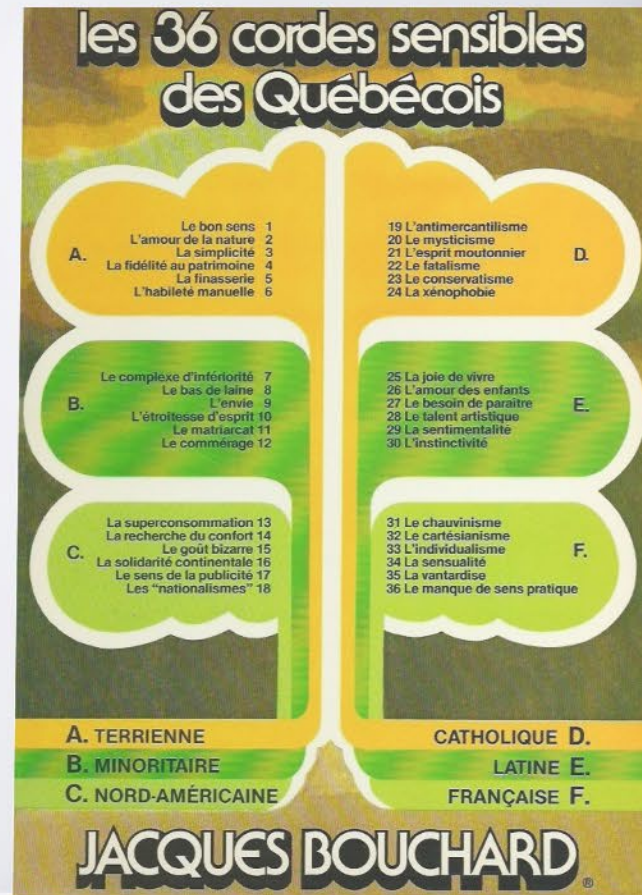


Leger

LE CODE QUÉBEC

18 DES 36 DES CORDES SENSIBLES DES ANNÉES 70 SONT DISPARUES



CATÉGORIES	TOTAL
Latin	5/6
Racines, traditions	5/6
Nord-américains	4/6
France	2/6
Complexe d'infériorité	2/6
Catholicisme	0/6

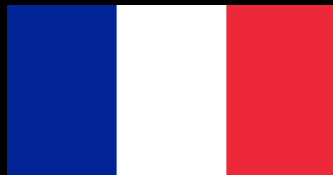
D'un point de vue
culturel, de qui vous
sentez-vous le plus
proche?





Leger

D'un point de vue
culturel, de qui vous
sentez-vous le plus
proche?



1/3

LANGUE
CULTURE ET
ÉMOTION



1/3

INSTITUTIONS ET
COUTUMES



1/3

CAPITALISME, LE
RÊVE AMÉRICAIN

COMPARATIVEMENT AU
CANADA ANGLAIS, NOUS
SOMMES

PAREILS À 71%,

DONC SEMBLABLES EN
GROS....

DIFFÉRENTS
OÙ ÇA COMPTE.





C'EST MIEUX
COMPRENDRE LE
QUÉBEC

[illegible]

Quels mots vous font réagir le plus
positivement?

**affection morale honnêteté
dieu étranger ingéniosité
sensualité certitude mariage
soldat émotion
prudence tolérance
économies chaleureux**

Quels mots vous font réagir le plus
positivement?

affection morale honnêteté
dieu étranger **ingéniosité**
sensualité certitude mariage
soldat **émotion**
prudence **tolérance**
économies **chaleureux**

Quels mots vous font réagir le plus
positivement?

affection morale honnêteté
dieu étranger ingéniosité
sensualité certitude mariage
soldat émotion
prudence tolérance
économies chaleureux



JOIE DE VIVRE

Leger



ICI ET MAINTENANT

Est-ce plus important pour
vous de vivre le moment
present ou planifier pour
l'avenir?

