



# MODÉLISATION DES PERSONAS



Restaurateurs

# Vous avez dit persona ?

On distingue trois typologies de persona.



## Le persona utilisateur

Le client type qui va être amené à utiliser votre produit. On cherche à comprendre la façon dont il va utiliser le produit.

### Champs d'analyse :

- comportements
- besoins
- parcours sur l'outil



## Le persona marketing

On s'intéresse aux motivations d'achat des clients pour comprendre comment séduire et attirer les clients vers la marque.

### Champs d'analyse :

- aspirations
- désirs
- craintes
- parcours d'achat



## Le persona client

Il s'agit de comprendre et cibler les habitudes d'achat et points de contacts entre le client et la marque.

### Champs d'analyse :

- objectifs et besoins
- peurs et souhaits
- habitudes d'achat
- points de contacts

C'est ce profil  
que nous allons  
définir.

# Les cibles de Châtelailon

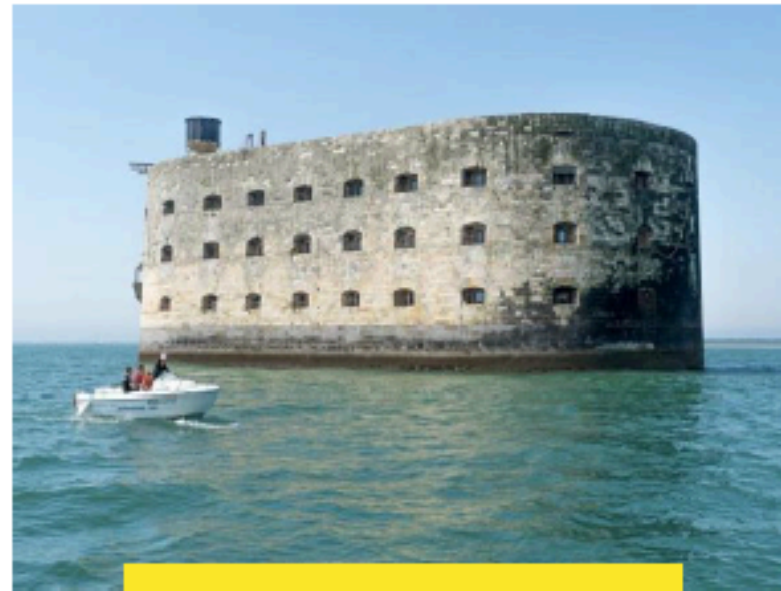
## 1. Les visiteurs

*« Une clientèle engagée qui adopte activement la marque et la recommande spontanément. »*

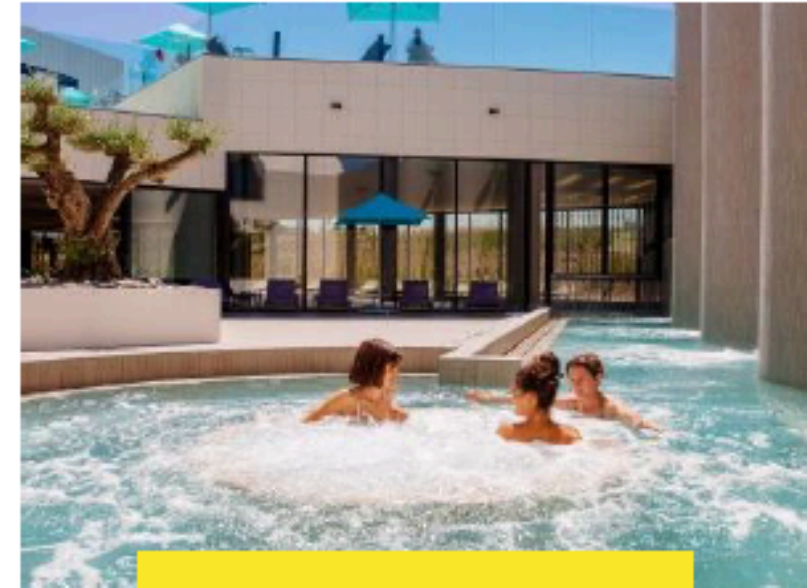
Extrait de la consultation « Positionnement »



