

Forum de Connexion jeunesse canadienne
Examen de la campagne pilote de marketing pour la Semaine canadienne de
l'orientation pour le compte de l'unité Marketing et recherche auprès des clients,
Initiative de Service Canada

Rapport sommaire

Le 29 septembre 2005

Du 13 au 23 septembre 2005, les membres du forum de Connexion jeunesse canadienne (CJC) étaient invités à faire des suggestions/observations sur le slogan « Quoi d'neuf/What's up » que l'unité Marketing et recherche auprès des clients prépare en prévision de la Semaine canadienne de l'orientation. Il était notamment demandé aux membres de coter le slogan proposé par l'unité et de donner leur opinion sur l'efficacité des affiches et de certains articles de promotion auprès d'élèves des 11^e et 12^e années.

Le slogan « Quoi d'neuf?/What's up? »

Trente-deux membres de CJC ont participé à la consultation. Douze (38 %) ont fortement approuvé le slogan « Quoi d'neuf?/What's up? », lui accordant une note de 4 sur 5. Quatre autres participants (13 %) lui ont donné une note de 3,5. Tout en estimant que le slogan était adapté au contexte, ces participants se demandaient s'il n'était pas trop général pour attirer réellement l'attention des jeunes.

C'est aussi cette question que se posaient plusieurs des 11 autres participants (34 %) qui ont donné 3 sur 5 au slogan. Quelques-uns ont indiqué, toutefois, que le slogan était adapté au public cible, puisqu'il s'agit d'une expression très répandue parmi les jeunes de toute culture.

Quatre participants (13 %) n'ont pas du tout aimé le slogan. Trois d'entre eux lui ont décerné une note de 2 sur 5, tandis qu'un participant lui donnait 1 sur 5. Enfin, un dernier participant n'a pas répondu à la question.

Du 22 au 28 septembre, un autre sondage a été mené au sein du forum en vue de déterminer si les jeunes préféreraient le slogan « Quoi d'neuf?/What's up » ou le slogan plus tendance « Quoi d'9?/Whuts up? » Quatre-vingt pour cent des participants du forum anglophone et également 80 % de ceux du forum francophone ont trouvé que la première formulation du slogan convenait mieux à la campagne.

Il était demandé aux membres de proposer d'autres slogans qui, à leur avis, interpelleraient davantage les jeunes. On trouvera en annexe les slogans qui ont été suggérés.

Affiches de promotion

Quinze participants (47 %) ont dit qu'ils s'intéresseraient certainement beaucoup plus à la campagne s'ils voyaient le slogan « Quoi d'neuf?/What's up? » sur une affiche de promotion dans leur école.

Un autre groupe de 15 participants a dit que son intérêt dépendrait de la qualité de l'affiche dont le texte devrait être en caractères gras, qui devrait être colorée et

comprendre des graphiques attrayants susceptibles de retenir l'attention des jeunes. Il faut pouvoir saisir facilement le message en passant simplement devant l'affiche.

Deux participants seulement (6 %) ont parlé de l'inefficacité totale d'une stratégie de promotion fondée sur des affiches.

Un autre sondage mené parmi les membres du forum entre le 21 et 28 septembre portait sur l'attrait de trois affiches distinctes. L'affiche la plus populaire (ralliant 57 % des participants) était celle qui avait les couleurs les plus vives et un graphique (une fille sautant en l'air).

Bracelets et articles de promotion

Vingt participants (63 %) ont trouvé que la distribution de bracelets était une excellente façon de promouvoir la campagne « Quoi d'neuf?/What's up? » auprès des jeunes.

Douze participants (37 %) se sont dits opposés à l'idée. Pour quelques-uns, les bracelets ont été « surexploités » et n'intéresseraient plus beaucoup les jeunes. Pour plusieurs autres, carrément opposés à cette idée, cela reviendrait à récupérer la popularité d'un article qui a été lancé, à l'origine, pour ramasser des fonds destinés à la recherche sur le cancer.

