

# La Grande secoUSSe

## Étude SCP

Segmentation • Ciblage • Positionnement

2021

# Contexte du mandat

La **Grande Secousse du Québec** est le plus grand exercice au monde de préparation en cas de séisme.

L'objectif global de cet exercice mondial est **de sensibiliser, prévenir et préparer les populations** en cas de tremblements de terre. L'exercice met en pratique **trois gestes** simples à retenir en cas de secousses, soit **se baisser, s'abriter et s'agripper**.

Chaque année des milliers de personnes se mobilisent et participent à cet évènement.

## La présente étude porte sur les aspects suivants :

- Objectifs de la Grande Secousse
- Segmentation du marché potentiel
- Clientèles cibles
- Positionnement principal
- Carte de positionnement
- Analyse FFOM
- Mix Marketing digital

# Objectifs de La Grande Secousse

## 1. Sensibiliser

Sensibiliser la population sur les mesures à prendre en cas de tremblements de terre

## 2. Accroître la participation

Susciter un plus grand intérêt de la part de la population à la participation

## 3. Informer

Informer sur les risques sismiques

## 4. Éduquer

Éduquer les citoyens à propos des mesures à prendre

# Étude SCP

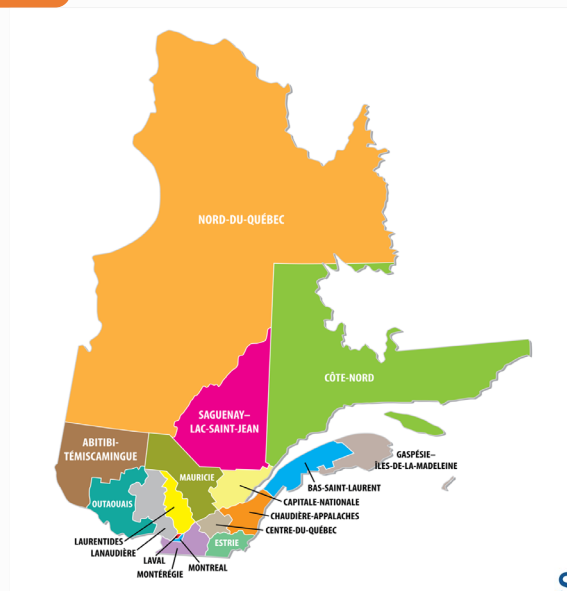
Segmentation • Ciblage • Positionnement

## Segmentation de marché potentiel

La Grande Secousse du Québec vise la population québécoise ainsi que celle de l'Est de l'Ontario.

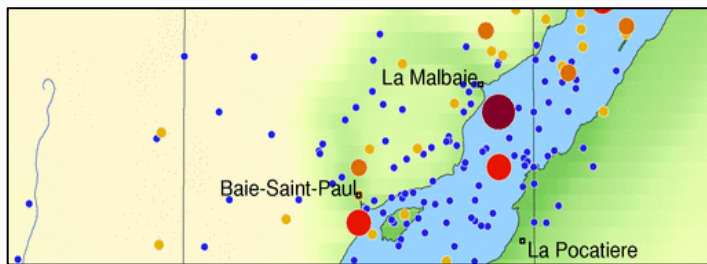
Une estimation globale de notre segment de marché comprenant ces deux territoires s'évalue à 9,2 millions de personnes.

**Le marché potentiel de la Grande Secousse est donc estimé à 9,2 millions de personnes.**



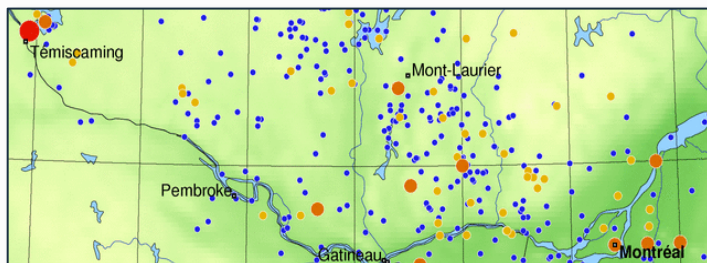
## Zone de Charlevoix-Kamouraska

Cette zone représente l'une des zones les plus à risque aux tremblements de terre. Ainsi, les habitants seront plus enclins à participer aux événements de prévention. En 2020, cette région représente **67 000 habitants**.



