

**Stratégie de communication**



**LE BOURDON**

**10 Juillet 2008**

## Table des matières

<b>CHAPITRE I - MISE EN CONTEXTE DU PROJET .....</b>	<b>2</b>
1) ORIGINE DU PROJET LE BOURDON .....	2
2) TERRITOIRE VISÉ PAR LE PROJET .....	2
3) OBJECTIFS.....	2
4) LES CINQ GRANDS DOMAINES DE PROJETS ET D'ACTIVITÉS.....	3
5) MODE DE FONCTIONNEMENT.....	3
6) DURÉE DU PROJET ET FINANCEMENT .....	4
7) PARTENAIRES DU PROJET.....	4
<b>CHAPITRE II - LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION PROPOSÉE .....</b>	<b>5</b>
1) LES PUBLICS-CIBLES .....	5
A) <i>Publics-cibles primaires</i> :.....	6
B) <i>Publics-cibles secondaires</i> : .....	8
2) LES PRINCIPAUX ENJEUX DE COMMUNICATION .....	8
3) LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION .....	9
4) LA STRATÉGIE DE POSITIONNEMENT .....	9
5) L'AXE SUGGÉRÉ.....	9
6) DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION.....	10
<b>CHAPITRE III – LES MOYENS DE COMMUNICATION .....</b>	<b>11</b>
1) NIVEAUX DE DIFFUSION DU TRANSFERT DE CONNAISSANCES.....	11
2) LES MOYENS DE COMMUNICATION APPROPRIÉS .....	11
3) FICHE DE TRAVAIL POUR ACTIVITÉS DE COMMUNICATION .....	12
<b>CHAPITRE IV : PLANIFICATION ANNUELLE .....</b>	<b>14</b>
<b>ANNEXE 1 .....</b>	<b>16</b>

# Chapitre I - Mise en contexte du projet

## 1) Origine du projet Le Bourdon

Le nom officiel du projet présenté au Service canadien des forêts et plus précisément au Programme des collectivités forestières est **Le Bourdon**. En fait, cette idée a été inspirée de l'attitude qu'ont choisi d'adopter les partenaires du projet devant l'ampleur de la crise forestière à laquelle ils sont confrontés. Le bourdon, selon les calculs et les données scientifiques, ne peut pas voler à cause de son poids, mais il ne le sait pas et il vole. Tout comme cet insecte, les partenaires du projet ont décidé de se battre pour construire dans un environnement contraire. Pour se faire, ils ont adopté une nouvelle approche de développement pour leur territoire en misant sur une solution « gagnant- gagnant » et en favorisant le développement d'activités économiques basées sur les richesses du milieu naturel afin de créer et de maintenir une prospérité sociale.

## 2) Territoire visé par le projet

Le territoire forestier visé par le projet est du domaine public et correspond à l'unité d'aménagement forestier 064-51. Il couvre une superficie de 10 680 km<sup>2</sup> soit plus des 2/3 de la superficie de la MRC d'Antoine-Labelle. Près de 75% de sa superficie est couverte par des territoires fauniques structurés (Zec et pourvoires).

## 3) Objectifs

Les partenaires du projet **Le Bourdon** se sont fixé des objectifs qu'ils veulent atteindre d'ici 2012. Voici ces objectifs :

- ❖ Optimiser la capacité de production du territoire dans une perspective d'aménagement forestier durable (AFD) en respect de la biodiversité à l'échelle du paysage;
- ❖ Accroître les retombés économiques relatives aux secteurs forestiers et récréotouristiques;

- ❖ Mettre à la disposition des partenaires du projet et des collectivités forestières de la MRC d'Antoine-Labelle les outils nécessaires pour leur permettre d'être en mesure de réagir face aux enjeux et aux possibilités liés aux ressources du milieu forestier;
- ❖ Participer activement à des réseaux nationaux et internationaux d'échanges portant sur la gestion forestière durable et le développement des collectivités.