74% vs 46%

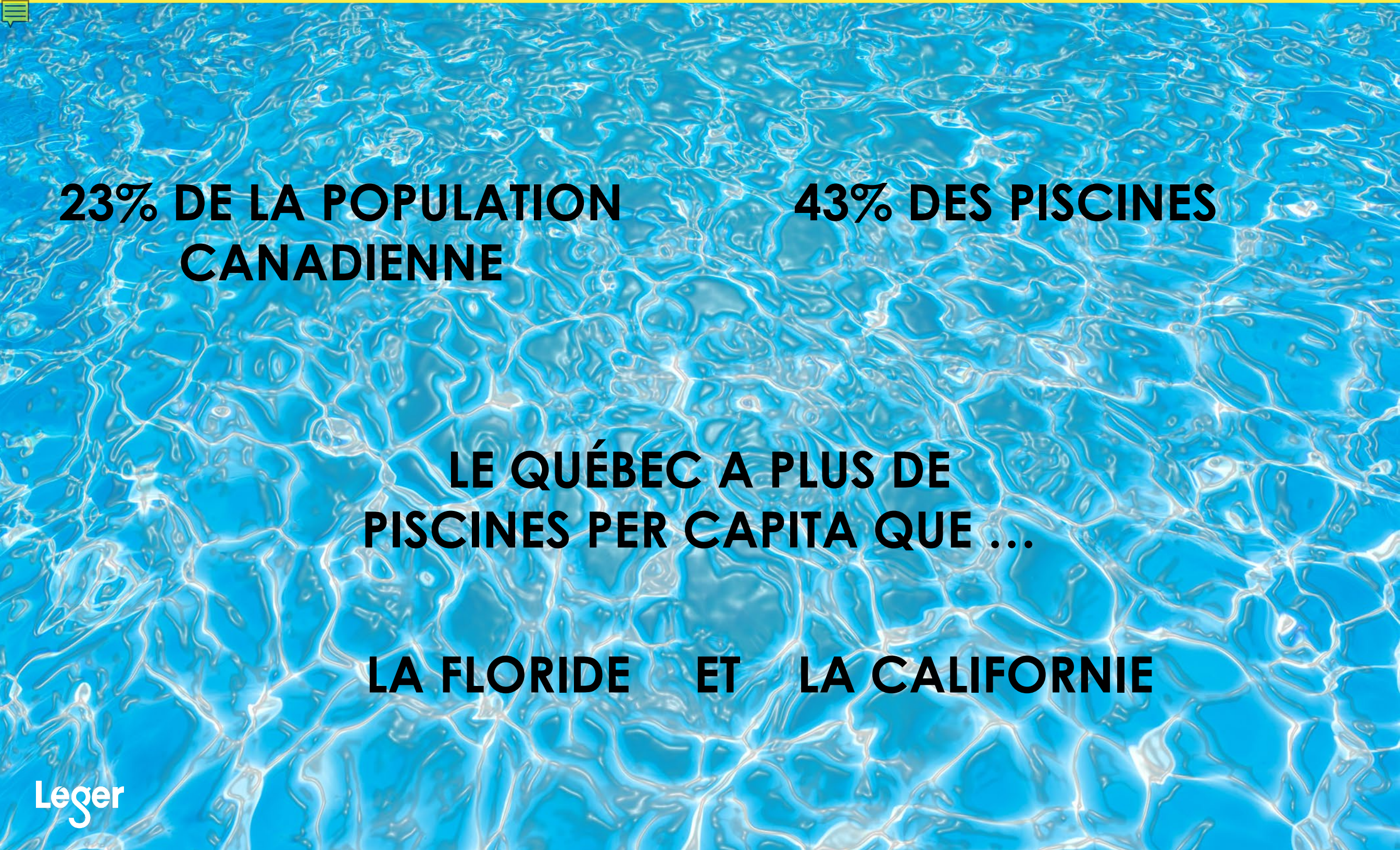


Sobeys



**Eat better,
feel better
& do better.**





**23% DE LA POPULATION
CANADIENNE**

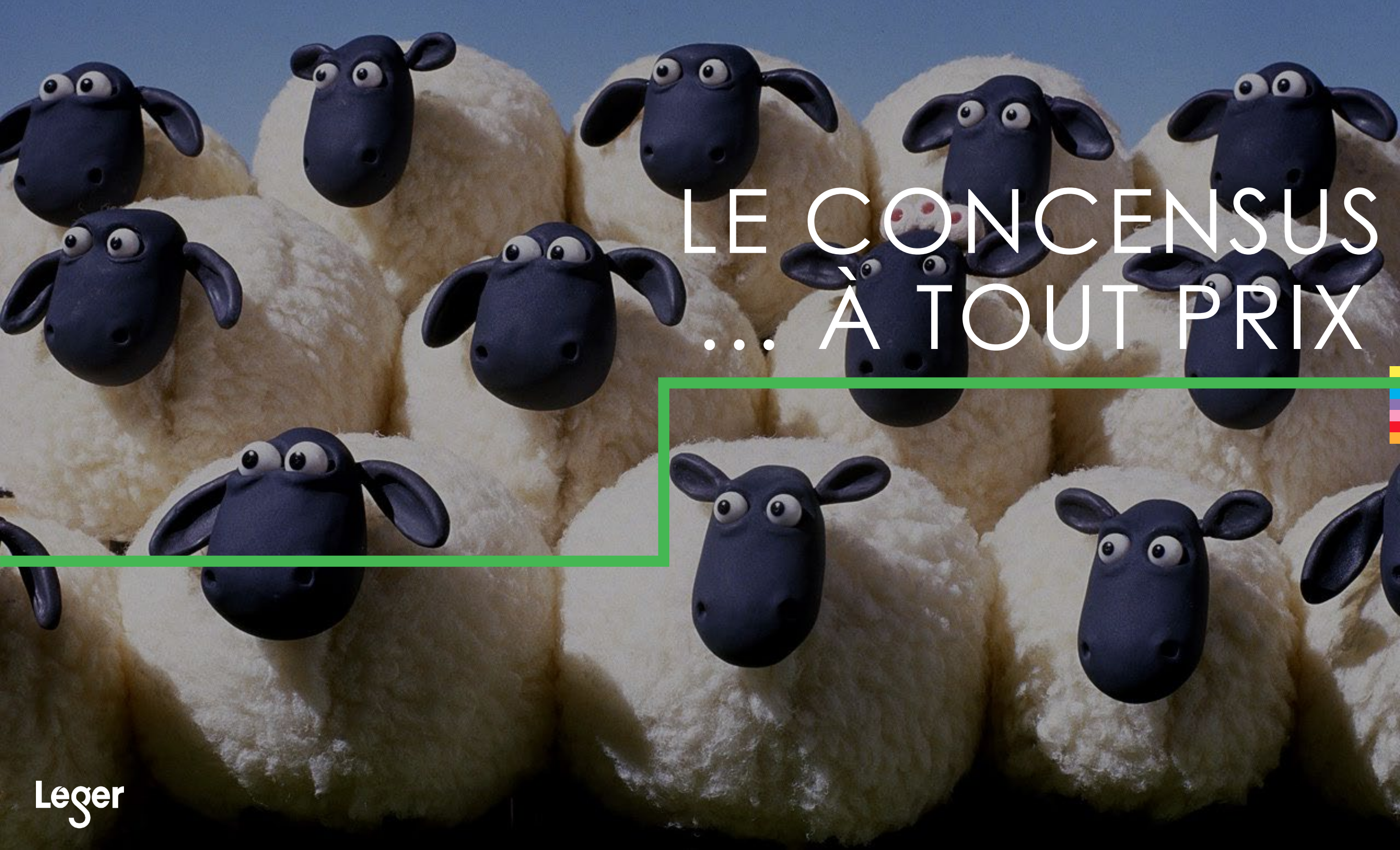
43% DES PISCINES

**LE QUÉBEC A PLUS DE
PISCINES PER CAPITA QUE ...**

LA FLORIDE ET LA CALIFORNIE

En tant que récepteurs

- Remplacer « doit » par « peut »
- Le court-terme ... peut-être le moyen...
- Connecter par l'émotion?
- « Être raisonnable » n'est pas intuitif



LE CONSENSUS ... À TOUT PRIX



LE CONSENSUS À TOUT PRIX

QU'EST-CE QUI VOUS MOTIVE
LE PLUS, OBTENIR RAPIDEMENT
LE CONSENSUS OU AVOIR
RAISON?

51% vs 37%



**92% de l'auditoire
francophone**

**3,9 M live et ...
live! 4,3 au total**



Leger

**Voici la seule
tradition
comparable au
Bye Bye!!**

Áramótaskaupið





La majorité des
Québécois
sont d'accord...



En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- Participer à la décision, être dans le cercle intime, être consulté
- Tardent à prendre position ...
Attendent les autres
- Consensuel, organique, authenticité, consultatif ...

A woman with dark hair tied back, wearing a black leather jacket, is looking out of a train window. The background is blurred, suggesting motion. The overall color palette is cool, with blues and greys.

LE DÉFICIT D'ENGAGEMENT

*“Je ne suis plus certaine si
je suis encore indécise.”*

*“ AU QUÉBEC, IL EST
URGENT D'ATTENDRE.”*

En bref ...

- Moins de mariages, plus de divorces
- Nous donnons moins (même en tenant compte du revenu disponible)
- Nous faisons moins de bénévolat
- Notre degré d'implication dans la communauté est moindre
- Vert en parole mais pas dans nos comportements

En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- Des gros parleurs ...
- Nos actions ne suivent pas toujours nos dires
- Besoin de présence, de comprendre, de l'entendre de quelqu'un



VICTIME

“Quand on vous présente une idée originale, avez-vous tendance à lui faire confiance ou vous en méfier?.”

73% vs 56%

PLUS MÉFIANTS

C'EST VRAIMENT
INJUSTE



VOUS SOUVENEZ-VOUS?