Les membres étaient invités à proposer d'autres types d'articles de promotion qui, à leurs yeux, seraient populaires parmi les jeunes. Leurs propositions sont présentées dans l'annexe.

Annexe – Autres slogans et articles de promotion proposés par les membres

Question : Pensez-vous à d'autres slogans qui pourraient convenir à ce type de campagne et qui plairaient davantage aux jeunes? Si c'est le cas, n'hésitez pas à nous les proposer.

- « C'est du vrai. »
Votre carrière – C'est du vrai.
À la recherche d'un emploi? C'est du vrai.
La vie – C'est du vrai.
J'estime qu'un grand nombre de jeunes sont dépassés par la vie irréaliste représentée par les médias, les jeux vidéo, les actualités et les magazines, ainsi que ce que l'on attend (aux niveaux du corps, des études, du monde réel) physique, des jeunes femmes et des jeunes hommes. Les jeunes veulent quelque chose de substantiel, de tangible qui les interpelle.
On peut attirer l'attention des jeunes de façon plus pertinente en faisant appel à leur sens de la réalité – réalité que les élèves des 11^e et 12^e années sont en train de découvrir. Trouver un emploi, ce n'est pas la même chose que d'être « cool » ou « in ».
- Je proposerais quelque chose d'un peu plus pertinent, par exemple « Qu'est-ce qui travaille pour toi? » Ce n'est peut-être pas aussi accrocheur que « Quoi d'neuf? », mais c'est beaucoup plus sensé. Les jeunes, en particulier ceux qui recherchent activement un emploi ou de l'information sur la façon d'en chercher un, seront attirés par le mot « travail. »
- Voici deux slogans que je proposerais : « Le Topo », « Ça gaze? »
- J'ai pensé aux slogans « Vas-y! » ou encore « Tente ta chance! »
- En naviguant dans le site de la Semaine canadienne de l'orientation, j'ai remarqué le slogan « S'ouvrir au changement... trouver sa voie. » Je propose des slogans tels que « Trouve ta voie », « Prends les choses en main », « Explore les possibilités. » Je crois qu'ils traduisent un rapport affectif avec les jeunes d'aujourd'hui. La plupart des jeunes, en effet, ont deux défis à relever, à savoir l'école et le travail, et cela crée beaucoup d'incertitude. Je pense que ces slogans nous font réellement croire qu'une aide existe pour les jeunes adultes canadiens.
- Un des slogans que je recommanderais serait « Connais-tu tes possibilités? » À mon avis, ce slogan fait bien comprendre la nature de la campagne (carrières). Autre avantage, il renferme un élément intrigant, c.-à-d. qu'il n'est ni une phrase de la vie courante, ni une question qui va de soi. Vu la curiosité naturelle de l'espèce humaine, une annonce portant ce slogan pousserait les gens à se poser de nouvelles questions.
- Je suggérerais d'utiliser un mot de jargon comme « sup? » ou « zup » pour que les jeunes se sentent interpellés et pour que ce soit plus in que « Quoi d'neuf? »

Dans ma collectivité, j'ai souvent entendu les jeunes du secondaire utiliser l'expression « Ousque t'en es? ». Cela signifie essentiellement la même chose que « Quoi d'neuf? », bien qu'à l'échelle nationale, il n'est pas sûr que tous seront de cet avis.

