

RAPPORT FINAL

**DÉVELOPPEMENT D'UNE STRUCTURE POUR LA
PUBLICATION DE L'INFOLETTRE DE LA TABLE
GIRT DE L'OUTAOUAIS**



AOÛT 2020

PRODUCTION DU RAPPORT

Recherche et réflexion	Vanessa Joannis Raymond Barrette Cathy Labrie
Rédaction et analyse	Vanessa Joannis
Révision et correction	Vanessa Joannis
Mise en page	Vanessa Joannis

RESPONSABLE DU PROJET

Vanessa Joannis

M. Sc. Gestion durable des forêts

vanessa.joannis@hotmail.ca

819-271-6383

CE PROJET EST RÉALISÉ GRÂCE AU SOUTIEN FINANCIER DU PROGRAMME D'AMÉNAGEMENT DURABLE DES FORÊTS (PADF) DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC.

CITER CE DOCUMENT

Joannis, V. *Développement d'une structure pour la publication de l'infolettre de la Table GIRT de l'Outaouais*. 2020. 41 p.

© Vanessa Joannis

REMERCIEMENTS

Je suis heureuse de présenter à la MRC Pontiac et à la Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire de l'Outaouais (TRGIRTO) le rapport final portant sur le développement d'une structure pour la publication d'une infolettre de la TRGIRTO, dans le but d'accroître sa visibilité et sa notoriété au sein des divers utilisateurs du territoire forestier public de l'Outaouais. Ce rapport a une valeur essentiellement consultative pour les différents acteurs et partenaires de la TRGIRTO.

Je souhaite remercier les professionnels du domaine forestier, des communications et des technologies de l'information qui se sont rendus disponibles pour m'épauler et me conseiller, rendant la démarche fructueuse en elle-même :

- Raymond Barrette, coordonnateur de la TRGIRTO, ing. f.
- Cathy Labrie (ing. f.), responsable de la gestion intégrée et des consultations publiques et coordonnatrice régionale des suivis d'efficacité au sein du Ministère des forêts, de la faune et des parcs.
- Nicholas Joannis, développeur web et gestionnaire des technologies pour le Groupe Nordik
- Paskale Leblond-Champagne, agente de rédaction à la Ville de Gatineau et photographe professionnelle

En espérant que ce rapport puisse contribuer à mettre en lumière la TRGIRTO en tant que responsable de la concertation des partenaires représentant les divers secteurs d'activités et d'intérêts du territoire public de l'Outaouais, dans le but d'en influencer la planification forestière.¹

¹ Le masculin est utilisé pour alléger le texte, et ce, sans préjudice pour la forme féminine.

FAITS SAILLANTS

- Les objectifs principaux structurant la publication de l'infolettre sont d'accroître sa visibilité et sa notoriété pour augmenter le taux de participation aux consultations publiques et améliorer l'acceptabilité sociale des pratiques forestières en Outaouais.
- La fréquence annuelle de publication suggérée, pour la première année, est de 5.
- Trois orientations relatives à la publication du contenu sont proposées.
- Une synthèse des travaux de la TRGIRTO a été réalisée.
- Huit (8) thèmes à traiter dans l'infolettre sont proposés dans des proportions définies.
- La stratégie de communication de l'infolettre a été développée et un calendrier éditorial est proposé pour en gérer la planification et la diffusion.
- Le budget annuel estimé est de 1 185 \$.
- Pour évaluer la performance de l'infolettre, dix-sept (17) indicateurs et leurs cibles ont été choisis en fonction de buts (2) et d'objectifs (6) précis.
- Une base de données a été structurée pour le suivi et l'évaluation des résultats sur 5 ans.
- Le masculin a été utilisé lors de la rédaction pour alléger le texte, et ce, sans préjudice pour la forme féminine.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Démarche de réalisation respective pour chacun des livrables	9
Tableau 2 Thèmes et proportions représentées	14
Tableau 3 Critères d'évaluation des plateformes d'envoi de l'infolettre.	16
Tableau 4 Comparaison des scores obtenus par les différentes plateformes d'envoi	17
Tableau 5 Nombre d'articles et responsables de rédaction par année	19

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
FAITS SAILLANTS	3
LISTE DES TABLEAUX.....	4
MISE EN CONTEXTE	7
HYPOTHÈSE.....	7
RÉSULTATS ATTENDUS	8
TRAVAUX À RÉALISER	8
DÉMARCHE DE RÉALISATION.....	8
LIVRABLES	9
DÉMARCHE PROPRE	9
RÉSULTATS	13
1. Synthèse des travaux et des résultats de la TRGIRTO.....	13
2. Identifier les thèmes à traiter dans l’infolettre	13
3. Stratégie de communication de l’infolettre	15
4. Structure pour la planification et la diffusion du contenu	34
5. Estimation du budget.....	35
6. Indicateurs et cibles à atteindre pour évaluer le succès du projet	36
7. Identifier les résultats attendus par l’infolettre.....	37

8. Proposer des analyses web à réaliser pour une boucle d'amélioration continue et proposer une méthode de compilation des données	37
CONCLUSION	38
RÉFÉRENCES	40
ANNEXES	41
GLOSSAIRE	42

MISE EN CONTEXTE

Le Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire de l'Outaouais (TRGIRTO) est une instance régionale dont l'une des fonctions principales est de concerter les acteurs locaux afin de proposer au Ministère un ensemble d'enjeux définis à partir des intérêts et des préoccupations des participants à la table qui représentent les divers utilisateurs de la forêt au sein de la population.

En plus de la concertation, les mandats qui lui sont confiés sont : favoriser l'harmonisation des usages et proposer des mesures d'harmonisation; transmettre à la direction régionale du Ministère des forêts, de la faune et des parcs, les préoccupations et les aspirations des communautés locales ; dégager les objectifs consensuels de protection et de mise en valeur des ressources et du territoire, et participer à l'élaboration des plans d'aménagement forestier intégré (PAFI) tactiques et opérationnels de mise en valeur des ressources des forêts du domaine de l'État.

À la lumière de ce qui précède, la TRGIRTO souhaite faire connaître ses travaux et les résultats qui en découlent, afin d'accroître sa visibilité et sa notoriété. Pour ce faire, un projet visant à développer une structure pour la publication d'une infolettre est proposé.

HYPOTHÈSE

L'hypothèse de départ est qu'une meilleure connaissance des travaux et des résultats de la TRGIRTO contribuera à l'éducation de la population sur la planification forestière et augmentera le taux de participation aux consultations publiques.

De plus, le développement d'une structure pour la publication d'une infolettre contribuera à la mise en valeur de la culture forestière et à augmenter l'acceptabilité sociale des pratiques forestières, en Outaouais.

RÉSULTATS ATTENDUS

Au terme de ce projet, il était attendu que les éléments suivants soient réalisés :

1. Identification des thèmes à traiter dans l'infolettre.
2. Élaboration de la stratégie de communication de l'infolettre.
3. Identification de tous les éléments pour mettre en œuvre une infolettre.

TRAVAUX À RÉALISER

Plusieurs travaux ont été réalisés pour atteindre les objectifs du projet et obtenir les résultats attendus.

1. Effectuer une synthèse des travaux et des résultats de la TRGIRTO depuis les 5 dernières années afin d'identifier des idées d'articles ;
2. Identifier les thèmes à traiter ;
3. Développer la stratégie de communication de l'infolettre : les objectifs, le public cible, la recherche et la nature du contenu à partager, le graphisme, les moyens de diffusion, la fréquence des publications, les partenaires, la visibilité sur les médias sociaux, la promotion, évaluer le potentiel de traduire ou de résumer des articles ou des rapports;
4. Proposer une structure pour la planification et la diffusion du contenu des articles de l'infolettre ;
5. Estimer les coûts du projet ;
6. Identifier les indicateurs et les cibles à atteindre pour suivre le succès du projet ;
7. Identifier les résultats attendus ;
8. Proposer des analyses web à réaliser et une méthode de compilation et d'analyse des résultats incluant l'identification de différents logiciels pour les analyses web.

