

## Annexe 1 : Guides d'entretiens

### Table des matières

<b>Table des matières</b> .....	<b>1</b>
<b>Guide d'entretien général</b> .....	<b>2</b>
<b>Guide d'entretien pour la SOFICO (D. Goffin &amp; J-M. Saive)</b> .....	<b>4</b>
<b>Guide d'entretien pour l'institut Vias (P. Gilbert &amp; S.Nys)</b> .....	<b>7</b>
<b>Guide d'entretien pour l'Agence wallonne pour la sécurité routière (joueurs de la Pro League)</b> .....	<b>10</b>
<b>Guide d'entretien pour le Service Public Wallonie (Cécile Djunga)</b> .....	<b>12</b>
<b>Guide d'entretien pour VIF Liège (C. de Fontenoy, Bérénice, C.Djunga,...)</b> .....	<b>14</b>

## Guide d'entretien général

### **Introduction**

- Autorisation d'enregistrer
- Présentation de l'enquêtrice
- Présentation de l'étude

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Description des activités
- Espace d'intervention (Régions ? Provinces ? => Différence avec les autres organismes existant)

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Public cible
  - o Objectifs
  - o Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Durée de la campagne ?
  - o Contexte dans lequel elle s'intègre ? (Le pourquoi de cette campagne + combien de campagnes/an)

### **Thème 2 : Communication avec un endosseur célèbre**

- Pouvez-vous me fournir un peu plus d'explications sur la conception de la campagne ? Pourquoi avoir choisi une célébrité pour communiquer ?
- Est-ce la première fois que vous avez communiqué de cette manière ?
  - o Si non, quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Aviez-vous des réticences, des retenues par rapport à l'utilisation de cette stratégie ? Lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ? Est-il possible d'avoir accès à ces documents ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport aux campagnes précédentes ou suivantes) ?

- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (réseaux sociaux,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication par endossement ?

#### **Thème 4 : Choix de l'endosseur**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de cette célébrité ?
  - o En d'autres termes, comment avez-vous choisi l'endosseur ?
  - o Première collaboration ? Collaboration déjà existante ?
  - o Quelles étaient les attentes placées sur l'endosseur ? Ont-elles été rencontrées ?
- Plusieurs campagnes ont fait appel à un sportif, dont la vôtre, y a-t-il une raison particulière à cela ?
  - o Parler du risque d'ostraciser une partie du public non-sportif
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?
  - o Relancer avec la théorie d'identification (imitation)
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement les attitudes et les comportements envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez cherché sciemment en faisant appel à une célébrité ?
  - o Avez-vous remarqué dans les résultats des changements (dur à mesurer mais j'aimerais quand même les entendre sur ce sujet)

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/ qu'elle s'est démarquée ?
- Si vous deviez résumer en quelques points le pourquoi dans votre cas de l'utilisation d'une célébrité, vous diriez...

## **Guide d'entretien pour la SOFICO (D. Goffin & J-M. Saive)**

### **Introduction :**

- Autorisation d'enregistrer
- Présentation de l'étude
  - o Étudie l'application de l'endossement dans le cadre des campagnes de prévention en Belgique
  - o J'étudie le pourquoi majoritairement, mais je m'intéresse aussi aux effets.

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?
  - o Question que je n'ai pas envoyée mais cette campagne, vous la mettez en place parce que ? En réponse à quelque chose ? Quel est le contexte ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité célèbre**

- Pourquoi avoir choisi une célébrité pour communiquer ?
  - o Comment êtes-vous arrivé à la conclusion qu'une célébrité porterait le message de la campagne ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ?
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?

