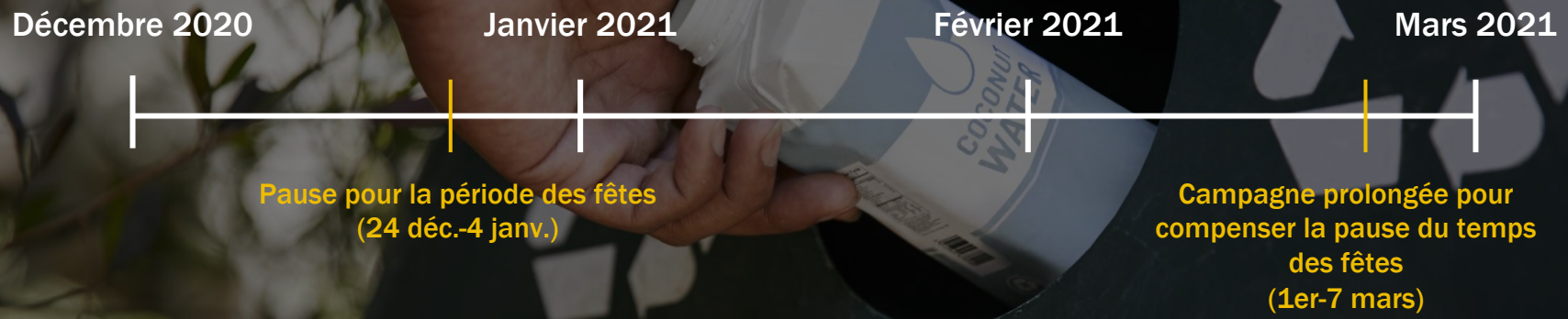
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION GRAND PUBLIC

1ER DÉCEMBRE 2020 – 7 MARS 2021

DURÉE DE LA CAMPAGNE



CARTON COUNCIL

www.recyclecartons.ca

Plateformes

Réseau Facebook et Instagram

Recherche et Réseau Display de Google

Quiz Builder de Typeform

Principaux éléments

- Vidéo
- Publicités
- Jeu-questionnaire
- Fiche d'information - Mythes vs Réalité

TROIS PROFILS DE PUBLICS

1. Récupère avec limitations

Catégorie démographique	Caractéristique
Emplacement	Ontario/Québec
Sexe	Homme ou Femme
Âge	25-50
Statut matrimonial	En couple/avec des enfants
Éducation	Eduqué – Diplôme d'études post-secondaires
Emploi	Sur le marché du travail – Temps plein ou partiel

- A accès à un programme de récupération, mais peu familier avec le programme
- Oublie que les contenants multicouches (CMC) vont à la récupération
- Fait sa part, mais n'est pas un fervent défenseur du climat
- Récupérer est une façon facile de « sauver la planète »
- Ne récupère pas toujours correctement
- Consomme peut-être moins d'emballages-contenants-imprimés, mais oublie de récupérer ceux qu'il consomme

TROIS PROFILS DE PUBLICS

2. Ne récupère pas

Catégorie démographique	Caractéristiques
Emplacement	Ontario/Québec
Sexe	Homme ou Femme
Âge	35 ans et moins
Statut matrimonial	Celibataire ou en couple/pas d'enfants
Éducation	Eduqué – Diplome d'étude secondaires
Emploi	Sur le marché du travail – Temps plein ou partiel

- Les communautés sans accès à un programme de récupération ou qui n'acceptent pas les CMC dans leur programme ont été exclues
- A accès au programme de CS, mais choisit de ne pas participer
- Est confus à propos de la récupération
- Perçoit le bac de récupération comme peu pratique et malodorant
- Ne recherche pas les produits « écolos »

TROIS PROFILS DE PUBLICS

3. Recycleur passionné

Catégorie démographique	Caractéristiques
Emplacement	Ontario/Québec
Sexe	Homme ou Femme
Âge	18-35 / 55+
Statut matrimonial	En couple/avec des enfants
Éducation	Éduqué - Diplôme d'études post-secondaires
Emploi	Sur le marché du travail Temps plein – Travail en entreprise

