

Version
20 janvier
2020

PLAN DE COMMUNICATION SUR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE 2020-2022

PUBLICS CIBLES

Entreprises

Municipalités

Gouvernement provincial



Cercle communication
Pôle québécois de concertation
sur l'économie circulaire

Table des matières

Mise en contexte	3
Mission et mandat du Cercle communication	4
Actions du Cercle communication	4
Objectifs de communication	4
Publics cibles	5
Axes de communication	7
Stratégies, messages clés et moyens de communication	8
Plan de diffusion – à venir	16
Budget – à venir	16
Suivi du plan et indicateurs – à venir	16
Conclusion	17
ANNEXE 1 Liste des membres du Cercle communication	18
ANNEXE 2 Résumé des groupes de discussion	19

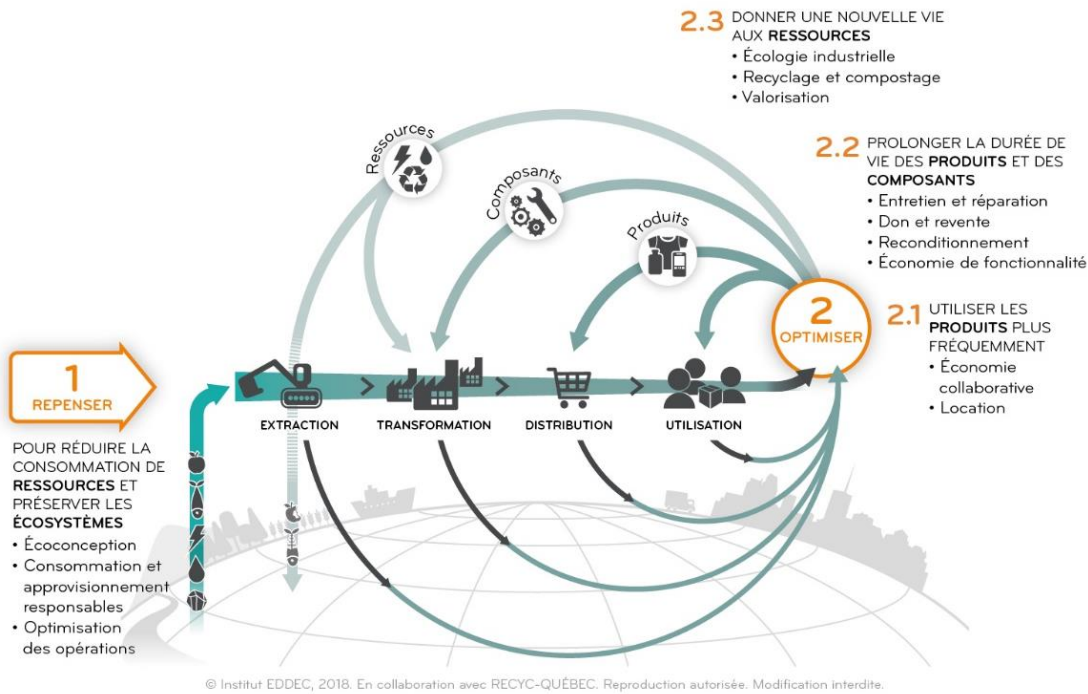
Mise en contexte

L'économie circulaire est une thématique en progression au Québec. Pour en saisir toutes les opportunités, il est essentiel que les différents acteurs aient une vision commune de ce nouveau modèle économique. Cette compréhension plus juste et partagée doit faciliter l'intégration efficace et harmonieuse des stratégies de l'économie circulaire dans leurs activités et dans tout l'écosystème québécois.

Au Québec, l'économie circulaire a été définie comme un « système de production, d'échange et de consommation visant à optimiser l'utilisation des ressources à toutes les étapes de cycle de vie d'un bien ou d'un service, dans une logique circulaire, tout en réduisant l'empreinte environnementale et en contribuant au bien-être des individus et des collectivités ». Cette définition a été développée par le Pôle québécois de concertation sur l'économie circulaire, animé par l'Institut EDDEC. De plus, un schéma de l'économie circulaire a été développé par l'Institut EDDEC, en collaboration avec RECYC-QUÉBEC :

Un plan de communication pour une vision commune de l'économie circulaire

L'économie circulaire



L'objectif de l'économie circulaire est donc double : elle vise d'une part à repenser nos modes de production et de consommation pour consommer moins de ressources et protéger les écosystèmes qui les génèrent et d'autre part, à optimiser l'utilisation des ressources qui circulent déjà dans nos sociétés. Elle s'inscrit dans le développement durable et entraîne des retombées positives, concrètes et mesurables, tant environnementales, économiques que sociales.