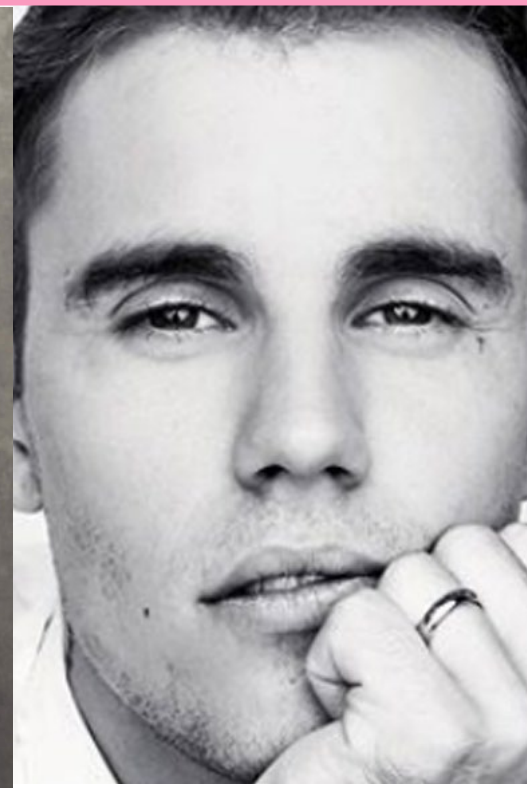
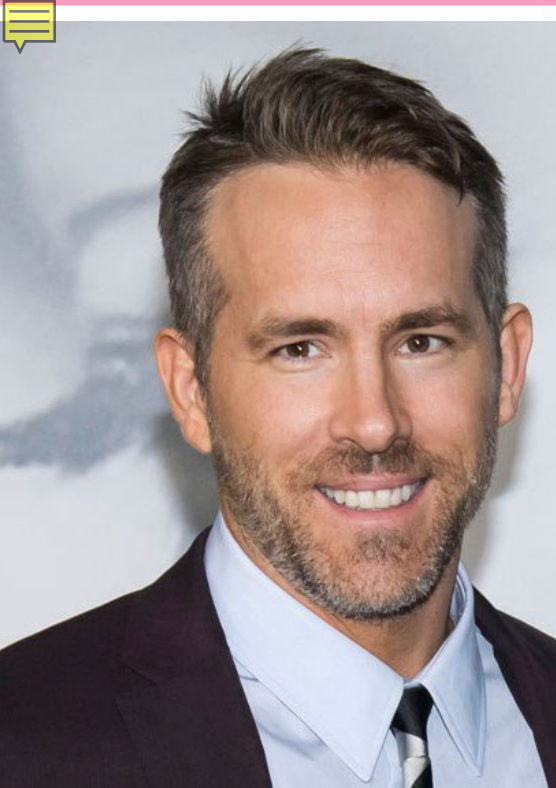
En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- « Gagner » la confiance prend plus de temps
- Personne à personne, lire les visages, sentir l'intention
- Les Québécois font confiance aux individus... pas aux institutions
- 'Small is beautiful' (petits pas, petites victoires)