- Je crois que le slogan « Ça marche? » serait une formule intéressante à cause de la grande popularité actuelle du terme « marcher. » Cela attire le lecteur et le pousse à continuer de lire parce qu'il/elle veut savoir ce qui « marche », puisque cela est très important dans notre société d'aujourd'hui. Ce slogan implique aussi « ton emploi ou ta recherche d'emploi, ça marche ou non? », ce qui demande aussi si la recherche d'emploi ou de carrière marche ou non, ce qui invite le lecteur à s'intéresser à la campagne.
- Oui, par exemple : Où veux-tu aller?; Suis ta propre voie pour réussir : jeunesse.gc.ca; Ton avenir commence ici! Stratégie emploi jeunesse : étudier aujourd'hui pour réussir demain; Finie la pauvreté : obtiens un emploi maintenant! Change l'histoire, forme-toi aujourd'hui! Quoi d'neuf! Jeunesse gc.ca t'attend!
- Je crois que d'autres slogans pourraient être « Qu'est-ce tu fous? » ou même « Qu'est-ce que tu mijotes » ou encore « Qu'as-tu en vue? »
- « SEJ : Où veux-tu aller? » Tout en mentionnant le ou les programmes pertinents, ce slogan suggère que le programme aidera les élèves à réaliser toutes leurs ambitions ou à résoudre toutes leurs questions au sujet du travail.
- S'il est question de modifier le slogan « Quoi d'neuf », voici mes idées :
 - Tout ce que tu dois savoir
 - Dis quoi?
- Ce slogan prouve bien que les questions ont généralement plus d'effet. Une question plus appropriée serait « Où vas-tu? » ou bien « Quel est ton but? » Ces questions sont plus aisément associées à un parcours professionnel. Même la suivante : « Tu vas quelque part? »
- Oui. « On s'y retrouve » ; « Choisir, c'est trippant ». En fait, des slogans qui font référence à faire un choix, trouver, s'orienter.
- Profession : passionné. Choisis ta passion. Si exceptionnel (avec la permission d'Andrée Waters).
- « Bon à partir » – peut renvoyer à l'aide utile que les ressources du gouvernement peuvent offrir aux jeunes.
- Ce serait une bonne idée de combiner le slogan à quelque chose de plus précis, par exemple : « Qu'en est-il des carrières/des emplois/de l'école, etc.? » Une autre bonne idée serait : « Où se trouve ma carrière? »
- Peut-être quelque chose comme « Ouais, t'est vraiment capable! » Je crois que les Canadiennes et les Canadiens sont plutôt nationalistes, alors un slogan renfermant l'abréviation (en anglais) de CANADA pourrait marcher : « You CAN

work! » (Jeu de mot intraduisible en français). Qui sait, cela pourrait avoir un effet psychologique, CAN étant assimilé à CANADA, et même si ce n'est pas le cas, cela reste un bon slogan (« Tu PEUX travailler!). Quand j'étais au secondaire, je n'avais pas vraiment le goût de travailler parce que je ne croyais pas pouvoir trouver un emploi qui me plairait (simples brèves réflexions d'un élève).

- Quelle est la meilleure façon de faire? Qu'est ce qui donne du succès? Quel plaisir vais-je satisfaire?

Question : Pouvez-vous proposer d'autres articles susceptibles d'intéresser les jeunes? Par exemple une tuque portant le slogan « Quoi d'neuf? »

