

Québec, le 11 janvier 2016

Objet : Demande d'accès # 2015-11-11 – Lettre réponse

---

Monsieur,

Nous donnons suite à votre demande d'accès concernant les dépenses en lien avec la campagne « *Faisons-le pour eux* ».

Vous trouverez en pièce jointe les documents visés par votre demande. Il s'agit de :

1. Fréquence de visites du site, 2015, 2 pages;
2. Rapport de mi-campagne, 6 novembre 2015, 6 pages;
3. Ventilation budgétaire, 1 page.

Conformément à l'article 51 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, chapitre A-2.1), nous vous informons que vous pouvez demander la révision de cette décision auprès de la Commission d'accès à l'information. Vous trouverez en pièce jointe une note explicative concernant l'exercice de ce recours.

Si vous désirez des renseignements supplémentaires, vous pouvez vous adresser à M<sup>me</sup> Alexie Gauthier, analyste à votre dossier, par courriel à l'adresse [alexie.gauthier@mddelcc.gouv.qc.ca](mailto:alexie.gauthier@mddelcc.gouv.qc.ca) en indiquant le numéro de votre dossier en objet.

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

La directrice.

ORIGINAL SIGNÉ PAR

Pascale Porlier

p. j. (4)

## Objectif

Sensibiliser les gens à la lutte contre les changements climatiques

## Constats

29% des utilisateurs passent par le quiz et nous pouvons croire que tous ces utilisateurs ont fait des apprentissages.

La section informative sur les changements climatiques est la troisième page la plus consultée avec 2 190 visiteurs.

Les sections sur les programmes, le plan d'action et comment agir font toutes aussi bonne figure.

Considérant que le quiz est calculé comme une seule page, une moyenne de 1,72 page visitées par session est très élevé.

Le nombre total d'inscriptions en date du 3 décembre était de 3 412, ce qui représente en moyenne 34% des visiteurs du test.

## Statistiques du

### 6 novembre au 3 décembre 2015

Nombre de sessions	38 448
Nombre de visiteurs uniques	34 352
Nombre moyen de pages visitées par session	1,72
Moyenne de temps passée sur le site	1:05

## Pages les plus visitées

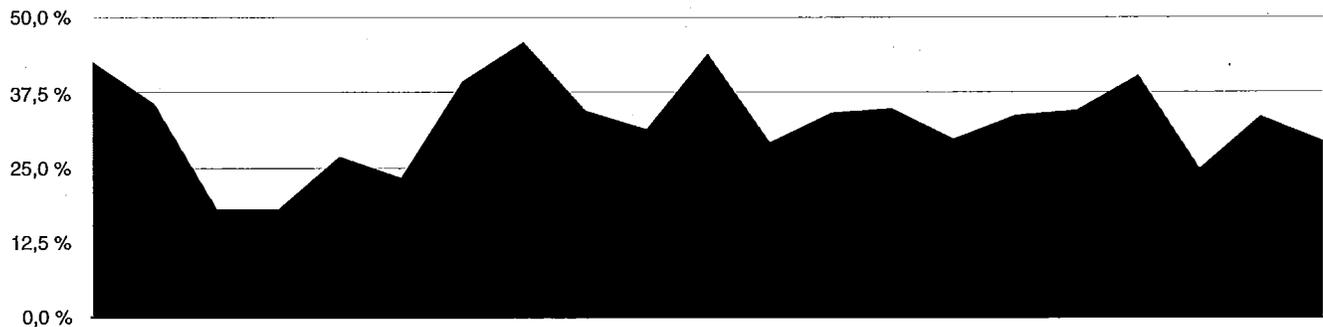
Accueil	34 993
Testez vos connaissances	11 552
Les changements climatiques	2 190
Les programmes	1 871
Plan d'action du Québec	1 725
Comment agir	1 680
Accueil anglais	1 308
Campagne 2015 sur les changements climatiques	1 238