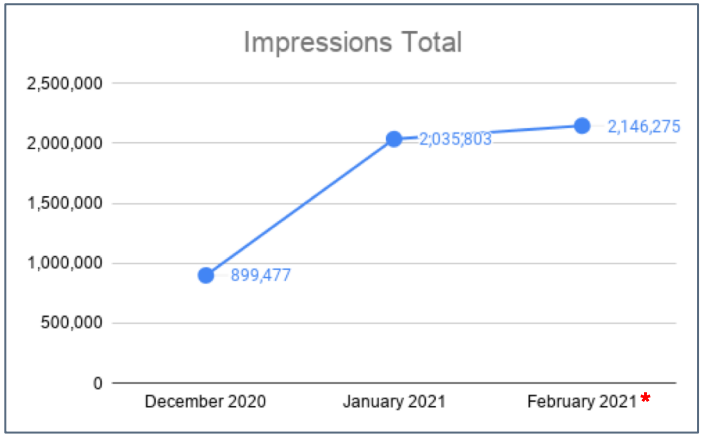
- Lit activement les actualités sur l'environnement
- Soucieux de l'environnement
- Choisit des marques « écolos »
- Récupère correctement les CMC (vidage, etc.)
- Nettoie le pot de beurre d'arachides avant de le récupérer, informé sur ce qui est et n'est pas accepté dans le programme de récupération

OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

- Faire croître le taux de récupération et de recyclage des CMC en Ontario et au Québec
- Éduquer les consommateurs sur ce qu'est un CMC (contenants aseptiques et contenants à pignon)
- Démontrer aux consommateurs comment recycler les CMC et expliquer les avantages de le faire, y compris la possibilité pour les CMC d'avoir une 2e vie lorsqu'ils sont recyclés en de nouveaux produits
- Tester l'efficacité de divers messages, contenus, et plateformes
- Accroître la notoriété du CCMCM et l'engagement avec notre contenu

RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE

IMPRESSIONS



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Définition

Le nombre de fois où les publicités ont été diffusées. Ce nombre inclut toutes les vues par une même personne.

Canaux

CARTON COUNCIL

Impressions totales

5 081 555

2 769 300

ONTARIO

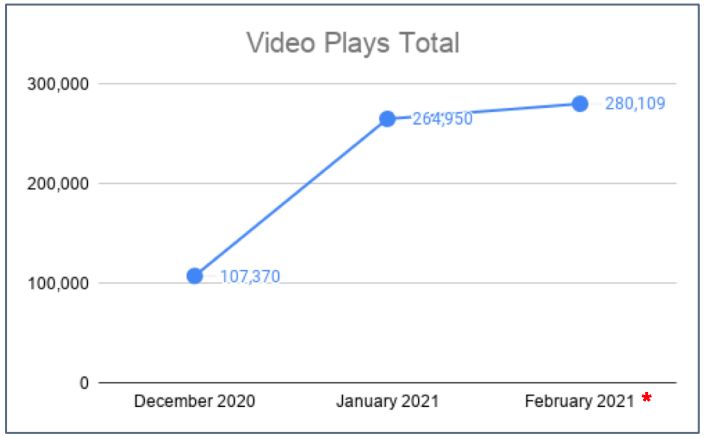
Facebook : 1 859 007
Google : 910 293

2 312 255

QUÉBEC

Facebook : 2 265 673
Google : 46 582

VISIONNEMENTS DE LA VIDÉO



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Définition

Le nombre de fois où la vidéo commence à jouer. Ceci est comptabilisé pour chaque impression d'une vidéo et exclut les rediffusions.

Canaux

f

CARTON COUNCIL

Visionnements totaux de la vidéo

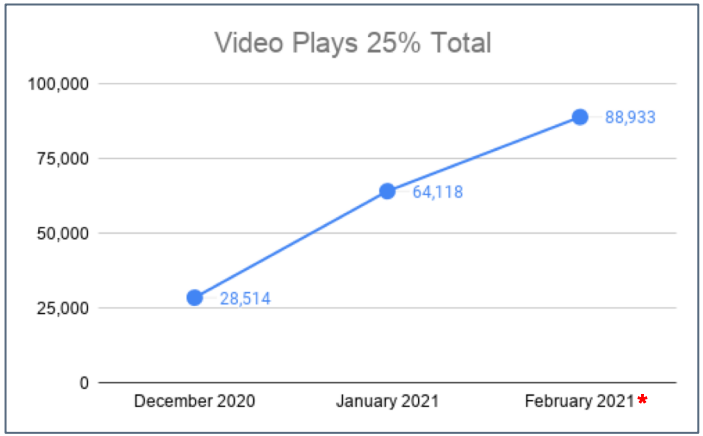
652 429

441 139
ONTARIO

211 290
QUÉBEC

www.recyclecartons.ca

VISIONNEMENTS DE LA VIDÉO @ 25 %



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Définition

Le nombre de fois que la vidéo a été jouée à au moins 25 % de sa durée, y compris les fois où la vidéo a été avancée jusqu'à ce point.