**LES TOURISTES  
VACANCIERS**



**LES  
EXCURSIONNISTES**



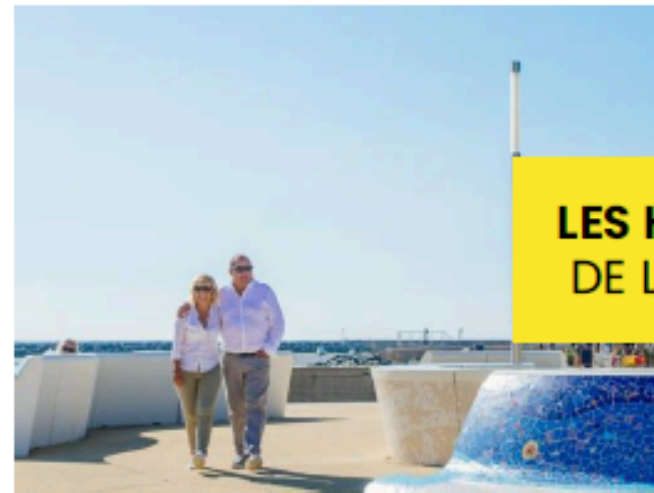
**LES VISITEURS  
BIEN-ÊTRE**

# Les cibles de Châtelailon

## 2. La communauté locale

*« La station ne se limite pas aux visiteurs avant, pendant et après leur voyage. »*

Extrait de la consultation  
« Positionnement »



**LES HABITANTS  
DE LA STATION**



**LES RÉSIDENTS  
SECONDAIRES**



**LES ACTEURS  
SOCIO-PROS**



**LES ÉLUS**



## **LES TOURISTES VACANCIERS**

- Familles avec enfants
- Couples
- Groupes d'amis
- Silver economy

# La Famille Vacancière



## Biographie

Claire & Thomas (35 et 37 ans)  
Maël & Emma (5 ans et 12 ans)

CSP moyen

Habite dans un rayon de 250 – 300 kms autour de Châtelailon (environ 2h30 à 3h30 de voiture).

**Des vacances sans contrainte pour s'extraire du rythme « effréné » du quotidien**

Chaque été, Claire et Thomas partent en vacances en famille, généralement en camping ou en location avec jardin. S'ils aiment le bord de mer, ils recherchent aussi des activités plus au calme. Ils choisissent leur destination grâce aux recommandations ou à leurs recherches en ligne (blogs, réseaux sociaux, sites spécialisés) et accordent une grande importance aux avis et informations disponibles avant de réserver.

## Profils

Familles (classiques, recomposées, monoparentales) en séjour estival, cherchant simplicité, budget maîtrisé et lieux adaptés aux enfants.

## Attentes en restauration

- Service rapide
- Ambiance détendue, accueillante pour les enfants
- Options variées (poisson, crêpes, burgers, salades...)
- Accessibilité (proximité plage, parking facile)
- Produits locaux et cuisine simple, rassurante

## Freins

- Attente trop longue
- Prix élevés sans alternatives abordables
- Carte compliquée ou trop gastronomique

## Recommandations

- Mettre en avant : menus enfants, offres familles, terrasse, vue mer
- Rassurer : photos réalistes, détails pratiques (temps de service, accessibilité)
- Simplifier la réservation : lien direct, QR-code, Google Business à jour
- Communiquer aux bons moments : avant saison, météo favorable, "idées repas en famille" sur réseaux sociaux
- Valoriser la provenance locale, assiettes 'cuisine maison'

# Le Couple Local / Jeunes Actifs

Eve et Guillaume sont un couple de jeunes actifs qui aiment se retrouver ensemble ou avec des amis pour profiter d'un moment convivial : boire un verre en fin de journée sur la plage, aller passer un après-midi à la plage un dimanche en hors saison, profiter du coucher de soleil ...



## Biographie

Eve & Guillaume (29 et 30 ans)

CSP moyen, actifs passant à proximité de Châtelailon tous les jours pour aller au bureau.

Habite dans rayon de 15 à 25 kms entre La Rochelle et Rochefort.