## Supports de navigation

Poste de travail	15 386
Tablette	14 343
Téléphone cellulaire	8 719

## Inscriptions au concours

■ Taux de conversion



Dates	Inscriptions	Visites uniques	Taux de conversion
6 novembre	41	96	42,7 %
7 novembre	5	14	35,7 %
8 novembre	6	33	18,2 %
9 novembre	39	215	18,1 %
10 novembre	73	271	26,9 %
11 novembre	51	218	23,4 %
12 novembre	95	241	39,4 %
13 novembre	125	272	46,0 %
14 novembre	109	315	34,6 %
15 novembre	114	362	31,5 %
16 novembre	195	443	44,0 %
17 novembre	183	626	29,2 %
18 novembre	144	421	34,2 %
19 novembre	166	476	34,9 %
20 novembre	125	419	29,8 %
21 novembre	139	412	33,7 %
22 novembre	176	509	34,6 %
23 novembre	216	534	40,4 %
24 novembre	88	354	24,9 %
25 novembre	132	392	33,7 %
26 novembre	108	366	29,5 %
27 novembre	150	365	41,1 %
28 novembre	182	433	42,0 %
29 novembre	151	442	34,2 %
30 novembre	162	467	34,7 %
1 décembre	184	444	41,4 %
2 décembre	139	408	34,1 %
3 décembre	114	398	28,6 %

# MDDELCC - Changements climatiques - Rapport de mi campagne - 6 novembre - 29 novembre 2015

## Résultats détaillés de la campagne ( 6 novembre au 29 novembre 2015):

- 4 692 clics (4 005 FR / 687 EN)
- 115 396 impressions (81 051 FR / 34 345 EN)
- Taux de clics (CTR): 4,07 % (4,94% FR / 2,00% EN)
- Coût par clic (CPC) : 1,20 \$ (1,17\$ FR / 1,38\$ EN)
- Budget investi : 5 638,67 \$ (4 688,31\$ FR / 950,36\$ EN)
- Position moyenne : 1.65

## **Faits saillants**

### **A) Campagne en général**

- En ce début de diffusion, les performances de la campagne n'ont cessé de progresser. Les principaux indicateurs de performance augmentent au fil des semaines. À noter que l'activité des 2 premières semaines fut essentiellement durant les jours de semaine. On observe également une augmentation du volume d'impressions et de clics durant la dernière semaine. Les changements climatiques sont davantage médiatisés, cela peut être une explication.
- Le taux de clics est bon, et cela dans les 2-langues (selon les standards de l'industrie, un taux de clics de 2% est considéré comme bon).
- Au sein de la campagne anglaise, les liens annexes pointant vers les pages des programmes disponibles et du plan d'action sont les plus populaires.
- Au sein de la campagne française, le lien annexe pointant vers la page des changements climatiques est le plus populaire.
- La stratégie d'achat du slogan s'avère particulièrement efficace en français. « Faisons-le pour eux » est le mot-clé le plus populaire pour un coût par clic faible et une qualité des visites occasionnées.

### **b) Groupes d'annonces**

- Groupe d'annonces FR le plus populaire : « Efficacité énergétique »
  - 582 clics
  - 15 880 impressions
  - 3,66 % CTR
  - 1,24\$ CPC moyen.
- Groupe d'annonces EN le plus populaire : « Gestion des matières résiduelles »
  - 164 clics
  - 9 462 impressions
  - 1,73 % CTR
  - 1,21\$ CPC moyen

### **c) Mots-clés**

- Mot-clé FR le plus populaire : « faisons-le pour eux » (en mot-clé exact)
  - 153 clics
  - 213 impressions
  - 71,83 % CTR
  - 0,14\$ CPC moyen
- Mot-clé EN le plus populaire : « climate change » (en expression exacte)
  - 45 clics
  - 1 285 impressions
  - 3,50 % CTR
  - 1,93 \$ CPC moyen

### Actions effectuées

- Ajout de mots-clés négatifs afin de limiter l'affichage des annonces à des requêtes pertinentes (ex : « beijing », « conference », « à vendre », « career »).
- Mise en pause des mots-clés les moins performants (fort volume d'impressions et générant peu ou pas de clics, CPC élevé, position moyenne d'affichage faible, niveau de qualité faible). Ex. : « recycling », « global warming », « gestion des eaux »).