Channels

CARTON COUNCIL

Visionnements de la vidéo @ 25 %

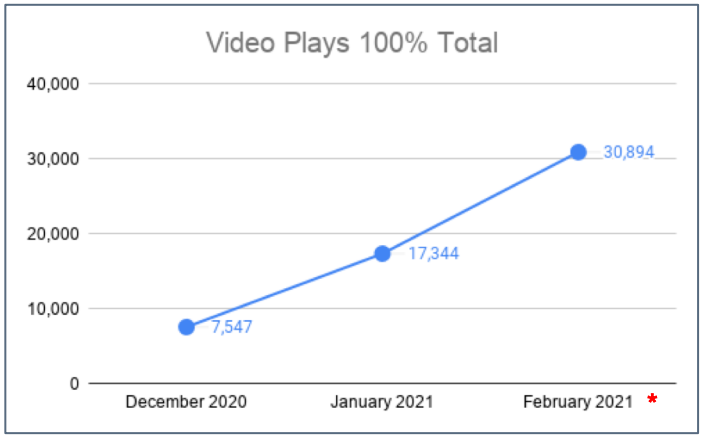
181 565

119 760
ONTARIO

61 805
QUÉBEC

www.recyclecartons.ca

VISIONNEMENTS DE LA VIDÉO @ 100 %



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Définition

Le nombre de fois que la vidéo a été jouée à 100 % de sa durée, y compris les fois où la vidéo a été avancée jusqu'à ce point.

Canaux

CARTON COUNCIL

Visionnements de la vidéo @ 100 %

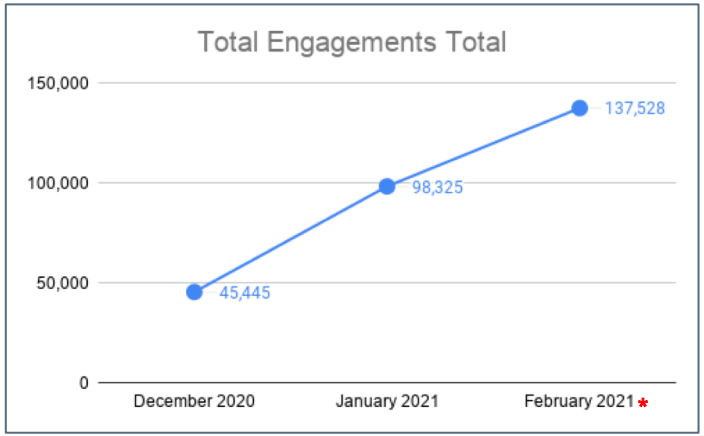
55 785

34 848
ONTARIO

20 937
QUÉBEC

www.recyclecartons.ca

ENGAGEMENT



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Definition
Le nombre total d'actions que le public a pris en voyant les publicités.

Canaux

f

CARTON COUNCIL

Total de l'engagement

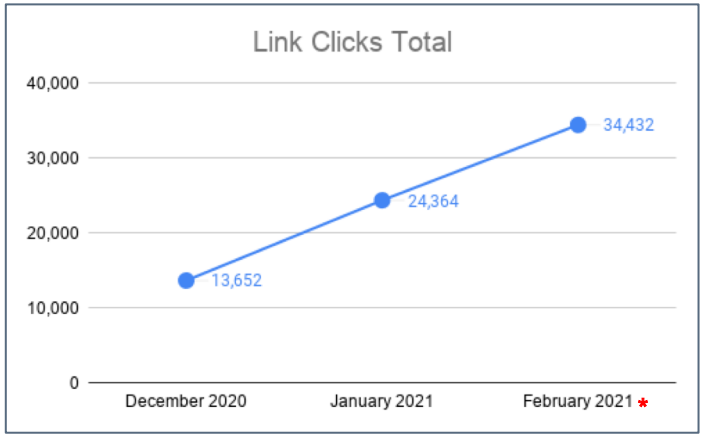
281 298

173 787
ONTARIO

107 511
QUÉBEC

www.recyclecartons.ca

CLICS



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Definition

Nombre de clics sur les liens dans les annonces qui ont conduit à des destinations spécifiées par l'annonceur.

