

VOL. 11 N° 10 08.12.2025

Grenier

DOSSIER SPÉCIAL

COMMUNICATION PUBLIQUE & MUNICIPALE



Accessibilité | Vie communautaire | Transparence
Engagement | Politique publique



04

Dans nos villes, l'inclusion doit être plus qu'un projet

08

Campagnes de sensibilisation: savoir naviguer en temps houleux

12

Les bons coups municipaux ne sont pas ceux que vous aurez cru être



34

PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

Stéphanie Larouche

Club des petits déjeuners



52

ÉTOILE MONTANTE

Kim Nguyen

McCann Montréal



62

FEMME INSPIRANTE

Caroline Leprince

Tam-Tam\TBWA

50

CONTENU PARTENAIRE

Comment l'animation rend les idées plus intelligentes

56

CONTENU PARTENAIRE

Télé-Québec: un partenaire de confiance pour faire briller les communications publiques

60

ÉTUDE DE CAS

Réinventer le ménage en expérience sensorielle: Hertel et Bleublancrouge signent une campagne d'influence

70

FILLES DE COMM

Comment impressionner la galerie grâce à Rose Simard et Dom Cooks

16 Nouveaux mandats

20 Campagnes et créativité

36 Initiatives numériques

38 Affaires de l'industrie

54 Prix et distinctions

58 Créations

64 Nominations

72 Campagnes internationales

Éditeur: Éric Chandonnet

Directrice de contenu: Lea D. Nguyen

Journaliste-pupitreuse: Geneviève Marceau

Journalistes: Justine Aubry, Billie Gagné-LeBel, Olivier Guindon-Tremblay, Anne-Marie Lobbe, Geneviève Morin

Designer graphique: Yan Lanouette

Publicité: Emilie LeBeau - publicite@grenier.qc.ca

Filles de comm

Le podcast *Thara Communications*

Écoutez en audio ici



Comment impressionner la galerie
avec Rose Simard et Dom Cooks



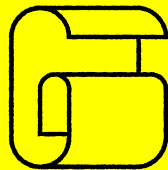
Écoutez en vidéo ici

[@fillesdecomm](https://www.instagram.com/fillesdecomm) [@tharacommunications](https://www.instagram.com/tharacommunications)

Dans nos villes, l'inclusion doit être plus qu'un projet

Dans un parc, on voit une affiche municipale avec un arc-en-ciel de visages censé prouver l'inclusion. Mais pour **Kareen Emery**, directrice principale de la transformation de la main-d'œuvre chez **PwC**, cette façon de communiquer passe complètement à côté de la cible. «Je trouve que ça manque d'empathie et de profondeur», dit-elle. Parce qu'une municipalité ne parle pas à un concept abstrait de diversité, mais à une population réelle avec ses identités et ses préoccupations.

4



PAR OLIVIER GUINDON-TREMBLAY



Kareen Emery

Les villes, en particulier les grands centres, ont une sensibilité de plus en plus affirmée face aux principes de la ÉDI (équité, diversité et inclusion). Elles veulent bien faire et adopter des pratiques plus inclusives. Derrière ces bonnes intentions, il y a parfois une absence de réflexion et de stratégie. Ce qui manque trop souvent, selon Kareen Emery, c'est la compréhension intime de ce qui compose réellement une population. Les villes sondent généralement leurs résidents à partir de catégories rigides : ethnie, langue, religion. Des catégories qui, pour Kareen, ne disent pas grand-chose sur ce qui crée un sentiment d'inclusion. « On ne comprend pas nécessairement la diversité de notre popula-

tion parce qu'on ne les sonde pas assez, ou pas de la bonne manière. » Elle propose plutôt de poser des questions simples et humaines : quelles sont vos préoccupations ? Répond-on à vos besoins ? Pourquoi certains enjeux reviennent-ils constamment ? C'est en les écoutant qu'on découvre des situations qui dépassent largement les cases habituelles.

« On parle de diversité ethnoculturelle, d'accord. Mais ça veut dire quoi dans une réalité municipale ? Est-ce qu'on veut parler des Premières Nations ? Des nouveaux arrivants ? Ou est-ce qu'on veut surtout dire qu'on veut être inclusif de toutes les identités ? », questionne Kareen Emery. Elle donne un exemple qui frappe : dans certaines muni-

L'énoncé de départ est crucial. Si on fait ça juste pour cocher une case et se positionner en ÉDI, on crée des crises média. Mais si on répond à un besoin réel, c'est profond, ça s'explique.

— Kareen Emery

**Pour poursuivre
votre lecture,
suffit de s'abonner !**

Je m'abonne

Grenier

Votre outil de travail depuis 1992