**Un moment sympa pour décompresser en couple ou entre amis**

## Profil restaurant

- Viennent pour se détendre après le travail ou le week-end
- Très sensibles à l'ambiance : terrasse, coucher de soleil, cocktails
- Aiment les adresses "insta-friendly"
- Cherchent des lieux pour boire un verre + planches + repas simple

## Attentes en restauration

- Produits locaux, carte courte mais de qualité
- Happy hours, tapas, planches à partager
- Musique d'ambiance, décor chaleureux

## Freins

- Sentiment de foule
- Difficulté d'accès / stationnement
- Manque d'ambiance "afterwork" hors saison

## Recommandations

- Miser sur Instagram : photos stylées, cocktails, ambiance
- Proposer des soirées thématiques douces (DJ chill, sunset sessions)
- Mettre en avant les options "rapides" et les petits prix hors saison
- Communiquer la disponibilité : "encore de la place ce soir", webcam, stories live
- Transparence sur la provenance : producteurs, pêche locale...



## Biographie

Jeunes actifs entre 25 et 40 ans,  
2 à 4 couples.  
Avec ou sans enfants.

Habitent dans un rayon de 2 à 3h  
autour de Châtelaillon, entre  
Nantes, Tours, Poitiers, Limoges  
ou Bordeaux.

**Un weekend (ou plus) dans une  
destination vivante**

# Le Groupe d'Amis (week-end)

Adeptes des moments entre amis, avec ou sans enfant, ce groupe d'amis se retrouvent 2 à 3 fois par an le temps d'un weekend dans un cadre dépaysant. Ces weekends sont l'occasion de se retrouver et de profiter de quelques jours où chacun vit à son rythme la journée et font la fête le soir.

## Profil restaurant

- Budget par personne raisonnable mais veulent "se faire plaisir"
- Mix : plats gourmands, cocktails, ambiance festive
- Réservent pour 6 à 10 personnes
- Aiment les restaurants avec espace, terrasse ou possibilité de privatiser

## Attentes en restauration

- Grandes tables
- Menus ou offres groupes
- Planches/tapas/partage
- Ambiance festive mais pas trop bruyante

## Freins

- Difficile de réserver pour un groupe
- Manque d'offres adaptées
- Service ralenti

## Recommandations

- Proposer "menus groupe" simples
- Mettre en avant : capacité d'accueil, grandes tables, privatisation
- Communication ciblée via réseaux sociaux : reels "soirée entre amis", cocktails, ambiance
- Faciliter la réservation en ligne



## Biographie

Martine et Jean, 68 et 71 ans.

CSP +, à la retraite, sans enfants à charge.

Habitent dans un rayon de 250 – 300 kms autour de Châtelailon (environ 2h30 à 3h30 de voiture).

**Une destination  
paisible et accessible**

# Silver economy

Martine et Jean sillonnent les belles destinations françaises pour des escapades de quelques jours ou plus. Ils aiment découvrir de nouvelles régions et ont déjà visité plusieurs stations balnéaires. Ils apprécient découvrir les habitudes de la vie locale mais aussi être surpris hors des sentiers battus, le tout avec un pouvoir d'achat élevé.

## Profil restaurant

- Budget confortable
- Recherche qualité + calme
- Attentifs au service, à l'accueil, au confort
- Aiment les plats locaux, cuisine traditionnelle, belle présentation

## Attentes en restauration

- Lieu paisible
- Carte lisible, produits frais
- Service attentionné
- Disponibilité du personnel pour conseiller

## Freins

- Restaurant trop bruyant
- Carte trop "tendance"
- Difficultés d'accès / parking

## Recommandations

- Mettre en avant : calme, beaux plats, cuisine maison, produits locaux
- Communiquer via Facebook, presse locale, Google Business
- Proposer des formules déjeuner attractives hors saison
- Valoriser les partenariats avec Thalasso / hébergements seniors
- Mettre en avant les producteurs, labels qualité, engagements durables



**LES  
EXCURSIONNISTES**



## Biographie

Philippe et Valérie, 45 et 47 ans.

Deux enfants, 15 ans et 18 ans.  
CSP +, cadres

Habite à 1h maximum (La Rochelle, Niort et alentours)

**Une demi-journée ou une journée  
de détente**

# Les excursionnistes « visite »

Philippe et Valérie habitent Rochefort et décident au dernier moment de venir passer une journée à Châtelailon pour s'offrir un moment dépayçant. Ils connaissent déjà la destination, mais profitent d'une météo favorable pour la redécouvrir sous un autre angle, se promener, se détendre et profiter pleinement de leur temps sur place.