Canaux

*February 2021 includes March 1 - 7 data

Total de clics sur les liens

72 448

Estimation prélancement : 19 680

35 464

ONTARIO

Facebook : 30 463

Google : 5 001

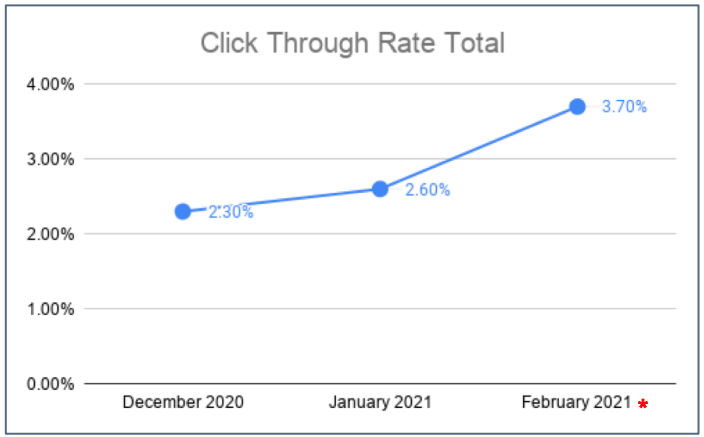
36 984

QUÉBEC

Facebook : 33 370

Google : 3 614

TAUX DE CLICS



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Definition
Le pourcentage d'utilisateurs qui a vu la publicité et a cliqué dessus.

Channels

CARTON COUNCIL

Taux moyen de clics

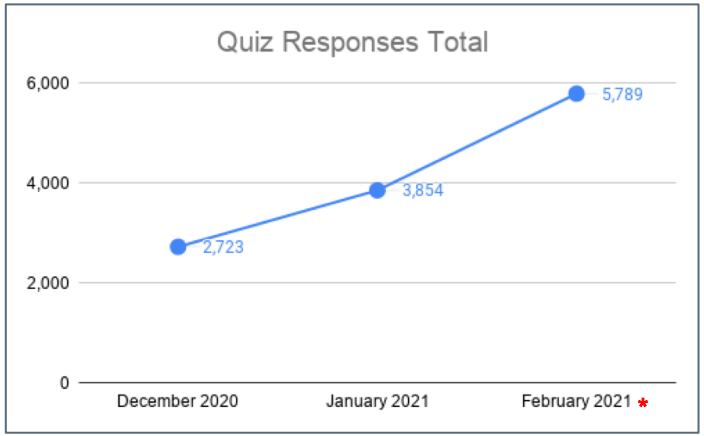
2,9 %

2,7 %
ONTARIO
Facebook : 2,4 %
Google : 2,9 %

3,1 %
QUÉBEC
Facebook : 1,8 %
Google : 3,7 %

www.recyclecartons.ca

RÉPONSES AU JEU-QUESTIONNAIRE



* Les données du mois de fév. 2021 incluent celles du 1er au 7 mars.

Definition
Le nombre d'utilisateurs qui ont répondu au jeu-questionnaire.

Canaux

T

CARTON COUNCIL

Total des réponses

12 366

2 718
ONTARIO

9 648
QUÉBEC

www.recyclecartons.ca

JEU-QUESTIONNAIRE - ONTARIO VS QUÉBEC

Indicateur	Ontario	Québec
Clics	9 076	16 700
Vues	7 911	15 434
Débuts	3 892	12 856
Réponses	2 718	9 648
Taux d'achèvement	69,9 %	75,1 %
Taux de conversion	29,9 %	57,8 %

CARTON COUNCIL

PERFORMANCE SELON LES PUBLICS

	Impressions	Visionnements vidéo	Engagement	Clics	Taux de clics	Coût par clic (moyen)
RECUPÈRE AVEC LIMITATIONS	2 866 857	287 914	117 065	32 590	3,4 %	0,67 $
NE RECUPÈRE PAS	1 456 869	155 758	60 198	20 615	2,5 %	0,91 $
RECYCLEUR PASSIONNÉ	479 825	136 014	48 623	7 243	2,1 %	0,61 $

Pub la plus performante - FACEBOOK

Québec – Recupère avec limitations

Impressions : 260 954
Clics : 10 716

CARTON COUNCIL

Pub la plus performante - FACEBOOK

Québec – Ne récupère pas

Impressions : 160 934
Clics : 3 214

Pub la plus performante - FACEBOOK

Québec – Recycleur passionné

Impressions : 80 517
Clics : 825

Constats

- La campagne a eu une grande portée. Après huit semaines (ON et QC) :
  - > 5M de vues
  - 281 298 personnes ont réagi à nos publications
  - engagement beaucoup plus fort au Québec
- Les jeux-questionnaires sont très populaires au Québec!
- Le public était désireux de participer à la conversation
- Préoccupations quant à l'état de notre système de récupération/recyclage