DÉMARCHE DE RÉALISATION

La démarche utilisée pour remplir chacun des livrables est explicitée dans le tableau ci-après.

Tableau 1 : Démarche de réalisation respective pour chacun des livrables

LIVRABLES	DÉMARCHE PROPRE
<p>1. Effectuer une synthèse des travaux et des résultats de la TRGIRTO depuis les 5 dernières années afin d'identifier des idées d'articles.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recenser et analyser tous les documents se trouvant dans la section « Résolutions » du site web www.trgirto.ca de 2014 à aujourd'hui. 2. Intégrer chacun des travaux et des résultats associés dans un tableau synthèse. 3. Évaluer le potentiel de publication pour l'infolettre (idées d'articles). 4. Répéter chacune des étapes précédentes pour les sections suivantes du site web de la TRGIRTO: «Enjeux», «Mesures d'harmonisation», «Plan d'action sur la sécurité des usagers et des chemins multiusages», «Documentation», «Processus d'harmonisation de la planification forestière» et «Processus d'harmonisation opérationnelle». 5. Le tableau regroupe les différents travaux et résultats de la Table dans leur catégorie distincte. 6. Représenter les travaux et résultats saillants sur une ligne du temps.
<p>2. Thèmes à traiter dans l'infolettre</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier les thèmes centraux relevant des mandats de la TRGIRTO. 2. Définir la proportion annuelle de contenu publié

	<p>relative à chacun des thèmes, en fonction de l'importance de ces derniers par rapport aux rôles et mandats de la TRGIRTO.</p> <p>3. Représenter graphiquement les thèmes et sous-thèmes au moyen d'un diagramme.</p>
<p>3. Stratégie de communication</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Choisir la plateforme d'envoi. <ol style="list-style-type: none"> a. Évaluer 5 plateformes d'envoi différentes en fonction de 10 critères communs déterminés. b. Recommander deux options. 2. Paramètres : déterminer la fréquence de publication et le responsable de rédaction, le titre, le nombre de pages ainsi que le nom de l'expéditeur. 3. Stratégie : choisir le public cible, les buts (2), les objectifs généraux (2) et spécifiques (6), les orientations relatives à l'infolettre (3), les actions à engager, les outils disponibles pour créer du contenu et la démarche de rédaction, puis la façon d'implémenter, mesurer et évaluer le projet. 4. Contenu : <ul style="list-style-type: none"> - Évaluer le potentiel de résumer ou traduire un article ou un rapport et gestion documentaire, proposer deux champs lexicaux pour la rédaction du contenu. 5. Définir les buts, les objectifs et les indicateurs de performance du projet, ainsi que les outils à utiliser pour mesurer la performance, et leur cible respective à atteindre. 6. Développer les éléments nécessaires à la mise en œuvre de la procédure de fidélisation des abonnés (sondage).

	<ol style="list-style-type: none"> 7. Expliquer comment les utilisateurs peuvent s'abonner à l'infolettre, décrire les modifications à apporter au site web et en rédiger le contenu, puis créer le graphisme en lien avec ces différents éléments. 8. Graphisme : proposer quelques modèles graphiques d'infolettre dans Cyberimpact ainsi que plusieurs ensembles de couleurs thématiques et divers outils de rédaction. 9. Structurer la campagne de lancement et planifier le contenu et le graphisme associé. 10. Faire des recommandations pour accroître le dynamisme de la page Facebook de la TRGIRTO. 11. Identifier les partenaires et leurs contribution respective.
<p>4. Structure pour la planification et la diffusion du contenu de l'infolettre.</p>	<p>Calendrier éditorial :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proposer un calendrier éditorial pour structurer la planification et la diffusion du contenu via AirTable, la collaboration avec les partenaires ainsi que le suivi des infolettres dans le temps. 2. Créer un calendrier éditorial (contenu numérique) avec AirTable en incluant quelques exemples. 3. Proposer une rencontre virtuelle pour l'explication de son fonctionnement. <p>Diagramme de Gantt :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Élaborer un diagramme de Gantt (étapes seulement)

	pour faciliter la mise en œuvre de l'infolettre.
5. Estimation du budget	Prévision des dépenses engendrées par le projet, selon diverses options de mise en œuvre, sans estimation officielle provenant de professionnels.
6. Indicateurs et cibles à atteindre pour évaluer le succès du projet	Proposer des indicateurs et des cibles à atteindre en fonction de buts et d'objectifs spécifiques déterminés.
7. Identifier les résultats attendus par l'infolettre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les résultats attendus par l'infolettre sont fonction des objectifs à atteindre et des indicateurs servant à mesurer la performance de l'infolettre. 2. Les résultats attendus par l'infolettre sont explicités dans le rapport.
8. Proposer des analyses web à réaliser et une méthode de compilation et d'analyse des résultats.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proposer des analyses web pour mesurer les indicateurs de performance. 2. Identifier les outils servant à mesurer ces derniers. 3. Identifier les cibles à atteindre, les données de référence actuelles et la tendance à observer. 4. Identifier la fréquence de mesure pour chacun d'eux. 5. Toutes les informations ci-dessus figurent dans une base de données AirTable pour en assurer le suivi.

	6. Proposer une méthode de compilation des données via AirTable et créer une base de données qui compile les résultats dans le temps.
--	---

RÉSULTATS

Tous les résultats produits pour les différents livrables du mandat figurent dans le fichier Google Drive à l'adresse suivante: [Rapport final - RB](#)

Le fichier qui contient les livrables est partagé pour consultation seulement, sans droit de modification.

1. SYNTHÈSE DES TRAVAUX ET DES RÉSULTATS DE LA TRGIRTO

La synthèse des travaux et des résultats de la TRGIRTO, des 5 dernières années jusqu'à maintenant, a servi à identifier des idées d'articles pour publication dans l'infolettre.

DOCUMENTS IMPORTANTS
<i>Annexe 1 Tableau synthèse des travaux et des résultats</i>
<i>Annexe 2 Synthèse des travaux et résultats saillants représentés sur une ligne du temps.</i>
<i>Annexe 3 Graphique SmartArt expliquant le fonctionnement de la TRGIRTO</i>

2. IDENTIFIER LES THÈMES À TRAITER DANS L'INFOLETTRE

DOCUMENT IMPORTANT

Annexe 4 Thèmes à traiter dans l'infolettre

Huit thèmes à traiter dans l'infolettre ont été soulevés. Chaque thème doit être représenté annuellement dans l'infolettre dans la proportion définie. La proportion tient compte de l'importance du thème par rapport aux rôles, mandats et besoins de la TRGIRTO. Plusieurs exemples de sous-thèmes sont proposés.

Il est entendu que le thème général de l'infolettre est la gestion intégrée. Cela dit, tous les sous-thèmes peuvent être jumelés dans une même édition de l'infolettre. Ainsi, les proportions relatives à la diffusion du contenu et attribuées à chacun des thèmes est une approximation.