Mission et mandat du Cercle communication

Le Cercle Communication relève du Pôle québécois de concertation sur l'économie circulaire (voir la liste des membres du Cercle à l'annexe 1).

Il a pour mission d'informer, de sensibiliser et de promouvoir une vision commune de l'économie circulaire au Québec, tout en contribuant à la mise en réseau des acteurs de l'économie circulaire.

Son mandat est de concevoir un plan de communication et d'en faciliter le déploiement. Le but est de déterminer des activités de communication efficaces, permettant aux publics cibles de s'intéresser à l'économie circulaire et de mieux la comprendre, afin de passer à l'action et d'en saisir toutes les opportunités.

La démarche de communication se décline en trois grandes étapes et précise l'effet recherché par les moyens mis en œuvre :

1. l'information : faire connaître
2. l'attitude : faire accepter
3. le comportement : faire adopter

Différentes stratégies se déploient dans le temps, dans une vision progressive d'une transition vers l'économie circulaire. Le plan de communication 2020-2022 vise essentiellement l'étape 1 pour une majorité de publics.

Actions du Cercle communication

Depuis 2017, les activités du Cercle communication se sont principalement concentrées sur le développement et la diffusion du schéma explicatif de l'économie circulaire propre au contexte québécois, présenté précédemment.

Le Cercle Communication a également participé à la promotion des premières Assises québécoises de l'économie circulaire tenues en décembre 2018 ainsi que de la plateforme web Quebeccirculaire.org, lancée au même moment.

En parallèle, de plus en plus d'organisations québécoises s'intéressent au sujet et contribuent à sa diffusion, notamment par le biais d'événements sectoriels ou régionaux, de formations universitaires ou de communautés de pratiques.

Objectifs de communication

Le plan de communication 2020-2022 poursuit les objectifs suivants :

Objectifs principaux

1. Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire auprès des publics cibles
2. Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec.
3. Contribuer à la mise en réseau des acteurs de l'économie circulaire, notamment par la promotion des Assises québécoises de l'économie circulaire 2020.

MANDAT

Concevoir un plan de communication et en faciliter le déploiement



Créer de l'intérêt

Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune

Mettre en réseau les acteurs

Objectifs secondaires

1. Positionner la plateforme web Québec circulaire comme la référence au Québec en matière d'économie circulaire afin d'une part, d'éduquer les publics cibles à l'économie circulaire et d'autre part, de les inciter à passer à l'action.
2. Faire rayonner le Québec en matière d'économie circulaire, au Canada et à l'international.

Publics cibles

Pour les années 2020-2022, le Cercle communication concentrera ses efforts sur trois publics cibles : les entreprises, les municipalités et le gouvernement provincial. Ces publics sont susceptibles d'avoir un plus grand impact et de créer un effet d'entraînement.

Consultations

Afin de connaître la réalité et les besoins de communication sur l'économie circulaire de ces publics cibles prioritaires et ainsi, d'adapter son approche de communication, le Cercle communication a procédé à deux groupes de discussion (*focus group*) en mai 2019, l'un pour les entreprises et l'autre pour les municipalités. Le gouvernement provincial devrait quant à lui être consulté à l'hiver 2020.

Les consultations confirment l'intérêt grandissant de ces publics pour l'économie circulaire. Le niveau de connaissances sur l'économie circulaire varie toutefois selon les types d'organisation et les postes occupés.

Les publics cibles ont exprimé clairement des besoins en outils et en exemples concrets pour s'inspirer et connaître les différentes étapes de déploiement. Il est également important de faire valoir les retombées économiques, environnementales et sociales de l'économie circulaire.

Ils sont sur sollicités et ont des agendas bien remplis, alors il s'avère nécessaire d'utiliser les bons canaux de communication. Les moyens de communication à déployer doivent aussi tenir compte des particularités régionales.

Un autre des aspects soulevés par les participants aux groupes de discussion est le besoin d'accompagnement des organisations pour déployer l'économie circulaire. Intéresser et convaincre les acteurs à opérer progressivement une transition vers l'économie circulaire est une première étape. Des experts sur le terrain doivent par la suite les accompagner dans le passage à l'action. La complémentarité et la coordination des travaux du Cercle communication et du Cercle mise en œuvre du Pôle sont ici essentielles.