VILLAGEOIS

Leger



Des
Canadiens
qui ont
gagné le
**PEOPLE'S
CHOICE
AWARDS**



Leger



Des
Québécois
qui ont
gagné un
trophée
ARTIS

Leger



VILLAGER

+25%

MORE EFFECTIVE WITH
A QUEBEC SPOKESPERSON
AND USING QUEBEC HUMOUR

Leger

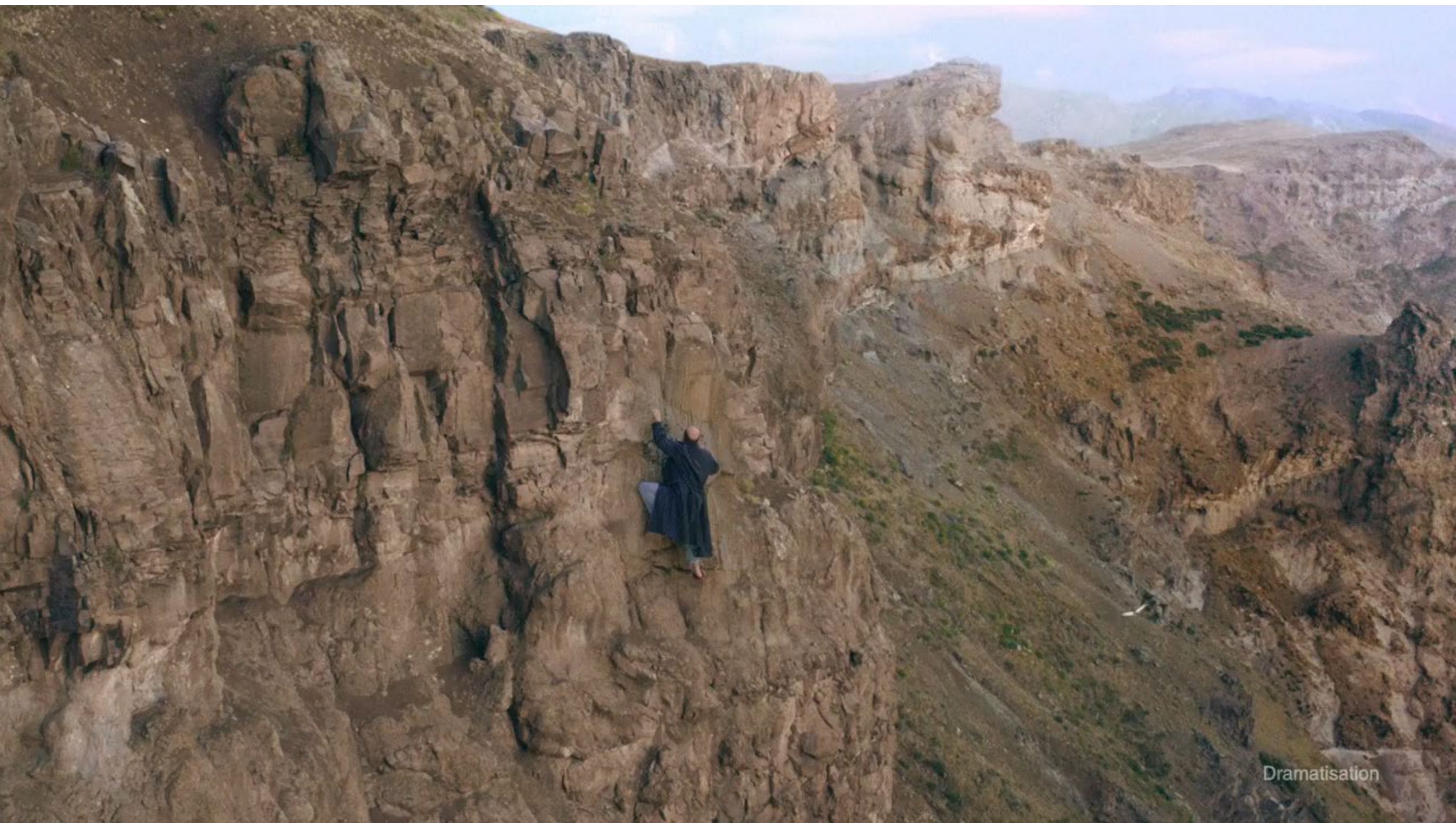


VILLAGER



intact
ASSURANCE

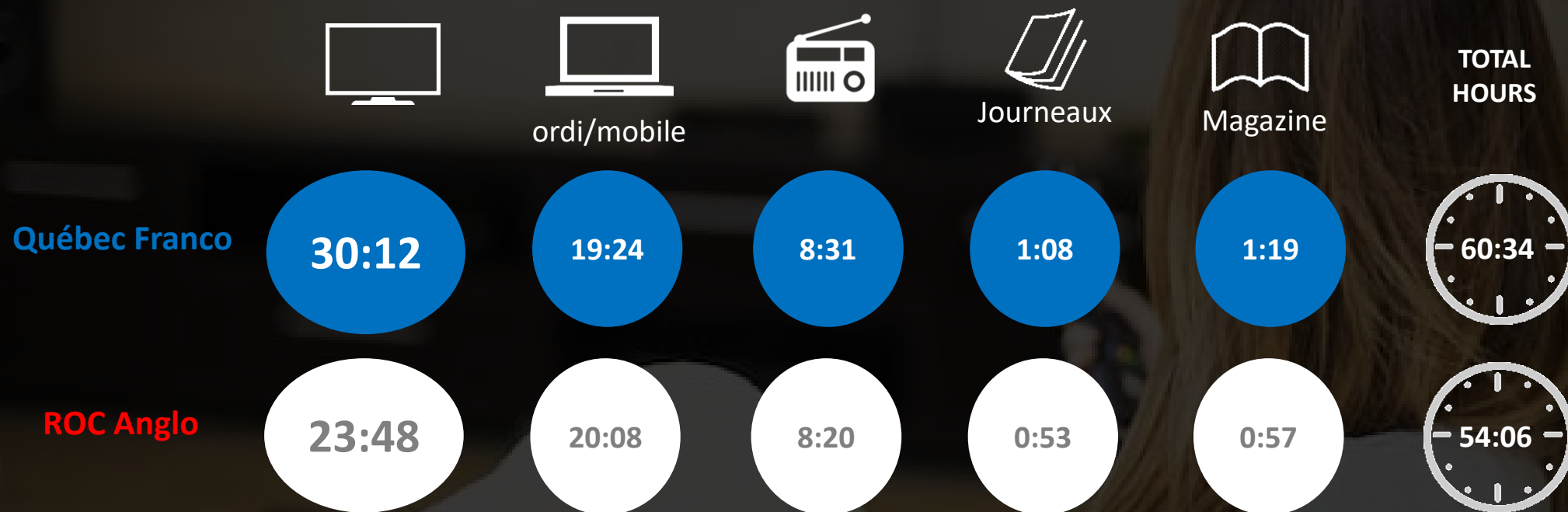
Leger



Dramatisation

La télé demeure le média le plus consommé en particulier **AU QUÉBEC**

A18+ Per Capita et par semaine



Source: (All) Québec fr., English Canada, A18+, per capita; (TV) Numéris, Fall 2018 (3 sept. - 2 dec.); (Web) comScore multiplateforme, moy. 12 month, nov. 2017 - oct. 2018, population Numeris; (Magazines, Newspapers, Radio) Vividata Fall 2018

55%

ont le français comme
première langue apprise.

MAIS SI VOUS TRAVERSEZ
UN PONT?