## Profil restaurant

Le restaurant fait partie de l'expérience globale de la journée. Ils sont curieux, aiment tester une nouvelle adresse, mais veulent rester dans un cadre simple, fluide, accessible, avec un bon rapport qualité-prix. Ils recherchent souvent un déjeuner, un goûter ou un café vue mer.

## Attentes en restauration

- Repas simple, rapide
- Bonne accessibilité (proche plage / parking)
- Bon rapport qualité/prix
- Lieux où s'arrêter pour un café, une glace, un goûter...
- Déjeuner tardif ou service continu apprécié

## Freins

- Temps d'attente long
- Manque d'informations pratiques en ligne
- Peur d'être déçus : les excursionnistes sont souvent de gros utilisateurs d'avis

## Recommandations

- Optimiser Google Business
- Mettre en avant les produits locaux
- Montrer des plats simples mais qualitatifs
- Proposer une offre rapide : menu express, plat du jour
- Communiquer en stories le jour même : "Il reste de la place", "Menu du jour"
- Valoriser les goûters, cafés gourmands, glaces artisanales

# Les excursionnistes « évènements »



## Biographie

Morgane et Léo, leurs enfants.

CSP moyen

Habitent à 1h maximum (La Rochelle, Niort et alentours)

**Une journée événement en famille**

Habitants de La Rochelle, Niort, Surgères ou d'autres villes proches, ils se déplacent spécifiquement pour participer à un événement (Festival du cerf-volant, festival sportif, concerts, animations familiales...). Ils viennent en famille, en couple ou entre amis et transforment la sortie en journée complète, mêlant événement + promenade + restauration + découverte de la station. Ils connaissent déjà Châtelailon mais aiment venir lorsqu'il s'y passe quelque chose, pour vivre une expérience atmosphérique "hors du quotidien".

## Profils

- Service adapté aux flux événementiels
- Offres rapides
- Menus clairs et abordables
- Accessibilité

## Attentes en restauration

- Repas simple mais qualitatif, avec des produits locaux
- Service rapide et fluide
- Accessibilité : proximité du lieu de l'événement
- Horaires élargis ou service continu
- Capacité à accueillir des familles, des groupes
- Possibilité de s'arrêter pour un goûter, une glace, une boisson ou une petite pause entre deux animations

## Freins

- Attente trop longue ou service débordé
- Manque d'informations en temps réel (horaires, disponibilité, menu du jour)
- Peu d'options rapides ou adaptées aux enfants

## Recommandations

- Proposer une offre spéciale événement (menu express, plat rapide, formules)
- Communiquer en temps réel : stories, disponibilité, menu du jour, horaires
- Mettre en avant les produits locaux / fait maison
- Faciliter l'accueil : service fluide, options enfants, solutions à emporter.
- Stories événement



# Les étudiants Rochelais

Étudiant de 18–25 ans à La Rochelle, budget serré mais mobile grâce au train. Il vient à Châtelaillon pour un cocktail au coucher du soleil, des bons plans et des offres étudiantes ou groupées (ex : thalasso + resto). Il choisit au dernier moment selon les promos vues sur Instagram/TikTok et recherche une ambiance cool, décontractée et photogénique avant de repartir faire la fête à La Rochelle.

## Biographie

Lucas a 20 ans et étudie à l'Université de La Rochelle

Circule en train ou à vélo

**Aime découvrir des bons plans, tester des adresses "cool" qu'il repère sur Instagram ou TikTok**

## Profil restaurant

- Appétence pour les bons plans, offres combinées (ex : Thalasso + resto), menus avantageux, happy hours.
- Décisions influencées par Instagram, TikTok, promotions, ambiance.