En somme, bien qu'on remarque certaines similitudes d'un public cible à l'autre, il importe de développer des stratégies, messages clés et moyens de communication propres à chacun.

Publics cibles spécifiques

Pour les trois publics cibles généraux priorisés par le Cercle communication, des publics cibles plus spécifiques ont été identifiés, lesquels sont détaillés dans les

tableaux suivants.

Pour les entreprises, ce sont les petites et moyennes entreprises (PME) qui sont ciblées en priorités. De plus, les trois secteurs d'activité suivants sont ciblés :

- Filière de la construction, rénovation, démolition
- Filière agroalimentaire
- Filière des plastiques

Tableau 1 Entreprises

Type de public cible	Interlocuteurs	Principales préoccupations et intérêts
PME matures	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigeants 	<ul style="list-style-type: none"> • Financement • Pénurie de main-d'œuvre • Virage numérique • Responsabilité sociale • Compétitivité • Image corporative
PME <i>start-up</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigeants • Relayeurs (ex. : organismes de développement économique) 	
Grandes entreprises	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigeants prêts à être ambassadeurs et à inspirer par leurs actions • Responsables des communications et des relations publiques 	

Pour les municipalités, l'environnement est intrinsèquement lié au cadre législatif pour lequel elles possèdent la compétence. Pour assurer que toute personne ait droit à la qualité de l'environnement, à sa protection et à la sauvegarde des espèces vivantes qui y habitent, elles assurent la conformité réglementaire de façon transectorielle (ex. : gestion des matières résiduelles, eaux usées, aménagement du territoire et zonage, programmes de conservation). Pour ce public cible, l'ensemble des municipalités du Québec sont visées.

Tableau 2 Municipalités

Type de public cible	Interlocuteurs	Principales préoccupations et intérêts
Élus (en priorité)	<ul style="list-style-type: none"> • Élus 	<ul style="list-style-type: none"> • Demandes gouvernementales et exigences réglementaires • Saine gestion des deniers publics • Santé et sécurité des citoyens • Qualité de vie des citoyens • Crise du recyclage • Gestion des matières résiduelles • Nouvelles sources de revenus • Opinion publique
Cadres et professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Cadres et professionnels en gestion des matières résiduelles • Cadres et professionnels en environnement • Cadres et professionnels en développement économique 	

Pour le gouvernement provincial, en plus des ministres et sous-ministres, les officiers de développement durable sont tout indiqués pour la communication sur l'économie circulaire puisqu'ils ont acquis une expérience sur la communication liée au développement durable.

Tableau 3 Gouvernement provincial

Type de public cible	Interlocuteurs	Principales préoccupations et intérêts
Ministres et sous-ministres	<ul style="list-style-type: none"> • Ministres et sous-ministres 	<ul style="list-style-type: none"> • Croissance économique • Développement technologique • Positionnement du Québec sur l'échiquier mondial
Officiers de développement durable	<ul style="list-style-type: none"> • Officiers de développement durable 	<ul style="list-style-type: none"> • Compétitivité • Innovation • Leadership • Réduction des gaz à effet de serre (GES) • Acceptabilité sociale • Stratégie de développement durable

Préoccupations et enjeux des relayeurs

Au cours de ses activités, le Cercle communication a également documenté les préoccupations et les intérêts des relayeurs. Nombreux font partie de réseaux bien implantés et ont une notoriété qui n'est plus à faire. En répondant à leurs besoins, le plan de communication s'assure de leur pleine collaboration, collaboration sans laquelle rejoindre les publics cibles serait beaucoup plus difficile. Leurs intérêts s'articulent autour de l'efficacité du réseautage et de la gestion de l'information :

- Rassembler les organisations du territoire, mettre en réseau les membres, faciliter les maillages et les synergies d'affaires;
- Représenter les membres et leurs intérêts;
- Faire de la veille stratégique, être à l'avant-garde des tendances, donner de l'information aux membres;
- Anticiper la réglementation pour y répondre;
- Diriger les membres vers des experts et des outils pour les aider à optimiser leurs activités et à réduire leurs coûts.

La participation et l'engagement des relayeurs sont essentiels à la diffusion efficace du plan de communication.

Axes de communication

L'axe de communication est le thème central de la stratégie et des messages clés. Dans le présent plan de communication, nous adopterons des axes différents mais complémentaires pour chacun des publics cibles.

