

# Stratégie 2007-2012 de la



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung

**SSN** Société Suisse de Nutrition

**SSN** Società Svizzera di Nutrizione

## Version abrégée

---

En Suisse, la Société Suisse de Nutrition (SSN) est la plus grande organisation nationale spécialisée dans le domaine de la nutrition. Instance technique reconnue, elle intervient dans l'information et l'éducation nutritionnelles. Les activités de la SSN s'inscrivent dans le domaine de la prévention et de la promotion de la santé.

### 1. Buts de la SSN

Les buts de la SSN résultent du but social dont les statuts de la société donnent la description suivante :

- information de la population à l'aide de données scientifiquement fondées concernant l'alimentation,
- mise en place d'un réseau interdisciplinaire de spécialistes de la nutrition,
- promotion de la recherche nutritionnelle.

### 2. Vision de la SSN

La Société Suisse de Nutrition (SSN) est une institution indépendante et compétente déployant des activités scientifiques dans le domaine de l'alimentation. Elle est établie et reconnue sur le plan national, tant par les milieux scientifiques que par la population, comme centre d'information pour les questions touchant à la nutrition.

La SSN apporte à la population les compétences et la motivation qui lui permettent d'adopter des comportements alimentaires et un mode de vie alliant plaisir et santé, de façon à favoriser la santé, le bien-être, le maintien d'un poids corporel sain et l'amélioration des performances et de la qualité de vie. Par ailleurs, la SSN contribue à faciliter et promouvoir des conditions-cadre socio-économiques et écologiques favorables à un comportement alimentaire sain.

### 3. Stratégie de la SSN

#### 3.1 Stratégie marketing

*La SSN développe ses atouts, concentre ses activités sur ses domaines de spécialisation et de compétence, agit de façon proactive et accroît sa notoriété dans la population.*

- Concentration des activités de la SSN.
- Développement des compétences fondamentales (vulgarisation des connaissances scientifiques) et des atouts de la SSN et neutralisation ou diminution de ses faiblesses.
- Continuation de la stratégie de différenciation passant par la conservation et le développement de l'image positive de la SSN et de la qualité de ses prestations.
- Poursuite d'une stratégie de pénétration du marché passant par la diffusion accrue des prestations de la SSN (sociétariat SSN, abonnement Tabula, produits et services SSN).

- Proactivité accrue de la SSN visant au développement des fonctions de liaison entre la science, l'économie et la population d'une part, à l'amélioration de la visibilité et de la notoriété de la SSN au sein de la population des trois régions linguistiques d'autre part (par ex. publication de prises de position scientifiquement fondées).
- Coordination permanente des activités et des projets de la SSN avec les stratégies de ses deux principaux partenaires, l'Office fédéral de la santé publique et la fondation Promotion Santé Suisse, en vue d'exploiter au mieux les synergies et de renforcer réciproquement les messages de chacun d'eux.
- Gestion des contacts avec les organisations partenaires (coopération à la diffusion des informations de la SSN et/ou financement de ses projets).
- Augmentation notable du nombre des membres et des recettes provenant des cotisations par une gestion active des relations avec les membres et des relations publiques.

### 3.2 Stratégie financière

*La SSN cherche à augmenter la part d'autofinancement et à développer des projets spécifiques financièrement autonomes.*

- Augmentation de la part d'autofinancement : L'objectif à long terme consiste à obtenir un autofinancement de 65% et un financement externe de 35%.
- Autonomie financière des projets spécifiques.
- Maintien de la différenciation des prix entre les membres et les non-membres.

### 3.3 Stratégie en matière de communication

*La SSN harmonise sa communication vers l'extérieur et fournit des informations proactives.*

- Affirmation de l'image institutionnelle de la SSN.
- Politique d'information proactive et scientifiquement fondée.
- Communication insistant sur le caractère ONG de la SSN afin d'exploiter l'important crédit dont jouissent les ONG dans la population.
- Harmonisation réciproque des messages clés en relation avec la nutrition diffusés par la SSN, l'Office fédéral de la santé publique et la fondation Promotion Santé Suisse.
- Unification des messages nutritionnels entre les partenaires Nutrinet et d'autres ONG.
- Concentration des informations nutritionnelles sur des messages clairs, aisément compréhensibles et pertinents.

### 3.4 Stratégie en matière de personnel et d'organisation

*La SSN mise sur des collaborateurs et collaboratrices qualifiés, des structures et des procédures simples et un comité multidisciplinaire.*

- Une politique de perfectionnement et de recrutement visant à améliorer en permanence la qualification du personnel.
- Simplification des structures et processus internes.
- Renforcement des compétences du comité dans les domaines droit, finances et surtout marketing.