#### **4) Les cinq grands domaines de projets et d'activités**

Les activités du projet **Le Bourdon** ont été regroupées en cinq domaines de projets et d'activités :

- A)** Acquisition des connaissances, expérimentation de nouvelles approches et le développement d'outils.
- B)** Élaboration du Plan stratégique intégré de mise en valeur durable des ressources et du territoire (PSIM) et des stratégies d'aménagement forestier.
- C)** Développement de partenariats et d'opportunités d'affaires
- D)** Communication, transfert des acquis et des connaissances ainsi que la formation des travailleurs
- E)** Gestion et administration du projet

#### **5) Mode de fonctionnement**

Le mode de fonctionnement du projet est basé sur le principe du « faire-faire ». En fait, plusieurs organismes (membres actifs et membres associés) sont impliqués dans l'organisation et la gestion du projet **Le Bourdon**. Cependant, c'est l'Association des intervenants forestiers des Hautes-Laurentides qui a signé l'accord de contribution avec Ressources naturelles Canada.

Afin d'assurer un mode de fonctionnement efficace, un système de gouvernance a été instauré. Ainsi, un conseil de gestion a été créé afin de jouer deux rôles, soit d'une part, d'être responsable d'adopter la planification stratégique et annuelle du

projet et d'autre part, d'assumer le suivi de la mise en œuvre de cette planification. De plus, un comité de mise en œuvre, composé des membres actifs du projet, doit veiller à la mise en pratique de la planification stratégique et annuelle en posant les gestes nécessaires pour rencontrer les objectifs poursuivis. Il doit aussi exécuter les mandats qui lui sont confiés par le conseil de gestion. Par ailleurs, le consensus a été adopté comme le modèle de prise de décision à utiliser. De ce fait, ce sont les différents partenaires qui doivent réaliser les activités prévues dans le plan de travail annuel. Ces derniers sont responsables de mettre en œuvre les différentes activités prévues et d'en communiquer les résultats au chargé de projet ainsi qu'au conseil de gestion.

## **6) Durée du projet et financement**

D'une durée de quatre ans et demi (juillet 2007 à mars 2012), le projet **Le Bourdon** pourra compter sur un financement de 1 475 000\$ de la part de Ressources naturelles Canada et d'un financement équivalent provenant des partenaires et d'autres contributions.

## **7) Partenaires du projet**

Outre le Service canadien des forêts, dix-huit organismes et ministères se sont actuellement associés au projet. Ces organisations œuvrent dans le domaine de la mise en valeur et de l'utilisation des ressources naturelles, de la recherche, de la formation professionnelle, du développement économique régional, de la gestion du territoire et de ses ressources ainsi que dans le secteur coopératif.

## Chapitre II - La stratégie de communication proposée

Il est important de bien communiquer l'information en lien avec les projets et activités qui seront réalisés dans le cadre du projet ainsi que les résultats obtenus auprès des différents publics-cibles. En ce qui a trait au chapitre des communications, de la sensibilisation et du réseautage, il faudra voir plus particulièrement à ;

- Transférer les connaissances et le savoir;
- Échanger avec des réseaux locaux, nationaux et internationaux;
- Promouvoir le modèle développé dans le cadre du Programme des collectivités forestières.

L'objectif étant de faire connaître les traits distinctifs et surtout, les progrès qui ont été accomplis au cours des dernières années sur le plan de la gestion responsable de la forêt et des avancées technologiques. De plus, cela permettra de démontrer les efforts de concertation qui existent entre les différents intendants de territoire, dans une perspective de développement durable.

### 1) Les publics-cibles

Les publics-cibles sont de deux ordres : primaires et secondaires.

Les publics-cibles primaires sont ceux auprès desquels l'essentiel des énergies de la stratégie de communication seront dévolues et ceux qui revêtent une importance stratégique significative pour le projet.

Les publics-cibles secondaires sont plus souvent accessoires, mais font aussi partie intégrante de la stratégie. Ces cibles demandent cependant moins d'énergie que les publics-cibles primaires, mais ont également un niveau d'importance pour le projet.