Entreprises

« L'économie circulaire, c'est un modèle économique concret qui optimise les ressources et qui est gagnant, autant pour mes affaires que pour l'environnement. »

Municipalités

« L'économie circulaire est un levier indispensable au développement économique des municipalités. Elle crée une dynamique de collaboration entre les citoyens, les organisations

L'axe de communication est le thème central de la stratégie et des messages.

et les systèmes. »

Gouvernement provincial

À venir

Stratégies, messages clés et moyens de communication

Stratégie de communication

La stratégie détermine de quelle façon l'axe de communication sera décliné en messages clés, c'est-à-dire comment nous informerons, ferons mieux comprendre, susciterons une réaction positive, mettrons de l'avant la pertinence, maintiendrons l'attention et dynamiserons l'implication des publics cibles, tout en considérant les sensibilités et les enjeux de ceux-ci, et les aspects qui limitent et freinent la transition vers l'économie circulaire.

Messages clés

Les messages clés viseront à mettre en lumière, informer et sensibiliser les publics cibles aux avantages, aux opportunités et aux risques encourus selon les comportements adoptés par ceux-ci. Orientés sur l'action et favorisant le changement (sur un ton positif), les messages véhiculeront les attitudes et actions préconisées par le plan de communication pour chaque public cible, selon son contexte propre.

Moyens de communication

Pour déployer la stratégie, plusieurs moyens et outils seront définis et conçus, en adéquation avec les habitudes des publics cibles en matière de communication (médias consultés et contenus recherchés), le tout, en tenant compte des priorités, du contexte provincial et des ressources disponibles dans le cadre du plan de communication 2020-2022.

Des stratégies, messages
clés et moyens pour
communiquer l'économie
circulaire auprès de nos
publics cibles

Tableau 4 Messages clés, stratégies et moyens de communication

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
Entreprises				
PME du secteur de la construction, rénovation, démolition (CRD)	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de débouchés de recyclage de certains matériaux • Choix et qualité des matériaux • Coût du projet et coût des matériaux • Échéanciers restreints • Défis liés à l'implantation de l'économie circulaire¹ : <ul style="list-style-type: none"> ○ absence de considération de la fin de vie des bâtiments, dès la conception ○ complexité des bâtiments ○ chaîne d'approvisionnement fragmentée ○ faible valeur des produits et matériaux en fin de vie ○ manque de mécanismes de marché pour la récupération ○ manque de sensibilisation et de connaissance 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire est une source d'innovation, tout en permettant d'optimiser les coûts. • L'économie circulaire permet de donner une deuxième vie aux matériaux de construction. • L'économie circulaire rallie tous les acteurs du secteur CRD autour d'un objectif commun : faire plus avec moins. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire, via les principaux relayeurs, par l'établissement de partenariats de diffusion • Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec • Diffuser des messages simples qui priorisent les retombées positives plutôt qu'une communication d'experts 	<ul style="list-style-type: none"> • Établir une liste de relayeurs (ex. : APCHQ, 3R MCDQ, Conseil du bâtiment durable du Canada, Commission de la construction du Québec, Ordre des architectes du Québec comité de travail infrastructure et construction de la Fédération des chambres de commerce du Québec) en vue de partenariats de diffusion • Inciter les principaux relayeurs à diffuser de l'information sur l'économie circulaire, particulièrement lors des événements rassembleurs du secteur CRD • Créer une trousse promotionnelle sur l'économie circulaire pour le secteur CRD (ex. : slogan, cas à succès, fiches <i>one pager</i>, vidéo, schéma de l'économie circulaire dans la filière CRD) • S'associer à des médias et concours comme Novae
PME du secteur agroalimentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilité et marketing des produits • Développement de nouveaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Un produit alimentaire qui répond aux standards élevés des consommateurs tout en 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire, via les principaux relayeurs, par 	<ul style="list-style-type: none"> • Établir une liste de relayeurs (ex. : comité de travail agroalimentaire de la

¹ Adams, K., Osmani, M., Thorpe, T., & Thornback, J. (2017). *Circular economy in construction: current awareness, challenges and enablers*. Waste and Resource Management, vol. 170, issue WR1, pp. 15-24, Repéré à <https://www.researchgate.net/publication/313872330> Circular economy in construction current awareness challenges and enablers

