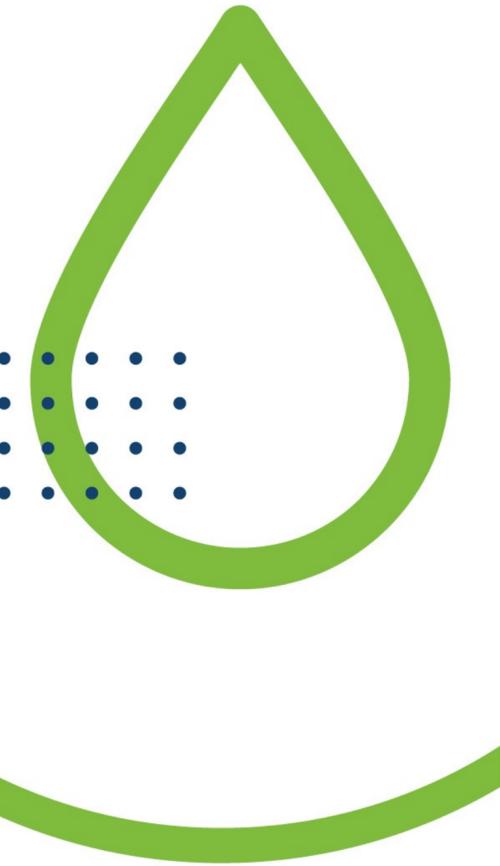


# Communiquer avec tous: Quelle approche pour toucher chacun?

Céline Schaldembrand et Caroline Gagné  
23 mars 2022



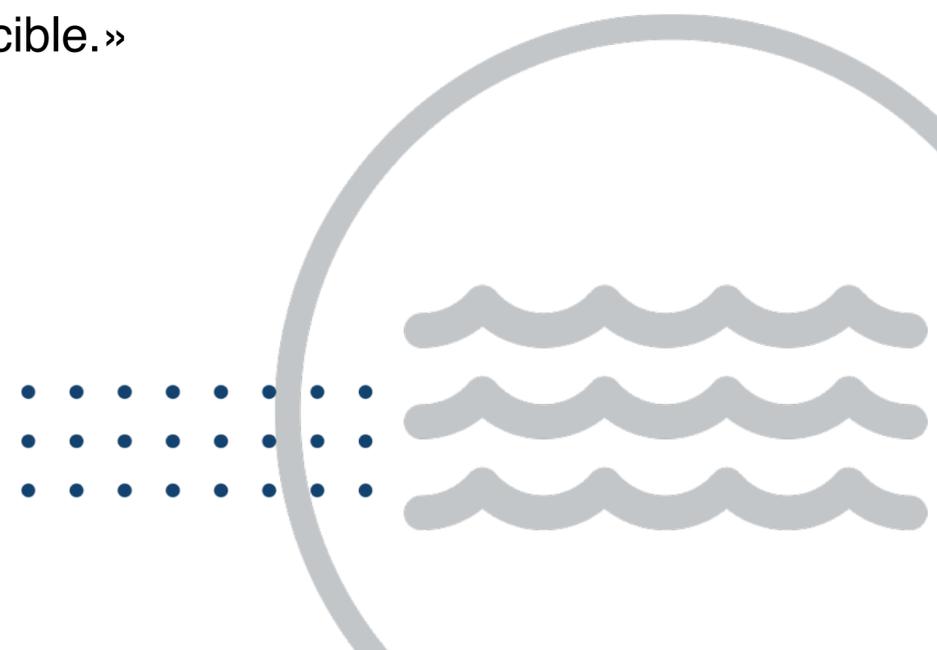
# Qu'est-ce qu'un persona?