## Attentes en restauration

- Petits prix, offres étudiantes, formules
- Ambiance conviviale, jeune, bord de mer
- Happy hours, cocktails originaux, planches à partager
- Lieux "instagrammables" (coucher de soleil, déco)
- Bons plans : offres groupées bien-être + resto, réductions ponctuelles

## Freins

- Prix perçus comme trop élevés
- Ambiance trop "touristique" ou familiale
- Difficulté à se projeter sans photos/vidéos attractives

## Recommandations

- Proposer une offre étudiante claire : menu "sunset", formule cocktail + tapas, "happy hour du mardi/jeudi", etc.
- Créer des offres combinées
- Miser sur Instagram et TikTok : vidéos courtes, ambiance sunset
- Mettre en avant l'accessibilité train
- Utiliser les stories pour promouvoir les bons plans du jour



**BIEN-ÊTRE**

# Escapade Bien Être

Léa et Elodie sont mères de famille, et ont un quotidien bien rythmé. Elles organisent plusieurs fois dans l'année dans week-ends ou séjours de courtes durées pour déconnecter de leur quotidien, seule, entre amies ou avec leur moitié. Elles souhaitent combiner des instants pour prendre soin d'elles et des instants pour flâner et découvrir les alentours.



## Biographie

Léa et Elodie

Mères de famille, la quarantaine.  
CSP +.

Habite à 1h maximum (La  
Rochelle, Niort et alentours)

Un instant de (ré)confort

## Profil restaurant

- Recherche une expérience douce, cocooning
- Viennent après la thalasso, un massage ou une journée détente
- Aiment les lieux calmes, élégants, healthy-friendly

## Attentes en restauration

- Plats bien-être : bowls, poissons, options veggie, jus frais
- Ambiance : calme, cosy, déco soignée
- Accueil attentionné
- Possibilité de brunch ou goûter qualitatif

## Freins

- Carte trop "lourde" ou peu qualitative
- Déception VS attentes "haut de gamme"

## Recommandations

- Mettre en avant les options healthy et bien-être
- Miser sur Instagram (esthétique, couleurs douces, décor)
- Créer une offre "post-thalasso"
- Communiquer avec la thalasso pour des partenariats
- Provenance affichée = gage de qualité



## **LES HABITANTS DE LA STATION**

- Couple d'actifs
- Les grands-parents



## Biographie

Julie et Marc, la quarantaine.

2 enfants (15 et 20 ans)  
CSP +

Travaillent tous les deux à La Rochelle.

**Vivre et profiter de leur ville**

# Le couple actif

Ces locaux aiment et sont fières de leur ville. Ils apprécient particulièrement la station lorsque celle-ci ne souffre pas de l'affluence touristique notamment en période estivale ou lors de grands rassemblements. Ils aiment profiter de moments en famille dans leur ville pour se ressourcer et recevoir des amis pour leur faire découvrir la station.

## Profil restaurant

- Viennent régulièrement hors saison pour profiter de leur station
- Cherchent des lieux où ils se sentent « chez eux » et où ils peuvent recevoir des amis ou de la famille
- Sensibles aux restaurants simples, locaux, non “attrape-touristes”

## Attentes en restauration

- Cuisine de saison, produits locaux
- Lieu convivial mais calme (pas bondé l'été)
- Offre régulière hors saison
- Service fluide, accueil personnalisé
- Lieux où ils peuvent retourner souvent sans lassitude

## Freins

- Sur-fréquentation estivale et bruit
- Peu d'offres nocturnes pour les ados
- Difficulté à trouver une table l'été

## Recommandations

- Créer des offres locales et fidélité habitants
- Valoriser les produits locaux, menus de saison, valoriser les producteurs châtelainnais / Rochelais
- Communiquer hors saison (Facebook / Instagram / presse locale)
- Mettre en avant la dimension de proximité
- Proposer des soirées ou menus en semaine dédiés aux habitants



# Les Grands-Parents

Carl et Jeanne habitent sur la Station à l'année, et travaillent à Châtelailon. Ils sont les heureux grands parents de 3 petits-enfants, de 4, 7 et 12 ans, habitants à côté de Fontenay-le-Comte. Ils aiment recevoir le temps d'un weekend ou durant les vacances scolaires, leurs enfants et petits-enfants pour profiter en famille.

## Biographie

Carl et Jeanne, 58 et 60 ans.

CSP +, professionnels du secteur privé.