- Si oui, comment ?
- **Possibilité d'avoir accès à ces documents ?**
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport aux campagnes précédentes ou suivantes) ?
- Toujours par rapport aux campagnes précédentes (ou suivantes), avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 4 : Choix de la personnalité**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de David Goffin et JM Saive en particulier ?
  - En d'autres termes, comment les avez-vous choisis ?
  - Était-ce la première collaboration ?
  - Quelles étaient les attentes placées sur la célébrité ? Ont-elles été rencontrées ?
- Plusieurs campagnes avec des personnes publiques ont fait appel à un sportif, y compris la vôtre, y a-t-il une raison particulière à cela ?
  - **Parler du risque d'ostraciser le public non-sportif**
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?
  - **Identification ?**
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement les attitudes et les comportements envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel aux deux sportifs ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Vous êtes ?

- Études/ Formation ?
- Fonction ? Travaille à la Sofico depuis ? Nombre de campagnes ?
- Implication dans cette campagne ?

## Guide d'entretien pour l'institut Vias (P. Gilbert & S.Nys)

### **Introduction :**

- Autorisation d'enregistrer
- Présentation de l'étude
  - o Étudie l'application de l'endossement dans le cadre des campagnes de prévention en Belgique
  - o J'étudie le pourquoi majoritairement, mais je m'intéresse aussi aux effets.

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité célèbre**

- Pourquoi avoir choisi une célébrité pour communiquer ?
  - o En d'autres termes, comment êtes-vous arrivé à la conclusion que ce serait une célébrité qui porterait le message de la campagne ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ?
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ?
  - o **Possibilité d'avoir accès à ces documents ?**
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport aux campagnes précédentes ou suivantes) ?

- Toujours par rapport aux campagnes précédentes (ou suivantes), avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 4 : Choix de la personnalité**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de Philippe Gilbert et Sven Nys en particulier ?
  - o En d'autres termes, comment les avez-vous choisis ?
  - o Était-ce la première collaboration ?
  - o Quelles étaient les attentes placées sur eux ? Ont-elles été rencontrées ?
- Plusieurs campagnes avec des personnes publiques ont fait appel à un sportif, y compris la vôtre, y a-t-il une raison particulière à cela ?
  - o **Vous avez fait appel à un acteur pour la version néerlandophone, Christophe Haddad, pouvez-vous m'expliquer ce choix ?**
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?
  - o **Identification ?**
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement **les attitudes et les comportements** envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel aux deux sportifs ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Pouvez-vous vous présenter ?
  - o Études/ Formation ?

- Fonction ? Travaille à l'institut VIAS depuis ? Nombre de campagnes ?
- Implication dans cette campagne ?

## **Guide d'entretien pour l'Agence wallonne pour la sécurité routière (joueurs de la Pro League)**

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité**

- Pourquoi avoir choisi de collaborer avec les joueurs de la Pro League pour atteindre vos objectifs ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ? (Faire appel à des personnalité célèbre)
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport aux campagnes sans personnalité) ?
- En comparaison aux campagnes sans personnalité, avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec les joueurs de la Pro League ?

#### **Thème 4 : Choix de la personnalité**

- Plusieurs campagnes avec des personnalités publiques ont fait appel à un sportif, y compris la vôtre, y a-t-il une raison particulière à cela ?
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette campagne ?
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement les attitudes et les comportements envers un produit. Est-ce quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel aux joueurs de la Pro League ?
  - o Pouvez-vous dire que cela a été concluant ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation des joueurs dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?

## **Guide d'entretien pour le Service Public Wallonie (Cécile Djunga)**

### **Introduction :**

- Autorisation d'enregistrer
- Présentation de l'étude
  - o Étudie l'application de l'endossement dans le cadre des campagnes de prévention en Belgique
  - o J'étudie le pourquoi majoritairement, mais je m'intéresse aussi aux effets.

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Qu'avez-vous mis en place pour communiquer sur la campagne ? Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité célèbre**

- Pourquoi avoir choisi de collaborer avec une célébrité pour communiquer ?
  - o En d'autres termes, quelles étaient vos motivations ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ?
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité) ?