A) Publics-cibles primaires :

## Partenaires et responsables de projets

## Organisations et intervenants forestiers

- ❖ Agence de mise en valeur des forêts privées des Laurentides
- ❖ Comité des bénéficiaires de CAAF<sup>1</sup> de l'UAF 064-51
- ❖ Commission des ressources naturelles et du territoire des Laurentides
- ❖ Signature Bois Laurentides
- ❖ Syndicat des producteurs forestiers de Labelle
- ❖ Table de concertation du territoire forestier public des Hautes-Laurentides
- ❖ Association des entreprises en travaux sylvicole du Québec
- ❖ Conseil de l'industrie forestière du Québec
- ❖ Fédération québécoise des coopératives forestières
- ❖ FPIInnovations (division FERIC)
- ❖ Ordre des ingénieurs forestiers du Québec
- ❖ Société des coopératives pour le développement international
- ❖ Autre(s) (groupe(s) concerné(s))

## Main d'œuvre

- ❖ Comité sectoriel de main-d'œuvre en aménagement forestier
- ❖ Comité sectoriel de main-d'œuvre des industries de la transformation du bois (CSMO bois)
- ❖ Emploi-Québec Laurentides
- ❖ Ressources humaines et Développement social Canada
- ❖ Autre(s) groupe(s) concerné(s)

## Les intervenants du secteur faunique/récréotouristique

- ❖ Association des pourvoiries des Laurentides
- ❖ Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides
- ❖ Association des trappeurs des Laurentides
- ❖ Créneau Accord tourisme des Laurentides
- ❖ Régionale des ZECS des Hautes-Laurentides
- ❖ Table Faunique des Laurentides
- ❖ VHR Antoine-Labelle

---

<sup>1</sup> CAAF= Contrat d'aménagement et d'approvisionnement forestier

- ❖ Fédération des pourvoires du Québec
- ❖ Fédération québécoise des gestionnaires de ZECS
- ❖ Autre(s) groupe(s) concerné(s)

#### Organismes non-gouvernementaux

- ❖ Association de la protection de l'environnement des Hautes-Laurentides
- ❖ Conseils du bassin versant de la rivière du Lièvre (COBALI)
- ❖ Conseil du bassin versant de la rivière Gatineau (COMGA)

#### Le réseau canadien des forêts modèles

- ❖ Membres du Réseau canadien des forêts modèles et du Programme des collectivités forestières
- ❖ Service canadien des forêts
- ❖ Coordonnateur du PCF (Québec)

#### Le réseau international des forêts modèles

- ❖ Secrétariat international des forêts modèles

#### Les paliers décisionnels et politiques

- ❖ Députés fédéral et provincial du comté de Labelle
- ❖ Conférence Régionale des Élus des Laurentides
- ❖ Maires des municipalités d'Antoine-Labelle et des Laurentides
- ❖ Ministère des Ressources naturelles et de la Faune
- ❖ Ministère du développement économique, innovation et exportation (Laurentides)
- ❖ Ministère tourisme Québec
- ❖ Ressources naturelles Canada

## B) Publics-cibles secondaires :

### Le grand public

- ❖ Toutes autres personnes susceptibles d'être intéressées ou concernées par le projet et ses résultats et/ ou qui recevra l'information via différents médias.

### Autres groupes ayant manifestés leur intérêt

- ❖ Table GIR Hautes-Gatineau
- ❖ CRÉ Capitale Nationale
- ❖ MRC de Pontiac

## 2) Les principaux enjeux de communication

- Communiquer une information adaptée aux publics-cibles concernés;
- Communiquer les informations aux publics-cibles déterminés au moment opportun;
- Assurer la rigueur de l'information et la crédibilité des sources d'information;
- Tenir compte des protocoles en ce qui a trait à la diffusion des informations;
- S'assurer que les différents partenaires échangent les informations entre eux (Basecamp);
- S'assurer que les partenaires sont d'accord avec les résultats à communiquer;
- Détenir le financement nécessaire pour la mise en œuvre des moyens identifiés dans la stratégie de communication;
- Faire connaître les retombées des travaux aux divers partenaires impliqués;
- Assurer une visibilité aux différents bailleurs de fond.