Si on s'attend à ce que 15 articles soient rédigés au cours d'une année (3 articles/parution X 5 parutions), le nombre d'article lié à chacun des thèmes varie ainsi :

Exemple :

Tableau 2 Thèmes et proportions représentées

Thèmes	Exemples d'articles
Travaux et résultats : 5 articles	Calendrier des chantiers
	Entente paysage et modalités paysage
	Compartiments d'organisation spatiale (COS)
	Processus d'harmonisation opérationnelle (PHO)
	Sécurité des usagers de chemins forestiers multi usages
Fonctionnement : + ou - 2 articles	Rôles et mandats
	Méthode « enjeu-solution »

Consultation publique : + ou - 2 articles	Annoncer la prochaine consultation publique
	Partager les faits saillants de la dernière consultation publique et le rapport de la MRC
Planification et gestion forestière : 3 articles	SIP
	Cheminement d'une préoccupation en consultation publique
	Qu'est-ce que'une TPI (ou un TNO, ou etc) ?
Événements : 1 article	Soirées d'information lors des consultations publiques
Transfert de connaissances : 1 article	Capsule « Savais-tu que ? »
Actualité : 1 article	Fermeture de la scierie Lauzon et ses impacts

3. STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE L'INFOLETTRE

PLATEFORME D'ENVOI

DOCUMENT IMPORTANT
<i>Annexe 5 Analyse - plateforme d'envoi</i>

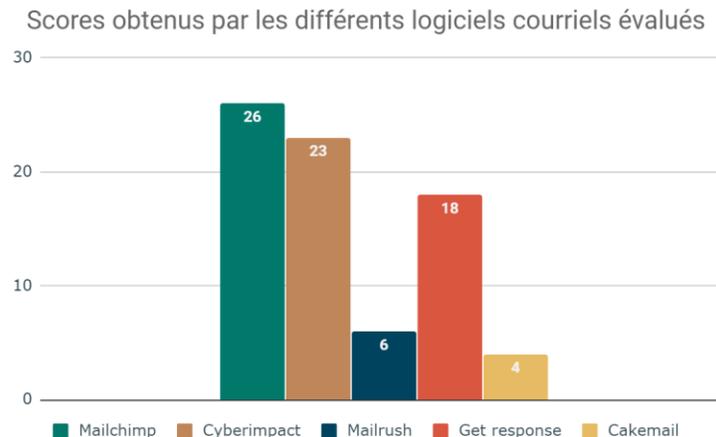
Au total, cinq (5) plateformes d'envoi d'infolettre ont été évaluées : Mailchimp, Cyberimpact, Mailrush, Get Response et Cakemail. Le tableau 2 ci-dessous regroupe les 10 critères qui ont servi à comparer les différentes plateformes entre elles. Un pointage est attribué à chaque critère en fonction de son importance : 1 à 5 en ordre croissant d'importance.

Tableau 3 Critères d'évaluation des plateformes d'envoi de l'infolettre.

Critères d'évaluation		
Les différents critères d'évaluation étaient:		
1	Type d'entreprise pour laquelle le logiciel est créé	Obnl, entreprises privées, entreprises de marketing numérique, organisation gouvernementale, etc.
2	Prix	\$ CN ou US
3	Facilité d'utilisation	Très facile / Facile / Moyen / Complexe
4	Service client	Heures de bureau / 24/7
5	Nombre idéal d'utilisateurs	#
6	Courriels optimisés pour les mobiles	oui/non
7	Page de destination/formulaire web	oui/non
8	Bibliothèque d'images	oui/non
9	Répondeur automatique	oui/non
10	Enquête client	oui/non

Le tableau 3 ci-après représente les résultats obtenus par chacune des plateformes d'envoi. Les résultats démontrent que MailChimp et Cyberimpact sont les deux plateformes ayant obtenu le meilleur pointage.

Tableau 4 Comparaison des scores obtenus par les différentes plateformes d'envoi évaluées



Compte tenu des résultats obtenus, les plateformes recommandées sont MailChimp et Cyberimpact. Puisque la plateforme Cyberimpact est présentement utilisée par la TRGIRTO pour l'envoi massif de courriels, qu'elle est familière d'utilisation pour le coordonnateur de la TRGIRTO et qu'une banque de contacts y est déjà intégrée, il pourrait être avantageux de diffuser l'infolettre au moyen de cette plateforme. Pour les besoins du rapport et la facilité d'accès, la plateforme Cyberimpact a été utilisée pour créer les divers messages et exemples d'infolettre.

Il est à noter que le principal désavantage de cette plateforme réfère au fait qu'elle n'est supportée que par le Cloud, alors que Mailchimp est supportée par iOS et Android également.

Il faudrait augmenter le pallier de contact sur Cyberimpact à 0-500 contacts, ce qui implique un coût d'abonnement de 30\$/mois. D'autres raisons fondamentales motivent cette recommandation : voir section 5. Estimation du budget.

PARAMÈTRES

Fréquence de publication et responsable de rédaction

DOCUMENT IMPORTANT
<i>Annexe 6 Fréquence de publication et responsable de publication</i>

La publication mensuelle de l'infolettre est la fréquence minimale recommandée pour ne pas

somber dans l'oubli des abonnés ou pour ne pas être déplacé dans leur boîte de courrier indésirable. Cette fréquence permet de créer suffisamment d'engouement chez les lecteurs concernant la réception et la lecture de l'infolettre pour que l'intérêt se maintienne (*Envoyez vos infolettres au moment optimal*, 2020).

Toutefois, considérant que la TRGIRTO se rencontre généralement 5 fois par année, que les membres qui y siègent s'impliquent pour la plupart bénévolement, que les travaux prennent un temps considérable à cheminer et à se réaliser, et qu'il s'agit d'une tâche supplémentaire pour le coordonnateur de la TRGIRTO, une fréquence de publication moins élevée pourrait convenir, du moins dans les débuts du projet.

L'*annexe 6* présente les scénarios proposés sur 5 ans pour accroître la fréquence de publication de l'infolettre et pour assurer un transfert des responsabilités de rédaction du coordonnateur de la table à un agent de rédaction, puis à un gestionnaire des communications.

Finalement, au cours des 6 derniers mois (janvier à juin 2020), les statistiques de fréquentation du site web de la TRGIRTO démontrent que le nombre de visiteurs atteint son maximum le mardi et le mercredi, entre 10h et 15h, ce qui suggère que l'infolettre pourrait être diffusée à l'un ou l'autre des moments dans cette période.

Recommandation: La fréquence de publication recommandée pour l'infolettre de la TRGIRTO est de **5 fois/année**, suivant chacune des rencontres de la table. Le responsable de la rédaction et de la publication est le coordonnateur de la TRGIRTO. De plus, l'infolettre devrait être envoyée entre 10h et 15h le mardi ou le mercredi.

Titre de l'infolettre

Le titre de l'infolettre doit être suffisamment accrocheur et court pour que le lecteur puisse voir l'intégralité du titre dans l'objet du courriel, qu'il utilise un cellulaire, une tablette ou un ordinateur.

Recommandation : Le titre suggéré pour l'infolettre de la TRGIRTO devrait être descriptif, soit avoir l'allure suivante:

- a) Infolettre #X de la TRGIRTO: [Titre accrocheur lié au thème principal]

- ou
- b) Infolettre de la TRGIRTO : [Titre accrocheur lié au thème principal]
- ou
- c) Infolettre TRGIRTO de [mois]: [Titre accrocheur lié au thème principal]
- ou
- d) Restez informé(e)s des activités de la Table GIRT de l’Outaouais : [mois] [année]

Nombre d’articles

Tableau 5 Nombre d’articles et responsables de rédaction par année

Années	Nombre d’articles/publication	Responsables de la rédaction
1	2-3/publication	Coordonnateur de la TRGIRTO
2	2-3/publication	Agent de rédaction (temps partiel) à la pige
3	3-4/publication	Agent de rédaction (temps plein) à la pige
4	4-5/publication	Agent de rédaction (temps plein) à la pige
5	5-6/publication	Gestionnaire des communications

Recommandation : Le nombre d’articles par publication peut varier de 2 à 3 articles pour la première année, et augmenter progressivement à mesure que le transfert de la responsabilité de la rédaction se fait à l’agent de rédaction, puis au gestionnaire des communications.