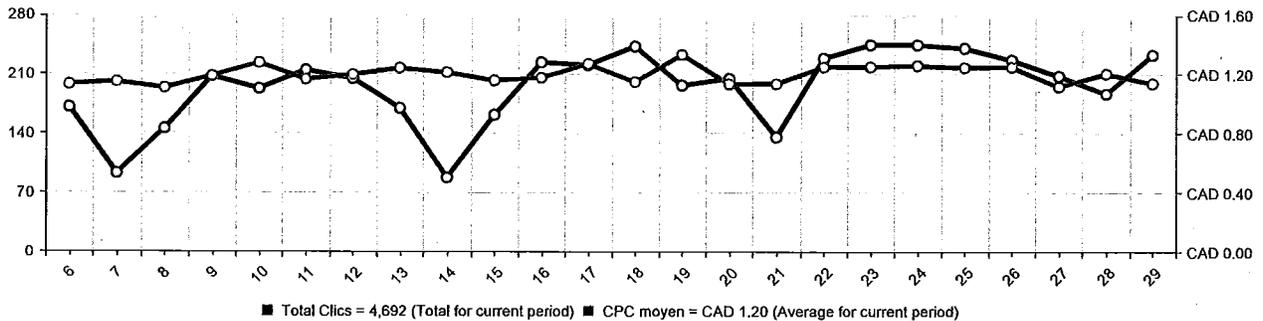
## Performances des campagnes

Performance globale de la campagne									
November 6, 2015 - November 29, 2015									
Campaign Group	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.	Taux de rebond	Pages vues / visites	Durée moy. visite
Changements climatiques FR	4,005	81,051	4.94%	CAD 1.17	CAD 4,688.31	1.48	54.92%	2.48	00:01:51
Changements climatiques EN	687	34,345	2.00%	CAD 1.38	CAD 950.36	2.03	60.87%	1.87	00:00:58
<b>All Results</b>	<b>4,692</b>	<b>115,396</b>	<b>4.07%</b>	<b>CAD 1.20</b>	<b>CAD 5,638.67</b>	<b>1.65</b>	<b>54.96%</b>	<b>2.48</b>	<b>00:01:51</b>

Performances par semaine						
November 6, 2015 - November 29, 2015						
Period	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.
Nov 06, 2015	410	10,091	4.06%	CAD 1.13	CAD 462.37	1.54
Nov 09, 2015	1,241	35,495	3.50%	CAD 1.20	CAD 1,495.38	1.69
Nov 16, 2015	1,455	35,263	4.13%	CAD 1.21	CAD 1,759.07	1.69
Nov 23, 2015	1,586	34,547	4.59%	CAD 1.21	CAD 1,921.85	1.59
<b>All Results</b>	<b>4,692</b>	<b>115,396</b>	<b>4.07%</b>	<b>CAD 1.20</b>	<b>CAD 5,638.67</b>	<b>1.65</b>

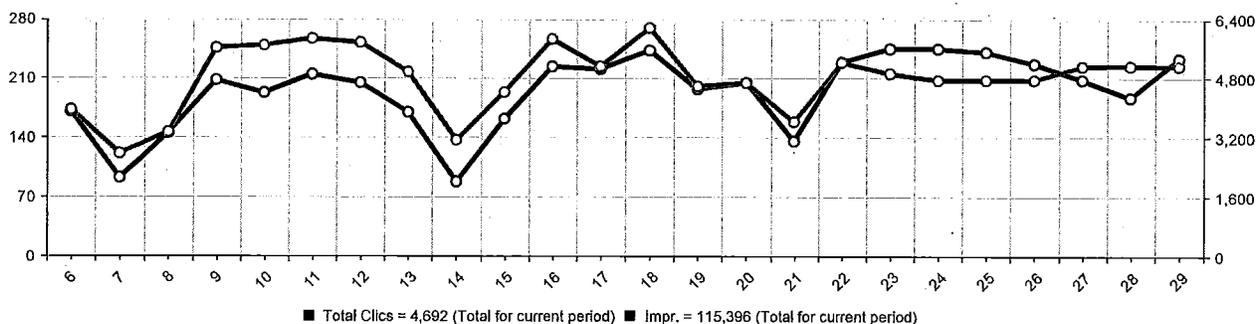
Évolution du nombre de clics et du coût par clic durant la campagne