## Zone de l'Ouest du Québec

Cette zone comporte un risque potentiel et sa population s'élève approximativement à **3 millions d'habitants**.

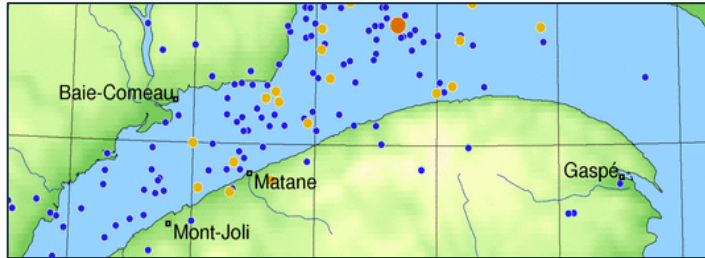


Les zones à  
risque sismique  
au Québec

## Zone du Bas Saint-Laurent

Le Bas-Saint-Laurent comporte une population totale d'environ 197 000 habitants. La Côte-Nord en regroupe près de 91 000. Au total, ce sont donc 288 000 habitants touchés.

Cette zone à risque possède une population moins dense que les autres.



Les zones à  
risque sismique  
au Québec

# Clientèles cibles



## Les municipalités

Québec, Laval, Montréal et les autres partenaires de la sécurité civile



## Les établissements scolaires

Les écoles primaires et secondaires, les cégeps et les universités



## Les entreprises

Les travailleurs du domaine de sécurité civile et les employeurs et employés de moyenne à grandes organisations



## La population

Les personnes seules, les familles, les communautés et les associations bénévoles

# Positionnement principal

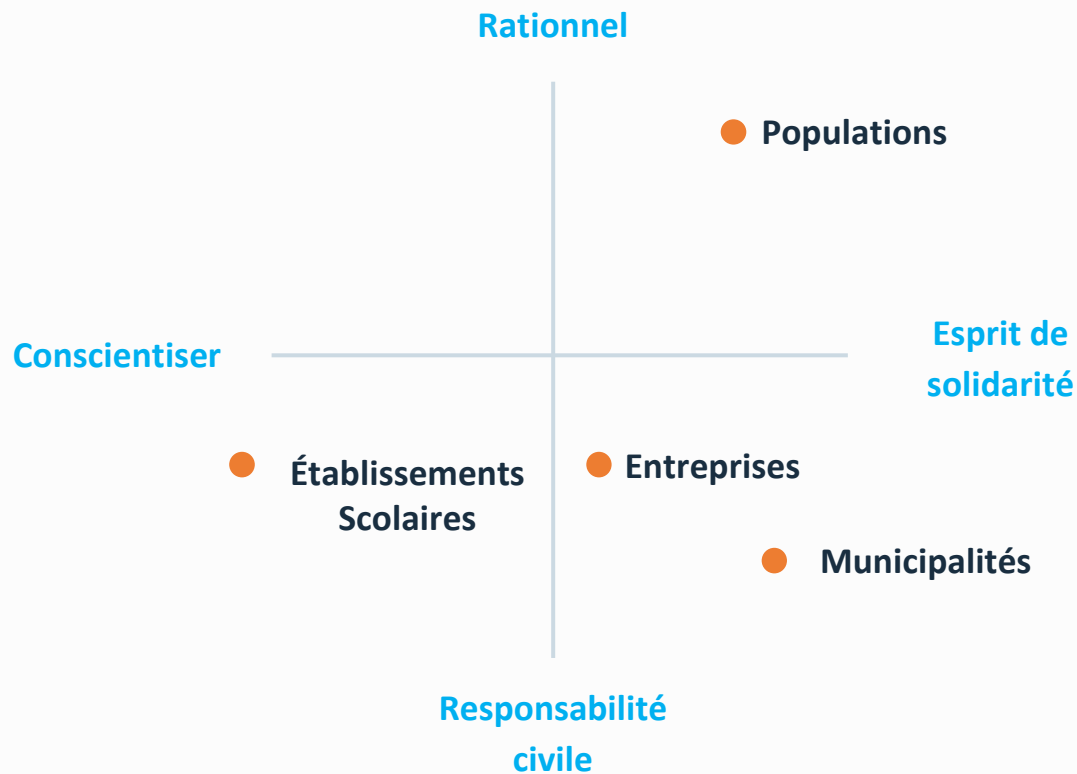
Un bon positionnement permet à ce que les éléments clés du message ainsi que la mission de l'organisation soit facilement reconnaissable par tous.