### 3) Les objectifs de communication

- Mieux faire connaître le projet **Le Bourdon** auprès des publics-cibles déterminés;
- Assurer le transfert des connaissances et du savoir avec les différents publics-cibles;
- Démontrer la collaboration et les liens positifs qui se sont formés entre les différents partenaires et intendants de territoire;
- Échanger et partager des informations avec les différents publics-cibles;
- Bonifier le cas échéant, la stratégie de communication.

### 4) La stratégie de positionnement

- Intégrer des valeurs et des objectifs des intendants de territoire qui font consensus;
- Mettre en valeur les ressources de la forêt publique dans une perspective d'aménagement forestier durable;
- Créer un lien solide avec la Commission des ressources naturelles et du territoire des Laurentides.

### 5) L'axe suggéré

L'axe de communication pour le projet **Le Bourdon** insistera sur la mise en valeur des ressources en place. Voici donc le slogan qui sera utilisé afin d'amener les différents publics au cœur du projet :

**« Des ressources à partager pour faire grandir notre collectivité »**

## 6) Déploiement de la stratégie de communication<sup>2</sup>

Les informations et moyens contenus de la stratégie de communication pourront être utilisés tout au long du projet. Par ailleurs, plusieurs activités de communication seront proposées et certaines devront être ciblées de façon annuelle. Pour se faire et s'assurer que les activités choisies feront consensus, il reviendra au « comité des communications » de prendre les décisions. Ce comité est formé de cinq (5) personnes incluant le chargé de projet et l'agente de communication. Ce dernier se rencontrera de deux (2) à quatre (4) fois par année afin de faire le point sur les activités de communication en cours et celles à venir.

---

<sup>2</sup> Afin de mettre en œuvre la stratégie de communication, il reviendra à l'agente de communication de réaliser et coordonner les activités de communication. De plus, l'agente de communication aura comme rôle, de répondre aux questions d'ordre général qui pourraient être posées par les différents publics-cibles. Toutes autres questions d'ordre plus techniques seront redirigées vers un professionnel attitré au projet, référé par l'agente de communication.

## Chapitre III – Les moyens de communication

### 1) Niveaux de diffusion du transfert de connaissances

Afin de communiquer une information adaptée auprès des différents publics-cibles, trois (3) niveaux de diffusion peuvent être utilisés :

- Diffuser de façon pertinente, l'information et les données recueillies;
- Favoriser des communications adaptées et particulières;
- Informer dans le but de permettre une intégration des données et résultats obtenus.

### 2) Les moyens de communication appropriés

- Utiliser un logo représentatif du projet sur l'ensemble des documents produits;
- Création d'objets promotionnels;
- Faire parvenir un bulletin trimestriel donnant plus d'information sur les développements du projet (résultats, compte-rendu, etc.) en version électronique et/ou papier;
- Faire parvenir des brochures, fiches, dépliants et documents synthèses;
- Créer des groupes-contacts afin d'effectuer des envois courriel;
- Présentation du projet à certains groupes à l'aide d'un visuel;
- Pochette d'information sur le sujet;
- Promouvoir l'espace du projet **Le Bourdon** à l'intérieur du portail de la forêt des Hautes-Laurentides;
- Faire parvenir aux médias, les communiqués de presse relatives au projet;
- Rédiger des articles pour les médias locaux et spécialisés;
- Organiser des activités de sensibilisation en lien avec le projet (salons, expositions, colloques, etc.);
- Participer à des tribunes d'échanges (conférences journée d'information, rencontre entre partenaires du réseau des forêts modèles, Forum mondial, etc.);
- Faire une revue de presse des écrits du projet (période de 6 mois) envoyé à certains publics-cibles selon la pertinence;
- Visites Canadiennes et internationales;
- Autres activités pertinentes au projet.

