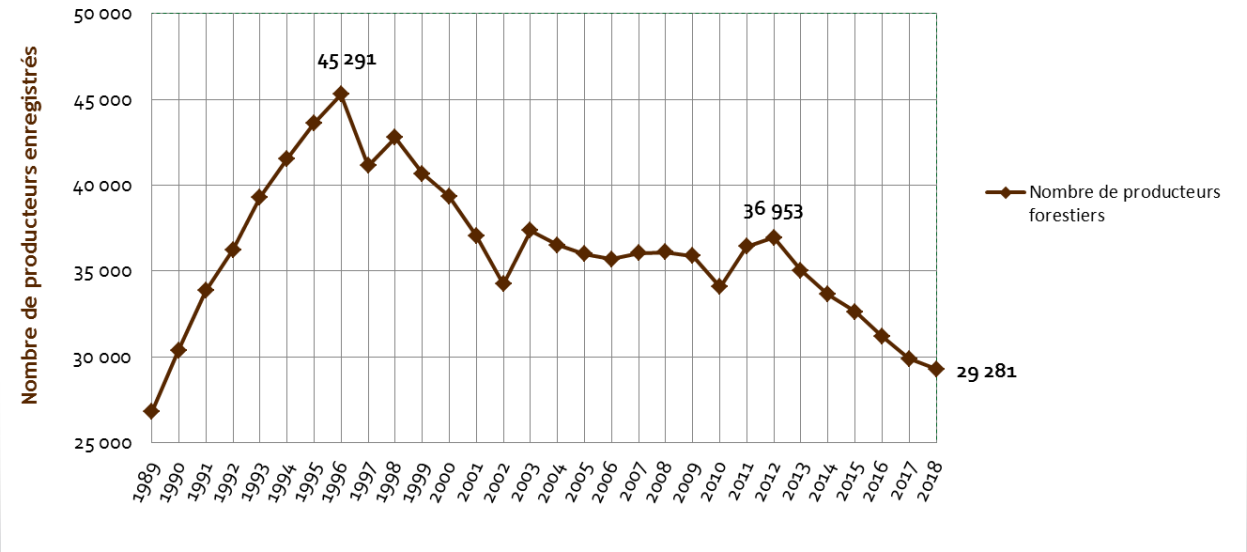
Fédération des producteurs forestiers du Québec

Campagne provinciale

Présentée le 31 mai 2018
Josée Lalande

Faits

1. Le Québec compte **134 000** propriétaires forestiers
2. Plusieurs propriétaires ne connaissent pas les **ressources** à leur disposition
3. Il y a une **baisse** du nombre de producteurs forestiers enregistrés. Ils ne sont que 29 000 présentement
4. On souhaite accroître le nombre de **producteurs actifs**



Objectifs de la campagne

1. **Rallier les intervenants** du milieu vers un message commun
2. La campagne provinciale **« Avez-vous votre forestier de famille?** » invite les propriétaires forestiers à utiliser le réseau de conseillers forestiers et la mesure de remboursement des taxes foncières qui est mise à leur disposition pour adopter une **gestion plus active de leur boisé**.
3. Nous avons lancé la campagne le 23 avril dernier. On désirait faire coïncider le tout avec le **Mois de l'arbre et des forêts** qui débute en mai.

Qu’est-ce qu’une gestion active d’un boisé?

Le propriétaire est invité à réfléchir à **ses objectifs de possession**.

Qu’est-ce que je désire faire de mon boisé? Est-ce un placement financier à long terme, un bassin de bois de chauffage, un revenu d’appoint de la vente de bois, un lieu d’activités familiales ou un espace pour la chasse? Ai-je un échéancier pour réaliser ces projets? Quelles sont les ressources financières que je désire consacrer à ces projets?

Concept de la campagne

Avec le titre **Avez-vous votre forestier de famille?,** nous avons voulu faire une analogie avec la question souvent posée : **Avez-vous un médecin de famille?** Nous voulions démontrer que les arbres ont également besoin d'un spécialiste pour croître en santé, mais surtout, qu'il est facile de trouver un conseiller forestier.

Comment se décline la campagne?

1. Une **publicité** dans 50 journaux à travers le Québec
2. Une **affiche** pour les babillards de 1 000 Municipalités
3. Un **dépliant** publié à 25 000 exemplaires remis aux propriétaires forestiers

Comment se décline la campagne?

4. Une **publicité** sur les réseaux sociaux
5. Un **communiqué** et des **relations médias**
6. Une **page Web** (http://www.foretprivee.ca/avez-vous-votre-forestier-de-famille/)

Comment se décline la campagne?

7. Une **vidéo**.

Journée de tournage

La vidéo

https://youtu.be/bPmY9WFCuQU

Impacts de la campagne depuis le lancement (1 mois)

- 50 syndicats affiliés, conseillers et groupements forestiers, agences et coopératives forestières ont commandé des dépliants et des affiches et mentionné notre campagne dans un de leurs outils
- 60 Municipalités et MRC du Québec ont commandé des dépliants ou des affiches supplémentaires et mentionné notre campagne dans un de leurs outils
- Des articles dans différents médias au Québec
- Des messages sur les réseaux sociaux
- Une visibilité auprès des lecteurs des journaux régionaux
- 1 800 visionnements pour la vidéo
- 1 100 visites sur la page Web de la campagne
- 57 % d'augmentation des visites sur la page Web Je cherche un expert

Les partenaires

Fédération des producteurs forestiers du Québec

AETSQ Association des entrepreneurs en travaux sylvicoles du Québec

resam Regroupement des sociétés d'aménagement forestier du Québec

Ordre des ingénieurs forestiers du Québec

UPA Pouvoir nourrir pouvoir grandir
L'Union des producteurs agricoles

Québec

Le réseau de conseillers forestiers

Pour trouver un conseiller forestier, il suffit d'entrer sa municipalité dans le champ de recherche (http://www.foretprivee.ca/je-cherche-un-expert/).

JE CHERCHE UN EXPERT

Cette section vous aidera à trouver les experts pouvant vous accompagner dans la protection et la mise en valeur de votre forêt, la commercialisation de vos bois et la gestion de vos revenus forestiers.

Qui peut m'aider?

Pour trouver les coordonnées des différents experts pouvant vous conseiller près de chez vous, entrez le nom de votre municipalité.

Entrer une ville

Rechercher

Pour consulter la page de la campagne

La suite

- La **campagne est intemporelle**, elle peut être utilisée aussi longtemps que les acteurs de la forêt privée le souhaiteront
- La prochaine étape sera de publiciser la campagne dans les **journaux des syndicats régionaux**
- Une deuxième phase est possible à **l'automne 2018**

Les défis :

- Poursuivre le travail de ralliement vers un message commun, une première en forêt privée
- Marteler le message pour qu'il soit vu et entendu par un grand nombre de personnes