- Une tuque est une bonne idée en raison de la prochaine saison. Les bracelets font un tabac en ce moment et on pourrait y broder le slogan. Mais les étuis de téléphones cellulaires et de mp3 sont également populaires.
- Les tuques, c'est certainement une bonne idée. Je proposerais aussi des t-shirts, des autocollants et des tatous effaçables.
- J'aime l'idée d'une tuque, mais voici quelques autres suggestions : disques volants (*frisbees*), « Hackysacks », bouteilles, yoyos, chandails de baseball et cordons.
- J'aime beaucoup les petits bloc-notes portant un logo ou un slogan sur la tranche. Ils sont très utiles et presque tous les élèves s'en servent tous les jours. Des blocs comme ceux offerts dans le site (<http://www.promocan.com/LineNames.htm?CD=11908&ID=130759>) peuvent comporter des logos sur la tranche ou sur chaque feuille. Cet article de promotion offre de nombreuses possibilités relativement peu coûteuses.
- À mon avis, les disques volants et les gobelets en plastique portant le slogan « Quoi d'neuf? » plaisent aux jeunes et seraient très populaires.
- Pratiquement n'importe quel vêtement offre des possibilités. Qu'il s'agisse de t-shirts ou d'une autre sorte de couvre-chefs, les jeunes (surtout les étudiants postsecondaires) aiment presque tous avoir de multiples choses à porter, ce qui étend la visibilité. En dernière analyse, le degré de visibilité dépendra de la conception.
- ... certains articles utilisables par les jeunes et qui pourraient porter un slogan seraient : des plumes, des crayons, des souris/tapis à souris, des sacs à dos, des gobelets, des écouteurs (excellent s'ils sont compatibles avec les iPod), des relieurs à feuilles mobiles/chemises de classement.
- Bracelets à fermeture « slap », boutons, autocollants in pour les pare-chocs, chaînes porte-clés à porter autour du cou, t-shirts de baseball de style ancien.
- Les tuques sont un bon article mais leur production en masse pourrait coûter trop cher. Sans compter qu'un grand nombre d'élèves ne les porteraient sans doute pas. Des articles comme les t-shirts sont toujours populaires, et aussi les disques

volants, les lampes de poche et les bouteilles. D'un point de vue coût/efficacité et s'il s'agit de joindre un très large public, ces articles ne fonctionnent pas aussi bien.

- Les casquettes de camionneurs (celles qui sont ajustées) ou les t-shirts moulants seraient « cool. » Personnellement, je trouve que les tuques sont ordinaires et il y en a trop de toutes façons sur le marché, ce qui implique que celles portant le slogan « Quoi d'neuf? » ne seraient probablement pas du tout portées.
- Oui, par exemple, un bandeau pour les filles et un cordon porte-clés ou porte cellulaire pour les gars.
- Voici quelques suggestions d'articles qui plairaient aux jeunes : un collier portant le slogan, des bracelets en tissu portant le slogan.
- Je pense que des tuques portant l'inscription « Quoi d'neuf? » n'auraient pas grand succès, parce qu'un grand nombre de jeunes à l'école aiment trouver leurs propres accoutrements ou lui donner un style bien à eux. Des signets bien conçus pourraient être populaires, car les jeunes seraient portés à en prendre plus d'un. Des signets comportant une annonce typique destinée aux jeunes (p. ex. comportant des photos d'autres jeunes) ne seraient pas aussi amusants à regarder et seraient donc moins intéressants.
- Une tuque c'est bien, de même que des gants, une chemise, des breloques à pincettes pour les sacs ou les ceintures.
- Je crois que des planchettes porte-papiers serait une super idée, les élèves/étudiants les apportant avec eux partout sur le campus pour y prendre leurs notes en classe, car ils sont plus pratiques. J'aime l'idée d'avoir des étiquettes qu'on peut coller sur des sacs à dos ou même des plumes qu'on ne peut jamais avoir en trop grand nombre. J'aime l'idée de ces bouteilles d'eau durables, très utiles à l'élève/l'étudiant en mouvement.
- Une tuque serait bien aussi (à condition qu'elle soit distribuée en hiver). Autres articles populaires : sacs de messenger, des chapeaux ('bucket hats') ou bracelets en laine.
- Un porte-clé en nylon (qui ressemble souvent à ce genre : http://www.motoshop-online.com/catalog/product_info.php?products_id=2354).
- Je reviens sur mon idée de la sonnerie pour téléphone. Si elle est assez bonne pour que les jeunes la reconnaissent, ça sera un très bon coup de pub. Sinon, un pin (petit macaron d'environ 2,5 centimètres de diamètre) avec le slogan. Les pins sont aussi plus abordables que les bracelets. Et tout aussi populaire. Si vous faites un petit concours, vous pourriez donner de petites clés USB (les plus petites ne sont pas trop chères) marquées « Quoi d'neuf ? »
- Une tuque serait certainement chouette, comme d'autres vêtements (p. ex. des t-shirts, des chaussettes). Plumes, bloc-notes, papillons adhésifs, épinglettes portant le logo (pour la boutonnière), etc.