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
	produits (répondant aux attentes des consommateurs) <ul style="list-style-type: none"> • Certifications • Nouveaux canaux de distribution en ligne • Conception des systèmes et procédés • Maximisation des capacités de production • Réduction du gaspillage alimentaire • Performance et réduction des emballages • Écoconception et recyclabilité des emballages 	minimisant vos coûts et vos pertes? C'est la promesse de l'économie circulaire. <ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire offre au secteur agroalimentaire trois avantages : mieux exploiter les ressources (efficacité matière), mieux produire (efficacité industrielle) et contribuer au développement de l'économie locale (consolider l'écosystème d'affaires sur le territoire) • Mettez sur l'optimisation de vos procédés et réduisez le gaspillage grâce à l'économie circulaire. 	l'établissement de partenariats de diffusion <ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec • Diffuser des messages simples qui priorisent les retombées positives plutôt qu'une communication d'experts 	Fédération des chambres de commerce du Québec) en vue de partenariats de diffusion <ul style="list-style-type: none"> • Inciter les principaux relayeurs à diffuser de l'information sur l'économie circulaire, particulièrement lors des événements rassembleurs du secteur agroalimentaire • Créer une trousse promotionnelle sur l'économie circulaire pour la filière agroalimentaire (ex. : slogan, cas à succès, fiches <i>one pager</i>, vidéo, schéma de l'économie circulaire dans la filière agroalimentaire) • S'associer à des médias et concours comme Novae
PME du secteur des plastiques	<ul style="list-style-type: none"> • Pollution des océans par les plastiques • Bannissement des plastiques à usage unique • Pressions sociales et politiques pour la réduction des plastiques • Recyclabilité difficile de certains plastiques • Exigences de qualité de la Chine pour les plastiques récupérés • Manque de débouchés de mise en valeur • Pressions concurrentielles par l'arrivée de nouvelles résines dans le marché (bioplastiques, oxo, biodégradables, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire est une stratégie d'optimisation de la performance pour mon entreprise, tant au plan économique qu'environnemental • L'économie circulaire est une solution concrète pour innover, faire des gains et réduire mes rejets. • L'économie circulaire contribue à donner une meilleure image à l'industrie des plastiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire, via les principaux relayeurs, par l'établissement de partenariats de diffusion • Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec • Diffuser des messages simples qui priorisent les retombées positives plutôt qu'une communication d'experts 	<ul style="list-style-type: none"> • Établir une liste de relayeurs (ex. : Conseil des industries durables, ACIP, Prima Québec, Société des ingénieurs du plastique) en vue de partenariats de diffusion • Inciter les principaux relayeurs à diffuser de l'information sur l'économie circulaire, particulièrement lors des événements rassembleurs du secteur des plastiques • Créer une trousse promotionnelle sur l'économie circulaire pour la filière des plastiques (ex. : slogan, cas à succès, fiches <i>one pager</i>, vidéo, schéma de l'économie

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
	<ul style="list-style-type: none"> • Impact des nouvelles résines dans la performance de mise en valeur • Fluctuations du prix de la résine vierge et de la résine recyclée (aléas du marché, prix du pétrole, etc.) • Compensation versée à Éco Entreprises Québec, selon le type et la quantité de contenants et emballages mis en marché • Normes liées à l'introduction de résine recyclée dans les produits • Présence d'additifs, d'adjuvants pouvant nuire à la qualité recherchée • Présence de contaminants dans les matières récupérées par la collecte sélective affectant la qualité du plastique recyclé recherchée 			<p>circulaire dans la filière des plastiques)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer les avancées proposées par l'économie circulaire par le biais des travaux du Laboratoire d'accélération des plastiques et économie circulaire de l'Institut EDDEC ou d'autres projets structurants et mobilisateurs • S'associer à des médias et concours comme Novae
Municipalités				
Élus municipaux	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation de leur mandat politique • Maintien et création d'emplois de qualité • Attraction et maintien des entreprises • Création de nouvelles entreprises locales • Réduction des matières résiduelles sur leur territoire • Rayonnement • Bien-être et satisfaction des citoyens 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire rend mon territoire unique et attire de nouvelles entreprises dynamiques. • L'économie circulaire est un levier indispensable au développement économique local du 21^e siècle. • L'économie circulaire est au service des citoyens et crée une dynamique de collaboration dans la communauté. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire, via les principaux relayeurs, par l'établissement de partenariats de diffusion • Diffuser des messages simples qui priorisent les retombées positives plutôt qu'une communication d'experts • Positionner l'économie circulaire comme une solution d'avenir, permanente et inévitable 	<ul style="list-style-type: none"> • Établir une liste de relayeurs (ex. : UMQ, FQM, FCM, AOMGMR, ACMQ, Table des préfets, table municipale du BCDD) en vue de partenariats de diffusion • Convier les principaux relayeurs à diffuser de l'information sur l'économie circulaire, particulièrement lors des événements rassembleurs du secteur municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ Organiser une activité ou

