

PROMOTION DE L'ÉCOLE PUBLIQUE

PALMARÈS DES MEILLEURS MOYENS DE COMMUNICATION

Marie Blouin
Conseillère en
communications
à la FCSQ
mblouin@fcsq.qc.ca

Avec les nombreux changements qu'amènent les technologies principalement dans les habitudes de vie des plus jeunes, les commissions scolaires s'interrogent sur les meilleurs moyens de communication à utiliser pour joindre leur public cible. Une étude réalisée par la Chaire de tourisme de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal présente des statistiques intéressantes qui éclairent davantage les pratiques à privilégier pour informer et promouvoir l'image de la commission scolaire auprès de différents publics.

LE MOYEN LE PLUS APPROPRIÉ

En fait, plus on connaît le public à qui on destine un message, plus on sélectionnera le moyen le plus approprié. L'âge, par exemple, est un élément stratégique. Ainsi, pour capter l'attention des jeunes âgés de 18 à 35 ans, la télévision ne s'avère pas le moyen publicitaire le plus adéquat puisqu'ils ont des habitudes d'écoute et de lectorat différentes de leurs aînés. En 2004, selon l'étude consultée sur le site de la Chaire de tourisme de l'Université du Québec à Montréal, les Québécois, surtout les 18-24 ans, avaient consacré moins de temps à regarder la télévision. Tout âge confondu, ils avaient consacré en moyenne 23,3 heures par semaine au petit écran contre 26 heures en 1996. Le choix accru de chaînes télévisées entraîne un morcellement croissant de l'écoute, ce qui rend plus difficile l'atteinte du bon auditoire.

Il en est de même pour la radio. On perd aussi plus l'attention des jeunes. L'écoute des hommes de 18-24 ans par exemple a connu une baisse de 2,5 heures et celle des femmes du même groupe d'âge a chuté de 0,7 heure depuis 2004. On rapporte que la décroissance est encore plus marquée chez les 12-17 ans.

Parmi ceux qui écoutent la radio, les chaînes où l'on propose de la musique (70 % des heures d'écoute) sont les plus populaires. Elles sont suivies des émissions à prépondérance verbale soit 12,1 % (tribunes téléphoniques, informations).

Pour ce qui est de la presse écrite, ce sont les quotidiens gratuits qui ont davantage la cote auprès du jeune lectorat, les 14-34 ans. Parmi ceux-ci, 41 % affirment lire les journaux et prétendent lire ce type de journal plus souvent qu'il y a deux ans.

LES HEBDOS TOUJOURS AUSSI POPULAIRES

Les journaux hebdomadaires continuent d'être populaires au Québec. Leur tirage a augmenté de près du tiers depuis 1987. D'ailleurs, presque toutes les régions du Québec disposent d'hebdomadaires. Plus les gens sont âgés, plus ils les lisent, particulièrement les femmes (56,9 %) par rapport aux hommes (47 %). De plus, fait intéressant à souligner, la fréquence de la lecture d'un hebdo varie en fonction de la région où l'on habite. À Montréal et à Québec par exemple, on lit moins l'hebdo que sur la Côte-Nord (73 %).

L'EXPLOSION D'INTERNET

Sans grande surprise, les jeunes âgés de 18 à 34 ans sont les plus grands adeptes d'Internet. Ils affichent les plus hauts taux de croissance d'utilisation de 2004 à 2005.

Globalement, les Québécoises et Québécois consacrent à Internet en moyenne cinq heures par semaine, ce qui est inférieur à la moyenne américaine de 13,3 heures par semaine. Toutefois, son utilisation ici a fait un bond passant de 39,7 % à 63,5 %. Alors que les jeunes sont attirés par les communications virtuelles surtout celles du divertissement, les groupes âgés de plus de 35 ans privilégient dans ce média la recherche d'information et ils visitent davantage les sites gouvernementaux, ce qui porte à croire qu'ils seraient plus susceptibles de visiter les sites Internet des commissions scolaires.

Ces informations enrichissent la réflexion des communicateurs dans le milieu scolaire, à savoir qu'il s'avère essentiel de bien connaître le profil des différentes générations pour sélectionner le moyen de communication le plus adéquat et ainsi faire en sorte que le message livré par la commission scolaire soit non seulement vu mais aussi lu et entendu.

Sources: Le Globe-veilleur, de la Chaire de tourisme, École des sciences de la gestion, UQAM, 20 septembre 2006.
<http://blogue.cefrio.qc.ca/tag/generations/>