- Toujours par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité, avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 4 : Choix de la personnalité**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de Cécile Djunga en particulier ?
  - o En d'autres termes, comment l'avez-vous choisie ?
  - o Était-ce la première collaboration ?
  - o Quelles étaient les attentes placées sur elle ? Ont-elles été rencontrées ?
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement **les attitudes et les comportements** envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel à l'animatrice ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Pouvez-vous vous présenter ?
  - o Fonction ?
  - o Votre implication dans cette campagne ?

## **Guide d'entretien pour VIF Liège (C. de Fontenoy, Bérénice, C.Djunga...)**

### **Introduction :**

- Autorisation d'enregistrer
- Présentation de l'étude
  - o Étudie l'application de l'endossement dans le cadre des campagnes de prévention en Belgique
  - o J'étudie le pourquoi majoritairement, mais je m'intéresse aussi aux effets.

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Qu'avez-vous mis en place pour communiquer sur la campagne (actions ?) ?  
Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité célèbre**

- Pourquoi avoir choisi de collaborer avec une célébrité pour communiquer ?
  - o En d'autres termes, quelles étaient vos motivations ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ?
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité) ?

- Toujours par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité, avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 4 : Choix de la personnalité**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix des six marraines en particulier ?
  - o En d'autres termes, comment les avez-vous choisies/ **critères** ?
    - Site indique public = hommes mais ce ne sont que des marraines. Pq ?  
Choix volontaire ?
  - o Il était important pour vous d'avoir des marraines en adéquation avec le message et le public ? Pourquoi ?
  - o Était-ce la première collaboration ?
  - o Quelles étaient les attentes placées sur elle ? Ont-elles été rencontrées ?
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ? (**identification**)
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement **les attitudes et les comportements** envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel à l'animatrice ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?
- Pouvez-vous dire que la présence de célébrité vous a permis d'atteindre vos objectifs ?

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Pouvez-vous vous présenter ?
  - o Fonction ?
  - o Votre implication dans cette campagne ?

## Guide d'entretien pour Vademecom/BeHRA (Thierry Boutsen)

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Description des activités
- Type de relation entretenu avec BeHRA

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne ?
  - o Public cible
  - o Objectifs
  - o Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Durée de la campagne ?
  - o Contexte dans lequel elle s'intègre ? (Le pourquoi de cette campagne + combien de campagnes/an)

### **Thème 2 : Communication avec un endosseur célèbre**

- Pourquoi avoir choisi une célébrité pour communiquer ? ok
  - o Était-ce une initiative de votre part ou de BeHRA ?
- Était-ce la première fois que vous faisiez appel à une célébrité dans le cadre d'une campagne (de prévention ou non) ?
  - o Si non, quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
  - o Si vous avez déjà utilisé des célébrités dans d'autres campagnes, ça a joué sur le choix de le faire pour cette campagne-ci ?
- Aviez-vous des réticences, des retenues par rapport à l'utilisation de cette méthode ?  
Lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Choix de l'endosseur**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de Thierry Boutsen comme parrain? **Aviez-vous des critères ? OK**
  - o En d'autres termes, comment avez-vous choisi l'endosseur ?
  - o Première collaboration ? Collaboration déjà existante ? ok
  - o Pourquoi Thierry Boutsen est-il pertinent à cette campagne ? Aux objectifs déterminés, au public cible ?
- Quelles étaient les attentes placées sur l'endosseur ? Ont-elles été rencontrées ? ok
  - o **Quel rôle a-t-il joué ? / Qu'a-t-il fait ?**

- Que souhaitiez-vous que soit son apport à cette campagne ?
- La présence de monsieur Boutsen a-t-elle apporté un plus, y a-t-il eu une conséquence inattendue ?
- Plusieurs campagnes ont fait appel à un sportif, dont la vôtre, y a-t-il une raison particulière à cela ?
  - Parler du risque d'ostraciser une partie du public non-sportif
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?
  - Relancer avec la théorie d'identification (imitation)
- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement les attitudes et les comportements envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez cherché sciemment en faisant appel à une célébrité ?