**Faire profiter leur famille**

## Profil restaurant

- Reçoivent souvent enfants et petits-enfants pour les week-ends ou vacances scolaires
- Recherchent des lieux adaptés à tous les âges

## Attentes en restauration

- Menus adaptés pour enfants et adolescents
- Options pour tous (classiques, locales, portions généreuses)
- Lieu sécurisé et accessible
- Activités proches pour prolonger la sortie
- Informations claires en amont

## Freins

- Coût global d'une sortie à plusieurs
- Difficulté à trouver des activités et restaurants adaptés à tous âges
- Carte plus "touristique" que familiale
- Réservations compliquées en période haute

## Recommandations

- Mettre en avant les équipements (chaises hautes, espace poussette)
- Indiquer clairement les plats enfants/ados
- Communiquer les solutions pratiques (parking, horaires, affluence)
- Valoriser les activités familiales à proximité
- Mentionner la cuisine maison pour rassurer



**LES RÉSIDENTS  
SECONDAIRES**



# Les résidents secondaires

Sylvie et Jacques se sont offerts une résidence secondaire il y a peu à Châtelailon. Ils y viennent régulièrement pour un week-end ou parfois en vacances. Amoureux du bord de mer, ils ont été séduits par la richesse de la vie locale et souhaitent profiter de bons moments en famille ou entre amis dans leur résidence secondaire.

## Biographie

Sylvie et Jacques, la soixantaine

3 enfants (37, 34 et 29 ans)  
CSP +

Habitent à Poitiers ou rayon  
similaire.

**À mi-chemin entre l'habitant et le  
touriste**

## Profil restaurant

- Attentifs à la qualité, à l'authenticité, et veulent proposer à leurs invités une belle expérience locale
- Ils alternent entre : déjeuners tranquilles, brunchs/goûters lors de balades

## Attentes en restauration

- Qualité constante, cuisine maison, produits régionaux
- Lieux avec vue pour faire découvrir Châtelailon à leurs invités
- Ambiance conviviale mais pas trop touristique
- Facilité de réservation pour des groupes
- Offres variées
- Cartes saisonnières avec produits locaux

## Freins

- Manque de régularité : qualité changeante selon les saisons ou les équipes
- Lieux trop touristiques en été
- Difficulté à obtenir une table pour un groupe

## Recommandations

- Nourrir la relation entre séjours via réseaux sociaux
- Communiquer les nouveautés (nouvelle carte, nouveaux produits)
- Personnaliser l'accueil (ex : "heureux de vous revoir !")
- Mettre en avant offres locales & saisonnières
- Mettre en avant les producteurs locaux sur les cartes saisonnières



**LES ÉLUS**



# Les élus

Ludovic est un enfant du pays, il a grandi à Châtelailon-Plage, ville qu'il a quitté quelques années pour ses études avant d'y construire son foyer. Conseiller municipal depuis 3 ans, il entend augmenter l'attractivité touristique de la ville tout en s'assurant que les initiatives bénéficient également aux résidents et soutiennent l'économie locale.

## Biographie

Ludovic, 44 ans.

Habitant de Châtelailon-Plage, né à Châtelailon-Plage.

Conseiller municipal.  
Marié, 2 enfants.

**Le porte-drapeau de la station**

## Profil restaurant

- Cohérence avec l'image de la station
- Capacité à recevoir dans de bonnes conditions
- Qualité des produits et du service
- Lieu permettant de discuter, recevoir, convaincre
- Restaurants qui incarnent les valeurs locales (produits, économie locale, qualité).

## Attentes en restauration

- Lieu calme, propice aux échanges professionnels
- Produits locaux, cuisine soignée
- Accueil impeccable, service discret mais attentif
- Image cohérente avec la destination

## Freins

- Restaurants trop bruyants ou surchargés
- Expérience non conforme à l'image de la station
- Manque de constance dans la qualité
- Offre peu adaptée aux repas institutionnels ou aux discussions confidentielles

## Recommandations

- Mettre en avant les produits locaux, les circuits courts, les engagements durables
- Proposer un espace calme ou une zone plus isolée pour les rendez-vous officiels
- Maintenir un niveau de qualité constant (important pour l'image destination)
- Créer une relation directe avec les élus (information régulière, invitation pour nouvelles cartes, événements)