### 3) **Fiche de travail pour activités de communication**

Une fiche d'activité détaillée sera complétée pour chaque moyen de communication utilisé par les partenaires. Ainsi, un suivi serré pourra être effectué et répertorié à l'intérieur du projet **Le Bourdon**. Ces fiches seront disponibles auprès de l'agente de communication. Voici un exemple de fiche par activité de communication :

<b>Fiche d'activité de communication</b>
<b>Nom de l'activité :</b> Lancement des travaux du projet <b>Le Bourdon</b>
<b>Public(s)-cibles(s):</b> Tous
<p><b>Les objectifs:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faire connaître le projet à l'ensemble des intendants du territoire et à la population des Laurentides;</li> <li>▪ Favoriser la bonne compréhension des étapes qui ont menés au projet <b>Le Bourdon</b>;</li> <li>▪ Démontrer le travail de concertation et la vision commune;</li> <li>▪ Expliquer le projet <b>Le Bourdon</b> et ses visés.</li> </ul> <p><b>La stratégie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Envoyer une invitation aux intendants et usagers de territoire concernés ainsi qu'aux représentants de divers organismes à la rencontre de mise à niveau et au lancement des travaux (conférence de presse);</li> <li>▪ Inviter les médias locaux et nationaux afin qu'ils diffusent l'information;</li> <li>▪ Faire une opération « démêlage » avant de lancer les travaux officiellement afin de favoriser la bonne compréhension des participants;</li> <li>▪ Donner un coup de projecteur sur les deux secteurs concernés (forestier et récréotouristique);</li> <li>▪ Faire bénéficier aux participants présents, d'une rencontre d'information sur la certification.</li> </ul> <p><b>Les moyens de communication:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Former un comité organisateur pour la journée de mise à niveau et de lancement pour assurer sa réussite;</li> <li>▪ Inviter différents intervenants à venir parler de leurs organismes et de la place qu'ils occupent dans le projet;</li> <li>▪ Diffuser des <u>présentations visuelles</u> de qualité donnant plus d'informations sur l'allocution des intervenants;</li> <li>▪ Remettre une <u>pochette</u> incluant le nom des partenaires et membres du projet, un « mindmap » qui permet de schématiser les comités en lien avec le projet <b>Le Bourdon</b> et incluant également le communiqué de presse pour les différents médias;</li> <li>▪ Faire un <u>envoi courriel</u> aux médias afin de maximiser la diffusion du lancement des travaux;</li> <li>▪ Réaliser une <u>revue de presse</u> avec les articles qui auront été écrits sur le lancement du projet.</li> </ul>

**Coût de l'activité :**

- 3 500 \$

**Autres commentaires :**

## Chapitre IV : Planification annuelle

Afin de planifier les activités de communications sur toute la durée du projet, il serait opportun de faire un plan d'action annuel, proposé par l'agente de communication, bonifier et/ou modifié par le comité des communications. Ce plan d'action pourrait avoir le format suivant :



*Plan d'action 2007-2008*

### Objectifs :

- ❖ Élaborer une stratégie de communication afin de faire connaître le projet auprès de différents publics-cibles;
- ❖ Organiser une activité de sensibilisation afin de faire des démonstrations de nouvelles technologies forestières;
- ❖ Débuter la mise sur pied d'un site internet pour le projet à l'intérieur du portail de la forêt des Hautes-Laurentides.

### Ces objectifs visent notamment à:

- ❖ Faire connaître le projet à l'ensemble des publics-cibles déterminés dans la stratégie de communication;
- ❖ Favoriser la bonne compréhension des étapes qui ont menés au projet **Le Bourdon**;
- ❖ Démontrer le travail de concertation et la vision commune;
- ❖ Expliquer le projet **Le Bourdon** et ses visés