November 6, 2015 - November 29, 2015



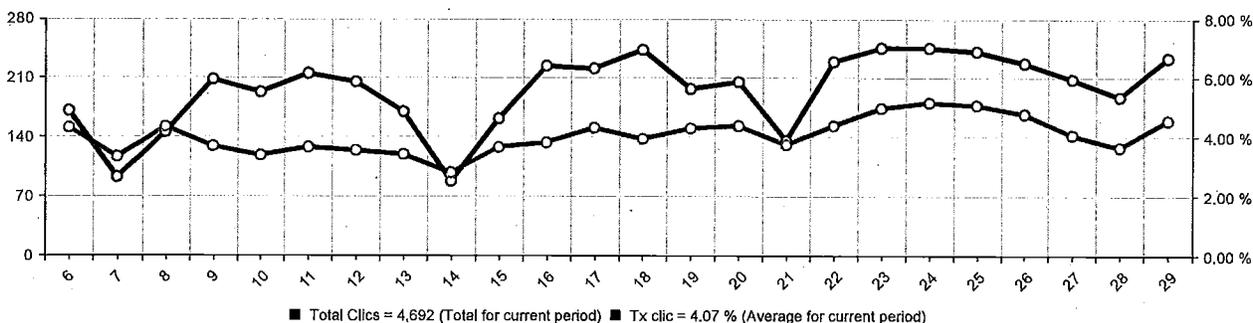
Évolution du nombre de clics et du nombre d'impressions durant la campagne

November 6, 2015 - November 29, 2015



Évolution du nombre de clics et du taux de clics durant la campagne

November 6, 2015 - November 29, 2015



Campagne FR

Top 14 Groupes d'annonces par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Groupe d'annonces	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.	Taux de rebond	Pages vues / visites	Durée moy. vis
1	Efficacité énergétique	582	15,880	3.66%	CAD 1.24	CAD 721.73	1.77	68.49%	2.01	00:01:03
2	Rechauffement climatique	516	7,743	6.66%	CAD 1.46	CAD 753.53	1.12	49.45%	2.67	00:02:26
3	GES / Gaz à effet de serre	504	9,173	5.49%	CAD 1.40	CAD 704.40	1.11	56.49%	2.33	00:01:52
4	Changements climatiques	461	9,955	4.63%	CAD 1.28	CAD 590.04	1.11	46.94%	2.92	00:02:30
5	Message TV	460	864	53.24%	CAD 0.20	CAD 94.02	1.04	39.77%	2.82	00:02:48
6	Développement durable / Aménagement	375	10,072	3.72%	CAD 1.61	CAD 603.03	1.39	54.79%	2.41	00:01:32
7	Gestion des matières résiduelles	269	7,708	3.49%	CAD 1.24	CAD 334.90	1.92	75.12%	1.80	00:00:41
8	Marché du carbone	268	3,212	8.34%	CAD 0.89	CAD 238.83	1.19	42.67%	2.99	00:01:55
9	Electrification des transports	236	2,023	11.67%	CAD 0.82	CAD 193.31	1.17	56.86%	2.54	00:01:47
10	Conservation des écosystèmes	166	8,041	2.06%	CAD 1.33	CAD 221.60	1.38	59.85%	2.53	00:01:32
11	Qualité de l'air	80	3,961	2.02%	CAD 1.52	CAD 121.23	2.97	85.25%	1.38	00:00:24
12	Mobilité durable	37	1,337	2.77%	CAD 1.27	CAD 46.95	1.15	77.78%	1.48	00:00:20
13	Érosion des berges	36	564	6.38%	CAD 1.35	CAD 48.49	1.17	57.58%	2.24	00:00:38

Rang	Groupes d'annonces	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.	Taux de rebond	Pages vues / visites	Durée moy. vis
14	Dépendance énergétique / Pétrole	15	518	2.90%	CAD 1.08	CAD 16.25	2.06	69.23%	1.92	00:00:36
	All Results	4,005	81,051	4.94%	CAD 1.17	CAD 4,688.31	1.48	54.92%	2.48	00:01:51