Commentaires

265 commentaires reçus (Ontario=143; Québec=122)

Commentaires neutres (155 / 58%)

- Questionnement sur le rinçage des contenants, quoi faire avec le bouchon
- Confusion qui perdure concernant la recyclabilité des CMC, qu'arrive-t-il aux couches de plastique et d'aluminium
- Importance de respecter la hiérarchie des 3RVE

CARTON COUNCIL

Commentaires positifs (39 /15%)

Sujet	Exemple/Description
Jeu-questionnaire	« Je suis une excellente recycleuse j'ai eu un score parfait ! »
Enthousiastes quant à leur rôle individuel dans la chaîne de valeur	« Nous avons tous le pouvoir de changer les choses et de faire des choix éclairés. »
Recyclage des CMC	« J'étais certaines que les emballages multicouches n'étaient pas recyclables! Contente de savoir celà! »

CARTON COUNCIL

Commentaires négatifs (71 /27%)

Sujet	Exemple /Description	Réponse
Découragement face à la situation des IC&I qui ne récupèrent pas	« Pour avoir vécu en logement pendant 10 ans, la moitié de ce qui se ramasse dans les bacs de recyclages étaient des vidanges. » « À mon centre d'achat il n'y a aucun bac de recyclage. »	??
Perte de confiance dans le système	Croyance que la municipalité envoie le contenu du bac à l'enfouissement/que le même camion est utilisé pour les ordures et la récupération.	• Nous n'avons jamais entendu parler d'un centre de tri au Québec qui envoie systématiquement ses contenants multicouches au dépotoir. • Les CdT doivent payer une forte somme s'ils veulent envoyer des matières recyclables à l'enfouissement. Ce n'est pas intéressant pour eux de le faire, même quand une matière a une faible valeur de vente.
	La majorité du contenu du bac (ou tout!) est enfouie et/ou exportée à l'étranger. « Au Québec, 91 % des matières recyclées finissent au même endroit que le reste de vos vidanges. » « Vous envoyez toujours les matières recyclables par bateau vers d'autres pays tel que l'Inde? »	• Selon le Bilan 2018 de la gestion des matières résiduelles au Québec, ce sont 11,4 % des matières reçues par les centres de tri qui sont rejetées. La raison principale pour ceci est la contamination. D'où l'importance de suivre les consignes de tri à la lettre! • Selon Tricentris, l'ensemble de leur carton, métaux, plastiques et verre est recyclé au Québec ou en Ontario. Ne restent que les fibres qui, faute d'acheteurs locaux, doivent majoritairement être envoyées à l'extérieur du pays. Mais récemment, la situation a évolué.
	Différence à faire entre la récupération et le recyclage « Personne ici ne recycle. On récupère, dans l'espoir que ça soit recyclé par la suite. » « Rendu au centre y'a 75% du recyclage qui ce rend pas. »	Même que le point précédent

Commentaires négatifs (suite)

Situation dans les centres de tri	« Je met tout aux vidanges. J'ai décroché la journée ou j'ai mis les pieds dans un centre de triage. Pas vrai que ma perdre mon temps a rincer ca quand ca arrive tout « degeulace » en gros tas pas trié à l'usine et encourager une industrie qui paye sont monde en crèves faims »	??
Situation financière du système de récupération/recyclage	« Le recyclage c'est de la business… Si ce n'est pas payant c'est garbage! »	??

CARTON COUNCIL

En conclusion…

Prendre le temps de répondre individuellement à ces commentaires est essentiel pour rebâtir la confiance des consommateurs.

« Votre commentaire m'a permis de réaliser que j'avais mal compris les statistiques présentées sur le recyclage dans de nombreux articles de la presse canadienne. J'ai confondu 2 choses : a) la part de l'ensemble des déchets qui s'avère recyclée b) la part de l'ensemble des matières issues de la collecte sélective qui s'avère recyclée. Je dois donc retirer mon commentaire. Toutes mes excuses les plus sincères. Je n'avais nullement l'intention d'induire les gens dans l'erreur. »

CARTON COUNCIL

Merci!

CARTON COUNCIL