## Définition:

« La description de base d'une **persona** inclut le nom, le prénom, le genre, l'âge, les profils de consommation dans différents secteurs, un mode de vie et bien d'autres attributs en fonction du domaine étudié. Cette description est le fruit de recherches ou d'entrevues de clients existants. [...] De la même manière, l'objectif de la méthode des personas est de réussir à se mettre dans la tête de l'utilisateur afin de mieux le servir & lui donner plus de raison de consommer. Cette méthode permet notamment d'identifier les besoins et objectifs des utilisateurs, mais aussi ses objections afin de mieux y répondre. [...] Cela évite une communication globale et favorise la personnalisation et la création de messages sur mesure et adaptés aux attentes de la cible.»

Source: Wikipédia



# Bâtir un persona



## Comment trouver des informations pour bâtir un persona?

- En identifiant la génération à laquelle il appartient et en cherchant les caractéristiques de celle-ci;
- En questionnant un représentant du public ciblé avec qui nous avons une bonne relation (exemple: un membre du CA);
- En questionnant le regroupement auquel appartient le persona, si applicable;
- En faisant une revue des médias spécialisés, des événements qui leur sont dédiés;
- En faisant des entretiens, des sondages, des *focus groups* (firmes spécialisées), etc.;
- En consultant le Baromètre de l'action climatique: <https://unpointcinq.ca/barometre-de-laction-climatique-2021/>.

Personas développés par les OBV dans le cadre de l'atelier:

Nom: Suzanne

Public: Directrice générale d'une petite municipalité rurale

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Horaire de 8h-16h
- Emploi temps plein stable
- Mandat: équilibre budget, application et respect des règlements, service aux citoyens
- Défis: Lourdeur administrative, limiter / orienter par décisions / vision du conseil, nouveaux règlements sur les milieux humides et hydriques (REAFIE, compensations MHH, PRMHH), manque de temps, ressources humaines

### Sexe:

Femme (50% hommes et 50% femmes occupent ce poste)

### Catégorie d'âge:

45-54 ans ou plus

### Niveau de scolarité:

Cégep ou université

**Enfant(s):** Oui

## COMMUNICATION

- Courriels
- Téléphone
- Teams
- Facebook

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Variable: Parfois poussée par la réglementation et les exigences gouvernementales, parfois très pro-active

Nom:

Public: Étudiant

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Étudiant
- Horaire très variable: se couche tard et se lève tard
- Heure de connexion sur les réseaux sociaux: à déterminer
- Défis: le temps, les moyens financiers, la réussite, la performance, la recherche identitaire

### Sexe:

Homme

### Catégorie d'âge:

17-25 ans

### Niveau de scolarité:

Collégial / Début université

### Enfant(s):

Non

## COMMUNICATION

- Médias: TikTok, podcasts
- Moyens de communication: courriel
- Réseaux sociaux: Tiktok, podcasts, stories (Instagram et Facebook)

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Ouverture à se plonger dans ce genre d'enjeux

Nom:

Public: Acteurs de l'eau locaux (pêcheurs, agriculteurs, « villégiateurs »), bord du lac Matapédia

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Retraité
- Bénévole
- Autonome

### Sexe:

Homme

### Catégorie d'âge:

Plus de 65 ans

### Niveau de scolarité:

Secondaire technique

### Enfant(s):

Oui, mais aussi grand-parent

## COMMUNICATION

- Difficulté de les joindre avec les médias actuels
- Journaux
- Poste
- Téléphone
- Radio
- Porte à porte
- À l'église
- Marché public
- Foires agricoles
- Lions, Chevaliers de Colomb, Club Rotary
- Associations de lacs

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

### Agriculteurs:

- Environnement perçu comme une contrainte
- Se sentent souvent surchargés, lourdeur administrative
- Inquiets pour le rendement et la pérennité de leurs entreprises
- Sentiment que c'est souvent eux qui font les choses qui sont pointées du doigt
- Inquiets du manque d'eau et des changements climatiques