Nom de l'expéditeur

Recommandation : Le nom de l'expéditeur devrait être le même que pour tous les autres courriels provenant de la TRGIRTO, soit : **TRGIRTO**.

Traduction

Considérant qu'une forte proportion des résidents de la MRC Pontiac sont principalement anglophones et qu'il a déjà été mentionné, lors des consultations publiques, qu'un formulaire anglophone serait apprécié, il est primordial que l'infolettre puisse être rédigée et diffusée dans les deux langues officielles.

Recommandation : L'infolettre devrait être publiée en français et en anglais.

STRATÉGIE

DOCUMENTS IMPORTANTS
<i>Annexe 7 Stratégie</i>
<i>Annexe 8 Orientations relatives à l'infolettre</i>

L' *annexe 7* identifie les éléments structurant de la stratégie de l'infolettre en 4 phases.

La théorie choisie pour élaborer la stratégie de l'infolettre s'inspire de celle de Ronald D. Smith.

La **phase A**, soit la phase recherche et diagnostic (ou analyse), a été réalisée à contrat, par la firme Trinergie, en 2017. Certaines données de cette analyse ont été reprises dans leur intégralité et d'autres ont été quelque peu modifiées. Cette phase vise à comprendre le contexte dans lequel l'organisation souhaite se prémunir d'une stratégie d'infolettre, les rôles et mandats de l'organisation ainsi que ses forces et faiblesses, de même que le public ciblé pour la diffusion de l'infolettre.

Dans le présent cas, le public cible se résume à toute personne ayant un intérêt pour la forêt et son aménagement. Ce public cible a été séparé en sous-groupes, en fonction des intérêts

respectifs des divers utilisateurs de la forêt.

Il est à noter, pour le futur, que le fait de segmenter les infolettres en fonction des sous-groupes tend à accroître le taux d'ouverture de l'infolettre : « [...] les campagnes courriel segmentées ont un taux d'ouverture de 14,32% supérieur aux campagnes non segmentées. » (« Comment mesurer l'efficacité de votre infolettre », 2017). En effet, le fait de dupliquer les infolettres en changeant quelques éléments devient pertinent pour cibler les intérêts spécifiques des sous-groupes.

Cette stratégie est particulièrement efficace compte tenu du fait que les logiciels sont payants au nombre d'envois et non au nombre de campagnes. Cette stratégie permet en plus d'obtenir des données ciblées sur les différents sous-groupes qui peuvent être analysées et utilisées ultérieurement. En outre, les listes de courriels deviennent des listes de relations. Il s'avère impératif de les utiliser à bon escient et d'entretenir de bonnes relations.

La **phase B** regroupe les phases de stratégie et de création. Elle vise d'une part à planifier la mise en œuvre de l'infolettre et d'autre part à créer le contenu. Cette phase contient les buts, les objectifs (généraux et spécifiques), les actions à engager pour la mise en œuvre et la création du contenu. Trois grandes orientations relatives à l'infolettre sont proposées dans l'*annexe 8*.

La **phase C**, soit la phase tactique, vise à communiquer le contenu et à définir les outils qui seront nécessaires à la création et la diffusion du contenu, ainsi qu'à l'évaluation de la performance de l'infolettre. Un calendrier éditorial servant à gérer le contenu numérique est proposé et un diagramme de Gantt est créé pour expliciter chacune des étapes de la mise en œuvre du projet d'infolettre (voir section 4. Structure pour la planification et la diffusion du contenu).

La **phase D**, soit la phase de mesure, vise à mesurer et à évaluer la performance de l'infolettre au moyen d'indicateurs et de cibles, dans une perspective d'amélioration continue.

CONTENU

1. Champs lexicaux

DOCUMENT IMPORTANT
<i>Annexe 9 Champs lexicaux</i>

Deux champs lexicaux sont proposés pour faciliter la rédaction du contenu de l'infolettre. Il s'agit des champs lexicaux des termes *concertation* et *harmonisation*, comme ils constituent des éléments centraux de la gestion intégrée.

2. Évaluation du potentiel de résumer ou traduire un article ou un rapport et gestion documentaire

DOCUMENTS IMPORTANTS
<i>Annexe 10 Évaluer le potentiel de résumer ou traduire un article ou un rapport</i>
<i>Annexe 11 Étapes résumé et fiabilité</i>

L'**annexe 10** présente l'évaluation du potentiel de résumer ou de traduire un article ou un rapport. Au total, six (6) propositions sont détaillées. Les défis qui peuvent être rencontrés sont identifiés et des solutions sont proposées pour y faire face.

Après avoir consulté cette annexe, il est important de souligner que le fait d'intégrer les membres de la TRGIRTO dans le projet pourrait contribuer à accroître leur sentiment d'appartenance à la table. Un sentiment de valorisation du travail accompli pourrait également émerger dans la mesure où le projet d'infolettre permet véritablement à la TRGIRTO d'accroître sa notoriété aux yeux de la population outaouaise.

Dans tous les cas, il n'existe toutefois aucune solution miracle pour simplifier la traduction ou le résumé d'un article ou d'un rapport. Il est nécessaire de prendre le temps de bien comprendre l'article ou le rapport, afin de transmettre le message divulgué, et ce, conformément aux propos de l'auteur.

L'**annexe 11** présente une méthode pour résumer/traduire un article ou un rapport et une méthode pour évaluer la fiabilité d'un article ou d'un rapport, sous 2 onglets différents : « GABARIT

RÉSUMER/TRADUIRE » et « GABARIT FIABILITÉ ».

GABARIT RÉSUMER/TRADUIRE :

Ce qui est proposé, c'est de garder le gabarit du fichier tel quel, et de dupliquer l'onglet « GABARIT RÉSUMER/TRADUIRE » dans le même document EXCEL, de renommer l'onglet avec le nom de l'article à traiter, puis de traiter chacun des articles qui sont lus dans le tableau proposé. Ce document pourra servir de répertoire documentaire pour les articles d'infolettre publiés en cours d'année.

Dans la mesure où il y aurait des membres/collaborateurs à la rédaction du contenu, il peut être pertinent de leurs envoyer le tableau « GABARIT RÉSUMER/TRADUIRE » afin qu'ils puissent le remplir et le soumettre en même temps que le résumé ou la traduction de l'article qu'ils ont choisi.

GABARIT FIABILITÉ :

Utiliser la même méthode que celle présentée ci-haut en se référant à l'onglet suivant: « GABARIT FIABILITÉ ».

Gestion documentaire :

Une base de données telle que Zotero ou Mendeley peut servir de répertoire et d'outil de traitement des articles/rapports utilisés comme contenu d'infolettre. Ces logiciels de gestion de références sont gratuits, libres, et *open source*. À noter que seul Zotero est compatible avec Google doc.

MODIFICATIONS À APPORTER AU SITE WEB

DOCUMENT IMPORTANT

Annexe 12 Site web - modifications à apporter

Plusieurs modifications sont à prévoir pour l'implantation d'une infolettre pour la TRGIRTO. Notamment, une fenêtre intempestive suggérant l'inscription à l'infolettre, un encadré incitatif à l'abonnement sur la page d'accueil de la TRGIRTO, une case à ajouter dans l'encadré destiné à

l'inscription pour être informé des consultations publiques, la création d'un onglet « Infolettre » sur le site web menant à une page descriptive qui contient le lien de destination pour l'inscription à l'infolettre (formulaire Cyberimpact), ainsi qu'une section « infolettre » dans le « À propos de la TRGIRTO ». L'*annexe 12* présente une explication détaillée et un graphisme pour chacune des modifications soulevées précédemment.