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
	<ul style="list-style-type: none"> • Acceptabilité sociale des projets • Retombées concrètes, rapides, mesurables et pouvant être communiquées • Gestion financière éthique et pragmatique 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire stimule la main-d'œuvre, crée de l'innovation et du dynamisme sur le territoire. • L'économie circulaire crée de la valeur environnementale, sociale et économique, pour le bien-être des citoyens. 		<p>une intervention sous le thème de l'économie circulaire dans les événements organisés par les relayeurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Inviter des ambassadeurs municipaux à témoigner (lors des événements) • Produire et diffuser une capsule vidéo avec un témoignage d'un élu • Produire et diffuser une infolettre trimestrielle sur l'économie circulaire
Professionnels municipaux – environnement et gestion des matières résiduelles (GMR)	<ul style="list-style-type: none"> • Fermeture des marchés de l'exportation des matières recyclables qui n'atteignent pas de hauts standards de qualité • Mise à jour des PGMR • Coûts de GMR • Compensation (redevance à l'élimination et régime de compensation) en lien avec la performance municipale • Rapport coûts/bénéfices des projets • Évitement et mitigation des nuisances • Conformité réglementaire, notamment en GMR 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire optimise l'utilisation des ressources sur le territoire, une formule gagnante pour l'environnement, les entreprises locales et les citoyens. • L'économie circulaire réduit les coûts d'élimination des matières résiduelles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec • Sensibiliser les professionnels par des exemples concrets qu'ils seront en mesure de comprendre en raison de leur expertise 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des fiches <i>one pager</i> de cas à succès avec la démarche et les retombées de l'économie circulaire (environnementales, économiques) pour les municipalités (région, ville) <ul style="list-style-type: none"> ○ Diffuser ces fiches par des infolettres (ex. : Quorum, RIMQ, PGMR en action de RECYC-QUÉBEC, Service aux municipalités de ÉEQ) et sur la plateforme Québec circulaire • Recueillir des témoignages et produire une ou deux vidéos à diffuser sur la plateforme Québec circulaire • Donner un atelier pour les municipalités aux Assises québécoises de l'économie circulaire 2020 • Participer à l'élaboration de la

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
				programmation du WCEF 2020
Professionnels municipaux – développement économique	<ul style="list-style-type: none"> • Désirabilité territoriale • Attraction de nouvelles entreprises et augmentation des investissements extérieurs • Croissance, développement et consolidation des entreprises actuelles du territoire • Essaimage d'entreprises sur le territoire • Synergie (réseautage) entre les entreprises (tissu industriel) • Diversification et complémentarité des activités • Attraction et maintien d'une main-d'œuvre de qualité • Dynamisme et innovation du milieu des affaires • Création de valeur locale • Meilleur usage et capitalisation du foncier 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire crée des opportunités d'affaires indispensables au développement économique local. • L'économie circulaire propose des modèles d'affaires innovants qui répondent aux besoins du marché actuel et futur. • En tant que professionnel du développement économique, et pour mieux desservir les entreprises, je ne peux pas ignorer cette nouvelle tendance. • L'économie circulaire, ça vaut le coût de s'y intéresser. Ça rapporte. C'est payant. Elle représente un avantage concurrentiel pour les entreprises qui y adhèrent. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire • Faire connaître les stratégies de l'économie circulaire et leurs retombées économiques • Sensibiliser, faire comprendre comment l'économie circulaire crée de la valeur sur le territoire • Convaincre de la pertinence de l'économie circulaire comme outil de développement économique incontournable • Sensibiliser, faire comprendre que perdurer dans le modèle d'économie linéaire n'est pas durable pour les entreprises • Sensibiliser les professionnels par des exemples concrets qu'ils seront en mesure de comprendre en raison de leur expertise 	<ul style="list-style-type: none"> • Établir une liste d'opportunités de conférences/présentations • Programmer des présentations lors d'événements spécialisés en développement économique • Planifier une tournée d'information et de sensibilisation dans les grandes agences de développement économique (chambre de commerce et d'industrie, CLD, MRC, SADC, etc.) en personne ou par webinaire <ul style="list-style-type: none"> ○ Développer le contenu de ces présentations avec des cas à succès locaux et des chiffres à l'appui et témoignages vidéo ○ Développer un <i>leave-behind</i> de ces présentations (ex. : envoi des présentations, liste de ressources ○ Faire des relations de presse locales en lien avec cette tournée • Donner un atelier pour les municipalités aux Assises québécoises de l'économie circulaire 2020 • Participer à l'élaboration de la programmation du WCEF 2020
Gouvernement provincial				
Ministres et	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité de vie, santé et sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire est 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer de l'intérêt pour 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation sur l'économie