**Pêcheurs:** environnement perçu comme une contrainte à leur loisir

**« Villégiateurs »:** Grandes idées, mais difficulté de mise en place d'actions concrètes

**Généralité:** Bonne connaissance du milieu, mais changement et évolution difficiles

Nom: Simone

Public: Propriétaire, vente au détail

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Emploi à temps plein régulier
- Horaires classiques
- Défis: pénurie de main-d'œuvre, gestion du personnel, coûts de la main-d'œuvre

### Sexe:

Peu pertinent

### Catégorie d'âge:

55-65 ans

### Niveau de scolarité:

Cégep et plus

### Enfant(s):

Oui

## COMMUNICATION

### Médias:

- Journaux des affaires
- Journaux régionaux
- Réseaux sociaux: Facebook, LinkedIn

### Moyens de communication:

- Regroupement de commerçants
- Infolettres

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Rentabilité, difficulté d'interprétation, manque de sentiment d'être concernés, problématiques environnementales spécifiques aux commerces (GMR, etc.)

Nom: Luc et Gaston

Public: Propriétaires riverains

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Télétravail - horaire : 8h à 4h
- Vit dans sa propriété secondaire depuis la pandémie

### Sexe:

Masculin

### Catégorie d'âge:

40-60 ans

### Niveau de scolarité:

Niveau universitaire

- Aisés financièrement

### Enfant(s):

Non

## COMMUNICATION

- Journaux régionaux (pas locaux)
- Facebook
- Courrier postal
- Porte-à-porte en période d'achalandage

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

- Intérêt variable (lorsqu'ils sont eux-mêmes affectés)
- Souhaitent conserver leur vue et maintenir leurs usages (villégiature)
- Défi de qualité et quantité d'eau

Nom: Raymond Lépine

Public: élu d'une petite municipalité

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Horaire: 18h—22h du lundi au vendredi
- Disponibilités de jour (2 emplois)
- Très impliqué dans sa communauté: participe aux événements en fin de semaine

Défis:

- Image publique - dépendant de l'opinion publique
- Réseau social
- Sursollicité
- Manque de connaissances en environnement pour prendre des décisions éclairées

### Sexe:

Masculin

### Catégorie d'âge:

55-60 ans

### Niveau de scolarité:

Cégep

### Enfant(s):

oui -> petits-enfants

## COMMUNICATION

- Réseaux sociaux
- Twitter/LinkedIn/Facebook
- Courriel

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

- Protéger l'environnement c'est dispendieux
- Besoins de sa communauté

Nom: Jacques

Public: Élu municipal

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Fonctionnaire provincial (MTQ), ingénieur civil
- Horaire: 9h-17h - temps plein

Défis:

- Surcharge de travail
- Diversité de dossiers qu'il doit
- Proximité avec les citoyens
- Pas assez rémunéré
- Questionnement des opposants, des citoyens
- Incivilités sur les réseaux sociaux

**Sexe:**

Masculin

**Catégorie d'âge:**

35 ans

**Niveau de scolarité:**

Bac

**Enfant(s):**

Oui

## COMMUNICATION

- S'informe sur Internet
- Suit Facebook et Twitter (en période électorale)
- Privilégie le courriel et le téléphone

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

- Inquiet de la qualité de l'eau
- Quantité de sel épanchée sur les chemins

Nom: Jason Tremblay

Public: jeune (génération Z)

Photo

## VIE PROFESSIONNELLE

- Étudiant
- Caissier à IGA le soir et la fin de semaine. Temps plein et été et temps partiel le reste de l'année
- Horaire: école: 9h à 4h - IGA: 5h à 8h

Défis:

- Sommeil
- Alimentation
- Image sociale
- Anxiété (responsabilité, apprentissage)
- Réseau social (covid), divertissement

### Sexe:

Masculin

### Catégorie d'âge:

15-25 ans

### Niveau de scolarité:

Secondaire

### Enfant(s):

Non

## COMMUNICATION

- Facebook (Messenger)
- Tik Tok
- Youtube
- Sorties (groupe de jeunes)

## PERCEPTION DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

- Se sent peu ou pas concerné (immaturité intellectuelle?)