- Disque volant? Téléchargement d' « I-Tunes » (je ne sais vraiment pas comment formuler cette idée)? Je suppose qu'une tuque ferait l'affaire en hiver, mais ce ne serait pas mon premier choix si on m'en offrait une (qui tient vraiment à porter un slogan du gouvernement sur la tête?...). Par contre, une belle plume est conservée assez longtemps.
- Je crois que des articles tels que des étuis de téléphones cellulaires, des porte-clés originaux, des miroirs ou brosses compacts ou même de petits porte-monnaie serait excellents. On ne s'en sert pas beaucoup comme articles de promotion et les plumes/crayons, les papillons adhésifs ou les bloc-notes sont en général plus grands que ceux qui sont fournis dans le cadre d'autres campagnes.
- Une tuque est une bonne idée. Une jetée en laine ou un col roulé seraient également appréciés.
- L'idée des tuques est très bonne, mais personnellement, je préférerais me balader avec une tuque qui porte un logo plutôt qu'un slogan. Ainsi, serait-il possible d'inclure un logo lors de cette campagne ? Sinon, les sacs à dos, sont toujours une valeur sûre.
- Il me semble que des mi-bas seraient agréables. Ils sont tendance dans notre école et c'est vraiment unique d'avoir le slogan « Quoi d'neuf » inscrit sur ses bas. Les jeunes Canadiens aiment tout ce qui frappe et a des caractéristiques spéciales. Je vois déjà les gens porter des shorts pour montrer à tous leurs bas.
- Personne ne porterait une tuque de ce genre. Les jeunes aiment avoir des objets petits et personnalisés, de sorte que les bracelets, les bloc-notes, les papillons adhésifs ou quelque chose comme une bouteille pour l'eau, voilà ce qui me vient immédiatement à l'esprit. En traversant les couloirs d'une école secondaire, il est facile de repérer 5 à 10 articles tendance ainsi que des objets que possèdent les jeunes et qu'ils portent régulièrement.
- Des colliers avec des pendentifs, des t-shirts avec le gros logo « Quoi d'neuf ? » imprimé en rouge fuchsia. Cette couleur est très attirante. Des parapluies aussi avec le logo, des gros badges, des manteaux (avec la neige qui arrive, pas trop vite quand même !)
- Des bandeaux et des bracelets, comme ceux que l'on porte en pratiquant un sport, faits de tissu, comme celui que porte le joueur de basket. Ces articles-là seraient super et moins chers que des casquettes, mais tout aussi, voire plus efficaces!
- Je trouve qu'une tuque n'est vraiment pas une bonne idée. Je ne voudrais pas écraser mes cheveux avec quoi que ce soit. Pour les étudiants universitaires, des gobelets à café (les longs en plastique vendus chez Second Cup/Starbucks) sont une excellente idée. Les étudiants boivent du café et ils peuvent se déplacer avec leur tasse; en plus, ce n'est pas si cher si c'est en plastique. Je vous assure que nous buvons tous du café/du thé!!! Nous en avons besoin. Autre bonne

suggestion : les planchettes porte-papier, parce qu'elles sont si chères et que les étudiants en ont réellement besoin pour certains activités ou certains cours.

- Autres suggestions : plumes, crayons, papier, t-shirts, chandails avec capuchon, etc.
- Colliers, tuques, tees, casquettes de baseball, relieurs à feuilles mobiles, carnets.
- Je propose des relieurs à feuilles mobiles portant une reproduction sérigraphique du slogan, des plumes, des papillons adhésifs ou des miroirs pour cases sur lesquels le logo serait imprimé.