95%

SONT
FRANCOPHONES

En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- Mettre un visage sur tout
- Se faire dire qu'ils sont spéciaux, différents.
- Le Québec est le royaume des coops, mutuelles, franchises.
- Les petits qui joignent leurs forces pour devenir grands



CREATIF

En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- Un peu indiscipliné
- Faire un peu à sa tête
- Le narratif du patenteur
- Ils aiment moins les solutions toutes faites, le mur-à-mur



*“La culture
entrepreneuriale, du “start
up”*

FIÈRTÉ

INTENTION DE SE LANCER
EN AFFAIRES EST PASSÉ DE
7% À 21%
EN 15 ANS.

En tant qu'auditoire, collègues ou partenaires

- L'ère des « intrapreneurs »
- La fierté envers leurs créations
- Autonomie et reconnaissance

LES 7 VISAGES DU QUÉBEC



+

=

-

-

-

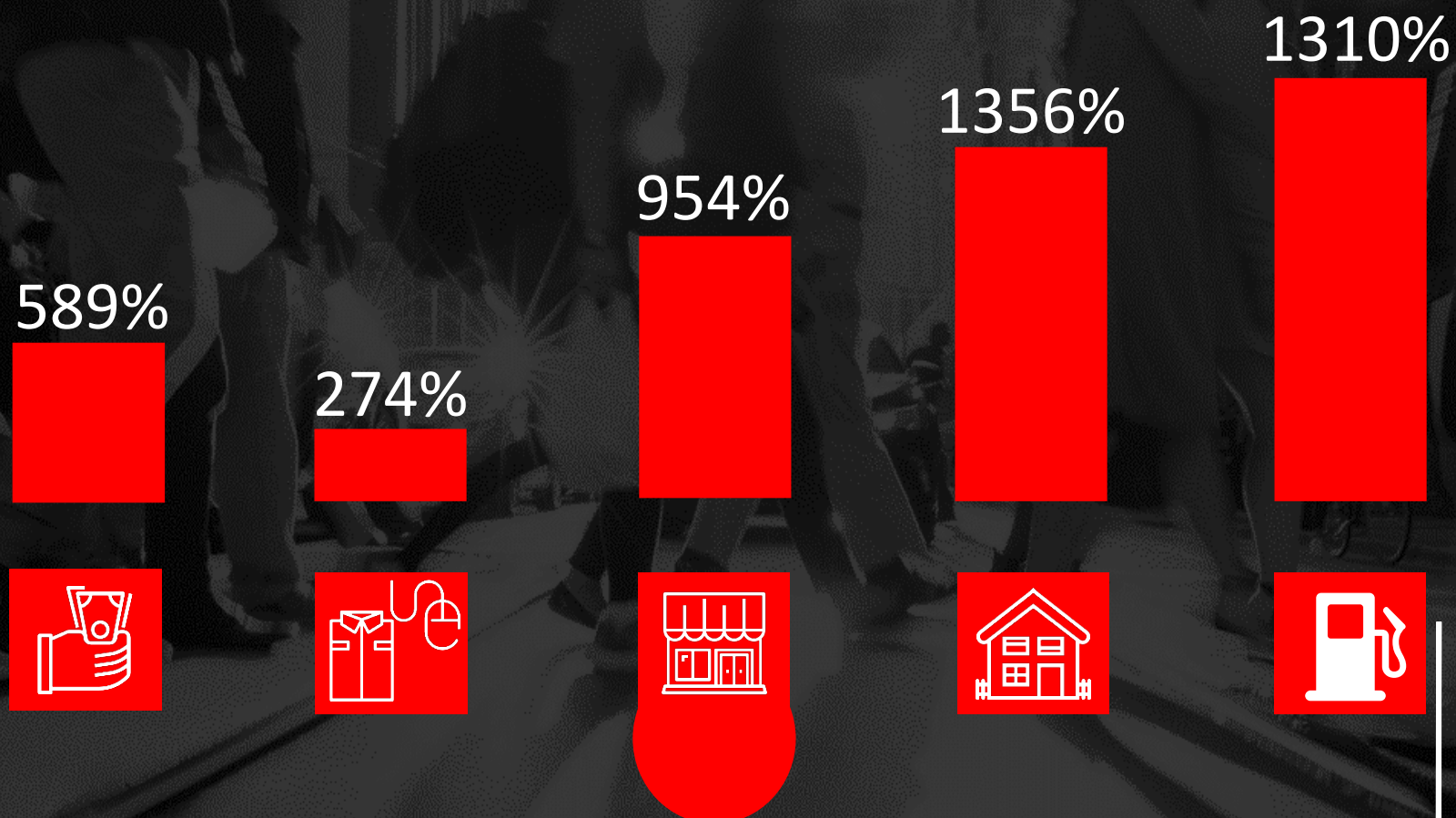
+

+

Les enjeux générationnels



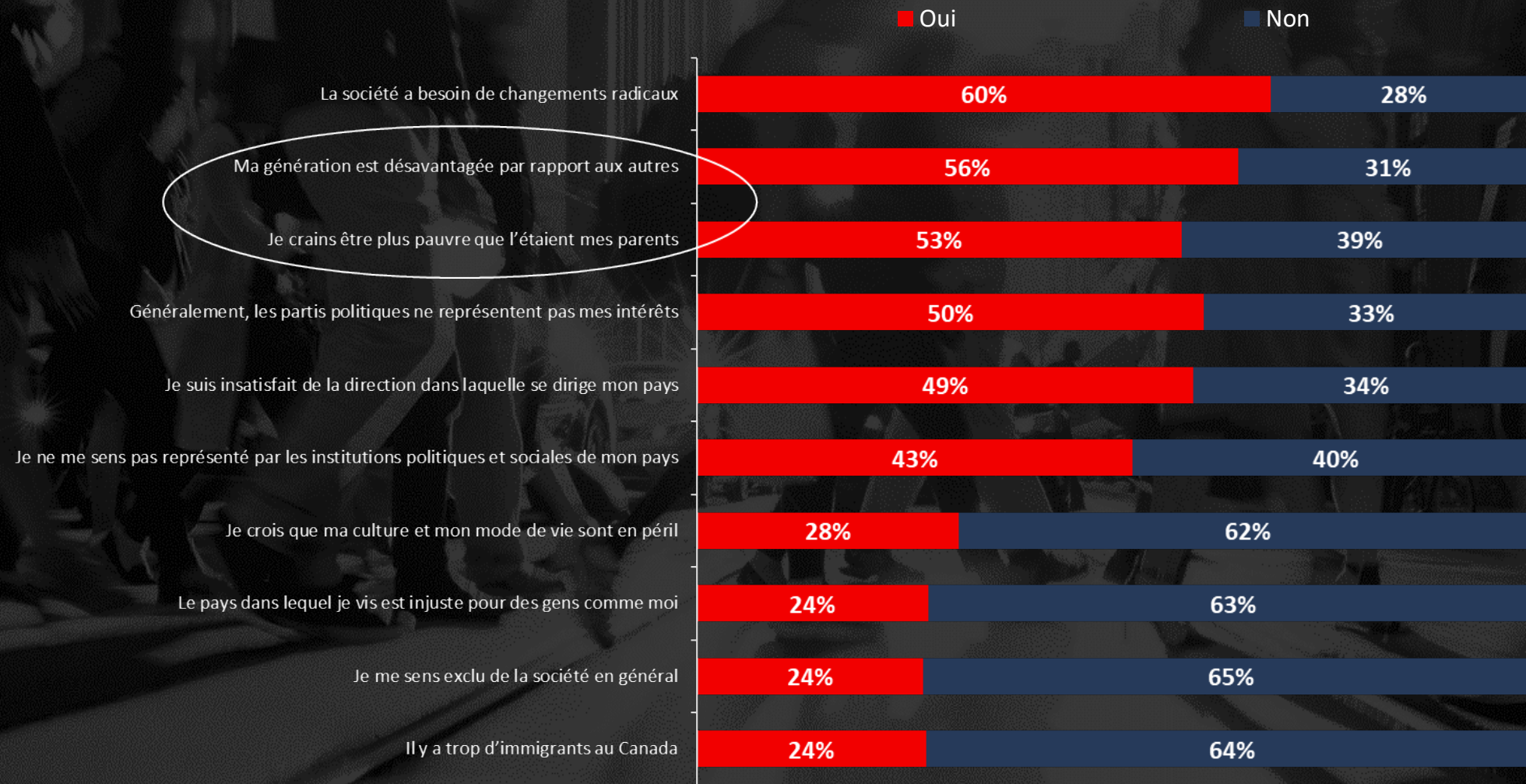
AUGMENTATION DES PRIX 1971 À 2023



« Quel est votre niveau d'accord avec les énoncés suivants ? »

	% TOTAL ACCORD* PRÉSENTÉ	n=	GENRE	
			TOTAL	
			Homme	Femme
		7 267	2 310	4 957
Je manque souvent de temps	75%		67%	78%
Mon rythme de vie va trop vite	64%		56%	68%
Je me sens dépassé par ce qui se passe autour de moi	56%		47%	60%
J'ai l'impression que les autres ont plus de plaisir que moi dans la vie	55%		49%	57%
J'ai l'impression que les autres réussissent mieux que moi	52%		45%	55%
Je ne pense pas réussir à la hauteur de mes ambitions	44%		40%	46%
Je ne me sens pas à ma place dans ma vie en général	32%		30%	33%
Je ne pense pas être en mesure de réaliser mes rêves	29%		29%	29%
***Je ne me sens pas à ma place dans mon école	24%		25%	23%
**Je ne me sens pas à ma place dans mon travail	21%		24%	19%

Égalité intergénérationnelle



Source: Étude jeunesse, Léger, automne 2021.