### Top 15 Mots-clés par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Mot clé	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.	Taux de rebond	Pages vues / visites	Durée moy. visite
1	[faisons-le pour eux]	153	213	71.83%	CAD 0.14	CAD 21.19	1.00	42.66%	2.55	00:02:20
2	[réchauffement climatique]	150	1,781	8.42%	CAD 1.43	CAD 214.79	1.00	43.94%	3.09	00:03:25
3	[faisons le pour eux]	136	186	73.12%	CAD 0.13	CAD 17.53	1.00	37.31%	2.93	00:03:31
4	les énergies solaires	115	3,324	3.46%	CAD 0.79	CAD 90.34	2.00	72.83%	1.85	00:01:08
5	[développement durable]	102	1,540	6.62%	CAD 2.02	CAD 205.93	1.00	64.56%	1.94	00:00:47
6	"changement climatique"	93	2,187	4.25%	CAD 1.46	CAD 135.39	1.07	50.00%	2.73	00:01:18
7	[changement climatique]	81	808	10.02%	CAD 0.93	CAD 75.54	1.01	37.97%	2.72	00:02:25
8	"pour eux"	78	272	28.68%	CAD 0.30	CAD 23.76	1.04	42.65%	2.88	00:02:07
9	"ges"	75	1,759	4.26%	CAD 1.52	CAD 113.76	1.13	39.62%	2.64	00:02:53
10	"changement climatiques"	63	2,167	2.91%	CAD 1.52	CAD 95.81	1.06	44.44%	3.67	00:03:24
11	"developpement durables"	59	2,236	2.64%	CAD 1.71	CAD 100.84	1.26	54.76%	1.98	00:01:06
12	[gaz à effet de serre]	58	844	6.87%	CAD 1.17	CAD 67.86	1.00	70.00%	1.88	00:00:38
13	"rechauffement climatiques"	54	1,342	4.02%	CAD 1.62	CAD 87.41	1.12	60.38%	2.26	00:01:23
14	[ges]	48	530	9.06%	CAD 1.03	CAD 49.21	1.00	43.48%	2.59	00:02:19
15	"bac de recyclage"	44	863	5.10%	CAD 1.55	CAD 68.13	1.84	84.38%	1.38	00:00:19
	All Results	4,005	81,051	4.94%	CAD 1.17	CAD 4,688.31	1.48	54.92%	2.48	00:01:51

### Top 5 Annonces par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Annonce	Total Clics	Impr.	Tx clic	Coût	Pos. Moy.
1	<a href="#">Efficacité énergétique</a> faisonslepoureux.gouv.qc.ca Québec s'implique contre les changements climatiques. Comment?	524	13,321	3.93%	CAD 649.19	1.71
2	<a href="#">Faisons-le pour eux</a> faisonslepoureux.gouv.qc.ca Voyez comment le Québec lutte contre les changements climatiques.	279	571	48.86%	CAD 50.24	1.03
3	<a href="#">Changements climatiques</a> faisonslepoureux.gouv.qc.ca Agir ensemble pour assurer la qualité de vie de nos enfants.	276	5,244	5.26%	CAD 343.38	1.10
4	<a href="#">Matières résiduelles</a> faisonslepoureux.gouv.qc.ca Recyclage biométhanisation, agir contre les changements climatiques.	257	6,649	3.87%	CAD 317.84	1.83
5	<a href="#">Réchauffement climat</a> faisonslepoureux.gouv.qc.ca Québec s'implique contre les changements climatiques. Comment?	255	3,427	7.44%	CAD 350.13	1.09
	All Results	4,005	81,051	4.94%	CAD 4,688.31	1.48

# Campagne EN

## Top 14 Groupes d'annonces par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Groupe d'annonces	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.
1	Gestion des matières résiduelles	164	9,462	1.73%	CAD 1.21	CAD 198.50	2.64
2	Changements climatiques	135	4,988	2.71%	CAD 1.55	CAD 209.91	1.51
3	GES / Gaz a effet de serre	81	6,512	1.24%	CAD 1.76	CAD 142.22	1.83
4	Rechauffement climatique	57	1,671	3.41%	CAD 1.40	CAD 79.77	1.40
5	Air pollution	48	1,805	2.66%	CAD 1.41	CAD 67.81	1.89
6	Marché du carbone	46	1,111	4.14%	CAD 1.42	CAD 65.22	1.53
7	Efficacité énergétique	44	2,530	1.74%	CAD 1.45	CAD 63.75	2.80
8	Conservation des écosystèmes	41	2,861	1.43%	CAD 1.61	CAD 66.14	1.84
9	Lets do it for them	31	44	70.45%	CAD 0.39	CAD 11.97	1.00
10	Développement durable / Aménagement	20	2,359	0.85%	CAD 1.33	CAD 26.66	1.61
11	Electrification des transports	11	497	2.21%	CAD 0.83	CAD 9.14	2.07
12	Érosion des berges	7	282	2.48%	CAD 0.81	CAD 5.67	1.35
13	Mobilité durable	2	72	2.78%	CAD 1.80	CAD 3.60	1.43
14	Dépendance énergétique / Pétrole	0	151	0.00%	CAD 0.00	CAD 0.00	1.61
	<b>All Results</b>	<b>687</b>	<b>34,345</b>	<b>2.00%</b>	<b>CAD 1.38</b>	<b>CAD 950.36</b>	<b>2.03</b>