COURRIELS À ENVOYER

1. Aux membres de la TRGIRTO

DOCUMENTS IMPORTANTS
<i>Annexe 13 Questionnaire Membres de la TRGIRTO</i>
<i>Annexe 14 Survey TRGIRTO Members</i>

Le courriel **TEST - Courriel - Questionnaire - Membres TRGIRTO**, modèle réalisé dans Cyberimpact, doit être envoyé aux membres de la TRGIRTO avant le lancement de l'infolettre. Une version anglaise et une version française sont disponibles. Le courriel est lié au Google Form **Questionnaire - Membres de la TRGIRTO** ou **Survey – TRGIRTO Members**. Une version française et une version anglaise sont également disponibles.

Les données obtenues à partir de ces questionnaires devraient servir à préciser les paramètres qui sont proposés dans le présent rapport (fréquence, jour et heure de publication), à connaître les préférences en matière de contenu, à construire une banque de questions auxquelles répondre dans la dernière édition de l'infolettre, puis à identifier le niveau de connaissances des abonnés. Ces données peuvent être comptabilisées selon le format jugé le plus pertinent par le responsable de l'infolettre.

2. À la banque de contacts existante dans Cyberimpact

Le courriel **TEST - Courriel - Banque de courriels – Infolettre**, modèle réalisé dans Cyberimpact, doit être envoyé aux gens qui désirent être informés des consultations publiques, avant la prochaine consultation publique. Une version anglaise et une version française sont disponibles. Compte tenu de la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP), il est requis de contacter ces

utilisateurs sur la base d'informations liées aux consultations publiques. Ce courriel traite justement et principalement de la prochaine consultation publique. Aussi, une section de ce courriel propose aux lecteurs de s'abonner à la nouvelle infolettre de la TRGIRTO. Le lien, dans ce courriel, renvoie au formulaire **Inscription – infolettre** créé dans Cyberimpact.

Cette méthode vise à recruter un nombre important de contacts que la TRGIRTO possède déjà pour s'abonner à l'infolettre.

3. Aux nouveaux abonnés à l'infolettre (automatisation de courriel)

Le courriel **Infolettre - 2e questionnaire préférences**, modèle réalisé dans Cyberimpact, doit être envoyé **automatiquement** (abonnement **PLUS** à Cyberimpact, voir section 5. Estimation du budget) aux nouveaux utilisateurs qui s'abonnent à l'infolettre, une fois qu'ils ont confirmé leur adresse courriel. Une version anglaise et une version française sont disponibles. Le courriel est lié au formulaire **Infolettre - questionnaire post inscription** créé dans Cyberimpact.

Les données obtenues à partir de ce formulaire devraient servir à préciser les paramètres qui sont proposés dans le présent rapport (fréquence de publication), le niveau de connaissances des utilisateurs sur la TRGIRTO, puis à construire une banque de questions auxquelles répondre dans la dernière édition de l'infolettre. Une version française et une version anglaise sont également disponibles.

4. Formulaire d'inscription à l'infolettre (Cyberimpact)

Le formulaire d'inscription à l'infolettre **Inscription – infolettre** (anglais et français), réalisé dans Cyberimpact doit être utilisé pour tous les abonnements. Il doit donc être accessible via le site web de la TRGIRTO, lorsque l'onglet « Infolettre » sera créé. La fonction double opt-in est activée, et tel que mentionné précédemment, le courriel **Infolettre - 2e questionnaire préférences** doit être programmé de manière à être envoyé automatiquement au lecteur lorsqu'il confirme son adresse courriel.

5. Courriel de confirmation automatisé sur Cyberimpact

Lorsque l'abonnement à l'infolettre sera disponible, il faudra ajouter, dans la section **courriel de**

confirmation de Cyberimpact, le texte suivant : [...] votre consentement à recevoir nos communications courriel concernant les consultations publiques sur les plans d'aménagement forestier intégré (PAFI) **et/ou l'infolettre de la TRGIRTO**.

EXEMPLES D'INFOLETTRE DANS CYBERIMPACT

Le modèle d'infolettre **TEST - Infolettre - Première édition**, réalisé dans Cyberimpact, est un exemple de publication proposé pour la première infolettre. Il serait intéressant d'y introduire l'infolettre et ses objectifs, en premier lieu. En deuxième lieu, la présentation d'un glossaire « Pour mieux s'y retrouver », comportant les termes fréquemment utilisés dans l'infolettre, serait un atout et un outil essentiel pour les nouveaux lecteurs. D'ailleurs, un glossaire serait un concept intéressant à intégrer au site web de la TRGIRTO. Cela pourrait contribuer à y augmenter le nombre de visites.

Note : Il est important de vérifier que tous les liens fonctionnent avant l'envoi de l'infolettre.

Le modèle d'infolettre **TEST - Infolettre – automne**, réalisé dans Cyberimpact, est un exemple de publication proposé pour l'édition automnale de l'infolettre (couleurs thématiques de l'automne). Une section « Saviez-vous que ? » pourrait être introduite, dans laquelle figure une réponse aux questions reçues dans les formulaires post-abonnement des nouveaux abonnés.

Dans la dernière édition de l'année, il serait pertinent d'inclure un questionnaire sur les connaissances acquises au cours de la dernière année, pour comparer l'attention retenue par les contenus publiés en cours d'année.

PUBLICATION FACEBOOK PRÉ-LANCEMENT

Plusieurs publications Facebook sont nécessaires pour informer le public sur la parution future d'une infolettre de la TRGIRTO, ainsi que pour recueillir des inscriptions pré-lancement. Le visuel pourrait ressembler à l'un des choix suivants :

Option 1 :



INFOLETTRE - TABLE GIRT DE L'OUTAOUAIS

INSCRIVEZ-VOUS!



TOUT L'ACTUALITÉ SUR LA TRGIRTO ET SUR LES CONSULTATIONS PUBLIQUES

Option 2 :



INFOLETTRE - TABLE GIRT DE L'OUTAOUAIS

INSCRIVEZ-VOUS!



FAITS SAILLANTS EN MATIÈRE DE CONCERTATION ET D'HARMONISATION DES USAGES
SUR LA PLANIFICATION ET LA GESTION FORESTIÈRE EN OUTAOUAIS

Option 3 :



INFOLETTRE - TABLE GIRT DE L'OUTAOUAIS

INSCRIVEZ-VOUS! 

EN SAVOIR PLUS SUR LA PLANIFICATION ET LA GESTION FORESTIÈRE EN OUTAOUAIS

Option 4 :



INFOLETTRE - TABLE GIRT DE L'OUTAOUAIS

INSCRIVEZ-VOUS! 

POUR TOUT SAVOIR SUR LES TRAVAUX DE CONCERTATION DES UTILISATEURS DE LA FORÊT ET SUR LA
PLANIFICATION FORESTIÈRE EN FORÊT PUBLIQUE

Le texte suggéré est le suivant, avec l'image au choix ci-haut annexée à la publication :

Option 1 du texte de la publication Facebook : « Utilisateurs de la forêt publique de l'Outaouais?

La Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire de l'Outaouais (TRGIRTO) lancera prochainement sa toute première infolettre! Elle souhaite faire connaître ses efforts de négociations sur les enjeux régionaux en forêt publique et sur l'harmonisation des usages sur le territoire de l'Outaouais, au moyen de 5 publications annuellement. Pour tout savoir sur les travaux de concertation des divers utilisateurs de la forêt et sur la façon d'influencer la planification forestière en forêt publique, inscrivez-vous [ici](#)!

Option 2 du texte de la publication Facebook : « Randonneurs? Chasseurs? Travailleurs forestiers? Environnementaliste? La Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire de l'Outaouais (TRGIRTO) lancera prochainement sa toute première infolettre! Elle souhaite faire connaître ses efforts de négociations sur les enjeux régionaux en matière d'aménagement forestier et sur l'harmonisation des usages des différents utilisateurs de la forêt publique en Outaouais, au moyen de 5 publications annuellement. Pour tout savoir sur les travaux de concertation des divers utilisateurs de la forêt et sur la façon d'influencer la planification forestière en forêt publique, inscrivez-vous [ici](#)!