Continuons.

changer
d'ère

66% des
« boomers »
ont voté
pour la CAQ

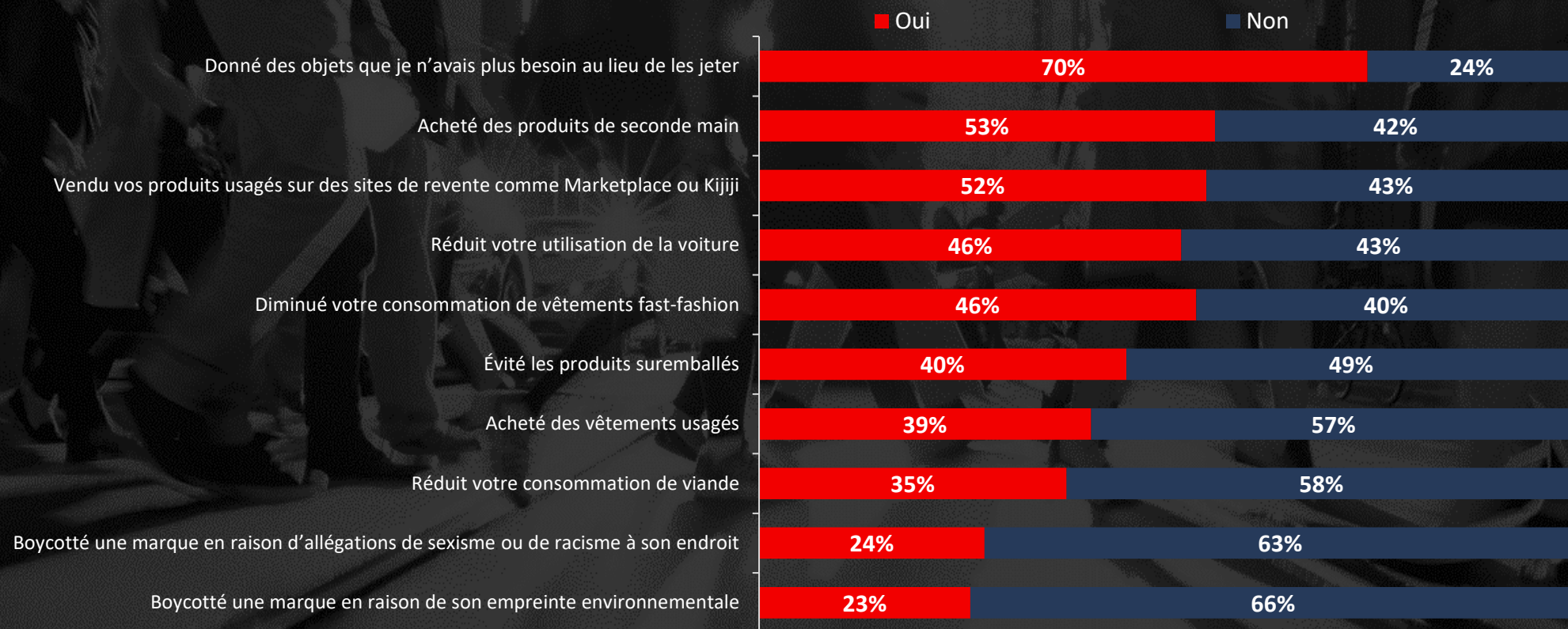


26% des
« jeunes » ont
voté pour
la CAQ.

Alors que **46%**
ont voté QS

COMPORTEMENTS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

« Au cours de la dernière année, avez-vous adopté ces comportements suivants? »



56% affirment souffrir d'éco-anxiété

49% pensent qu'il est déjà trop tard
pour stopper la progression
des changements climatiques

Source: Étude jeunesse, Léger, automne 2021.

Il existe
un écart
générationnel
lorsqu'il est
question
d'influenceurs.



GÉNÉRATIONS DÉCODÉES

Génération	Silencieuse Avant 1945	Boomers 1946-1964	X 1965-1980	Milléniaux Y 1981-1996	Z 1997-2010	Alpha 2010 +
Trait identitaire dominant	Villageois	Détaché	Victime	Fier	Créatif	Consensuel
Contexte	Guerre mondiale	Guerre froide	Crise économique	Mondialisation	Changements climatiques	Pandémie
Technologie	Radio	Télévision	Internet	Téléphone intelligent	Réseaux sociaux	Intelligence artificielle
Valeur de base	Conformisme	Idéalisme	Matérialisme	Individualisme	Communautarisme	Tribale
Comportement-clé	Stabilité	Confort	Résilience	Entrepreneuriatisme	Activisme	Instantanéité
Besoin essentiel	Respect	Implication	Reconnaissance	Encouragement	Égalité	Être rassuré
Communication	Hiérarchique	Horizontale	Modulaire	Collaborative	Authentique	Directe
Phrase générationnelle	Né pour un petit pain	Il est interdit d'interdire	Tasse-toi Mononc'!	OK Boomer	Il n'y a pas de planète B	Le nouveau normal
Attitude	Je dois	Je peux	J'existe	Je veux	J'exige	J'observe