## Top 15 Mots-clés par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Mot clé	Total Clics	Impr.	Tx clic	CPC moyen	Coût	Pos. Moy.
1	"climate change"	45	1,285	3.50%	CAD 1.93	CAD 86.82	1.34
2	"greenhouse"	21	3,113	0.67%	CAD 1.65	CAD 34.57	1.96
3	re-cycle	21	2,011	1.04%	CAD 0.99	CAD 20.70	2.66
4	"recycling"	18	1,238	1.45%	CAD 1.05	CAD 18.90	2.70
5	"carbon tax"	16	338	4.73%	CAD 1.35	CAD 21.54	1.43
6	+let +do +it +for +them	14	23	60.87%	CAD 0.58	CAD 8.09	1.00
7	[lets do it for them]	12	13	92.31%	CAD 0.21	CAD 2.53	1.00
8	[air pollution]	11	175	6.29%	CAD 1.57	CAD 17.28	1.01
9	"green house"	10	900	1.11%	CAD 1.85	CAD 18.51	2.25
10	[waste management]	10	371	2.70%	CAD 1.87	CAD 18.70	1.33
11	[garbage collection]	9	123	7.32%	CAD 1.81	CAD 16.32	1.22
12	"carbon credit"	9	107	8.41%	CAD 1.15	CAD 10.36	1.55
13	[what is climate change]	9	87	10.34%	CAD 1.72	CAD 15.52	1.06
14	[global warming]	8	452	1.77%	CAD 1.98	CAD 15.83	1.45
15	"re-cycle"	8	420	1.90%	CAD 1.78	CAD 14.25	3.05

All Results

687

34,345

2.00%

CAD 1.38

CAD 950.36

2.03

## Top 5 Annonces par Clic

November 6, 2015 - November 29, 2015

Rang	Annonce	Total Clics	Impr.	Tx clic	Coût	Pos. Moy.
1	<u>Waste management</u> letsdoitforthem.gouv.qc.ca Recycling, biomethanation, act against climate change. Learn more.	140	6,889	2.03%	CAD 166.57	2.58
2	<u>Climat changes</u> letsdoitforthem.gouv.qc.ca Working together to ensure the quality of life of our children.	121	4,244	2.85%	CAD 189.02	1.45
3	<u>Ghg emissions reduction</u> letsdoitforthem.gouv.qc.ca Québec involve against climate change. How? Learn more.	77	5,234	1.47%	CAD 133.99	1.77
4	<u>Global warming</u> letsdoitforthem.gouv.qc.ca Québec involve against climate change. How? Learn more.	51	1,481	3.44%	CAD 71.31	1.37
5	<u>Energetic efficiency</u> letsdoitforthem.gouv.qc.ca Québec involve against climate change. How? Learn more.	43	2,357	1.82%	CAD 62.38	2.74
	All Results	687	34,345	2.00%	CAD 950.36	2.03

## Légende

November 6, 2015 - November 29, 2015

Impressions : Nombre d'impressions délivrées, nombre de recherches

Clics : Nombre de clics sur les annonces

Taux de clic : Nombre de clic par impression

Coût : coût réel selon le nombre de clics

CPC : (coût par clic)

Pos. Moy. : Position moyenne de l'annonce

## Campagne – Le Québec et la lutte contre les changements climatiques

### Ventilation budgétaire

Projets	Coûts
Honoraires – Planification stratégique	31 750 \$
Site Web (production et honoraires)	102 000 \$
Campagne grand public télé, radio et Web (production et honoraires)	370 785,69 \$
Capsule Web (production et honoraires)	27 243,98 \$
Sondages pré et post-campagne	40 000 \$
Placement média	600 000 \$
Commission CSPQ	58 129,85 \$
<b>Total</b>	<b>1 229 909,52 \$</b>