Note 1 : le terme « négociations » est ici retenu pour remplacer le terme « concertation » dans une perspective de vulgarisation de l'information.

Note 2 : le [«ici»](#) servira à rediriger les futurs abonnés sur la *page de destination* de l'infolettre sur le site web de la TRGIRTO (lien : [Landing page de l'infolettre en FR](#)).

Important: Pour chaque envoi de courriel concernant l'infolettre et pour chaque publication d'infolettre, cocher la case « Google Analytics » dans Cyberimpact, afin de mesurer le trafic généré sur le site web à la suite de l'envoi.

FACEBOOK ET AUTRES MÉDIAS SOCIAUX

Réseau

Le fait de s'abonner au compte d'autres utilisateurs qui font partie des publics ciblés par la TRGIRTO (ex: Produits forestiers Résolu, CREDDO, MRC Vallée-de-la-Gatineau, etc) pourrait les inciter à s'abonner en retour. C'est une méthode simple pour accroître le réseau de la TRGIRTO

sur les médias sociaux.

Dynamiser

Dynamiser le profil Facebook, c'est à dire accroître la fréquence des publications et le nombre d'interactions sur la plateforme, contribuerait largement à augmenter la visibilité de la TRGIRTO. Au terme de la 2e année, l'embauche d'un agent de rédaction pour l'infolettre faisant également la gestion de ce média social pourrait être intéressant.

Accroître la visibilité de la TRGIRTO sur les médias sociaux pourrait générer une augmentation de « *recommandations organiques* », et conséquemment de sa notoriété. Il faut toutefois se rappeler que l'augmentation de la fréquence des publications et des interactions sur le web peut entraîner une augmentation des interactions des utilisateurs sur les publications de la TRGIRTO auxquelles il est avantageux, dans la mesure du possible, de répondre pour conserver une image publique positive. Cela requiert un temps considérable.

Sponsoriser

Il serait également pertinent de « *sponsoriser* » la publication faisant référence à l'inscription à l'infolettre, pour le lancement. Les prix sont variables selon la portée désirée. Il importe toutefois de bien le faire. Il pourrait être pertinent de « *sponsoriser* » un message dans Messenger au même moment que la campagne est lancée sur Facebook pour l'abonnement à l'infolettre, puisque comme la visibilité et la notoriété actuelles de la TRGIRTO sont faibles, il est probable que les gens qui fréquenteront la page Facebook de la TRGIRTO se questionnent sur son sens, ses rôles et ses mandats. Ainsi, en suggérant des questions prédéfinies à poser, dans la boîte de conversation Messenger de la Table, il est probable que les visiteurs tentent d'en savoir davantage sur la TRGIRTO avant de s'inscrire. Pour sponsoriser un *post* sur Facebook : [Sponsoriser une publication ou un message sur Facebook](#).

Facebook recommande de « *sponsoriser* » une publication pour un minimum de 5 jours afin d'obtenir des résultats intéressants. Néanmoins, il est non-recommandé d'utiliser régulièrement la « *sponsorisation* » de publications Facebook, puisque le média circonscrit de plus en plus le public ciblé et que les coûts augmentent.

Campagne avec moteur de ciblage

Le référencement contribue aussi à augmenter la visibilité, au moyen d'outils comme Adwords. Il existe un outil pertinent pour gérer le référencement et il s'agit de **Google Keywords Planner**.

Les images ci-dessous résument les informations et le budget proposés pour une campagne de référencement (Google Adwords) pour la TRGIRTO dont l'objectif est d'augmenter le nombre de visiteurs sur le site web.

Les thèmes des mots clés qui sont suggérés pour aider à référencer la TRGIRTO sont les suivants : concertation, consultation publique, aménagement forestier, gestion intégrée, foresterie chantier, harmonisation des usages.

Les coûts recommandés sont basés sur les produits et services de l'organisation, ainsi que sur les paramètres géographiques. Les recommandations de budget servent à ce qu'une organisation demeure compétitive par rapport aux autres entreprises qui cherchent à toucher les mêmes clients. Dans le cas de la TRGIRTO, il n'est pas question de produits, ni de clients. Une telle campagne permet plutôt d'améliorer la visibilité de la table pour en accroître la notoriété au sein des divers utilisateurs de la forêt, sur le territoire de l'Outaouais.

Examinez votre campagne afin de vérifier qu'elle est correcte

Nom de la campagne Gestion intégrée de la forêt	
Objectif de la campagne Trafic vers le site Web	
Votre site Web www.trgirto.ca	
Nom de l'entreprise Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire	
Texte d'annonce Gestion intégrée de la forêt Harmonisation des usages Enjeux régionaux d'aménagement Concertation des représentants des secteurs d'activités de la forêt publique en Outaouais, afin de prendre en compte les préoccupations et les intérêts de tous les usagers.	

Zones

Chelsea, Gatineau, Maniwaki, Montebello, J0V et 4 autres



Thèmes de mots clés

concertation, consultation publique, aménagement forestier, foresterie chantier, gestion intégrée, harmonisation des usages



Budget

11,00 \$CA budget quotidien moyen · 334,00 \$CA budget mensuel max.



[RETOUR](#)

[SUIVANT](#)



Sélectionner une option de budget

Devise : dollar canadien (\$CA) ▼

11 \$CA

(budget quotidien moyen) · 334 \$CA (budget mensuel max.)



[Recommandations personnalisées](#) ⓘ

15 \$CA

(budget quotidien moyen) · 456 \$CA (budget mensuel max.)

20 \$CA

(budget quotidien moyen) · 608 \$CA (budget mensuel max.)

Autres

D'autres profils sur les médias sociaux aident à augmenter la visibilité de la table, notamment Instagram et Twitter.

STRATÉGIE DES PARTENAIRES



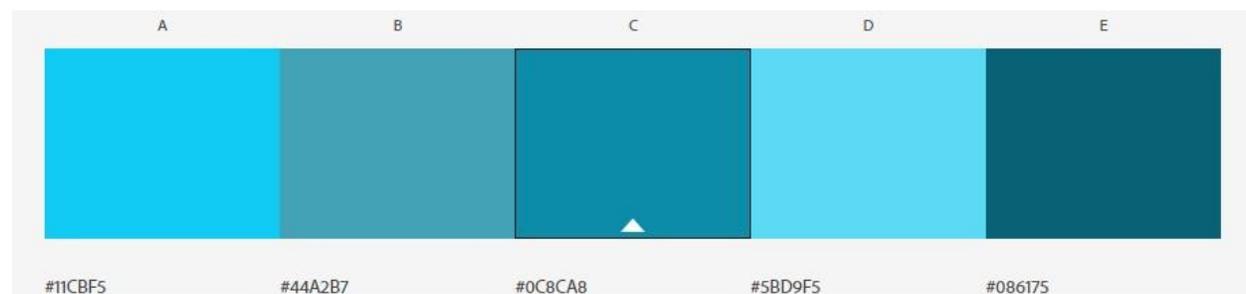
L'*annexe 15* identifie les partenaires potentiels pour le projet d'infolettre de la TRGIRTO et définit leurs rôles respectifs.

L'infolettre peut être une façon de développer les relations publiques de la TRGIRTO, par exemple en créant des partenariats avec d'autres entités pour certaines manières de fonctionner (ex: résumé d'articles scientifiques proposés par étudiants de l'UQO ou de l'ISFORT permet de faire connaître la Table aux jeunes et d'assurer une relève).