#### **Thème 4 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - Si oui, comment ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité) ?
  - Campagne des années suivantes sans parrain/ avec parrain
  - De leur propre expérience avec ce procédé
- Toujours par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité, avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire qu'utiliser un parrain ou une marraine permet à une campagne de se démarquer/ d'avoir un impact différent ?
- Si vous deviez résumer en quelques points le pourquoi dans votre cas de l'utilisation d'une célébrité, vous diriez...

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Pouvez-vous vous présenter ?
  - Fonction ?
  - Votre implication dans cette campagne ?

## Guide d'entretien pour Be waPP (Sara de Paduwa)

### **Thème 0 : Présentation de l'organisme**

- Pouvez-vous décrire vos activités ?
- Quelle est votre zone d'intervention ? (Régions ? Provinces ?)
- En moyenne combien de campagnes mettez-vous en place par an ?

### **Thème 1 : Présentation de la campagne**

- Pouvez-vous me parler de la campagne avec Sara de Paduwa ?
  - o Quels étaient les objectifs à atteindre ?
  - o Quel était le public cible ?
  - o Qu'avez-vous mis en place pour communiquer sur la campagne ? Sur quels supports a-t-elle été diffusée ?
  - o Quel était la durée de cette campagne ?

### **Thème 2 : Communication avec une personnalité célèbre**

- Pourquoi avoir choisi de collaborer avec une célébrité pour communiquer votre message ?
- Était-ce la première fois que vous communiquiez de cette manière ? Que vous faisiez appel à une marraine ou à un parrain ?
  - o Si non, pour quelle(s) autre(s) campagne(s) ?
- Avez-vous éprouvé des réticences par rapport à l'utilisation de cette démarche ? Si oui, lesquelles ?
- Avez-vous été inspiré par d'autres campagnes ?
  - o Laquelle/Lesquelles ?

### **Thème 3 : Choix de la personnalité**

- Pouvez-vous me parler des facteurs/raisons qui ont motivé le choix de Sara de Paduwa comme marraine ?
  - o Aviez-vous déterminé des critères de sélection ? Si oui, quels étaient-ils ?
  - o Était-il important pour vous d'avoir une marraine en adéquation avec le message et le public ? Pourquoi ?
- Quelle a été son implication dans la campagne ?
- Quelles étaient les attentes placées sur elle ? Ont-elles été rencontrées ?
- Quelles étaient vos attentes à l'égard du public ? Quelles réactions attendiez-vous de la part du public qui est confronté à cette célébrité, à cette campagne ?

- La littérature scientifique avance qu'une célébrité peut influencer positivement ou négativement **les attitudes et les comportements** envers un produit. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez sciemment recherché en faisant appel à l'animatrice ?

#### **Thème 4 : Attention et médiatisation**

- Avez-vous évalué la réception de la campagne ?
  - o Si oui, comment ?
- Avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt médiatique pour cette campagne (par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité) ?
- Toujours par rapport à d'autres campagnes ne faisant pas appel à une célébrité, avez-vous remarqué une différence au niveau de l'intérêt du public (sur les réseaux sociaux par exemple,...) ?
- Est-ce qu'un plus grand intérêt médiatique et du public sont des facteurs qui ont motivé la communication en collaboration avec des célébrités ?

#### **Thème 5 : Conséquences de la stratégie**

- Pouvez-vous affirmer que la participation de Sara de Paduwa à cette campagne a favorisé la réalisation des objectifs ?
- Quels ont été les avantages et les inconvénients de l'utilisation d'une célébrité dans le cadre de cette campagne ?
  - o Recommenceriez-vous cette démarche ?
- Pouvez-vous dire que cette campagne en particulier a eu un impact différent/qu'elle s'est démarquée ?

#### **Thème 6 : Profil de l'interviewée**

- Pouvez-vous vous présenter ?
  - o Fonction ?
  - o Votre implication dans cette campagne ?