Activités prévues (Objectifs)	Activités réalisées	Pourcentage de réalisation	Budget	Commentaires
<p>Élaboration d'une stratégie de communication pour les partenaires du projet</p> <p>(Décembre 2007 à Mars 2008)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Lancement des travaux du projet auprès des partenaires, publics-cibles et médias;</li> <li>◆Création d'un logo représentatif du projet pour utilisation sur documents relatifs au projet;</li> <li>◆Revue de presse du lancement du projet (4 mars 2008);</li> <li>◆Rédaction d'articles sur le projet pour des médias locaux et spécialisés</li> </ul>	100%	<p>10 000 \$</p> <p><b>2 550\$ (Biens et services)</b></p>	<p>Approbation de la stratégie de communication auprès du conseil de gestion (juin 2008)</p>
<p>Organisation d'une activité de sensibilisation afin de faire des démonstrations de nouvelles technologies forestières;</p> <p>(Août à octobre 2007)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆Journée de démonstrations près du Lac Sagouy en collaboration avec FPIInnovations division FERIC</li> </ul>	100%	<p>11 000\$</p> <p><b>9 000\$ (Biens et services)</b></p>	<p>Activité réalisée dans le cadre de la 3<sup>ième</sup> conférence internationale sur le génie forestier</p>
<p>Début de la mise sur pied du projet Le Bourdon à l'intérieur du portail de la forêt des Hautes-Laurentides</p> <p>(Décembre 2007 à Mars 2008)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Continuation de l'élaboration du portail de la forêt des Hautes-Laurentides et ébauche de l'espace qu'occupera le projet Le Bourdon dans le portail</li> </ul>	100%	<p>5 000\$</p> <p><b>1 050\$ (Biens et services)</b></p>	

# Annexe 1

## Liste des membres du conseil de gestion

### **Membres actifs**

- La **Régionale des ZEC des Hautes-Laurentides** (Jean-Marc Bélanger, prés. (CMEO) et Miguel Hatin, ing.f.)
- **L'Association des pourvoires des Laurentides** (Denis Morin, prés. (CMEO) et ing.f. à nommer)
- **L'A.H.L. / CSRE Forêt** (Raymond Barrette, chargé de projet)
- La **Fédération des pourvoires du Québec** (Jonathan Leblond, ing.f. et Étienne Lemieux, ing.f.)
- La **Municipalité Régionale de Comté (MRC) d'Antoine-Labelle** (Jean Labelle)
- Le **Centre local de développement (CLD) de la MRC d'Antoine-Labelle** (Stéphane Lapointe, dir.adjoint (CMEO))
- La **SADC d'Antoine-Labelle** (Miguel Gauthier d.g.)
- **FPIinnovations-Féric** (Philippe Meek)
- La **Communauté Atikamekw de Manawan** (représentant à identifier)
- Le **Centre de formation professionnelle de Mont-Laurier** (Normand Bélanger, d.g. (CMEO))
- La **Table Forêt Hautes-Laurentides** (Benoit Bisailon, prés. (CMEO) et Katrine Pilon, communication)
- La **Table de concertation du territoire forestier public des Hautes-Laurentides** (Jocelyn Séguin (CMEO))
- La **Commission des Ressources naturelles et du Territoire des Laurentides** (Jacques Supper, d.g. (CMEO))
- La **Fédération québécoise des coopératives forestières** (Jocelyn Lessard, d.g.)

### **Membres associés**

- Le **Syndicat des producteurs de bois de Labelle**, (Mario Lanthier, d.g.)
- **L'Agence de mise en valeur des forêts privées des Laurentides**, (Michel Mongeau, d.g.)
- Le **ministère des Ressources naturelles et de la Faune du Québec (MRNF)**, (Marie-Claude Lambert, secteur Forêt, Brigitte Hardy, secteur Faune, Paul-André David, secteur Terre)
- Le **ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE)** (Serge Thériault)

Liste des membres du comité de mise en œuvre

- M. Jocelyn Séguin, président du projet Le Bourdon
- M. Normand Bélanger, Centre de Formation Professionnelle de Mont-Laurier
- M. Jean-Marc Bélanger, Régionale des Zecs des Hautes-Laurentides
- M. Denis Morin, Association des pourvoiries des Laurentides
- M. Benoit Bisailon, Table Forêt des Hautes-Laurentides
- M. Ghislain Clavel, Association des intervenants forestiers des Hautes-Laurentides
- M. François Lapalme, Association des intervenants forestiers des Hautes-Laurentides