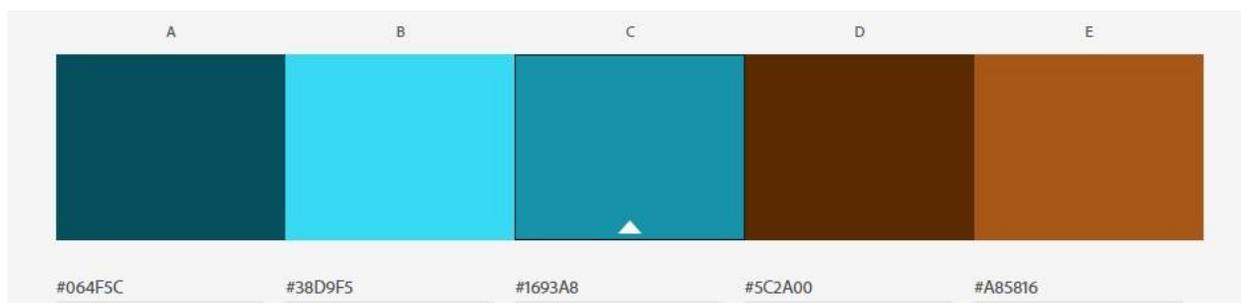
GRAPHISME

Adobe Colour est un outil de graphisme qui a servi à circonscrire les couleurs thématiques utilisées dans les exemples d'infolettre, en fonction du logo de la table et des photos utilisées. Il suffit d'importer une des photos utilisées pour que le logiciel mette en valeur les couleurs thématiques de celles-ci.

Monochrome au logo de la TRGIRTO



Couleurs complémentaires au logo de la TRGIRTO



Couleurs complémentaires partagées au logo de la TRGIRTO



Il existe d'autres outils pour créer les infolettres et les publications sur les médias sociaux, notamment Canva (infolettre et plus), Crello (publications) et Venngage (infographie).

4. STRUCTURE POUR LA PLANIFICATION ET LA DIFFUSION DU CONTENU

DOCUMENT IMPORTANT
<i>Annexe 16 Diagramme de Gantt</i>

LANCEMENT DE L'INFOLETTRE

Le lancement de l'infolettre devrait se faire après la prochaine consultation publique. De cette manière, la TRGIRTO détient plusieurs mois pour publiciser l'arrivée de l'infolettre d'une part, et contacter toute la banque de contacts qu'elle détient, afin de les inciter à s'abonner à l'infolettre d'autre part.

DIAGRAMME DE GANTT

Un diagramme de Gantt est proposé comme outil de planification et de mise en œuvre de l'infolettre. Chacune des étapes à franchir est explicitée. L'outil permet au responsable de l'infolettre de définir le temps requis pour réaliser chacune d'elles. La proposition des étapes n'est pas exhaustive : le responsable peut la modifier à sa guise. Le document est disponible à l'adresse suivante: [Diagramme de Gantt](#). Pour assurer toutes les fonctionnalités de sa mise en forme conditionnelle, il ne peut être téléchargé au format excel.

CALENDRIER ÉDITORIAL



Le calendrier éditorial est un outil de gestion qui permet de planifier la création et la diffusion du contenu dans l'infolettre ainsi que sur différentes plateformes (onglets *Infolettre idées* et *TRGIRTO Médias*). Il permet également d'assurer le suivi des collaborateurs et d'intégrer leurs travaux au contenu de l'infolettre, pour des besoins futurs (onglet *TRGIRTO collaborations*). Finalement, le calendrier éditorial permet d'assurer la progression des diverses parutions de l'infolettre dans le temps (onglet *Suivi infolettre*).

La structure du calendrier éditorial est modifiable au gré du responsable de l'infolettre. D'autres outils sont disponibles pour réaliser un calendrier éditorial : Asana, Google Calendar, Trello, ... mais AirTable est très simple d'utilisation et bien pensé.

Une rencontre devra être prévue pour des explications plus détaillées sur son fonctionnement.

Le lien de partage avec droit d'édition a été envoyé à trgirto@gmail.com.

Recommandation : Prendre quelques heures par mois pour planifier et créer le contenu numérique. L'automatisation des envois de l'infolettre peut être planifiée à tout moment dans Cyberimpact.

5. ESTIMATION DU BUDGET

DOCUMENT IMPORTANT

Annexe 17 Budget - dépenses

L'*annexe 17* présente les dépenses estimées du projet d'infolettre, selon une légende prédéfinie.

Selon cette annexe, le minimum mensuel s'élève à 30\$/mois, ce qui représente les coûts associés à l'abonnement **PLUS** de Cyberimpact. Des frais supplémentaires de 825\$ sont à prévoir le 1^{er} mois pour le travail du développeur web. Quant au minimum annuel, il s'élève à 1 185\$.

D'autres options sont proposées, notamment pour explorer les coûts qu'engendreraient l'évolution sur 5 ans de la responsabilité de rédaction telle qu'explicité dans l'*annexe 6* Fréquence de publication et responsabilité de rédaction.

6. INDICATEURS ET CIBLES À ATTEINDRE POUR ÉVALUER LE SUCCÈS DU PROJET

DOCUMENT IMPORTANT

Annexe 18 O-I-C

Dix-sept indicateurs de performance sont suggérés.

Ce ne sont pas tous les indicateurs possibles qui sont regroupés dans cette annexe. Il s'agit des plus pertinents pour les débuts du projet. Une réévaluation devra être faite lorsque l'infolettre sera convenablement instaurée et que bon nombre de lecteurs se seront abonnés, par exemple dans 2 ans.

Chaque indicateur est associé à un but (ce qu'on veut mesurer) et à un objectif précis. Le type d'indicateur est également défini pour chacun. Chaque indicateur est associé à l'outil à utiliser pour le mesurer, ainsi qu'à la cible à atteindre, puis à sa fréquence d'évaluation au cours d'une année (annuellement, biannuellement ou 5x/année).

Lorsque l'infolettre sera lancée, il faudra créer, dans Google Analytics, des objectifs de « conversion ». Les objectifs sont les suivants : taux de conversion des « partages » de l'infolettre en nouveaux abonnés ; taux de clic sur l'« appel-à-l'action » pour participer aux consultations

publiques dans l'infolettre; nombre de participants à la prochaine consultation publique. Les cibles sont indiquées dans la base de données AirTable, tel qu'indiqué dans la section 8. Proposer des analyses web à réaliser pour une boucle d'amélioration continue et proposer une méthode de compilation des données.

Il faudra également intégrer Google Analytics à Cyberimpact pour obtenir certaines données liées aux indicateurs de performance, comme le temps passé à la lecture du courriel d'infolettre ; taux de conversion des « partages » de l'infolettre par les abonnés en nouveaux abonnés; taux de clic sur l'«appel-à-l'action» pour participer aux consultations publiques dans l'infolettre . Pour se faire, consultez le lien suivant : [FAQ - Cyberimpact - Google Analytics](#).

7. IDENTIFIER LES RÉSULTATS ATTENDUS PAR L'INFOLETTRE

Les résultats attendus par l'infolettre sont les suivants.

À COURT TERME :

1. Une visibilité accrue de la TRGIRTO par le partage de ses travaux et de leurs résultats au sein de la population de l'Outaouais.
2. Une notoriété accrue de la TRGIRTO au sein de la population de l'Outaouais.

À MOYEN/LONG TERME :

3. Un taux de participation augmenté aux consultations publiques témoignant d'un niveau de connaissances plus élevé sur la planification et la gestion forestière au sein de la population de l'Outaouais.
4. Une acceptabilité sociale des pratiques forestières augmentée sur le territoire de l'Outaouais.

8. PROPOSER DES ANALYSES WEB À RÉALISER POUR UNE BOUCLE D'AMÉLIORATION CONTINUE ET PROPOSER UNE MÉTHODE DE COMPILATION DES DONNÉES

ANALYSES WEB

Les analyses web à réaliser figurent dans l'*annexe 18* O-I-C. Il s'agit en réalité de mesurer chacun des indicateurs avec l'outil proposé.