Le positionnement de la Grande Secousse est simple, rapide et efficace. L'inclusion des mots (baisser, abriter et agripper) au message principal le rend plus facile à retenir et à diffuser auprès des cibles.





# Carte de positionnement



# Analyse FFOM

## F

### Forces

- Notoriété nationale et mondiale
- Outils acquis (site web, matériels communicationnels et promotionnels)
- Récurrence et ligne directrice des messages
- Récurrence de l'évènement national

## F

### Faiblesses

- Scepticisme au niveau d'aléas potentiels
- Maintien du site web à jour
- Périodicité du calendrier médiatique
- Manque de connaissance de l'organisme

## O

### Opportunités

- Popularité des médias sociaux
- Accroître les points de contact et renforcer la relation avec la communauté
- Rendre les 3 gestes intuitifs (responsabilités civile et collective)

## M

### Menaces

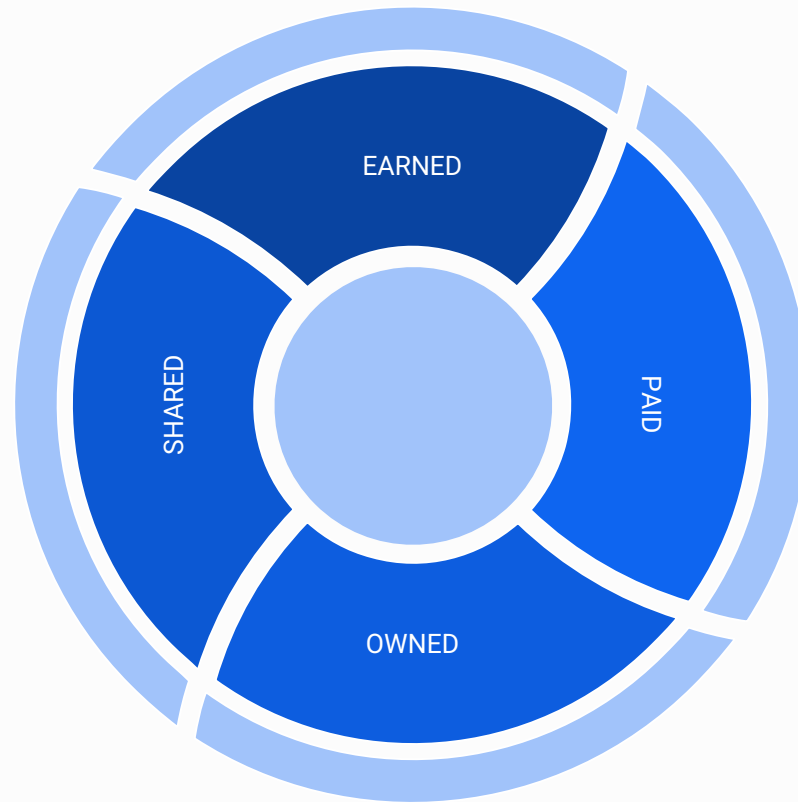
- Maintien des partenaires
- Difficulté à mobiliser les participants

## Owned

- Site web
- Infolettre (Mail Chimp)
- Pages sociales

## Shared

- Bouche à oreille
- Partages



## Earned

- Couverture médiatique
- Publications partenaires
- Mentions de la GS

## Paid

- Promotion de publications sur les réseaux

Mix • Marketing digital

La Grande  
**secoUSse**