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
sous-ministres	<p>de la population</p> <ul style="list-style-type: none"> • Croissance, développement et stabilité économique • Emploi • Compétitivité du Québec et de son environnement d'affaires • Positionnement international • Gestion des finances publiques • Gestion des ressources naturelles • Transition énergétique • Innovation et technologies • Bénéfices environnementaux (dont la réduction des GES) • Acceptabilité sociale 	<p>génératrice de développement économique et d'innovation, tout en réduisant les gaz à effet de serre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire est un nouveau modèle économique permettant l'optimisation des ressources du Québec. • L'économie circulaire offre une réponse économique concrète aux enjeux climatiques et environnementaux. • L'économie circulaire crée de nouvelles opportunités de croissance tout en solutionnant les plus grands enjeux de développement de notre époque. 	<p>l'économie circulaire en haut lieu afin de faciliter son intégration dans l'ensemble de la fonction publique, les politiques et les programmes</p>	<p>circulaire lors d'un des Cercle de la haute fonction publique, résultat d'une collaboration entre le Bureau de coordination du développement durable du MELCC et du Secrétariat aux emplois supérieurs du Ministère du Conseil Exécutif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Note d'information sur l'économie circulaire envoyée par le sous-ministre adjoint à la qualité de l'environnement du MELCC à ses vis-à-vis ministériels qui sont concernés par l'implantation des conditions favorables au déploiement de l'économie circulaire au Québec (<i>à confirmer</i>)
Officiers de développement durable <i>(des ministères et organismes concernés par la mise en place des conditions favorables au déploiement de l'économie circulaire au Québec)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en application de la stratégie de développement durable dans les ministères et organismes • Élaboration et mise en œuvre du Plan d'action de développement durable de leur ministère ou organisme • Distinction entre le concept d'économie circulaire et son volet visant la gestion plus responsable des matières résiduelles • Applicabilité du concept d'économie circulaire dans leur ministère et dans l'avancement de leur démarche de 	<ul style="list-style-type: none"> • L'économie circulaire est une façon concrète d'opérationnaliser le développement durable. Elle s'inscrit dans le développement durable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire des représentations auprès de ce public afin que l'économie circulaire soit intégrée dans la nouvelle stratégie de développement durable • Préparer et promouvoir une formation auprès de ce public cible • Promouvoir la plateforme Québec circulaire • Inviter de façon personnalisée tous les officiers de développement durable à participer aux Assises québécoises de l'économie circulaire 2020

Public cible	Préoccupations du public cible	Messages clés	Stratégies	Moyens
	développement durable <ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources financières et humaines • Reconnaissance par leurs autorités de l'importance de l'économie circulaire 			

Plan de diffusion – à venir

Le plan repose sur une stratégie de déploiement fondée sur une gradation dans les moyens et leur portée. Pour coordonner le déploiement, le calendrier précise les responsables de chaque moyen de communication.

Tableau 5 Plan de diffusion

PUBLIC CIBLE	MOYENS ET OUTILS	ÉCHÉANCIER	RESPONSABLE	NOTE

Budget – à venir

Texte

Suivi du plan et indicateurs – à venir

Des instruments de contrôle et des indicateurs sont proposés au comité de suivi du plan de communication. En continu ou de façon ponctuelle, selon la stratégie de déploiement, ce suivi permet au Pôle de valider ses moyens, de mesurer leurs impacts sur les publics cibles et d’orienter rapidement des mesures de corrections.