MÉTHODE DE COMPILATION DES DONNÉES



Une base de données a été structurée au moyen de l'application AirTable pour assurer le suivi des indicateurs ciblés pour atteindre les objectifs de l'infolettre. La base de données regroupe donc tous les indicateurs de performance de l'infolettre en fonction des objectifs qu'ils doivent remplir. Elle inclut également les outils à utiliser pour mesurer les indicateurs, les cibles à atteindre ainsi que les données de référence pour chacun (données actuelles). Elle indique également la fréquence de mesure des indicateurs et prévoit un endroit où compiler les données. Chaque onglet compile les données pour une année. Cette méthode permet alors de dupliquer l'onglet *gabarit* pour chacune des années de publication de l'infolettre et de changer les données de référence pour les dernières données obtenues de l'année précédente.

Une rencontre devra être prévue pour des explications plus détaillées sur son utilisation.

Le lien de partage avec droit d'édition a été envoyé à trgirto@gmail.com.

CONCLUSION

Pour conclure, le présent rapport fait état d'un projet visant à mettre en place une structure pour le développement d'une infolettre pour la TRGIRTO. Ce projet devait permettre à la TRGIRTO d'accroître sa visibilité et sa notoriété en faisant notamment connaître ses travaux et ses résultats à tous les individus ayant un intérêt pour la forêt publique de l'Outaouais et son aménagement.

Il était demandé de faire une synthèse des travaux et des résultats de la TRGIRTO afin d'en faire ressortir des idées d'articles. Il était également requis d'identifier les thèmes à traiter dans

l'infolettre et d'élaborer une stratégie complète pour mettre en œuvre cette dernière. Les trois livrables globaux précédents ont tous été réalisés dans les fins détails, ce qui permet d'affirmer que la démarche fut fructueuse.

Tel que mentionné dans le rapport de mi-mandat, la principale difficulté rencontrée réfère à l'absence de plan de communication de la TRGIRTO sur lequel se baser pour réaliser la stratégie de communication de l'infolettre. Aucune difficulté majeure n'a cependant été rencontrée et le mandat a été complété dans les délais prescrits.

Ainsi, la mise en œuvre du projet d'infolettre de la TRGIRTO est fortement recommandée. Les coûts minimaux à prévoir sont faibles pour les bénéfices que l'organisation peut en tirer. À plus long terme, la publication de l'infolettre devrait être un des outils de communication de la TRGIRTO et s'insérer dans un plan de communication plus global.

Il est important de mentionner que le principal risque lié à la mise en œuvre du projet d'infolettre est la fin du Programme d'aménagement durable des forêts (PADF) au 31 mars 2021 qui pourrait restreindre les moyens financiers de la TRGIRTO. À l'opposé, si le programme est renouvelé, il serait pertinent d'établir et de planifier un budget exclusivement destiné aux communications de la TRGIRTO, particulièrement si le contrat est donné à la pige.

En somme, le projet d'infolettre, tel que définit précédemment, permettra d'accroître le niveau de connaissances des lecteurs et d'améliorer l'acceptabilité sociale des pratiques forestières en Outaouais.

RÉFÉRENCES

Comment mesurer l'efficacité de votre infolettre. (2017, octobre 3). *Frederic Gonzalo*. <https://fredericgonzalo.com/2017/10/03/comment-mesurer-lefficacite-de-votre-infolettre/>

Gadroy, T. (2018, novembre 20). *Le Referral dans Google Analytics : C'est quoi, ça vient d'où et comment on l'utilise, concrètement*. Marketing Pragmatique. <https://thomasgadroy.fr/google-analytics-referral/>

Hasnaoui, R. (2016, novembre 29). *Comment lire un article scientifique ? - Méthodologie*. Scribbr. <https://www.scribbr.fr/article-scientifique/comment-lire-article-scientifique/>

La définition du trafic direct avec le glossaire AT Internet. (2020, août 2). AT Internet. <https://www.atinternet.com/glossaire/trafic-direct/>

Qu'est-ce que le trafic organique en digital analytics ? (2020, août 2). AT Internet. <https://www.atinternet.com/glossaire/trafic-organique/>

Soung, S. (2017). Critères d'évaluation de l'information scientifique à l'ère numérique : Cas des étudiants aux cycles supérieurs en éducation des universités québécoises. *Documentation et bibliothèques*, 63(3), 36-49. <https://doi.org/10.7202/1041021ar>

Taux de rebond—Aide Google Analytics. (2020, août 2). Aide Google Analytics. <https://support.google.com/analytics/answer/1009409?hl=fr>

ANNEXES

Toutes les annexes seront jointes au rapport final dans un fichier compressé indépendant pour alléger le volume de ce dernier.

Annexe 1 Tableau synthèse des travaux et des résultats	13
Annexe 2 Synthèse des travaux et résultats saillants représentés sur une ligne du temps.	13
Annexe 3 Graphique SmartArt expliquant le fonctionnement de la TRGIRTO	13
Annexe 4 Thèmes à traiter dans l'infolettre	14
Annexe 5 Analyse - plateforme d'envoi	15
Annexe 6 Fréquence de publication et responsable de publication	17
Annexe 7 Stratégie	20
Annexe 8 Orientations relatives à l'infolettre	20
Annexe 9 Champs lexicaux	22
Annexe 10 Évaluer le potentiel de résumer ou traduire un article ou un rapport	22
Annexe 11 Étapes résumé et fiabilité	22
Annexe 12 Site web - modifications à apporter	23
Annexe 13 Questionnaire Membres de la TRGIRTO	24
Annexe 14 Survey TRGIRTO Members	24
Annexe 15 Stratégie partenaires potentiels	33
Annexe 16 Diagramme de Gantt	34
Annexe 17 Budget - dépenses	36
Annexe 18 O-I-C	36

GLOSSAIRE

Lead: client potentiel; contact commercial; individu qui a démontré un intérêt potentiel pour le produit/service (source: <https://www.definitions-marketing.com/?s=lead>).

Moteur de ciblage: Mécanisme de ciblage comportemental des utilisateurs d'un site web « qui consiste à personnaliser les contenus (articles textuels, produits, publicités), en fonction du comportement des internautes et de l'identification de leurs centres d'intérêt. » (source: https://fr.wikipedia.org/wiki/Ciblage_comportemental)

Page de destination : Page web qui permet aux utilisateurs de s'inscrire à l'infolettre à partir du site web de la TRGIRTO. Cette page peut également décrire en quoi consiste l'infolettre.

Rebond: Un message d'erreur est généré suite à l'envoi d'un courriel.

Taux de rebond (Google Analytics): « Pourcentage de session avec consultation d'une seule page de votre site web au cours desquelles aucune interaction n'a été enregistrée. Une session rebond dure 0 seconde. » (*Taux de rebond - Aide Google Analytics*, 2020).

Trafic *Referral*: « Le visiteur a cliqué sur un lien dans un email, lien qui l'a amené vers votre site. » (Gadroy, 2018).

Trafic *Social*: « Le visiteur a trouvé votre site depuis un réseau social. » (Gadroy, 2018).

Recherche directe: « Le trafic direct rassemble tous les internautes ayant saisi directement l'adresse URL d'un site web dans la barre de recherche de leur navigateur. Le trafic direct comprend également les internautes qui ont cliqué sur le lien d'un site via les catégories « Favoris » d'un navigateur. » (*La définition du trafic direct avec le glossaire AT Internet*, 2020).

Recherche organique: « Il correspond au nombre de visiteurs provenant d'un moteur de recherche. Le trafic organique est donc une métrique permettant de mesurer combien de visiteurs proviennent d'une requête faite sur un moteur de recherche gratuit. » (*Qu'est-ce que le trafic organique en digital analytics ?*, 2020).

