeton...

Quel sera le coût financier pour les Clubs ?

Le seul investissement financier pour les Clubs sera l'achat des troncs ; ces troncs resteront la propriété des clubs et pourront resservir pour l'année prochaine et d'autres actions. Il faut compter un tronc par magasin collecté (sauf si un magasin a plus d'une entrée). Ils seront à commander au district de manière à bénéficier d'un prix de groupe (environ 20 € TTC sous réserve des négociations en cours).

Le coût des jetons et du matériel de communication (voir 01-04) sera pris en charge par les sponsors.

Le réel investissement des Clubs sera dans la présence physique ce jour-là, et les visites de préparation aux points de vente.

N'y aura-t-il qu'une seule action Jeton-Cancer ?

Si c'était le cas, cela signifierait malheureusement que c'est un échec... le but est de faire nos preuves, pour étendre cette action à d'autres districts dès l'année prochaine, jusqu'à

devenir nationale et se répéter chaque année, comme Espoir en Tête.
L'excédent éventuel de jetons commandés pourra donc être réutilisable !!

Avec quelles centrales avons-nous des accords au 10 Octobre?

Carrefour et Carrefour-Markets

Auchan

Hypers-U et Super-U de Système-U

Intermarché et Leclerc

Quel sera le matériel publicitaire et les visuels ?

Des affiches seront fournies pour poser dans les points de vente, et des [flyers explicatifs](#) que vous pourrez remettre à vos clients.

Les collecteurs seront porteurs d'un gilet jaune Rotary et brassard (fournis par le District).

Des pastilles autocollantes imprimées « Jetons-Cancer » seront fournies pour coller sur les gilets, les troncs, et différents supports.

LES RESULTATS

L'ensemble de la collecte pour le district se monte à **40000€**.

Le montant de cette collecte ayant été effectué par 25 clubs sur 46, et compte tenu des scores que certains clubs ont réalisés (jusqu'à 5000€), il n'est pas utopique de penser que si tous les clubs du district participaient, la recette pourrait dès l'année prochaine dépasser 100000€.

Pour cette occasion 3 clubs d'Annecy se sont réunis pour réaliser cette action en commun.

Annecy et Annecy Rive-Gauche étaient présents à Auchan-Epagny (recette 2120€)

Annecy Tournette à Carrefour market Annecy le Vieux (recette 1200)

Au-delà de l'aspect financier, il faut noter un accueil très favorable du public qui s'est senti concerné par l'opération, et on a vu plusieurs fois des clients revenir du parking pour donner l'unique euro qu'ils avaient dans leur caddie. De nombreux clients ont donné bien plus qu'un euro et certains des billets voire des chèques.

De plus, le fait de proposer un jeton en échange ne donnait pas l'impression de « faire la manche » ou mendier.

L'accueil des magasins aussi a été très positif, même par quelques-uns réticents au début ; certains ont même remerciés leur clients par un panneau, et se sont déjà positionnés pour l'année prochaine.

Enfin en terme de communication, il y a rarement eu en si peu de temps autant d'articles dans la presse mentionnant le Rotary, ou affiches dans les magasins. Et ce n'est pas terminé car la remise de la collecte aura lieu avec la Presse le jeudi 26 mars à [CLINATEC à Grenoble](#), et montrera au public que ce qu'ils ont versé ira bien directement et intégralement à l'achat de matériel.

Le public aussi a pu approcher des membres du Rotary sur le terrain, proches d'un sujet qui en concernait beaucoup d'entre eux, et loin des clichés défavorable à notre association.

...Et on peut logiquement penser qu'à ce jour, plus de 30 000 personnes ont maintenant dans leur poche un jeton avec le logo du Rotary.