Tableau 6 Instruments de mesure du plan

OBJECTIF À MESURER	CIBLE	INSTRUMENT DE MESURE	INDICATEURS	ÉCHÉANCE
Créer de l'intérêt pour l'économie circulaire auprès de nos publics cibles	Augmenter de x % à x % le taux d'intérêt pour l'économie circulaire	Sondage auprès des publics cibles	Taux d'intérêt	Sondage (avant) Sondage (après)
Faire connaître et faciliter l'intégration de la vision commune de l'économie circulaire au Québec	Augmenter de x % à x % le taux de connaissance de l'économie circulaire	Sondage auprès des publics cibles	Taux de connaissance de l'économie circulaire	
Contribuer à la mise en réseau des acteurs de l'économie circulaire, notamment par la promotion des Assises québécoises de l'économie circulaire 2020	500 participants Taux de satisfaction de 95 %	Inscriptions aux Assises Sondage d'évaluation postévènement	Nombre de participants aux Assises Taux de satisfaction aux Assises	
Positionner la plateforme web Québec circulaire comme la référence au Québec		Statistiques d'achalandage	Nombre de consultations sur la plateforme	

Conclusion

Le plan de communication est un outil essentiel pour atteindre ses publics cibles, transmettre ses messages, contrer l'inertie et initier les changements souhaités. Cette communication dirigée vise à susciter l'intérêt pour l'économie circulaire et à informer.

Le plan de communication intègre l'un des trois volets stratégiques : 1) l'information (faire connaître). Les plans de communication subséquents pourront s'attarder aux deux autres volets : 2) l'attitude (faire accepter); 3) le comportement (faire adopter).

Pour en finir avec l'immobilisme et l'économie linéaire !

ANNEXE 1 Liste des membres du Cercle communication

ORGANISATION	NOM
Bureau de coordination du développement durable, Ministère de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques	Frédérique Pellerin Catellier
Centre de transfert technologique en écologie industrielle	Jennifer Pinna
Éco Entreprises Québec	Yourianne Plante
Fondaction	Josianne Marchand-Duchesneau
Fonds d'action québécois pour le développement durable	Véronique Lalande
Institut de l'environnement, du développement durable et de l'économie circulaire	Benjamin Laplatte
Les Évadés	Claude Riopel
Regroupement national des conseils régionaux de l'environnement du Québec	-
Membre à titre personnel	Ariane Legault
RECYC-QUÉBEC (coordination)	Hélène Gervais

ANNEXE 2 Résumé des groupes de discussion

THÈME	MUNICIPALITÉS	ENTREPRISES
Niveau de connaissance	<ul style="list-style-type: none"> Faible chez les élus Plus élevé chez les professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> Faible chez les entreprises matures Plus élevé chez les <i>start-up</i>
Réactions	<ul style="list-style-type: none"> Intérêt, curiosité, résistances 	<ul style="list-style-type: none"> Intérêt, curiosité, <i>buzzword</i>
Intérêt	<ul style="list-style-type: none"> Intérêt grandissant Vient surtout des professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> PME: vient des dirigeants Grandes entreprises: vient des employés développement durable et environnement
Défis de communication	<ul style="list-style-type: none"> Manque de connaissance des entreprises Manque de ressources (\$, accompagnement) 	<ul style="list-style-type: none"> Sont sursollicitées Accompagner après avoir communiqué
Publics prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> Élus (en priorité) Professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigeants (et actionnaires) de PME (matures ou <i>start-up</i>)
Stratégie	<ul style="list-style-type: none"> Stratégie régionale Obligation Faire parler les jeunes Tenir compte de leurs compétences 	<ul style="list-style-type: none"> Stratégie provinciale (avec couleur selon les régions)
Moyens de communication	<ul style="list-style-type: none"> Événements pour élus Fiches (courtes) pour professionnels Capsules vidéo 	<ul style="list-style-type: none"> Webinaires durant le dîner Événements avec témoignages Fiches Capsules vidéo Ambassadeur Plateforme Québec circulaire
Messages et contenu	<ul style="list-style-type: none"> Éviter trop de théorie Exemples concrets, retombées économiques, environnementales et sociales, montrer les étapes Chiffres frappants et solutions 	<ul style="list-style-type: none"> Stratégie d'optimisation, mobilisation des parties prenantes, etc. Éviter trop de théorie Exemples concrets, retombées économiques, environnementales et sociales
Relayeurs	<ul style="list-style-type: none"> UMQ, FQM, FCM, CRE, SADC, Chambres de commerce, AOMGMR, conseils des préfets, table municipale du BCDD, communauté Synergie Québec 	<ul style="list-style-type: none"> Parcs industriels, pôles d'économie sociale, associations, syndicats, chambres de commerces, agents Écoleaders, communauté Synergie Québec, CLD, SADC, MRC (cibler selon les régions)